



# Globalisierung und Multinationale Unternehmen

## Teil III: Theoretische Reflexionen zu Corporate Social Responsibility (CSR)

Vorlesung 14/15: CSR-Konzeptionen & Konzeptionen demokratischer Governance im Vergleich



Universität Zürich, FS 2022; 11./13. April 2022

Prof. Dr. Andreas Georg Scherer





## Reminder: 2. Freiwillige Gruppenübung

- **Ab heute Montag, 11. April um 16:00 Uhr** werden Sie sich in Lerngruppen einschreiben können.
- Die Einschreibung findet im OLAT statt (im linken Menü des Kurses, unter «Gruppeneinschreibung»).

### **Aufgabe: Ansätze der Unternehmenssteuerung**

Beschreiben Sie die Annahmen & Thesen eines bestimmten Ansatzes der Unternehmenssteuerung (siehe unten) und beantworten Sie folgende Frage kritisch:

- *Wie geeignet ist der Ansatz, um auf die Herausforderungen der Postnationalen Konstellation zu antworten und warum?*

Senden Sie Ihre Argumente **per Mail an [dana.entenza@business.uzh.ch](mailto:dana.entenza@business.uzh.ch)** (max. **1'000 Wörter**, pro Gruppe jeweils ein Beitrag, bitte zusätzlich Gruppennummer angeben)

- Gruppen 1/4/7: Shareholder-Value-Ansatz
- Gruppen 2/5/8: Stakeholder-Ansatz
- Gruppen 3/6/9/10: Corporate Citizenship



## Übersicht

1. Pluralismus der CSR-Konzeptionen und die Herausforderungen in einer globalisierten Welt
  - 1.1. Positivistischer CSR-Ansatz
  - 1.2. Monologischer postpositivistischer CSR-Ansatz
  - 1.3. Diskursiver postpositivistischer CSR-Ansatz
    - 1.3.1. Postmoderner/Postkolonialer CSR-Ansatz
    - 1.3.2. Kritische Strategie/ Habermas<sub>1</sub> CSR-Ansatz
2. Notwendigkeit eines Paradigmenwechsels in CSR
3. Deliberative Demokratie und der Habermas<sub>2</sub> CSR-Ansatz
4. Zusammenfassung
5. Offene Fragen/Lernziele



# Scherer & Palazzo, 2007: *Toward a Political Conception of Corporate Social Responsibility: Business and Society Seen from a Habermasian Perspective*

© Academy of Management Review  
2007, Vol. 32, No. 4, 1096-1120.

## TOWARD A POLITICAL CONCEPTION OF CORPORATE RESPONSIBILITY: BUSINESS AND SOCIETY SEEN FROM A HABERMASIAN PERSPECTIVE

ANDREAS GEORG SCHERER  
University of Zurich

GUIDO PALAZZO  
University of Lausanne

We review two important schools within business and society research, which we label *positivist* and *postpositivist corporate social responsibility (CSR)*. The former is criticized because of its instrumentalism and normative vacuity and the latter because of its relativism, foundationalism, and utopianism. We propose a new approach, based on Jürgen Habermas's theory of democracy, and we define the new role of the business firm as a political actor in a globalizing society.

### Reception:

- Platz neun des jährlichen Rankings "Hot Papers in Economics & Business", ISI Web of Knowledge (SM) Essential Science Indicators (SM) (ISI Web of Knowledge, abgerufen am 18.07.2009)
- bis April 2022 871 mal zitiert (ISI Web of Science) (top 15 in AMR) (abgerufen 01.04.2022).

11./13.04.2022

TABLE 1  
Comparison of Positivist and Postpositivist CSR Schools of Thought

Characteristics	Positivist CSR	Nonpositivist CSR	Postmodern CSR	Habermas, CSR	Habermas <sub>2</sub> CSR
Foundation	Empirical	Philosophical (monological)	Culture and history bound (discursive)	Philosophical (discursive)	Democratic (discursive)
Ideology	Economic/ instrumental	Foundational	Relativistic	Utopian	Pragmatic
Main concepts	Social performance	Character/virtue, duty, social contract, hypernorms, integrity	Discourse (power)	Discourse (ideal speech situation)	Discourse (public deliberation)
Mode of coordination in society	Private contracts and legal compliance	Social contracts and conformity with moral rules	Discourse and power	Discourse and consensus	Political discourse, market, and administrative routine
Role of corporation	Economic actor, opportunistic corporation	Economically and socially responsible actor	"Bad guy" versus corporate chameleon	"Bad guy," has to change to utopian altruist	Political and economic actor
Role of market	Taken for granted	Critical support	Focus of critique	Underestimated	Politically embedded
Role of power	Dominant	Disciplined by moral rules and/or personal integrity	Focus of critique, but considered unavoidable	Disciplined by ideal discourse	Disciplined by democratic institutions
Role of legitimacy	Marginalized	Conformity with existing moral norms	Positive legitimacy not possible	Philosophical legitimacy	Democratic legitimacy
Relation to economic rationality	Dominance of economic rationality	Critical support	Critical	Critical, antagonistic	Domestication of economic rationality
Message to managers	Comply with law and respond (only) to powerful stakeholders	Comply with ethical norms and develop personal integrity	Stop manipulation and exploitation, adapt to local culture	Engage in ideal discourse	Engage in political discourse
Main philosophers	Heapel, Nagel, Popper	Aristotle, Gauthier, Hobbes, Kant, Rawls (-1900s)	Derrida, Foucault, Lyotard	Habermas (1960s-1980s)	Habermas (1990s-today), Dewey, Rawls (1990s-today), Rorty
Management theories	CSP, "business case" CSR, instrumental stakeholder theory	Business ethics, normative stakeholder theory, social contract theory	Postmodern/ postcolonial organization theory, critical management studies	Critical strategy research, critical management studies	Political CSR, corporate citizenship
Management authors	Carroll, Jones, Wood	Bowie, Donaldson, Dunfee, Freeman, Phillips, Solomon	Banerjee, Boje, Calás, Smircich	Alvesson, Deetz, Gimes, Steffy, Willmott	Not yet developed, limited to descriptive analysis (Matten & Crane)



# Corporate Social Responsibility: Ein Pluralismus an Perspektiven (I)

- Eine Vielzahl an Konzepten, die die Verantwortung von Unternehmen gegenüber Gesellschaft und Umwelt diskutiert (z.B. Corporate Social Responsibility, Corporate Accountability etc.)
- Wir verwenden CSR als Sammelbegriff für diese Debatte
- Pluralismus der Methoden und Philosophien
  - deskriptive, präskriptive (instrumentelle), normative Theorien
  - analytische und empirische Forschung (quantitative und qualitative)
  - verschiedene politische Philosophien (Liberalismus, Republikanismus, Kommunismus, deliberative Theorie etc.) (meist implizit)
- Wir diskutieren fünf verschiedene Denkrichtungen (positivistischer CSR-Ansatz, monologischer postpositivistischer CSR-Ansatz, postmoderner CSR-Ansatz, Habermas<sub>1</sub> CSR-Ansatz, Habermas<sub>2</sub> CSR-Ansatz).



## Corporate Social Responsibility: Ein Pluralismus an Perspektiven (II)

**Problem:** Verfügbare CSR-Theorien sind für gegenwärtige Herausforderungen an gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen nicht ausreichend

- Herausforderungen für CSR in einer globalisierten Welt (vgl. Vorlesung 12)
  - zunehmende Komplexität und Vielzahl an Erwartungen von Stakeholdern
  - Abnahme der nationalstaatlichen Regulierungsfähigkeit
  - Notwendigkeit (globaler) öffentlicher Güter (Gesundheitsversorgung, Bildung, Rechte etc.)
  - Neue politische Akteure (NGOs, MNUs)
  - unternehmerische Aktivitäten in Regionen mit Staatsversagen
  - Unternehmen als direkte Adressaten für Legitimitätsfragen
  - Neues politisches Mandat für Firmen.

→ Wir brauchen ein neues CSR-Paradigma, welches politische Aktivitäten nicht-staatlicher Akteure erfasst und regulatorische Lücken in der gegenwärtigen Global Governance schliesst: **Habermas<sub>2</sub> CSR**



## Positivistischer CSR-Ansatz

- „Positivistisch“: Werturteilsfreiheitsthese, Anwendung naturwissenschaftlicher Methoden; unkritische Adaptierung ökonomischer Annahmen (Gewinnmaximierung wird nicht hinterfragt).
- Der gegenwärtige positivistische CSR-Ansatz führt zu einer rein instrumentellen Interpretation unternehmerischer Verantwortung (vgl. z.B. Jones, 1995) und deckt sich mit den Grundannahmen einer ökonomischen Theorie der Unternehmung (Margolis & Walsh, 2003).
- Das Ziel dieses CSR-Ansatzes ist es, lediglich auf andere zu reagieren, statt Strategien auf Basis moralischer Prinzipien zu entwickeln (Freeman & Gilbert, 1988).
- CSR ist nicht mehr als ein zusätzlicher Erfolgsfaktor für die Unternehmung: „Lohnt es sich ökonomisch für die Unternehmung, soziale Verantwortung zu übernehmen?“
- Eine Firma handelt somit opportunistisch und hat keine intrinsische Motivation, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen (Dunfee & Fort, 2003).
- Strikte Trennung politischer und ökonomischer Verantwortung: Es ist die Rolle des Staates, die Interessen der Stakeholder zu schützen (Sundaram & Inkpen, 2004).
  - Vgl. Vorlesung 16 zum “instrumentellen CSR-Ansatz” (Scherer & Palazzo, 2011)



## Problem mit dem Positivistischen CSR-Ansatz

- „What happens when attention to stakeholder interests yields results that diverge from the wealth maximization ambitions of its shareholders? (Margolis & Walsh, 2003)“ (Scherer & Palazzo, 2007: 1100)
  - Was passiert, wenn der Schutz von Menschenrechten oder der Umwelt nachteilig für die Gewinninteressen einer MNU sind?
  - Wann und unter welchen Bedingungen soll das Gewinnprinzip anderen Prinzipien untergeordnet werden?
- **Der positivistische CSR-Ansatz erlaubt keinen Perspektivenwechsel von dem, „was ist“, zu dem, „was sein sollte“ (emanzipatorisches Erkenntnisinteresse).**







## Monologischer Postpositivister CSR-Ansatz

- Monologisch: Theoretiker nehmen eine Position „ausserhalb“ der sozialen Welt ein. Sie suchen nach universellen Prinzipien bzw. Kriterien, um den Status quo oder ein Verhalten zu untersuchen bzw. zu rechtfertigen (Goodpaster, 1998).
- Beispiele:
  - Social contract theory (Donaldson & Dunfee, 1994): Rahmen für ethisches Verhalten basierend auf (implizite) vertraglichen Vereinbarungen („social contracts“) in der Gesellschaft.
  - Kant’s Pflichtenethik (Bowie, 1999): Rahmen für ethisches Verhalten einer Unternehmung basierend auf Kants Formulierungen zum kategorischen Imperativ.
  - Aristotelische Tugendethik (Solomon, 1993): Ethisches Verhalten hängt von den Tugenden des Individuums ab. Geschäfte gründen auf Kooperation und ethischem Verhalten und sind nicht nur durch Wettbewerb und Gewinnmaximierung getrieben.



# Probleme des Monologischen Postpositivistischen CSR-Ansatzes

## 1. Diskursives Defizit:

Ein universeller „view from nowhere“ (Donaldson & Dunfee, 1999: 14) reicht nicht aus, da dies einen a-kulturellen und a-historischen archimedischen Punkt impliziert, von dem aus Handlungen oder Institutionen monologisch beurteilt werden könnten. Ein solcher Punkt ist in einer Welt, die durch einem Pluralismus von Werten und Kulturen gekennzeichnet ist, nicht begründbar. Die Gültigkeit einer Norm kann nur in einem diskursiven Prozess überprüft und begründet werden, an dem die Personen beteiligt sind, die die Norm akzeptieren sollen.

## 2. Pragmatisches Defizit:

Bei der Verbindung von Managementtheorie und Moralphilosophie fehlt eine kritische Analyse des Konzepts der Gesellschaft und ihrer demokratischen Institutionen. Philosophische Theorien müssen demokratischen Verfahren Vorrang lassen (Rorty). Begründung normativer Prinzipien nicht in der Philosophie, sondern in demokratischen Verfahren.

## Beispiel: Die soziale Konstruktion von „Korruption“

Die Annahme von Geschenken ist im öffentlichen Dienst und zunehmend auch im privaten Sektor gesetzlich **untersagt**. Geschenke sind jedoch in bestimmten Kulturkreisen (z.B. in der arabischen Welt) **Ausdruck der Wertschätzung** der Geschäftsbeziehung und signalisieren den Respekt der Kultur des Geschäftspartners.





# Diskursiver Postpositivistischer CSR-Ansatz: Postmoderne und Postkolonialistische Management Theorie

- Postmodernismus: kritisiert alle universellen Vernunftkonzeptionen. Es gibt demzufolge keinen ultimativen Referenzpunkt (z.B. Wahrheit, Wissen, Wirtschaftsethik etc.).
  - lehnt positivistische Theorien ab, die lediglich auf etablierten Machtbeziehungen aufbauen, ohne diese zu kritisieren.
  - Ruft zu mehr Reflexion und grösserem Bewusstsein für die Vielfalt der Kulturen und die historische und kulturelle Bedingtheit moralischen Wissens auf.
  - Postmoderne Managementtheorie unterstützt die kritische Analyse von Machtverhältnissen, welche den etablierten Institutionen und sozialen Praktiken innewohnen.
- **Problem:** Die postmodernen Ansätze zeigen keinen Ausweg aus den kritisierten Bedingungen. Sie dienen der Analyse, sind aber für die Entwicklung eines Lösungsansatzes und zur normativen Orientierung von Reformbemühungen unzureichend.



## Diskursiver Postpositivistischer CSR-Ansatz: Kritische Strategieforschung nach Jürgen Habermas Diskursethik (Habermas<sub>1</sub>)

- Unternehmen brauchen eine Orientierungshilfe, die eine kritische Beurteilung des Status quo und ggf. eine Veränderung des Status quo auf der Grundlage begründeter Prinzipien ermöglicht.
- Philosophisches Prinzip: Idealer Diskurs (Habermas) aller betroffenen Anspruchsgruppen, in dem die Interessen und Argumente unabhängig von den Machtgrundlagen der Akteure zum Zuge kommen sollen.
- Konflikte sollen mithilfe rationaler Argumentation unter den kommunikativen Bedingungen eines idealen Diskurses („ideal speech situation“) beigelegt werden, in dem „all internal or external coercion other than the force of the better argument“ ausgeschlossen sind (see Phillips, 2003: 112).
- Die Herausforderung ist: „to critically explore taken-for-granted assumptions and ideologies that freeze the contemporary social order. What seems to be natural then becomes the target of ‘de-naturalization’: that is, the questioning and opening up of what has become seen as given, unproblematic and natural“ (Alvesson & Willmott, 1995).

## Probleme mit Habermas<sub>1</sub>

Kritik: Ein uneingeschränkter Diskurs mit Stakeholdern ist **utopisch**. Weder die marktwirtschaftlichen Bedingungen („sprachfreier Vollzug ökonomischer Tauschvorgänge“; Effizienzgewinne durch marktliche Koordination statt durch Verständigung), noch die Notwendigkeit, Gewinne zu erzielen und kompetitiv zu bleiben, werden dabei ausreichend berücksichtigt.



VS.





## Schlussfolgerung: Wir müssen die CSR-Debatte neu überdenken

1. Eine **pragmatische Ausrichtung**, in der die Praxis als Ausgangspunkt der Theoriebildung hergezogen wird (Dewey, 1926).
2. Eine **Priorität der Demokratie** gegenüber der Philosophie, aufgrund der Unmöglichkeit, universelle philosophische Prinzipien unter den Bedingungen des Pluralismus von Kulturen, Werten und Lebensstilen zu begründen (Habermas, 1996a; Rorty, 1991).
3. Eine **normative Theorie** für Orientierung der zunehmend auch politischen Aktivitäten von Unternehmen (Walsh, 2005).
4. Ein **diskursives Konzept von CSR**, um normative Konflikte zu lösen und Legitimität unter den Bedingungen kultureller Vielfalt und Wertpluralismus zu stiften (Habermas, 1996a).
5. Ein **globalisiertes Konzept** politischer Governance, welches auf einem Konzept von de-zentralistischer Autorität fundiert und die zunehmende politische Macht, bisher nicht-politischer und nicht-staatlicher Akteure wie Unternehmen oder NGOs, einbezieht.





## Deliberative Demokratie und der Habermas<sub>2</sub> CSR-Ansatz (I)

- Da Unternehmen bereits in politische Prozesse involviert sind, besteht die Herausforderung, diese Firmen in demokratische Prozesse einzubetten.
- Traditionellerweise beruht das liberale Konzept von Demokratie auf
  - (1) einer strikten Trennung zwischen privater und öffentlicher Sphäre und
  - (2) einer instrumentellen Auffassung von Politik: „the goal of politics is the optimal compromise between given, and irreducibly opposed private interests“ (Elster 1986, p. 103)
- In der post-nationalen Konstellation brauchen wir aufgrund (1) der schwindenden Grenzen zwischen privater und öffentlicher Sphäre, (2) des zunehmenden Wertpluralismus sowie der Vielfalt an Lebensstilen ein neues Verständnis von Demokratie. Dabei soll der Schwerpunkt auf die kommunikativen Prozesse gelegt werden: „rather than aggregating or filtering preferences, the political system should be set up with a view to changing them by public debate and confrontation“ (Elster 1986, p. 112)



## Deliberative Demokratie und der Habermas<sub>2</sub> CSR-Ansatz CSR (II)

- Der Ansatz einer deliberativen Demokratie (Habermas 1996a, 1998) bietet eine theoretische Grundlage für die Konzeptualisierung eines neuen und tragfähigeren CSR-Ansatzes, vor allem vor dem Hintergrund einer zunehmend globalisierten Welt.
- Dieser Ansatz zielt nicht auf eine utopische oder revolutionäre Alternative zur liberalen Marktwirtschaft (vgl. Habermas<sub>1</sub>). Stattdessen knüpft er an die marktwirtschaftliche Wettbewerbswirtschaft und die Effizienzvorteile einer Steuerung über das Preissystem zur gesellschaftlichen Koordination an: „it takes the imperatives of market coordination and the price system as preconditions of coordination in modern societies, while domesticating economic pressures by means of democratic reform and control“ (Scherer & Palazzo, 2007).
- Grundannahme: it is necessary to make „the routines of bargaining, campaigning, voting, and other important political activities more public-spirited in both process and outcome“ (Gutmann & Thompson, 2004: 56).



## Exkurs: Politikverständnisse im Vergleich

	<b>Liberal</b>	<b>Republikanisch</b>	<b>Deliberativ</b>
<b>Konzept des Staatsbürgers</b>	Negative Freiheiten: Kontrolle von Staatsgewalt. Schutz vor Staatsgewalt.  Bürger als „Bourgeois“	Positive Freiheiten: aktive Beteiligung an einer gemeinsamen Willensbildung.  Bürger als „Citoyen“	Integration der doppelten Rolle des Bürgers als Bourgeois und Citoyen.
<b>Rechtsbegriff</b>	Individuelle Abwehrrechte gegenüber Staat und Dritten.	Primat der objektiven Rechtsordnung.	Rechte verwirklichen und konstituieren sich in einer politischen Ordnung. „Primacy of democracy to philosophy“ (Rorty)
<b>Politische Willensbildung</b>	Kampf um Macht; Wettbewerb um Positionen.	Verständigungsorientierte öffentliche Kommunikation. Autorisierung durch den Prozess.	Interessenausgleich durch Konsens und Kompromiss; Verschränkung von Dialog und instrumenteller Politik.



## Deliberative Demokratie und der Habermas<sub>2</sub> CSR-Ansatz (III)

- Der Markt darf nicht von demokratischer Kontrolle und Prozessen der Selbstkontrolle isoliert werden (Habermas, 1996a; Gutmann & Thompson, 2004). [Markt kann Bedingungen seines Gelingens nicht selbst erzeugen.]
- Politische Entscheidungsprozesse auf der Basis von Dialog und öffentlicher Rechtfertigung, welche allen Bürgern zugänglich sind (Parker, 2002), führen zu informierteren und rationaleren Lösungen, die die Anerkennung der Entscheidungen steigert und den gegenseitigen Respekt verstärken (Fung, 2005; Gutmann & Thompson, 2004).
- Die politische Co-Verantwortung beschreibt einen langsamen Wandel von freiwilligen, patriarchalen, business-getriebenen und teilweise philanthropischen Aktionen (Porter: „Strategic Philanthropy“) hin zu einer langfristigen politischen Zusammenarbeit der Unternehmung mit staatlichen und zivilgesellschaftlichen Akteuren.



## Der Forest Stewardship Council: Ein Beispiel deliberativer CSR (I)

- 1992 an der **United Nations Conference on Environment and Development** (UNCED) schafften Regierungen es nicht, einheitliche Standards zum Schutze der Wälder zu entwickeln.
- Auf diese Lücke in der Global Governance wurde eine Gruppe von NGOs und Unternehmen aufmerksam. 1993 gründeten sie den Forest Stewardship Council (FSC).
- Heute umfasst die Organisation eine Bandbreite an Mitgliedern, welche innerhalb einer Governance-Struktur mit dem Ziel gleichberechtigter Teilnahme und Deliberation interagieren.
- Zu den Mitgliedern gehören IKEA, Menschenrechtsaktivisten, Entwicklungshilfeorganisationen, indigene Menschengruppen als auch Umwelt-NGOs.





## Der Forest Stewardship Council: Ein Beispiel deliberativer CSR (I)

- Die Generalversammlung als die höchste Entscheidungsinstanz des FSC ist in drei Mitgliedskammern unterteilt, Umwelt, soziale Umwelt und Wirtschaft, um ein Gleichgewicht der Mitgliedsstimmen zu erreichen.
- Der FSC hat eine Zertifizierungsverfahren für Holz und Holzprodukte entwickelt, welches von unabhängigen Gremien durchgeführt wird. Der Zertifizierungsprozess umfasst strenge Standards und unabhängige Monitoring-Prozesse, was zu einer breiten Akzeptanz des FSC bei kritischen NGOs führt.
- Der FSC kann als Beispiel dafür gesehen werden, wie Unternehmen durch die (Mit-)gründung einer neuen Global Governance Institution an der Schnittstelle zwischen globalem Business und der globalen Zivilgesellschaft, gesellschaftliche Probleme angehen können.

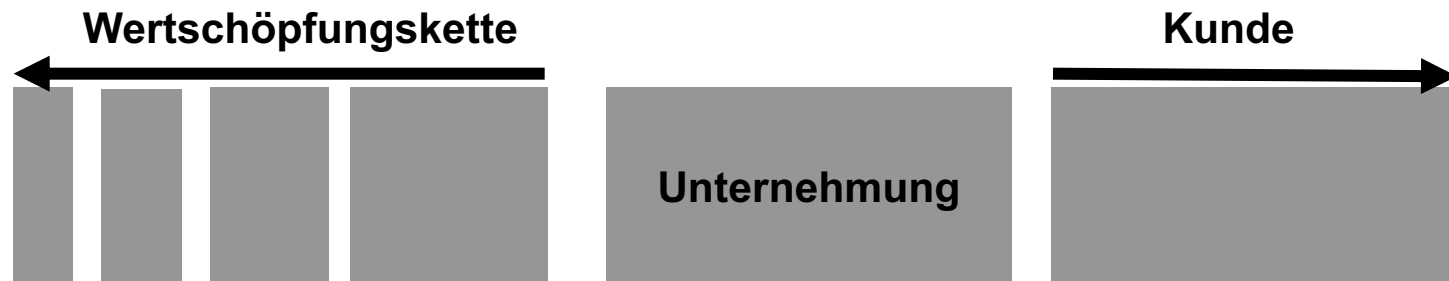


## Zusammenfassung: In Richtung eines Habermas<sub>2</sub> CSR-Ansatz

1. Wir schlagen ein **deliberatives CSR-Konzept** (Habermas<sub>2</sub>) vor, das den diskursiven Link zwischen der Zivilgesellschaft und dem Staat aufgreift.
2. Das deliberative Konzept zielt auf die Einbettung der Macht der Unternehmen in **demokratische Entscheidungs- und Kontrollprozesse**, insbesondere in einem transnationalen Kontext, wo rechtliche und moralische Regulation unvollständig verwirklicht ist (failed/failing states, pluralism of jurisdictions and morals).
3. Der Untersuchungsfokus verschiebt sich weg von der blossen Analyse von Unternehmensreaktionen auf äusseren Druck von Stakeholdern hin zur Analyse der Rolle der Unternehmung **im Prozess** (nationaler und transnationaler) **öffentlicher Willensbildung und des Beitrags der Unternehmung zur Bereitstellung öffentlicher Güter**.



# Zusammenfassung: Die politische Expansion von CSR



↓  
**Global Governance**



MAX HAVELAAR



[www.cleanclothes.ch/](http://www.cleanclothes.ch/)



## **Offene Fragen (zur Bearbeitung im Selbststudium):**

- Wie kann die Qualität öffentlicher Deliberation gewährleistet werden?
- An welcher Stelle beginnt die politische Verantwortung von Unternehmen? Wo endet diese?
- Welche Rolle können und sollen neue Medien für die öffentliche Deliberation spielen?



## Lernziele

Nach dieser Vorlesung sollten Sie ...

- ... die positivistischen und postpositivistischen CSR-Ansätze unterscheiden und kritisch diskutieren können.
- ... den Habermas<sub>2</sub> Ansatz zu CSR am Beispiel des Forest Stewardship Councils erläutern und diskutieren können.
- ... in der Lage sein, einen kritischen Vergleich und eine Diskussion des liberalen, republikanischen, und deliberativen Demokratiemodells vorzunehmen.



## Literatur

- Alvesson, M./Willmott, H. (1995): Strategic Management as Domination and Emancipation: From Planning and Process to Communication and Praxis, in: *Advances in Strategic Management*, 12A: 85–112.
- Bowie, N. E. (1999). *Business Ethics: A Kantian Perspective*. Oxford: Blackwell.
- Dewey, J. (1925): Existence, value and Criticism, in: Boydston, J. A. (Hrsg.): *Experience and Nature: The Later Works, 1925–1952*, Vol. 1: 295–326. Carbondale, IL: Carbondale University Press.
- Donaldson, T./Dunfee, T. W. (1994): Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory, in: *Academy of Management Review*, 19, S. 252–284.
- Donaldson, T./Dunfee, T. W. (1999): *Ties that bind*. Boston: Harvard Business School Press.
- Dunfee, T. W./Fort, T. L. (2003): Corporate Hypergoals, Sustainable Peace, and the Adapted Firm, in: *Vanderbilt Journal of Transnational Law*, 35, 549–615.
- Elster, J. (1986): The market and the Forum: Three varieties of Political Theory, in: Elster, J./Hyland, A. (Hrsg.): *Foundations of social choice theory*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 103–132.
- Fung, A. (2005): Deliberation before the revolution. *Political Theory*, Vol. 33, S. 397–419.
- Goodpaster, K. (1998): Business Ethics, in: Cooper, G. L./Argyris, C. (Hrsg.): *The concise Blackwell Encyclopedia of Management*, Oxford: Blackwell, S. 56–60.
- Gutmann, A./Thompson, F. (2004): *Why deliberative democracy?* Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Habermas, J. (1996a): *Between Facts and Norms*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Habermas, J. (1996b): Drei normative Modelle der Demokratie, in: ders.: *Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, S. 277–292.
- Habermas, J. (1998): Three Normative Models of Democracy, in: ders.: *The Inclusion of the Other*, Cambridge, MA: MIT Press, S. 239–252.



## Literatur

- Jones, T. M. (1995): Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics, in: *Academy of Management Review*, Vol. 20, S. 404–437.
- Margolis, J. D./Walsh, J. P. (2003): Misery loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business, in: *Administrative Science Quarterly*, Vol. 48, S. 268–305.
- Parker, C. (2002): *The Open Corporation: Effective Self-regulation and Democracy*. New York: Cambridge University Press, New York.
- Phillips, R. (2003): *Stakeholder Theory and Organizational Ethics*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Rorty, R. (1991): The Priority of Democracy to Philosophy, in: (ders.) (Hrsg.): *Objectivity, Relativism, and Truth: Philosophical Papers*, Vol. 1, Cambridge: Cambridge University Press, S. 175–196.
- Scherer, A. G. (2018). Theory assessment and agenda setting in Political CSR: A critical theory perspective. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 20, S. 387–410.
- Scherer, A. G./Palazzo, G. (2007). Toward a Political Conception of Corporate Responsibility: Business and Society seen from a Habermasian Perspective, in: *Academy of Management Review*, Vol. 32, S. 1096–1120.
- Scherer, A. G./Palazzo, G. (2011): The New Political Role of Business in a Globalized World: A Review of a New Perspective on CSR and its Implications for the Firm, Governance, and Democracy, in: *Journal of Management Studies*, Vol. 48, S. 899–931.
- Scherer, A. G./Rasche, A./Palazzo, G./Spicer, A. (2016): Managing for Political Corporate Social Responsibility – New Challenges and Directions for PCSR 2.0, in: *Journal of Management Studies*, Vol. 53, S. 273–298.
- Solomon, R. C. (1993): *Ethics and Excellence*. Oxford: Oxford University Press.
- Sundaram, A. K./Inkpen, A. C. (2004). The Corporate Objective revisited, in: *Organization Science*, Vol. 15, S. 350–363.
- Walsh, J. P. (2005): Book Review Essay: Taking stock of Stakeholder Management, in: *Academy of Management Review*, Vol. 30, S. 426–452.