

Grüne BWL

Die Betriebswirtschaftslehre hat ein neues Forschungsthema entdeckt: die Nachhaltigkeit

SUSANNE BERGIUS | BERLIN

1976 war das Stichwort „Nachhaltigkeit“ dem „Gabler Wirtschaftslexikon“ gerade einmal zwei Zeilen wert: „Begriff aus dem Umsatzsteuergesetz, siehe: Unternehmer“, heißt es in der 9. Auflage des Nachschlagewerks knapp. In der aktuellen Ausgabe dagegen wird der Begriff ausführlich auch aus umweltökonomischer Sicht beleuchtet – definiert als „Art des Wirtschaftens, bei welcher derzeitige Bedürfnisse befriedigt werden, ohne zukünftigen Generationen die Lebensgrundlage zu entziehen“.

Auch in den wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten ist das Thema Nachhaltigkeit inzwischen salonfähig. Die Zeiten, in denen es als politisch und linkslastig galt, sind vorbei. „Sustainable Development“ ist kein Nischenfach mehr, sondern ein stark wachsendes Forschungsgebiet in der klassischen Betriebswirtschaftslehre. Auch in der Lehre gewinnt das Thema mehr und mehr Raum – Betriebswirte sprechen vom „Vergrünen des Curriculums“. Internationale Vorreiter sind Business-Schools, die das Thema bereits fest im Lehrplan verankert haben.

„Heute bewerten Studenten nachhaltiges Wirtschaften als außergewöhnlich wichtiges gesellschaftliches und betriebliches Thema. Sie sehen einen Wachstumsmarkt und Chancen“, sagt Gerard Keijzers, Professor an der niederländischen Wirtschaftsuniversität Nyenrode.

Die Hochschule ist in Sachen Nachhaltigkeitsforschung einer der Pioniere in Europa: Schon seit zehn Jahren gehört ein zweimonatiges Blockseminar über ökologisch und sozial verantwortliche Betriebsführung und Geschäftsethik zum Pflichtprogramm für Wirtschaftswissenschaftler und angehende Manager. Mittlerweile schreibt fast jeder zehnte Student in Nyenrode seine Abschlussarbeit zu Nachhaltigkeitsfragen. Das Themenspektrum reicht dabei von Innovationen bei Produktionsprozessen, Produkten und Technologien über Ma-

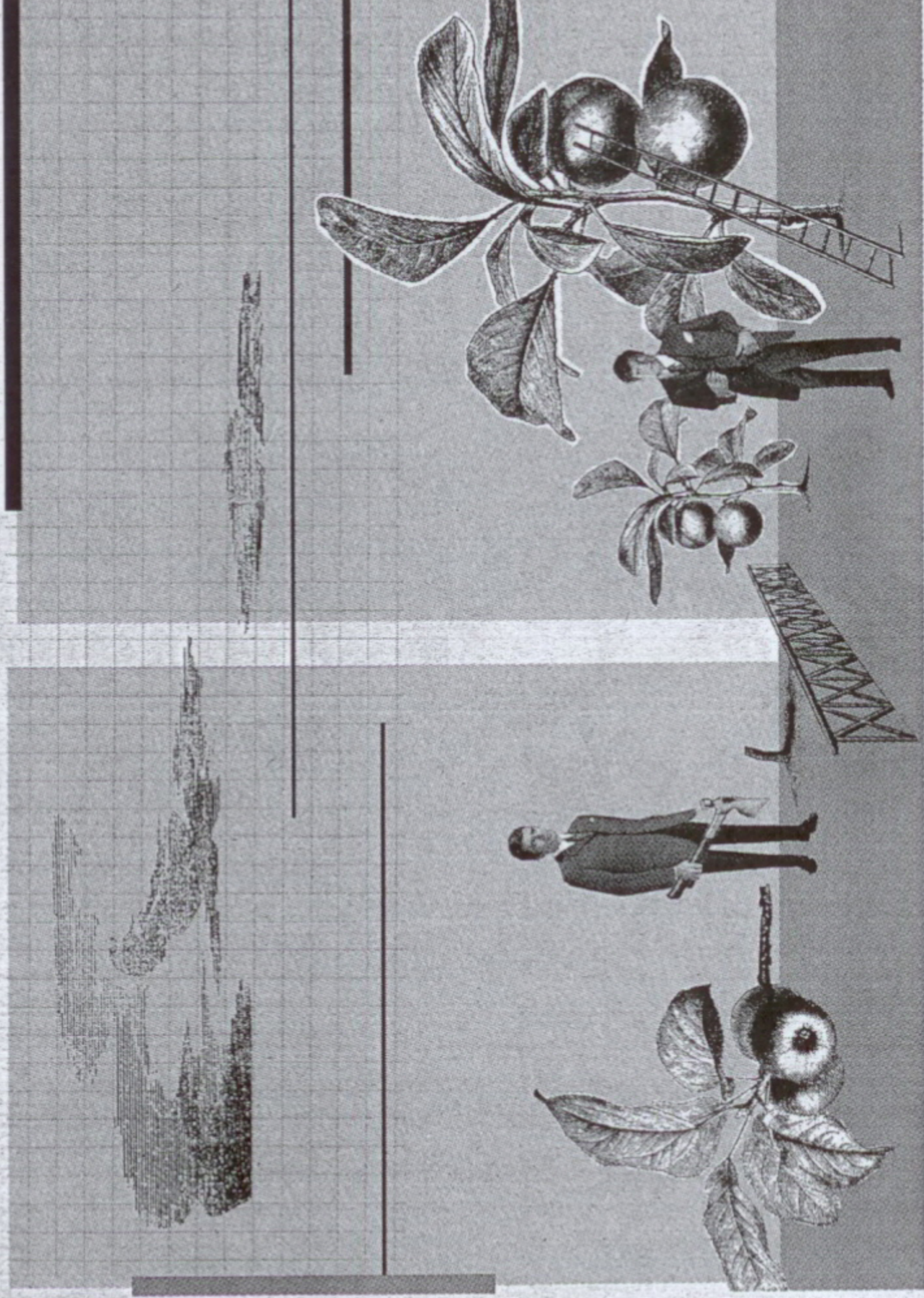


Illustration: Lutz Widmayer

wachstum in Entwicklungsländern auf nachhaltige Weise zu erreichen?

An deutschen BWL-Fakultäten gibt es beim Thema Nachhaltigkeit allerdings ein deutliches Nord-Süd-Gefälle: Norddeutsche Universitäten beschäftigen sich weit intensiver damit als die im Süden der Republik.

Vor allem die Uni Lüneburg hat sich auf dem Gebiet einen Namen gemacht – dank Stefan Schaltegger und seines interdisziplinär-praxisorientierten Centre for Sustainable Management. Vor drei Jahren rief Schaltegger den weltweit ersten MBA-Studiengang „Sustainability Management“ ins Leben. Im September empfing der

erste Jahrgang den Titel „Master of Business Administration“ – im Talar, versteht sich.

Die Uni Oldenburg bildet Nachhaltigkeitsmanager aus; Bremen hat als einzige deutsche Universität Kenntnisse über nachhaltiges Management für BWL-Studenten zur Pflicht erhoben. „Künftig soll es für alle Studiengänge so ein Pflichtmodul geben“, sagt Georg Müller-Christ. Der Bremer Betriebswirt untersucht mit Ingenieuren, Chemikern und Soziologen, wie sich die globale Zulieferkette in der Textilbranche oder der Logistik nachhaltiger gestalten lässt oder wie man Umweltmanagement in den Mittel-

stand transferieren kann.

Südlich des Mains bildet Henry Schäfer an der Universität Stuttgart eine Ausnahme von der Nord-Süd-Regel. Der Betriebswirt erforscht Wirkungen von Nachhaltigkeitsstrategien auf Kapitalmärkte und Betriebe – ist aber der einzige von acht BWL-Lehrstühlen in Stuttgart, der sich mit dem Thema beschäftigt. Eines seiner interdisziplinären Projekte ist die Analyse der Risiken der Fehlernährung von Kindern für Gesellschaft und Unternehmen. Unter anderem geht es darum, wie Nahrungsmittelhersteller schlechter Presse und Schadensersatzforderungen vorbeugen können.

UNSERE THEMEN

MO ÖKONOMIE

DI ESSAY

MI GEISTESWISSENSCHAFTEN

DO NATURWISSENSCHAFTEN

FR LITERATUR

„Nachhaltiges Wirtschaften entspricht haushaltsökonomischer Vernunft“, sagt Müller-Christ von der Uni Bremen. „Um dauerhaft wirtschaften zu können, ist es rational, die betriebliche Ressourcenbasis zu erhalten, indem in die Reproduktion der Ressourcen investiert wird und alle verbrauchten Ressourcen wiederhergestellt werden.“

Dieses Denken habe in der BWL bisher nur für Kapital gegolten. Es sei jedoch auf die natürlichen Ressourcen, die Verbraucher, Mitarbeiter, Lieferanten und Öffentlichkeit auszuweiten. Für Müller-Christ ist Nachhaltigkeit eine strategische Erfolgsgröße. „Der Vorteil dieser Definition ist, dass sie an die herkömmlichen Erfolgsgrößen Produktivität, Wirtschaftlichkeit und Rentabilität anschließt.“ Wo jene den Output messen, bewertet Nachhaltigkeit die Wiederherstellung des Inputs. Der Perspektivwechsel sei angesichts wachsender Ressourcenknappheit notwendig.

Doch kaum ein Unternehmen hat Nachhaltigkeit ins Kerngeschäft integriert, kritisiert Ulrich Steger, Leiter des International Institute for Management Development in Lausanne. „Selbst Vorreiter behandeln sie zweitrangig. Doch in allen Unternehmen gibt es handfeste ökonomische Gründe für den Business-Case Nachhaltigkeit.“ Um die Sache konkret zu machen, entwickelt Steger mit Unternehmen Management-, Mess- und Steuerinstrumente. Und Schaltegger aus Lüneburg hat bereits eine „Sustainable Balanced Scorecard“ entworfen.