

# Call for Papers

## **zfwu 16/2 (2015): Corporate Legitimacy**

Call for Papers bis zum **31. August 2014**

Unternehmen setzen qua Existenz und wirtschaftlichem Erfolg eine gesellschaftsinduzierte „license to operate“ immer schon voraus. Daher stellen sich Legitimitätsfragen für sie eigentlich ganz unmittelbar, wurden von wissenschaftlicher Seite her in der Vergangenheit aber selten explizit diskutiert. Erst in den letzten Jahren hat die normative Frage nach der Legitimität von Unternehmen, ihren Strukturen und ihrem Handeln in öffentlichen und wissenschaftlichen Diskussionen explizit erhöhte Aufmerksamkeit erfahren. Dies geht vor allem auf die zunehmend stattfindenden Zuschreibungen von Unternehmen als maßgeblich auch „Politik“ mitgestaltende, d.h. politische Akteure insbesondere im Kontext einer „postnationalen Konstellation“ zurück.

Das Verhalten und Handeln insbesondere multinationaler Konzerne wird zunehmend kritisch als maßgebliche Ursache der immer wieder neu diagnostizierten Krisen und Legitimitätskrisen kapitalistischer Gesellschaften sowie als Legitimitätskrise von Unternehmen selbst diskutiert.

Dem entgegen steht die Überzeugung, dass die Vielzahl von CSR-Aktivitäten von Unternehmen und insbesondere deren scheinbar gesellschaftlich akzeptierte Mitgestaltung transnationaler Regulierungen gerade Ausdruck der Übernahme einer politischen Verantwortung durch Unternehmen und der Legitimität ihres Handelns sei.

In diesem Themenschwerpunkt sollen unterschiedliche Konzepte zu „Corporate Legitimacy“ und deren Zusammenhang mit und Konsequenzen für verwandte Konzepte diskutiert werden, insbesondere vor dem Hintergrund der sich entfaltenden Diskussionen zur Legitimität unternehmerischen Handelns, ihrer zum Teil sehr unterschiedlichen Problemstellungen, sowie dem schwierigen und umstrittenen Charakter von Legitimität als deskriptivem und/oder normativem Begriff.

Es sind Beiträge insbesondere zu folgenden Schwerpunkten willkommen:

- (1) Welche Theorien und Konzepte zu Corporate Legitimacy gibt es bereits und welche Beiträge leisten sie zum Verständnis gegenwärtiger Diagnosen einer Legitimitätskrise von Unternehmen?
- (2) Wie ist der Begriff der Corporate Legitimacy vor dem Hintergrund unterschiedlicher Legitimitätskonzepte – normativer, empirisch-deskriptiver, analytischer u.a. – und zeitgenössischer wissenschaftstheoretischer Diskussionen zu verstehen?
- (3) Welche Faktoren entscheiden über die Legitimität unternehmerischer Strukturen und unternehmerischen Handelns? Wie ermitteln deskriptive Theorien die Kriterien, mit welchen Unternehmen als legitim oder illegitim bewertet werden? Wie begründen normative Theorien diejenigen Kriterien, die sie anlegen?
- (4) Wie ist der Begriff der Corporate Legitimacy vor dem Hintergrund aktueller Ansätze zur Globalen oder Postnationalen Governance und ihnen zugrundeliegenden, insbesondere demokratietheoretischen Ansätzen zu verstehen?

- (5) Wie grenzt sich das Konzept der Corporate Legitimacy von verwandten unternehmens- und wirtschaftsethischen Konzepten ab (z.B. Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, politische CSR, gerechtigkeits-theoretische Ansätze zur Unternehmung, Stakeholder-Konzepte)?
- (6) Welche Konsequenzen ergeben sich aus den jeweiligen Konzepten zu Corporate Legitimacy für organisations- und managementtheoretische Ansätze?

Herausgeber dieser Ausgabe sind Dr. Marc C. Hübscher (zfwu), Dr. Christian Neuhäuser (Universität Luzern) und Sabine Mirkovic (Scholz & Friends Reputation).

Kontakt: Dr. Christian Neuhäuser, E-Mail: [Christian.Neuhaeuser@unilu.ch](mailto:Christian.Neuhaeuser@unilu.ch)

### **Autorenhinweise**

Bitte beachten Sie vor der Einreichung von Manuskripten die Autorenhinweise auf unserer Homepage [www.zfwu.de](http://www.zfwu.de). Dort finden Sie neben den notwendigen Formalien auch eine Druckformatvorlage, die Ihnen die Arbeit in technischer Hinsicht erleichtern wird. Für weitere Fragen steht Ihnen das Herausgeberteam gerne zur Verfügung.

# Call for Papers

## ***zfwu* 16/2 (2015): Corporate Legitimacy**

Deadline for submissions: **31<sup>st</sup> August 2014**

The existence and operation of companies require a socially constituted 'license to operate'. Questions about their legitimacy therefore arise naturally, but they have rarely been discussed explicitly by scholars and practitioners. Only recently have public and academic debates begun to pay greater attention to the normative question concerning the legitimacy, structure and operations of companies. In the context of a postnational constellation this growing attention can be attributed to the perception that companies increasingly take part in designing politics and thus become political agents themselves.

On the one hand, the behavior and actions especially of multinational corporations are critically discussed as a central reason for the repeatedly diagnosed legitimacy crisis of capitalist societies in general as well as for a crisis of corporate legitimacy itself. On the other hand, there is the understanding that the variety of CSR activities of companies and in particular their allegedly socially accepted role as co-designers of transnational regulations are evidence of their political responsibility and thereby legitimacy, which in this perspective is rather gained than lost.

Against the backdrop of the recent debate about corporate legitimacy, and considering its quite different conceptualizations as well as the older debate on legitimacy as an 'essentially contested' concept along the lines of descriptive versus normative science, we invite authors to discuss different conceptions of corporate legitimacy and their implications for related problems.

We welcome contributions that discuss the following issues:

- (1) Which theories and conceptions of corporate legitimacy do exist and to what extent do they contribute to understanding the popular diagnosis of a corporate legitimacy crisis?
- (2) How are we to understand corporate legitimacy in the context of different conceptions of legitimacy (normative, empirical-descriptive, analytical, inter alia)?
- (3) Which factors are relevant for the legitimacy of corporate structures and actions? How are the criteria according to which companies are rated as legitimate or illegitimate determined in descriptive-empirical understandings of legitimacy? How are those criteria, which are posited by normative theories, justified?
- (4) How should the concept of corporate legitimacy be understood against the background of current approaches to global or postnational governance, especially when they refer to democratic theory?
- (5) To what extent does the concept of corporate legitimacy differ from related concepts in business ethics (e.g. Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, political CSR, justice-based theories of the firm, stakeholder theories)?
- (6) What are the implications of different conceptions of corporate legitimacy for organizational studies and management theory?

The editors of this issue are Dr. Marc C. Huebscher (zfwu), Dr. Christian Neuhaeuser (University of Lucerne) and Sabine Mirkovic (Scholz & Friends Reputation).

Contact: Dr. Christian Neuhaeuser, e-mail: [Christian.Neuhaeuser@unilu.ch](mailto:Christian.Neuhaeuser@unilu.ch)

### **Guidelines for contributors**

Before submitting any papers, please consult the author guidelines on our home page **[www.zfwu.de](http://www.zfwu.de)**. In addition to the formal and technical instructions given there, you will also find a style sheet to help you format your paper. Should you have any further queries, please do not hesitate to contact the editorial team.