



Seltene Momente: CSR stand vergangenen Herbst an der Universität Hamburg im Mittelpunkt. Snee, ein studentisches Netzwerk für Wirtschafts- und Unternehmensethik, veranstaltete den **CSR-Kongress** „Die globalisierte Verantwortung“

Wirtschaftsausbildung mit Ethik und Moral

VON **PETER GAIDE**

Marketing, Controlling, Finanzen: Als ob es für angehende Wirtschaftswissenschaftler nicht schon ausreichend komplexe Themen im Studium gäbe, kommen jetzt auch noch Nachhaltigkeit, Wirtschaftsethik oder Corporate Social Responsibility (CSR) hinzu. Was manchem angehenden Betriebswirt hier zu Lande lästig und lässlich vorkommen mag, gehört in angelsächsischen Ländern längst zum Pflichtprogramm der Managerausbildung. In Deutschland fristen diese Themen

Ausbildung
Pflichtfach
nale Business
nehmen d

„Moral und Wirtschaft wurden in Deutschland lange als getrennt voneinander gedacht, das ändert sich allmählich“, sagt Andreas Suchanek, Professor für „Sustainability and Global Ethics“ (auf Deutsch etwa: Nachhaltigkeit und allgemeine Ethik) an der Handelshochschule Leipzig. Suchanek gibt sich davon überzeugt, dass Kurse über Wirtschaftsethik und CSR alles andere als moralisierend, vergeistigte Veranstaltungen sein müssen. „Wir wollen zeigen, dass Nachhaltigkeit und Verantwortung viel mit guten Geschäften zu tun haben“, erklärt Suchanek. Ökonomie und Moral durchdringen sich gegenseitig, gerade auch in der unternehmerischen Praxis, ist er sich sicher. Dies gelte es zu vermitteln.

Wie etwa in der Prämiengestaltung: Können Vertriebsmitarbeiter die Ziele erreichen, die ihnen gesetzt werden, ohne zu sehr unter Druck zu geraten oder gar zu betrügen? Oder das Beispiel Lieferketten: Wie stellt ein Unternehmer sicher, dass Zulieferer ihre Mitarbeiter nicht ausbeuten? Dergleichen werde am besten mit den BWL-Kollegen zusammen unterrichtet, sagt Suchanek. „In gemischten Doppel-

stunden lässt sich sehr gut etwa über Controlling und dessen Berührungspunkte mit CSR diskutieren.“ Es gebe eine Reihe von Kollegen, die offen für einen gemeinsamen Unterricht seien. Gleichwohl stehe man mit der Umsetzung an der Handelshochschule Leipzig noch am Anfang.

Gegen eine stärkere Vernetzung von traditionellen BWL- und CSR-Lehrinhalten hätten auch Studenten nichts einzuwenden, sagt Philipp Schreck. Der Münchener BWL-Doktorand ist Mitbegründer von Sneep, einem Netzwerk für Wirtschafts- und Unternehmensethik, das Ende 2003 von Studenten für Studenten ins

Leben gerufen wurde. „Es gibt unter Studenten ein zunehmendes Interesse an CSR. Das erkennt man etwa an der wachsenden Zahl von Diplomarbeiten, die sich mit dem Thema auseinandersetzen“, sagt Schreck. Der junge Forscher findet dies nachvollziehbar, denn schließlich würden sich auch immer mehr Unternehmen Nachhaltigkeit auf die Fahnen schreiben. Ein Problem sei allerdings, dass im Bereich CSR bislang wenig empirische Forschung betrieben werde – greifbarer müsse das Thema werden, fordert Schreck.

Der Hamburger BWL-Professor Alexander Bassen arbeitet daran. „Ich bin weder ein Exot, noch werde ich auf Kongressen mit Eiern beworfen, wenn ich über CSR referiere“, sagt er. Typisch sei er für seine Zunft aber auch nicht. Bassen ist Experte für Finanzierung und Investitionen und widmet sich seit zwei Jahren der Thematik aus einer rein ökonomischen Perspektive. „Wir möchten CSR messbar machen“, sagt Bassen. Sein aktu-

elles Forschungsprojekt behandelt die Frage, ob durch CSR-Maßnahmen die Finanzierung für Unternehmen einfacher wird: „Wirkt sich CSR risikomindernd auf Unternehmen aus, und lässt sich das in nachvollziehbare statistische Kennzahlen aufschlüsseln?“ Erste Forschungsergebnisse deuteten darauf hin, dass die Kapitalmarktteilnehmer CSR durchaus bei ihren Anlageentscheidungen berücksichtigen, erklärt der BWL-Professor. „Quantitative CSR-Forschung mag sich nicht zum Mainstream-Thema entwickeln, aber sie ist im Kommen.“

An der Universität Lüneburg ist man über das Anfangsstadium hinaus. Seit drei Jahren wird hier der berufsbegleitende MBA-Studiengang „Sustainability Management“ angeboten. „Typische MBA-Kurse widmen selten mehr als 60 von insgesamt rund 1800 Lehrstunden dem Thema Nachhaltigkeit“, sagt Stefan Schaltegger, Leiter des Zentrums für Nachhaltigkeitsmanagement an der Universität des niedersächsischen

An den deutschen Hochschulen ist CSR noch immer ein Nischenfach. Einige Professoren und Studenten wollen das ändern

Städtchens. Um konkrete Probleme in der Unternehmenspraxis handhaben zu können, sei das allerdings viel zu wenig. „Betriebswirte bekommen bei uns Know-how in ökologischen und gesellschaftspolitischen Fragen vermittelt, Ingenieure und Naturwissenschaftler werden in Managementfragen fit gemacht“, erklärt Schaltegger. Die Teilnehmer sollen

später fähig sein, etwa Umweltsabstalten in großen Unternehmen, Abteilungen in der öffentlichen Verwaltung oder in gemeinnützigen Organisationen zu leiten.

Persönlichkeitsentwicklung und Interdisziplinarität würden großgeschrieben, was sich auch in den gemischten Profilen der derzeit rund 100 Studierenden ausdrückt: Das

Spektrum reicht von Geschäftsführern von Familienunternehmen, Uno-Mitarbeitern und Produktentwicklern über Leiter von Forschungsabteilungen bis hin zu Lehrern und Theologen. Ab September können die ersten Absolventen in der Praxis unter Beweis stellen, wie nachhaltig sich Nachhaltigkeit auf die eigene Karriere auswirkt.

Ausbildung

Pflichtfach Internationale Business-Schulen nehmen das Thema CSR nur zögerlich auf. Dies legen Zahlen aus der Studie „Beyond Grey Pinstripes“ des Aspen Institute und des World Resources Institute nahe. Demnach wächst zwar der Anteil der Schulen, die ihre MBA-Studenten zu mindestens einem Kursus in CSR, Ethik, Nachhaltigkeit oder „Business and Society“ verpflichten: Während 2001 noch 34 Prozent der Schulen ein derartiges Angebot hatten, waren es 2005 bereits 54 Prozent.

Nebeneinander Integrierte Kurse, in denen CSR- und klassische BWL-Themen verknüpft werden, sind aber nach wie vor Mangelware. Und nur vier Prozent der Lehrenden haben in führenden Management-Magazinen Aufsätze zum Thema veröffentlicht.

IMPRESSUM

Financial Times Deutschland
Stubbenhuk 3 · 20459 Hamburg
Tel. 040/31990-0 · Fax: 040/31990-310
www.ftd.de; E-Mail: leserservice@ftd.de

Redaktion: Volker Bormann (verantwortl.),
Christina Kestel, Thomas Künzel, Johanna Lutteroth
Gestaltung: Dominik Arndt (Leitg.)
Bildredaktion: José Blanco
Infografik: Jens Storkan
Bildbearbeitung: Frederieke Heim, Jorda Ashgedon
Chef vom Dienst: Dr. Hiltrud Bontrup
Korrektur: Cornelius Busch

Verlag: Financial Times Deutschland GmbH & Co. KG,
vertreten durch die Geschäftsführer Christoph Rütth und
Dr. Christoph Weger
Postanschrift: Postfach 92, D-20444 Hamburg

Druck: Druck- und Verlagszentrum GmbH & Co. KG,
58099 Hagen; G+I Zeitungsdruck GmbH, 10365 Berlin

wir sehen

den Beginn einer weiteren Erfolgsstory.

Die Microsoft® Gründerinitiative „unternimm was“ fördert Unternehmergeist und innovatives Denken in Deutschland. Gemeinsam mit unseren Partnern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft unterstützen wir junge High-Tech-Unternehmen dabei, ihre Vision zu verwirklichen. Damit wollen wir dazu beitragen, dass unser Land auch in Zukunft von einer erfolgreichen High-Tech-Industrie profitiert. Erfahren Sie mehr unter www.microsoft.com/germany/potenzial

© 2006 Microsoft Corporation