

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis.....	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
1 Einleitung	1
1. 1 Problemstellung.....	3
1. 2 Forschungsstand zum Corporate Citizenship im Behindertensport.....	3
2 Behinderte Menschen im Unternehmen und im Sport.....	6
2. 1 Juristische Definition des Begriffs Behinderung	6
2. 2 Behinderte Menschen im Unternehmen	7
2. 2. 1 Besonderer Kündigungsschutz und Zusatzurlaub	7
2. 2. 2 Persönliche Einstellung zu schwerbehinderten Mitarbeitern.....	8
2. 3 Behindertensport	10
2. 3. 1 Entwicklung des Behindertensports in Deutschland.....	10
2. 3. 2 International Paralympic Committee (IPC).....	12
2. 3. 3 Der Deutsche Behindertensportverband.....	13
3 Gesellschaftliche Verantwortung – Teil der Bürgergesellschaft.....	15
3. 1 Beziehung zwischen Staat, Gesellschaft und Unternehmen	15
3. 2 Begriffsabgrenzung zur unternehmerischen Verantwortung	16
3. 2. 1 Corporate Responsibility.....	17
3. 2. 2 Corporate Social Responsibility (CSR).....	17
3. 2. 3 Corporate Citizenship.....	19
3. 3 Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Behindertensport.....	19
4 Das Konzept des Corporate Citizenship	21
4. 1 Ursprung des Corporate Citizenship	21
4. 2 Inhalte des Corporate Citizenship	21
4. 3 Motive des Corporate Citizenship.....	23
4. 4 Corporate Giving	26
4. 4. 1 Spenden	26
4. 4. 2 Steuerrechtliche Behandlung von Spenden bei Unternehmen	27
4. 4. 3 Sponsoring.....	28
4. 4. 3. 1 Sponsoringvolumen in Deutschland.....	30
4. 4. 3. 2 Überblick zum Sport- und Sozialsponsoring	32

4. 4. 3. 3 Sport-Sponsoring.....	32
4. 4. 3. 4 Sozial-Sponsoring	33
4. 5 Einführung in das Stiftungswesen von Unternehmen	34
4. 5. 1 Gemeinnützige Unternehmensstiftungen	34
4. 5. 2 Strategische Bedeutung	35
4. 6 Corporate Volunteering: Der Kern des Corporate Citizenship	36
4. 6. 1 Instrumente des Corporate Volunteering	37
4. 6. 2 Mentoring	38
4. 6. 3 Secondments.....	38
4. 6. 4 Teamprojekteinsätze (development assignments).....	39
4. 6. 5 Pro Boni Dienstleistung	41
4. 7 Nutzen von Corporate Citizenship und Generierung von Wettbewerbsvorteilen.....	41
4. 8 Skepsis und Kritik am Konzept des Corporate Citizenship	44
5 Fallstudie: Aral AG	46
5. 1 Das Unternehmen	46
5. 2 Das Projekt	46
5. 3 Ablauf.....	48
5. 4 Cross-Media Kampagne	48
5. 5 Fundraising.....	49
5. 6 Ergebnisse	49
6 Umfrage zum Corporate Citizenship im Behindertensport.....	51
6. 1 Vorgehensweise	51
6. 1. 1 Art und Aufbau des Fragebogens.....	51
6. 1. 2 Stichprobenauswahl	52
6. 2 Auswertung der Daten.....	53
6. 2. 1 Wirtschaftsbereich und Unternehmensgröße der Unternehmen	53
6. 2. 2 Corporate Giving Maßnahmen.....	54
6. 2. 2. 1 Geldspenden	54
6. 2. 2. 2 Sachspenden	55
6. 2. 2. 3 Sponsoring im Behindertensport.....	55
6. 2. 3 Corporate Foundations im Behindertensport	57
6. 2. 4 Corporate Volunteering im Behindertensport	58
6. 2. 5 Instrumente des Corporate Volunteering	58
6. 2. 6 Betriebliche Ressourcen	59
6. 2. 7 Hintergrund des Engagements	60
6. 2. 8 Zielerfassung	62
6. 2. 9 Erfolgsbewertung und Gesamteinschätzung des Corporate Citizenship.....	63
6. 3 Kernpunkte der Studie.....	66
6. 4 Beurteilung der Studie.....	70

7 Entscheidungsmodell zum Corporate Citizenship im Behindertensport	71
7. 1 Hintergrund des Modells	71
7. 2 Aussagen des Modells	72
7. 3 Dimensionen des Modells	74
7. 4 Erklärung des Modells	75
8 Schlussbetrachtung und Ausblick	78
Literaturverzeichnis.....	80
Anhang	87