

management revue

Socio-Economic Studies

Editors

Simon Fietze
Wenzel Matiaske
Susanne Gretzinger
Katja Rost
Florian Schramm

Table of Contents

Special Issue

- Simon Fietze, Wenzel Matiaske, Roland Menges
Corporate Responsibility: In the Dilemma between
Fake and Trust? [143]
- Walther Müller-Jentsch
The Dialectics of Trust and Control: About Different
Concepts in Human Resource Management and
Mandatory Co-determination [148]
- Ute Schmiel
Corporate Social Responsibility: A Fake Already
According to the Theory of the Firm? [154]
- Leona A. Henry, Guido Möllering
Collective Corporate Social Responsibility:
The Role of Trust as an Organizing Principle [173]
- Jürgen Beyer, Simon Dabrowski, Florian Lottermoser,
Konstanze Senge
Shaping or Shaking Trust in Corporate Responsibility
Strategies: The Role of Financialization Practices [192]
- Grit Tanner, Eva Bamberg, Carolin Baur,
Marlies Schümann
Workplace Health Promotion Inspired by Corporate
Social Responsibility – Interactions Within Supply
Chains and Networks [213]
- Maria Uzhegova, Lasse Torkkeli, Sami Saarenketo
Corporate Social Responsibility in SMEs: Implications
on Competitive Performance [232]

Further contributions from Thomas Hermann,
Fabian Grabicki and Roland Menges

2/3 2019
Volume 30
Pages 143 – 330
ISSN 0935-9915



Nomos

management revue

Socio-Economic Studies

Editors: **Simon Fietze**, University of Southern Denmark | **Wenzel Matiaske**, Helmut-Schmidt-University, Germany | **Susanne Gretzinger**, University of Southern Denmark | **Katja Rost**, University of Zurich, Switzerland | **Florian Schramm**, University of Hamburg, Germany

Table of Contents

Special Issue

<i>Simon Fietze, Wenzel Matiaske, Roland Menges</i> Corporate Responsibility: In the Dilemma between Fake and Trust?	143
<i>Walther Müller-Jentsch</i> The Dialectics of Trust and Control: About Different Concepts in Human Resource Management and Mandatory Co-determination	148
<i>Ute Schmiel</i> Corporate Social Responsibility: A Fake Already According to the Theory of the Firm?	154
<i>Leona A. Henry, Guido Möllering</i> Collective Corporate Social Responsibility: The Role of Trust as an Organizing Principle	173
<i>Jürgen Beyer, Simon Dabrowski, Florian Lottermoser, Konstanze Senge</i> Shaping or Shaking Trust in Corporate Responsibility Strategies: The Role of Financialization Practices	192
<i>Grit Tanner, Eva Bamberg, Carolin Baur, Marlies Schümann</i> Workplace Health Promotion Inspired by Corporate Social Responsibility – Interactions Within Supply Chains and Networks	213
<i>Maria Uzhegova, Lasse Torkkeli, Sami Saarenketo</i> Corporate Social Responsibility in SMEs: Implications on Competitive Performance	232

Thomas Hermann
Corporate Social Responsibility in the Dock. How Persuasive Strategies Support
Verbal Accounts in the Event of Loss of Trust 268

Fabian Grabicki, Roland Menges
Consumer Responsibility and the Transformation Process of the Electricity Market:
Insights From Behavioral Decision Research 312

Advisory Board

Ina Aust, Université Catholique de Louvain, Belgium | **Matthias Baum**, University of Kaiserslautern, Germany | **John W. Boudreau**, University of Southern California | **Lisa Bradley**, Queensland University of Technology | **Mona Bråten**, Fafo - Institute for Labour and Social Research, Oslo | **Chris Brewster**, Henley Management College | **Dirk Buyens**, De Vlerick School of Management | **Jean-Luc Cerdin**, ESSEC | **Richard Croucher**, Middlesex University Business School | **Helmut M. Dietl**, University of Zurich | **Peter John Dowling**, La Trobe University, Melbourne | **Amos Drory**, Ben Gurion University | **Susanne Durst**, University of Skövde | **Marcel Erlinghagen**, University of Duisburg-Essen | **Mark Fenton-O'Creevy**, Open University | **Per Vagn Freytag**, University of Southern Denmark | **Barry Gerhart**, University of Wisconsin | **Paul Gooderham**, Norwegian Business School | **Rüdiger Kabst**, University of Paderborn | **Arne Kalleberg**, University of North Carolina | **Ralph Kattenbach**, Tongji University, Shanghai | **Hüseyin Leblebici**, University of Illinois U-C | **Stefan Liebig**, German Institute for Economic Research (DIW), Berlin | **Albert Martin**, Leuphana University Lüneburg | **Wolfgang Mayrhofer**, Vienna University of Business and Economics | **Guido Möllering**, Witten-Herdecke University | **Michael J. Morley**, Kemmy Business School, University of Limerick | **Peter Muhlau**, Trinity College, The University of Dublin | **Werner Nienhüser**, University of Duisburg-Essen | **Renate Ortlieb**, University of Graz | **Andrew Pendleton**, Durham University | **Nina Pološki Vokić**, University of Zagreb | **Eric Poutsma**, Nijmegen Business School | **Andreas Rasche**, Copenhagen Business School | **Sylvia Rohlfner**, Colegio Universitario de Estudios Financieros, Spain | **Susanne Royer**, Europa Universität Flensburg | **Sami Saarenketo**, Lappeenranta University of Technology | **Wilmar Schaufeli**, University of Utrecht | **James C. Sesil**, University of Wisconsin–Madison

Herausgeber/Editorial Committee: Assoc. Prof. Dr. Simon Fietze, DK-Sønderborg; Prof. Dr. Wenzel Matiaske, DE-Hamburg; Assoc. Prof. Dr. Susanne Gretzinger, DK-Sønderborg; Prof. Dr. Katja Rost, CH-Zürich; Prof. Dr. Florian Schramm, DE-Hamburg

Redaktion/Editorial Office: Assoc. Prof. Dr. Simon Fietze (Editor-in-Chief), University of Southern Denmark, Department of Entrepreneurship and Relationship Management, Alision 2, DK-6400 Sønderborg

Druck und Verlag/Printing and Publishing: NOMOS Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Postfach 100 310, D-76484 Baden-Baden, Tel.: 0 72 21 / 21 04-0, Fax: 0 72 21 / 21 04-27, E-Mail: nomos@nomos.de

Bezugsbedingungen/Subscription rates 2019: Die Zeitschrift erscheint viermal im Jahr. Jahresabonnement für Privatpersonen 98,00 € (Print und Online), für Studierende (unter Einsendung eines Studiennachweises) 40,00 € (Print und Online), für Institutionen 229,00 € (Print und Online; Mehrfachnutzung/unbegrenzte Anzahl an Online-Nutzern). Einzelheft 30,00 € (Print). Alle Preise inkl. MwSt., zzgl. Versandkostenanteil. Bestellungen beim örtlichen Buchhandel oder direkt bei der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. Kündigungsfrist: 3 Monate vor Kalenderjahresende.

Anzeigen/Advertising: Sales friendly Verlagsgesellschaft, Pfaffenweg 15, D-53227 Bonn, Tel.: +49 / 228 / 97 89 80, Fax: +49 / 228 / 97 89 820, E-Mail: roos@sales-friendly.de

Urheber- und Verlagsrechte/Copyrights and Publishing Rights: Die Zeitschrift sowie alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Eingeschlossen sind insbesondere auch das Recht zur Herstellung elektronischer Versionen und zur Einspeicherung in Datenbanken sowie das Recht zu deren Vervielfältigung und Verbreitung online oder offline ohne zusätzliche Vergütung. Nach Ablauf eines Jahres kann der Autor anderen Verlagen eine einfache Abdruckgenehmigung erteilen; das Recht an der elektronischen Version verbleibt beim Verlag. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Herausgeber/Redaktion oder des Verlages wieder. Unverlangt eingesendete Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Die Redaktion behält sich eine längere Prüfungsfrist vor. Eine Haftung bei Beschädigung oder Verlust wird nicht übernommen. Bei unverlangt zugesandten Rezensionen keine Garantie für Besprechung oder Rückgabe. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.

Der Nomos Verlag beachtet die Regeln des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. zur Verwendung von Buchrezensionen.

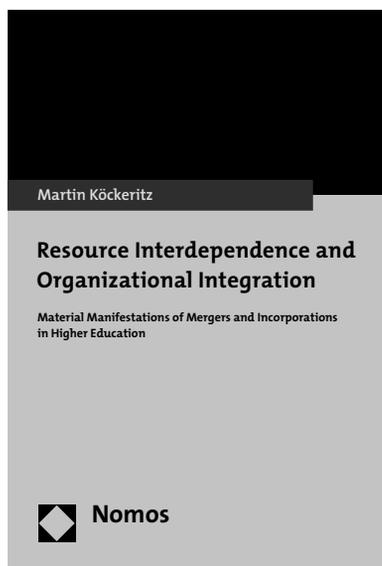
ISSN 0935-9915



Nomos

www.mrev.nomos.de

Mergers in Higher Education



Resource Interdependence and Organizational Integration

Material Manifestations of Mergers and Incorporations in Higher Education

By Dr. Martin Köckeritz

2019, 269 pp., pb., € 56.00

ISBN 978-3-8487-5659-9

nomos-shop.de/40917

In German language

What determines the level and orientation of organisational integration following mergers? Drawing on resource dependence theory, the author of this study empirically shows that, within the context of higher education, internal power relations resulting from interdependencies with the environment are decisive in this respect.

From a (meta-)theoretical perspective, the book challenges two central tendencies in M&A research. Firstly, it counteracts the increasing fragmentation and isolation of approaches by

taking the concept of integration back to its roots in organisation theory. Secondly, using a materialist – realist explanation, it critically examines the dominating idealist – subjectivist approach to theorising (e.g. organisational culture).

Since the study empirically quantifies and visualises power potential on the levels of teaching and research units, the author suggests ways of applying his findings to numerous organisational steering issues beyond the study's primary subject of interest.

 Nomos
eLibrary www.nomos-elibrary.de

To order please visit www.nomos-shop.de,
send a fax to (+49)7221/2104-43 or contact your local bookstore.
All costs and risks of return are payable by the addressee.



Nomos