

Die (Re-)Konstruktion von corporate legitimacy in öffentlichen Legitimitätskonflikten. Soziale Bewegungen und Walmarts Unternehmenspolitik*

SABRINA ZAJAK**

Dieser Artikel untersucht an dem Beispiel von Walmart in den USA, wie die öffentliche Mobilisierung von Legitimitätswahrnehmungen zu einer Re-Konstruktion von corporate legitimacy und damit zu einem Wandel von Unternehmenspolitik führt. Dazu wird empirisch aufgearbeitet, wie eine Kampagnenkoalition aus sozialen Bewegungen und Gewerkschaften die zentralen Säulen unternehmerischer Legitimität redefiniert und wie das angegriffene Unternehmen darauf reagiert. Im Gegensatz zu der prominenten These, dass in der Öffentlichkeit vor allem moralische Legitimität von Bedeutung ist, zeigt die Fallstudie, dass die spezifische Kombination von Legitimitätsarten für die De- bzw. Re-Stabilisierung des Ansehens des Unternehmens ausschlaggebend ist. Legitimitätstransfer über verschiedene Themenbereiche hinweg wird dabei als entscheidender Abwehrmechanismus identifiziert, welcher es dem Unternehmen erlaubt, sehr selektiv auf die externen Forderungen einzugehen.

Schlagwörter: Corporate Legitimacy, Legitimitätskonflikte, Corporate Social Responsibility, Soziale Bewegungen, Framing-Theorie, (Neo-)Institutionalismus

The (Re-)Construction of Corporate Legitimacy Through Public Legitimacy Conflicts. The Case of Social Movements and Walmart

The social and political acceptance of transnational companies has increasingly become a topic of public debate. This article takes the case of Walmart in the US to show how the mobilization of public legitimacy perceptions leads to a re-construction of corporate legitimacy and consequently to a change in corporate politics. In contrast to the prominent thesis that moral legitimacy has become the major source of legitimacy, this article shows that all types of legitimacy and their specific relationship in particular are relevant in public legitimacy conflicts. Legitimacy transfer across thematic fields is identified as a major defense strategy which enables the company to respond selectively to external demands.

Keywords: Corporate Legitimacy, Legitimacy Conflicts, Corporate Social Responsibility, Social Movements, Framing Theory, Institutional Theory

* Beitrag eingereicht am 29.08.2014; nach doppelt verdecktem Gutachterverfahren überarbeitete Fassung angenommen am 13.07.2015.

** Jun.-Prof. Sabrina Zajak, Institut für soziale Bewegungen, Ruhr-Universität Bochum, Clemensstr. 17–19, D-44789 Bochum, Forschungsschwerpunkte: Politische Soziologie, Soziale Bewegungen, transnationale Institutionen, Erwerbsregulierung.