



## Seminar 0013 Theorien der Multinationalen Unternehmung

Herbstsemester 2018

### Administrative Hinweise:

Zeit/Ort: Dienstag, 10:15 – 12:00 Uhr, Raum: Seminarraum UNK-E-2,  
Universitätsstr. 84, 8006 Zürich, Beginn: 18.09.2018.

Der Leistungsnachweis erfolgt durch Referat, regelmässige Teilnahme und Seminararbeit. Die Themenvergabe erfolgt in der ersten Veranstaltung am 18.09.2018 (durch verbindliche Übernahme eines Referats). Eine Mehrfachvergabe der Themen ist erst möglich, nachdem alle Themen vergeben sind. Um den Seminarcharakter zu erhalten, ist die Teilnehmerzahl auf 24 beschränkt.

Der An- und gleichzeitig auch Abmeldeschluss für die Modulbuchung ist der 12. Oktober 2018. Ein erfolgreicher Abschluss des Seminars ergibt drei ECTS Punkte. Diese sind für Bachelorstudierende im Wahlpflichtbereich Business Policy & Governance (BWL 5), Wahlbereich OEC und Wahlbereich WWF anrechenbar. Im Seminar ist ein Reader mit der einführenden Literatur erhältlich (verbindliche Bestellung in der ersten Seminarstunde). Termin zur Abgabe der Seminararbeit ist der **06. Januar 2018**.

### Inhalt des Kurses:

Dieses Seminar behandelt die Grundfragen und Theorien der Multinationalen Unternehmung. Ziel soll es sein, die Rolle der Multinationalen Unternehmung in der Globalisierung aus verschiedenen theoretischen Blickwinkeln zu analysieren und Erklärungsversuche für empirisch beobachtbare Phänomene auf unterschiedlichen Analyseebenen (Gesellschaft, Unternehmung, Individuum) zu entwickeln. Am Ende sollen Sie in der Lage sein, die aktuellen Entwicklungen in diesem Forschungsgebiet zu kennen und zu beurteilen sowie eigenständige und weitergehende Überlegungen anzustellen.



Im Zuge der Globalisierung hat sich die Rolle der Multinationalen Unternehmung (MNU) gewandelt. Die Globalisierung ist durch eine zunehmende weltweite Vernetzung politischer, ökonomischer und sozialer Prozesse sowie die Schwächung nationalstaatlicher Regelungsgewalt gekennzeichnet. Aufgrund der entstehenden Regelungslücke können die MNU einerseits nach ökonomischen Gesichtspunkten aus alternativen Rechtsordnungen auswählen, andererseits wächst ihnen eine neue auch politische Verantwortung für die Entwicklung akzeptabler Rahmenbedingungen des Wirtschaftens zu. Die Unsicherheit über die Rolle der MNU lässt sich sowohl anhand der einschlägigen, wissenschaftlichen Literatur sowie mittels



empirischer Befunde belegen. Auf der einen Seite werden die MNU in der ökonomischen Theorie der Firma als ökonomische Akteure modelliert, die ausschliesslich dem Eigennutz bzw. den Rendite-Zielen der Shareholder verpflichtet sind und entsprechend – empirisch beobachtbar – Regularbitrage betreiben. Auf der anderen Seite lassen sich empirische Phänomene wie das soziale oder ökologische Engagement der MNUs oder die Teilnahme am UN Global Compact (UNGC) durch Konzepte wie Corporate Social Responsibility (CSR) oder Corporate Citizenship (CC) theoretisch und empirisch untermauern. Diese zeigen eine alternative Perspektive zur Shareholder-Value zentrierten Betrachtungsweise auf und problematisieren die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmung. Die durch die Globalisierung weiter vorangetriebenen Entwicklungen erfordern eine Neubestimmung der Rolle der multinationalen Unternehmung. Eine umfassende Theorie, welche die Vielfalt der ökonomisch und gesellschaftlich verantwortlichen Rollen der MNU integrieren kann, steht bisher aus.

Ziel dieses Seminars ist es daher, der Frage nach der bzw. den geeigneten Theorien der Multinationalen Unternehmung im Kontext der Globalisierung nachzugehen und das Theorieangebot auf verschiedenen Analyseebenen (Gesellschaft, Unternehmung, Individuum) zu diskutieren. Das Seminar behandelt dabei schwerpunktmässig das Thema einer erweiterten ökologischen und sozialen Verantwortung von Unternehmen, so wie es unter dem Stichwort „Corporate Social Responsibility“ bzw. „Corporate Citizenship“ in der Literatur aus verschiedenen theoretischen Blickwinkeln diskutiert wird. Darüber hinaus befasst sich das Seminar mit Sozialunternehmertum (Social Entrepreneurship).

Die Seminarnote setzt sich zu 40% aus der Vortragsleistung, 50% aus der Seminararbeit und 10% aus der aktiven Beteiligung im Unterricht zusammen. Das Referat wird entweder einzeln oder im Team zu zweit bearbeitet (entsprechend Vorgaben und Absprachen mit der Kursleitung). Das Referat sollte ca. 25 Minuten umfassen sowie einen interessanten Diskussionsteil mit dem Publikum einplanen (beispielsweise im Verlauf des Referats; entsprechend verlängert sich die Präsentationszeit). Die Seminararbeit ist inhaltlich im selben Grobthemenbereich wie das Referat angesiedelt, behandelt jedoch üblicherweise eine vertiefte Forschungsfrage (diese ist mit der Kursleitung abzusprechen). Die aktive Beteiligung umfasst die Mitarbeit im Unterricht (Diskussionsteilnahme) und eine kleine Gruppenarbeit.

### **Veranstaltungsgliederung:**

- I. Die Multinationale Unternehmung und Globalisierung: Einführung und Begriffsdefinitionen
- II. Ansätze zu einer Theorie der Multinationalen Unternehmung und Unternehmensverantwortung
- III. Sozialunternehmertum als Pendant zu sozial verantwortlichen Multinationalen Unternehmungen



### Allgemeine einführende Literatur (im Reader enthalten):

- Aharoni, Y. (2013). The road to relevance. In: T. M. Devinney, T., Pedersen, & L. Tihanyi (Eds.), *Advances in international management: Volume 26 - Philosophy of science and meta-knowledge in international business and management* (pp. 127–169), Bingley: Emerald.
- Bansal, P. (2003). From issues to actions: The importance of individual concerns and organizational values in responding to natural environmental issues. *Organization Science*, 14(5), 510–527.
- Battilana, J., & Lee, M. (2014). Advancing research on hybrid organizing—Insights from the study of social enterprises. *Academy of Management Annals*, 8(1), 397–441.
- Boddeyn, J. (2014). The power of concepts, typologies, theories and methodologies in IBGR research. *Working Paper presented at the Academy of Management Annual Meeting 2014*, Philadelphia, USA.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32, 946–967.
- Crane, A., Matten, D., & Moon, J. (2008). The emergence of corporate citizenship: Historical development and alternative perspectives. In: A.G. Scherer, & G. Palazzo (Eds.), *Handbook of research on global corporate citizenship* (pp. 25–49), Cheltenham: Edward Elgar.
- Crane, A., Palazzo, G., Spence, L.J., & Matten, D. (2014). Contesting the value of "creating shared value". *California Management Review*, 56(2), 130–149.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203–1213.
- Doh, J. P., Howton, S. D., Howton, S. W., & Siegel, D. S. (2010). Does the market respond to an endorsement of social responsibility? The role of institutions, information, and legitimacy. *Journal of Management*, 36(6), 1461–1485.
- Garriga, E. & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51–71.
- Griggs, D., Stafford-Smith, M., Gaffney, O., Rockstrom, J., Ohman, M. C., Shyamsundar, P., Steffen, W., Glaser, G., Kanie N., & Noble, I. (2013). Policy: Sustainable development goals for people and planet. *Nature*, 495(7441), 305–307.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105–130.
- Jensen, M.C. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 235–256.
- Kutschker, M. & Schmid, S. (2008). *Internationales Management* (6. Auflage, pp. 239–255; 377–381; 424–431; 458–479), Oldenbourg: München.
- Mair, J., Mayer, J., & Lutz, E. (2015). Navigating institutional plurality: Organizational governance in hybrid organizations. *Organization Studies*, 36(6), 713–739.
- McWilliams, A. & Siegel, D. S. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127.
- Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., & Vogus, T. J. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 37(4), 616–640.





- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.
- Post, J.E., Preston, L.E., & Sachs, S. (2002). Managing the extended enterprise: The new stakeholder view. *California Management Review*, 45(1), 6–28.
- Scherer, A. G. & Palazzo, G. (2008). Globalization and corporate social responsibility. In: A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. S. Siegel (Eds.): *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (pp. 413–431), Oxford: Oxford University Press.
- 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. *Journal of Management Studies*, 48(4), 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. *Journal of Management Studies*, 53 (3), 273–298.
- Voegtlin, C., & Scherer, A. G. (2017). Responsible innovation and the innovation of responsibility: Governing sustainable development in a globalized world. *Journal of Business Ethics*, 143(2), 227-243.
- Wry, T., & York, J. G. (2017). An identity-based approach to social enterprise. *Academy of Management Review*, 42(3), 437-460.

### Überblicksliteratur und Nachschlagewerke:

- Bhagwati, J. (2004). *In defense of globalization*, Oxford: Oxford University Press.
- Beck, U. (1998). *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf die Globalisierung (5. Auflage)*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Chandler, A. D. Jr. & Mazlish, B. (Eds.) (2005). *Leviathans: Multinational corporations and the new global history*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., & Siegel, D.S. (2008). *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, Oxford: Oxford University Press, published online:  
<http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199211593.001.0001/oxfordhb-9780199211593>.
- Devinney, T. M., Pedersen, T., & Tihanyi, L. (Eds.) (2013). *Advances in international management: Volume 26 - Philosophy of science and meta-knowledge in international business and management*, Bingley: Emerald.
- Forsgren, M. (2008). *Theories of the multinational firm. A multidimensional creature in the global economy*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Grimsey, D. & Lewis, M. K. (2004). *Public private partnerships*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Habermas, J. (1998). *Die postnationale Konstellation. Politische Essays*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hale, T. & Held, D. (Eds.) (2011). *The handbook of transnational governance: Institutions and innovations*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D., & Perraton, J. (1999). *Global transformations: Politics, economics, and culture*, Cambridge: Cambridge University Press.



- Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2010). *Internationales Management* (5. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Ihlen, Ø., Bartlett, J.L., & May, S. (2011). *The handbook of communication and corporate social responsibility*, London: Wiley-Blackwell.
- Kieser, A. & Ebers, M. (Eds.) (2014). *Organisationstheorien* (7. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Kieser, A. & Walgenbach, P. (2010). *Organisation* (6. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Kutschker, M. & Schmid, S. (2008). *Internationales Management* (6. Auflage), München.
- Oesterle, M. & Schmid, S. (2009). *Internationales Management – Forschung, Lehre, Praxis*, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M., & Royer, S. (2012). *Organisation: Eine ökonomische Perspektive* (6. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Punnett, B.J. & Shenkar, O. (Eds.) (2004). *Handbook of international management research* (2<sup>nd</sup> edition), Cambridge: Cambridge University Press.
- Putterman, L. & Kroszner, R.S. (1997). *The economic nature of the firm* (2<sup>nd</sup> edition), Cambridge: Cambridge University Press.
- Rugman, A.M. (Eds.) (2009). *The Oxford handbook of international business* (2<sup>nd</sup> edition), Oxford: Oxford University Press, published online: <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199234257.001.0001/oxfordhb-9780199234257>.
- Scherer, A.G. (2003). *Multinationale Unternehmen und Globalisierung. Zur Neuorientierung der Theorie der Multinationalen Unternehmung*, Heidelberg: Physica Verlag.
- Scherer, A.G. & Palazzo G. (Eds.) (2008). *Handbook of research on global corporate citizenship*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Tsoukas, H. & Knudsen C. (2005). *The Oxford handbook of organization theory*, Oxford: Oxford University Press, published online: <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199275250.001.0001/oxfordhb-9780199275250-e-2>.

### Hinweise zur Anfertigung von Referat und Seminararbeit:

Zur Gestaltung von Seminararbeit und Referat wird während des Seminars noch einmal auf die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens eingegangen. Es wird jedoch vorausgesetzt, dass sich die Seminarteilnehmer zusätzlich bereits vor Beginn von Seminararbeit und Referat selbständig die notwendigen Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens aneignen.

#### *Einstiegsliteratur:*

- Bänsch, A. & Alewell, D. (2013). *Wissenschaftliches Arbeiten* (13. Auflage), München: Oldenbourg.
- Theisen, R. (2011). *Wissenschaftliches Arbeiten* (15. Auflage), München: Oldenbourg.
- Sachs, S., Hauser, A. (2002). *Das ABC der betriebswirtschaftlichen Forschung: Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten*, Zürich: Versus.

Zusätzlich sind auf der Lehrstuhlhomepage relevante Hinweise sowie Kriterien zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten abrufbar (Download-Kasten auf: <http://www.business.uzh.ch/professorships/as/themenliste.html>).



- I. Die Multinationale Unternehmung und Globalisierung: Einführung und Begriffsdefinitionen

**Session 1 (Einführung durch die Kursleitung): Themenvorstellung, Referatsvergabe und Hinweise zur Vorbereitung von Referat und Seminararbeit**

In der ersten Sitzung werden die Themen des Seminars vorgestellt und die Referatsthemen an die Studenten vergeben. Die Kursleitung geht auf die administrativen Details des Seminars ein und gibt eine erste Einführung zu Referat und Seminararbeit.

**Session 2 (Einführung durch die Kursleitung): Multinationale Unternehmen in der globalisierten Welt: Zwischen ökonomischem Kalkül und politischer Verantwortung**

*Problemstellung:*

In dieser Veranstaltung wird einleitend herausgearbeitet, was unter dem Begriff der Multinationalen Unternehmung (MNU) zu verstehen ist. Darauf aufbauend wird aufgezeigt, wie sich im Zuge der Globalisierung deren Rolle gewandelt hat. Die Globalisierung ist durch eine zunehmende weltweite Vernetzung politischer, ökonomischer und sozialer Prozesse, sowie die Schwächung nationalstaatlicher Regelungsgewalt gekennzeichnet. In diesem Spannungsfeld wird die Rolle der MNU untersucht. Dies geschieht einerseits durch ihre Modellierung als ökonomischer Akteur, andererseits durch die Berücksichtigung von theoretischen Konzepten wie Corporate Social Responsibility (CSR) oder Corporate Citizenship (CC). Diese Einführungsveranstaltung liefert Grundlagen zum Verständnis der zentralen Begriffe, auf die die weiteren Veranstaltungen aufbauen werden und die Sie bei Ihren eigenen Überlegungen einbauen können.

*Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

- Beck, U. (1997). Was ist Globalisierung?, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 13–32.
- Busch, A. (1998). Die Globalisierungsdebatte: Ein einführender Überblick über Ansätze und Daten. In: A. Busch & T. Plümper (Eds.), *Nationaler Staat und internationale Wirtschaft: Anmerkungen zum Thema Globalisierung* (pp. 13–40). Baden-Baden: Nomos.
- Buckley, P (2003). Globalization and the multinational enterprise. In: D. O. Faulkner & A. Campbell (Eds.), *The Oxford handbook of strategy, Volume II: Corporate strategy* (pp. 206–234). Oxford: Oxford University Press.
- Dicken, P. (2010). *Global shift: Mapping the changing contours of the world economy* (6<sup>th</sup> edition), London: Sage.
- Kobrin, S.J. (2009). Sovereignty@bay: Globalization, multinational enterprise, and the international political system. In: A.M. Rugman, (Ed.), *The Oxford handbook of international business* (2<sup>nd</sup> edition, pp. 183–204), Oxford: Oxford University Press.
- Roach, B. (2005): A primer on multinational corporations. In: A.D. Jr. Chandler & B. Mazlish (Eds.). *Leviathans: Multinational corporations and the new global history* (pp. 19–44). Cambridge: Cambridge University Press.
- Scherer, A.G. (2003): *Multinationale Unternehmen und Globalisierung: Zur Neuorientierung der Theorie der Multinationalen Unternehmung*, Heidelberg: Physica Verlag.



- Scherer, A. G. & Palazzo, G. (2008): Globalization and corporate social responsibility. In: A. Crane, A., McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. S. Siegel (Eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (pp. 413–431). Oxford: Oxford University Press.
- 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, *Journal of Management Studies*, 48(4), 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. *Journal of Management Studies*, 53 (3), 273–298.
- Scherer, A.G., Palazzo, G., & Matten, D. (2009). Globalization as a challenge for business responsibilities, *Business Ethics Quarterly*, 19(3), 327–347.

### **Session 3 (Studierenden-Referat): Einführung in die Theorien der Internationalen Unternehmung: Begriffe, Funktionen und Systematisierung**

#### *Problemstellung:*

Diese Veranstaltung führt in das allgemeine Thema des Seminars ein. Im Fokus dieser Thematik steht die Darstellung der wesentlichen Theorien der multinationalen oder internationalen Unternehmung. Durch die Vielfalt der verschiedenen Fragestellungen, die im Rahmen der Theorie der Internationalen Unternehmung untersucht werden, gibt es nicht einen einzelnen Ansatz. Vielmehr kann die Theorie der Internationalen Unternehmung als ein Konglomerat verschiedener, zum Teil konkurrierender und auch widersprüchlicher Ansätze verstanden werden. In diesem Referat soll herausgearbeitet werden, was unter einem Ansatz zur Theorie der Unternehmung grundsätzlich zu verstehen ist und wie sich solche Ansätze sinnvoll systematisieren lassen. Es soll zudem gezeigt werden, in welchem Ausmass sich die Internationalisierung in den vorliegenden Ansätzen niederschlägt.

#### *Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

- Aharoni, Y. (2013). The road to relevance. In: T. M. Devinney, T. Pedersen, & L. Tihanyi (Eds.). ***Advances in international management: Volume 26 - Philosophy of science and meta-knowledge in international business and management*** (pp. 127–169), Bingley: Emerald.
- Burrell, G., & Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organizational analysis*, London: Sage.
- Gioia, D., & Pitre, E. (1990). Multiparadigm perspectives on theory building, *Academy of Management Review*, 15(4), 584–602.
- Hennart, J.-F. (2001). Theories of the multinational enterprise. In: A.M. Rugman, T.L. Brewer (Eds.), *The Oxford handbook of international business* (pp. 181–205), Oxford: Oxford University Press.
- Hennart, J.-F. (2013). From the American challenge to the dragons at your door: Forty years of work on the theory of the multinational enterprise. In: T. M. Devinney, T. Pedersen, & L. Tihanyi (Eds.), *Advances in international management: Volume 26 - Philosophy of science and meta-knowledge in international business and management* (pp. 5–34), Bingley: Emerald.



- Kutschker, M. & Schmid, S. (2008). Internationales Management (6. Auflage, pp. 239–255; 377–381; 424–431; 458–479), München: Oldenbourg.**
- Scherer, A.G. (2001). Kritik der Organisation oder Organisation der Kritik? Wissenschaftstheoretische Bemerkungen zum kritischen Umgang mit Organisationstheorien. In: A. Kieser (Hrsg.), *Organisationstheorien* (4. Auflage, S. 1–37), Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Welge, M. K. & Holtbrügge, D. (2006). *Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien* (4. Auflage, S. 53–80), Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Windspurger, J. (1999). Die Entwicklung der Unternehmenstheorie seit Gutenberg. In: H. Albach, E. Eymann, A. Luhmer, & M. Steven (Hrsg.), *Die Theorie der Unternehmung in Forschung und Praxis* (S. 146–166), Berlin: Springer.

II. Ansätze zu einer Theorie der Multinationalen Unternehmung und Unternehmensverantwortung

**Session 4 (Einführung durch die Kursleitung): Corporate Social Responsibility und die Theorie der Unternehmung: Eine Einführung in die Theorien der erweiterten Unternehmensverantwortung**

*Problemstellung:*

Als Corporate Social Responsibility (CSR) wird unternehmerisches Handeln bezeichnet, welches über die eigentliche Geschäftstätigkeit eines Unternehmens hinausgeht. Für Unternehmen besteht aufgrund veränderter Umweltbedingungen (insbesondere der Globalisierung und verbesserter Informations- und Kommunikationstechnologien) der Druck, sich zunehmend mit dieser Thematik auseinander zu setzen. Diese erweiterte soziale Rolle der Unternehmung in der Gesellschaft wird dabei aus unterschiedlichen theoretischen Blickwinkeln diskutiert. Ziel der Veranstaltung ist es, die Entwicklung der Ansätze zur Corporate Social Responsibility aufzuzeigen und die verschiedenen Ansatzpunkte gegeneinander abzugrenzen.

*Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

- Crane, A, Matten, D., & Moon, J. (2008). The emergence of corporate citizenship: Historical development and alternative perspectives. In: A.G. Scherer, G. Palazzo (Eds.), *Handbook of research on global corporate citizenship* (pp. 25–49), Cheltenham: Edward Elgar.**
- Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., & Siegel, D.S. (2008). *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, Oxford: Oxford University Press, published online:  
<http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199211593.001.0001/oxfordhb-9780199211593>.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38, 268–295.
- Donaldson, T. & Dunfee, T.W. (1994). Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory. *Academy of Management Review*, 19(2), 252–284.





- Donaldson, T. & Dunfee, T. W. (1999). *Ties that bind*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Garriga, E. & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51–71.**
- Scherer, A.G. & Palazzo G. (Eds.) (2008). *Handbook of research on global corporate citizenship*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Sundaram, A.K. & Inkpen, A.C. (2004). The corporate objective revisited. *Organization Science*, 15(3), 350–363.
- Waddock, S. (2008). Corporate responsibility/corporate citizenship: The development of a construct. In: A.G. Scherer, & G. Palazzo (Eds.), *Handbook of research on global corporate citizenship* (pp. 25–49), Cheltenham: Edward Elgar.

### **Session 5 (Studierenden-Referat): Die institutionenökonomische Theorie der Unternehmung: An Economic View on Corporate Social Responsibility (CSR)**

#### *Problemstellung:*

Im Mittelpunkt der institutionenökonomischen oder modernen Theorie der Unternehmung stehen Institutionen und deren Auswirkungen auf menschliches Verhalten. Die Grundannahmen über das menschliche Verhalten und den Zweck von Organisationen, die in diesen Theorien getroffen werden, gelten als Referenz für viele Modelle und Theorien in der betriebswirtschaftlichen Diskussion. Im Zuge der aktuellen Diskussion um die soziale Verantwortung von Unternehmen werden sie auch auf die ökonomische Sichtweise von CSR übertragen. Ziel dieses Referates ist es, die Grundannahmen der institutionenökonomischen Theorien darzustellen und herauszuarbeiten, was aus der Sicht der „Economic View“ eine sozial verantwortliche Unternehmung bedeutet. Wünschenswert wäre eine kritische Stellungnahme.

#### *Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

- Baron, D. P. (2009). A positive theory of moral management, social pressure, and corporate social performance. *Journal of Economics and Management Strategy*, 18(1), 7–43.
- Coase, R. (1937). The nature of the firm, *Economica* 4, 386–405. Reprint in:  
L. Putterman, & R.S. Kroszner (Eds.) (1996). *The economic nature of the firm: A reader* (2<sup>nd</sup> edition, pp. 89–104), Cambridge: Cambridge University Press.
- Demsetz, H. (1997). *The economics of the business firm: Seven critical commentaries*, Cambridge: Cambridge University Press, 15–39.
- Ebers, M. & Gotsch, W. (2001). Institutionenökonomische Theorien der Organisation. In: A. Kieser (Hrsg.), *Organisationstheorien* (4. Auflage, S. 199–251) Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Jensen, M.C. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 235–256.**
- Jones, T.M. & Felps, W. (2013). Shareholder wealth maximization and social welfare: A utilitarian critique. *Business Ethics Quarterly*, 23(2), 207–238.
- Ludescher, J.C., McWilliams, A., & Siegel, D.S. (2008). The economic view of corporate citizenship. In: A.G. Scherer, & G. Palazzo (Eds.), *Handbook of research on global corporate citizenship* (pp. 315–342), Cheltenham: Edward Elgar.



- McWilliams, A. & Siegel, D. S. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127.**
- Rygh, A. (2013). Inherited philosophy of science? Economics and international business research. In: T. M. Devinney, T. Pedersen, & L. Tihanyi (Eds.), *Advances in international management: Volume 26 - Philosophy of science and meta-knowledge in international business and management* (pp. 91–125), Bingley: Emerald.
- Smith, A. (1776). An inquiry into the nature and causes of The wealth of nations. Excerpt reprint in: L. Putterman, & R.S. Kroszner (Eds.) (1996), *The economic nature of the firm: A reader* (2<sup>nd</sup> edition, pp. 35–45), Cambridge, UK.
- Sundaram, A.K. & Inkpen, A.C. (2004). The corporate objective revisited. *Organization Science*, 15, 350–363.

### **Session 6 (Studierenden-Referat): Neo-Institutionalismus: Legitimierungszwänge für die Multinationale Unternehmung und ihr Einfluss auf die Unternehmensverantwortung**

#### *Problemstellung:*

Die Fragen nach der sozialen Verantwortung von Unternehmen hat in den letzten Jahren eine zunehmende Aufmerksamkeit in der öffentlichen Diskussion erfahren. Damit einhergehend haben sich auch die Erwartungen des institutionellen Umfelds an die soziale und ökologische Verantwortung von multinationalen Unternehmen verändert. Die Ansätze des Neo-Institutionalismus suchen Erklärungen für die Institutionalisierung von CSR-Praktiken und deren Einflussfaktoren. Aus neo-institutionalistischer Sicht werden Veränderungen in Organisationen durch die Erwartungen und Anforderungen ihrer Umwelt beeinflusst. Diese Anpassungen an die Erwartungen der Umwelt dienen der Organisation dazu, sich Legitimität zu verschaffen. Ziel der Veranstaltung soll es sein, die theoretische Sichtweise zu erläutern und ihren Erklärungsgehalt für die Veränderungen der erweiterten Unternehmensverantwortung von MNU zu evaluieren.

#### *Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

- Berger, P. L. & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality*, New York: Penguin.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 946–967.**
- DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields, *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
- Doh, J. P. & Guay, T. R. (2006). Corporate social responsibility, public policy, and NGO activism in Europe and the United States: An institutional-stakeholder perspective. *Journal of Management Studies*, 43(1), 47–73.
- Doh, J. P., Howton, S. D., Howton, S. W., & Siegel, D. S. (2010). Does the market respond to an endorsement of social responsibility? The role of institutions, information, and legitimacy. *Journal of Management*, 36(6), 1461–1485.**
- Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K., & Suddaby, R. (2008). *The Sage handbook of organizational institutionalism*, London: Sage.



Kieser, A., & Ebers, M. (Hrsg.) (2014). *Organisationstheorien* (7. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Lawrence, T. B. & Suddaby, R. (2006): Institutions and institutional work. In: S. Clegg, C. Hardy, T. Lawrence, & N. R. Walter (Eds.). *The Sage handbook of organization studies* (pp. 215–254), London.

### **Session 7 (Studierenden-Referat): Die strategiebasierte Theorie der Unternehmung und globalisierte Märkte: Der Stakeholder-View of the Firm und das Konzept des „Shared Value Creation“**

Aus Sicht der strategiebasierten Theorie der Unternehmung wird die Frage gestellt, warum manche Organisationen Wettbewerbsvorteile gegenüber Ihren Konkurrenten haben. Die beiden traditionellen Strömungen in diesem Bereich stützen sich in ihren Erklärungen auf die Chancen und Risiken des Marktes oder auf die Stärken und Schwächen der Unternehmensressourcen. Ergänzend dazu hat sich in jüngster Zeit der Stakeholder-View als strategische Theorie etabliert. Diese erklärt Wettbewerbsvorteile über ein erfolgreiches Stakeholder Management. Viele Verfechter der Stakeholdertheorie gehen dabei von der Möglichkeit zur „Shared Value Creation“ zwischen Unternehmen und Stakeholdern aus. Ziel dieses Referats soll es sein, in die Stakeholdertheorie einzuführen und die Potentiale und Limitationen des „Shared Value Creation“-Konzeptes kritisch zu beleuchten.

*Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantages. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.

Barney, J.B. & Arian, A.M. (2001). The resource-based view: Origins and implications. In: M.A. Hitt, R. E. Freeman, & J. S. Harrison (Eds.), *The Blackwell handbook of strategic management* (pp. 124–188), London: Wiley-Blackwell.

Barney, J.B., Wright, M., & Ketschen, D.J.Jr. (2001). The resource-based view of the firm: Ten Years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625–641.

**Crane, A., Palazzo, G., Spence, L.J., & Matten, D. (2014). Contesting the value of "creating shared value". *California Management Review*, 56(2), 130–149.**

Philipps, R. A. (Ed.) (2011). *Stakeholder theory: Impact and prospects*, Cheltenham: Edward Elgar.

Freeman, R.E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Cambridge University Press.

Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014.

Porter, M.E. (1989). Wettbewerbsvorteile (Competitive Advantage): Spitzenleistungen erreichen und behaupten, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 19–50.

**Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.**

Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value: How to reinvent capitalism - and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.



**Post, J.E., Preston, L.E., & Sachs, S. (2002). Managing the extended enterprise: The new stakeholder view. *California Management Review*, 45(1), 6–28.**

Post, J.E., Preston, L.E., & Sachs, S. (2002). *Redefining the corporation: Stakeholder management and organizational wealth*, Stanford: Stanford University Press.

Scherer, A.G. & Patzer, M. (2011). Where is the theory in stakeholder theory? – A meta-analysis of the pluralism in stakeholder theory. In: Phillips, R. (Ed.), *Stakeholder theory: Impact and prospects* (pp. 140–162), Cheltenham: Edward Elgar.

### **Session 8 (Studierenden-Referat): Die Unternehmung im Spannungsfeld der Globalisierung: Die Unternehmung als politischer Akteur**

#### *Problemstellung:*

Die Globalisierung geht einher mit der Auflösung territorialer gebundener sozialer, ökonomischer und politischer Aktivitäten. Gleichzeitig verliert der Nationalstaat zum Teil seine Regelungsgewalt über die neu entstehenden, global vernetzten Akteure, hier insbesondere die multinational agierenden Unternehmen. Es entstehen Räume, die nicht einer rechtlichen Rahmenordnung unterliegen und die sich der Durchsetzung geltenden (nationalen) Rechts entziehen. Empirisch lässt sich beobachten, dass sich Unternehmen dabei auf zwei Arten verhalten. Zum einen nutzen sie diese Governance-Lücken um sich strategisch-instrumentelle Vorteile zu schaffen, zum anderen arbeiten sie aber auch an der Schliessung dieser Lücken mit, indem sie als politische Akteure an dem Prozess der Regelsetzung teilnehmen. Diese Entwicklungen haben Auswirkungen auf die Rolle der Unternehmung sowohl in der Praxis als auch in ihrer theoretischen Konzeptionalisierung. Die Beiträge für diese Veranstaltung adressieren diese neuen Entwicklungen. Ziel soll es sein, die Auswirkungen der Globalisierung auf die Unternehmung darzustellen. Des Weiteren sollen der Ansatz der Unternehmung als politischer Akteur vorgestellt und kritisch beleuchtet werden, vor allem im Hinblick auf das Politikverständnis verschiedener Ansätze.

#### *Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

Baron, D. P. (2003). Private politics, *Journal of Economics & Management Strategy*, 12(1), 31–66.

**Boddeyn, J. (2014). The power of concepts, typologies, theories and methodologies in IBGR research, *Working Paper presented at the Academy of Management Annual Meeting 2014, Philadelphia, USA.***

Habermas, J. (1998). Die postnationale Konstellation und die Zukunft der Demokratie. In: ders.: *Die postnationale Konstellation*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 91–169.

Matten, D. & Crane, A. (2005). Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization, *Academy of Management Review*, 30, 166–179.

Néron, P. Y., & Norman, W. (2008). Citizenship, Inc. *Business Ethics Quarterly*, 18(1), 1–26.

Scherer, A.G. & Palazzo, G. (2007). Towards a political conception of corporate responsibility: Business and society seen from a Habermasian perspective. *Academy of Management Review*, 32, 1096–1120.

Scherer, A.G. & Palazzo, G. (2008). *Handbook of research on global corporate citizenship*, Cheltenham: Edward Elgar.



- 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. *Journal of Management Studies*, 48(4), 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. *Journal of Management Studies*, 53 (3), 273–298.
- Valente, M. & Crane, A. (2010). Public responsibility and private enterprise in developing countries. *California Management Review*, 52(3), 52–78.
- Young, I.M. (2008). Responsibility and global justice: A social connection model. In: A.G. Scherer, & G. Palazzo (Eds.), *Handbook of research on global corporate citizenship* (pp. 137–165), Cheltenham: Edward Elgar.

### **Session 9 (Studierenden-Referat): Sustainable Development Goals: Challenges for Social Entreprises?**

#### *Problemstellung:*

Die United Nations Conference on Sustainable Development (UNCSD), auch bekannt unter dem Namen Rio+20, resultierte in einem nicht-bindenden Dokument, in dem sich die beteiligten Regierungen bis 2015 auf die Festlegung von Nachhaltigkeitszielen für die Welt verpflichteten. Diese Ziele sollen in das Framework der Millennium Development Goals (MDG) integriert werden. Die Festlegung auf die Ziele ist ein Zeichen dafür, dass Nachhaltigkeit zu einem wichtigen Thema für die Welt geworden ist. Die Sustainable Development Goals haben Implikationen für grosse und kleine Unternehmungen. Zuerst soll das Referat, den Beitrag der Multinationalen Unternehmen zur nachhaltigen Entwicklung knapp kritisch zu beleuchten. Demgegenüber soll anschließend in die Thematik der Sozialunternehmung (Social Enterprise), kleine Unternehmen welche primär soziale oder nachhaltige Missionen verfolgen, eingeführt werden. Sozialunternehmen rücken auch in den Fokus des politischen Interesses, da sie eine Möglichkeit darstellen wichtige globale Probleme zu adressieren (z.B. Inklusion). Hierzu sollten zunächst die wichtigsten Begrifflichkeiten erläutert werden (z.B. Social Entrepreneurship). Anschliessend soll der Beitrag von Sozialunternehmen zur nachhaltigen Entwicklung beleuchtet werden.

#### *Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

- Abbott, K. W. (2012): The transnational regime complex for climate change. *Environment & Planning C: Government & Policy*, 30(4), 571–590.
- Bansal, P. (2003), From issues to actions: The importance of individual concerns and organizational values in responding to natural environmental issues. *Organization Science*, 14(5), 510–527.**
- Bansal, P. & Roth, K. (2000). Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal*, 43(4), 717–736.
- Biermann, F. (2007). 'Earth system governance' as a crosscutting theme of global change research. *Global Environmental Change*, 17, 326–337.
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57.
- Griggs, D. M., Stafford-Smith, O., Gaffney, J., Rockstrom, M. C., Ohman, P., Shyamsundar, W., Steffen, G., Glaser, N., Kanie N., & Noble, I. (2013), Policy:**



**sustainable development goals for people and planet. *Nature*, 495(7441), 305–307.**

- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014.
- Gao, J. & Bansal, P. (2013). Instrumental and integrative logics in business sustainability. *Journal of Business Ethics*, 112(2), 241–255.
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social entrepreneurship*. New York: Palgrave Macmillan.
- Voegtlin, C., & Scherer, A. G. (2017). Responsible innovation and the innovation of responsibility: Governing sustainable development in a globalized world. *Journal of Business Ethics*, 143(2), 227-243.**
- Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241-246.
- Shrivastava, P. (1995). The role of corporations in achieving ecological sustainability. *Academy of Management Review*, 20(4), 936–960.
- Siegel, D. S. (2009). Green management matters only if it yields more green: An economic/strategic perspective. *Academy of Management Perspectives*, 23(3), 5–16.

III. Sozialunternehmertum als Pendant zu sozial verantwortlichen Multinationalen Unternehmungen

**Session 10: Sozialunternehmen als hybride Organisationsformen: wie Sozialunternehmen unternehmerische und soziale Zielstellungen vereinen**

*Problemstellung:*

Im Gegensatz zu multinationalen Unternehmungen handelt es sich bei Sozialunternehmen meist um junge, kleine Unternehmungen (Social Entreprises). Sozialunternehmen sind hybride Organisationsformen, da sie nicht nur der Logik der Profitmaximierung folgen, sondern gleichzeitig einer sozialen Mission nachgehen. Die Vereinbarung von unternehmerischen und sozialen Zielen gleicht einem Paradoxon. Ziel des Referates ist es zu untersuchen mit welchen Strategien und Mechanismen es Sozialunternehmen gelingt die beiden gegenläufig erscheinenden Zielstellungen der Profitmaximierung und der sozialen Mission zu vereinbaren (Paradox-Theorie). Zwei Fallbeispiele von erfolgreichen Sozialunternehmen sowie deren Erfolgskonzept sollten zudem aufgezeigt werden. Dabei sollte ein Fallbeispiel die berühmte Grameen Bank, ein soziales Mikrokreditinstitut gegründet von Muhammad Yunus, darstellen. Ein weiteres Fallbeispiel kann selbst gewählt werden, sollte jedoch in der Schweiz ihren Ursprung haben. Am Ende des Referates sollte knapp diskutiert werden, ob sich diese Mechanismen auch auf multinationale Unternehmungen übertragen lassen, die neben ihrer Profitmaximierung auch zunehmend soziale Unternehmensverantwortung als relevante Zielstellung verfolgen.

*Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.



- Battilana, J., & Lee, M. (2014). Advancing research on hybrid organizing—Insights from the study of social enterprises. *Academy of Management Annals*, 8(1), 397-441.**
- Battilana, J., Sengul, M., Pache, A. C., & Model, J. (2015). Harnessing productive tensions in hybrid organizations: The case of work integration social enterprises. *Academy of Management Journal*, 58(6), 1658-1685.
- Choi, D. Y., & Gray, E. R. (2008). Socially responsible entrepreneurs: What do they do to create and build their companies?. *Business Horizons*, 51(4), 341-352.
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57.
- Doherty, B., Haugh, H., & Lyon, F. (2014). Social enterprises as hybrid organizations: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16(4), 417-436.
- Mair, J., Battilana, J., & Cardenas, J. (2012). Organizing for society: A typology of social entrepreneuring models. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 353-373.
- Mair, J., Mayer, J., & Lutz, E. (2015). Navigating institutional plurality: Organizational governance in hybrid organizations. *Organization Studies*, 36(6), 713-739.**
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65.
- Sharma, G., & Bansal, P. (2017). Partners for Good: How Business and NGOs Engage the Commercial–Social Paradox. *Organization Studies*, 38(3-4), 341-364.
- Smith, W. K., Besharov, M. L., Wessels, A. K., & Chertok, M. (2012). A paradoxical leadership model for social entrepreneurs: Challenges, leadership skills, and pedagogical tools for managing social and commercial demands. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 463-478.
- Stevens, R., Moray, N., Bruneel, J., & Clarysse, B. (2015). Attention allocation to multiple goals: The case of for-profit social enterprises. *Strategic Management Journal*, 36(7), 1006-1016.

### **Session 11: Übungsstunde zur Anfertigung einer Seminararbeit**

In dieser Veranstaltung wird es eine Einführung in das Anfertigen einer Seminararbeit geben. Dabei werden auch mögliche Themenstellungen für die Arbeiten angesprochen.

### **Session 12: Fallstudie**

### **Session 13: Die Identität von Sozialunternehmern als Determinante für die Gründung und den Erfolg von Sozialunternehmen**

#### *Problemstellung:*

Unternehmerische Tätigkeiten mit einer sozialen Mission gehen häufig von einzelnen Personen aus (Social Entrepreneurs) und führen zur Gründung von Unternehmungen (Social Enterprises). Bei jungen Sozialunternehmen bestimmt insbesondere der Unternehmer selbst (Social Entrepreneur) die Ausrichtung und den Erfolg der



Unternehmung. Deshalb ist es von hoher Wichtigkeit zu verstehen, wie sich verschiedene Identitätskomponenten der Sozialunternehmer auf die Unternehmung auswirken. Müssen Sozialunternehmer entweder eine unternehmerisch oder eine soziale Identität besitzen oder ist eine Kombination aus beiden Identitäten notwendig? Ziel des Referates ist es die bisherige Theorie zu den Identitäten von Sozialunternehmern aufzuarbeiten und darzustellen, welche Identitätsformen die erfolgreiche Gründung von Sozialunternehmen determinieren. Anschliessend soll eigenständig erarbeitet werden inwieweit sich die Erkenntnisse über die Identitäten der Sozialunternehmer wieder zurück auf Manager in multinationalen Unternehmungen bzw. die CSR-Aktivitäten von multinationalen Unternehmungen übertragen lassen.

*Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

- Christopoulos, D., & Vogl, S. (2015). The motivation of social entrepreneurs: The roles, agendas and relations of altruistic economic actors. *Journal of Social Entrepreneurship*, 6(1), 1-30.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203-1213.**
- Fauchart, E., & Gruber, M. (2011). Darwinians, communitarians, and missionaries: The role of founder identity in entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 54(5), 935-957.
- Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., & Vogus, T. J. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 37(4), 616-640.**
- Powell, E. E., & Baker, T. (2014). It's what you make of it: founder identity and enacting strategic responses to adversity. *Academy of Management Journal*, 57(5), 1406-1433.
- Sieger, P., Gruber, M., Fauchart, E., & Zellweger, T. (2016). Measuring the social identity of entrepreneurs: Scale development and international validation. *Journal of Business Venturing*, 31(5), 542-572.
- Wry, T., & York, J. G. (2017). An identity-based approach to social enterprise. *Academy of Management Review*, 42(3), 437-460.**
- York, J. G., O'Neil, I., & Sarasvathy, S. D. (2016). Exploring environmental entrepreneurship: identity coupling, venture goals, and stakeholder incentives. *Journal of Management Studies*, 53(5), 695-737.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.

#### **Session 14: Welche Faktoren motivieren Sozialunternehmer eine soziale Mission zu verfolgen?**

*Problemstellung:*

Während sich die vorherigen Referate mit der Rolle des Sozialunternehmers in Bezug auf die Sozialunternehmung beschäftigt haben, soll dieses Referat untersuchen welche individuellen Faktoren die soziale Mission des Unternehmers bestimmen bevor sich dieser





für die Gründung einer Unternehmung entscheidet. Zu den Faktoren, die die Bildung der sozialen Mission beeinflussen, gehören beispielsweise Persönlichkeitsmerkmale, vorherige Erfahrungen, Emotionen oder Ideologien. Folglich beleuchtet dieses Referat die für die Gründung von Sozialunternehmen als entscheidend aufgedeckte soziale Identität des Sozialunternehmers näher.

*Einstiegsliteratur (die im Reader enthaltene Literatur ist fett hervorgehoben):*

Chinchilla, A., & Garcia, M. (2017). Social entrepreneurship intention: mindfulness towards a duality of objectives. *Humanistic Management Journal*, 1(2), 205-214.

Germak, A. J., & Robinson, J. A. (2014). Exploring the motivation of nascent social entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(1), 5-21.

**Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.**

Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In: *Social entrepreneurship*. Palgrave Macmillan UK, 121-135.

Marshall, R. S. (2011). Conceptualizing the international for-profit social entrepreneur. *Journal of Business Ethics*, 98(2), 183-198.

**Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., & Vogus, T. J. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 37(4), 616-640.**

Nga, J. K. H., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282.

Yitshaki, R., & Kropp, F. (2016). Motivations and opportunity recognition of social entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 546-565.

## Seminarabschluss und Evaluation