

Verantwortung als Firmenziel

Neue Ausbildungsgänge fördern „Corporate Social Responsibility“ in Unternehmen

Von Peter Gaide

Kaum jemand konnte vor ein paar Monaten den Namen „Prudhoe Bay“ richtig zuordnen. Jene Bucht im nördlichen Alaska, die nicht nur von Deutschland aus betrachtet am Ende der Welt liegt. Prudhoe Bay ist Ausgangspunkt der Trans-Alaska-Pipeline, und seit der Öl-Multi BP erhebliche Korrosionsschäden an der Leitung eingestehen musste, hat der Ort zweifelhaft Berühmtheit erlangt. War BP bei den Inspektionen nachlässig? Hat das Unternehmen die Erneuerung von Rohren verzögert oder gar bewusst verhindert? Verdächtigungen und Spekulationen stehen im Raum, die Behörden ermitteln, das Ansehen BPs leidet.

Das Beispiel zeigt, wie schnell Unternehmen heutzutage Gegenstand öffentlicher, weltweiter Kritik werden – und es ist nur eines von vielen. Insbesondere global ausgerichtete Konzerne, so die lauter werdenden Forderungen von Bürgern, Politikern und Nicht-Regierungsorganisationen, dürfen nicht nur Gewinne produzieren und Anteilseigner bereichern, sondern sie müssen auch nachhaltig Verantwortung übernehmen für die eigenen Mitarbeiter, für soziale Belange, für Menschenrechte und für den Umweltschutz. Die Überschrift für eine derartige Ausrichtung lautet „Corporate Social Responsibility“ (CSR).

Während CSR auf der Agenda von Unternehmen eine immer wichtigere Rolle spielt, eben weil die Öffentlichkeit zunehmend sensibel auf reale oder vermeintliche Missstände reagiert, wird es in der Manager-Ausbildung bestenfalls nur am Rande abgehandelt. „Das Angebot richtet sich nach der Nachfrage, und die Nachfrage von Seiten der Studenten wächst nur langsam“, sagt Dirk Matten, Lehrstuhlinhaber für Wirtschaftsethik an der University of London. „Wer einen Master of Business Administration (MBA) absolviert, möchte primär Karriere machen und mehr Geld verdienen. CSR hat da häufig keine Priorität“, so Matten. So erklärt sich wohl auch, dass es in Europa bislang lediglich einen MBA in CSR gibt, an der Universität in Nottingham. Dieser wiederum sei allerdings gut besucht, versichert Matten, der dort eine Gastprofessur wahrnimmt.

Auch in den MBA-Curricula weltweit gewinnt CSR nur schrittweise an Bedeutung. Gradmesser dafür ist die Studie

„Beyond Grey Pinstripes“, in der alle zwei Jahre untersucht wird, in welchem Ausmaß Ethik- und Nachhaltigkeitsthemen in MBA-Programme einfließen. Für 2005 lautete das Ergebnis: Nur etwas mehr als jede zweite der insgesamt 600 befragten Hochschulen verpflichtet ihre angehenden Manager zu mindestens einem Kurs in CSR oder „Gesellschaft und Wirtschaft“. 2001 war es jede dritte. Integrierte Kurse, in denen klassische BWL-Themen wie Rechnungswesen, Personal oder Finanzen praxisnah mit CSR-Inhalten verknüpft werden, sind laut Studie nach wie vor Mangelware.

CSR-Themen fehlen im klassischen Fächerkanon der Business Schools

„Dabei könnte die Ausbildung genau davon mehr gebrauchen“, sagt Anja Schwerk, wissenschaftliche Assistentin am Institut für Management an der Humboldt Universität in Berlin. Die Wissenschaftlerin hat in diesem Sommersemester erstmals eine komplette Vorlesung über CSR gehalten. „Uns geht es vor allem darum, die Relevanz von CSR-Themen anhand von Fallbeispielen zu vermitteln“, sagt Schwerk. Wie gehen etwa „kontroverse Industrien“ wie Tabak- oder Ölkonzerne mit ethischen und Umweltfragen um? Was zeichnet einen glaubwürdigen Nachhaltigkeitsbericht, was gelungenes CSR-Management aus?

„Internationales Management hat immer auch Globalisierung zum Thema und deshalb geht es eigentlich nicht ohne CSR“, sagt Schwerk. Viele Wirtschaftswissenschaftler, insbesondere in Deutschland, teilten diese Ansicht zwar nicht – für sie sei CSR ein unzureichend definierter Modebegriff –, aber die unternehmerische Realität sei längst eine andere.

„Die moderne Welt des Managements ist keine gemütliche Industriegesellschaft mehr“, meint Guido Palazzo, Professor für Wirtschaftsethik an der Universität Lausanne. „Wenn sie als Entscheidungsträger feststellen, dass einer ihrer Zulieferer Kinderarbeit duldet, müssen sie eben entscheiden, wie sie damit umgehen.“ Und genau dies sei häufig das Problem: Manager seien kaum auf die Komplexität und die Tragweite sol-

cher Fragen vorbereitet. „CSR-Themen liegen quer zum klassischen universitären Fächerkanon“, sagt Palazzo.

Gemäß dieser Überzeugung bietet er im Dezember erstmals eine „CSR-Meisterklasse“ an. Neun so genannte Meister – internationale Experten aus den Bereichen Politik, Jura, Philosophie und Wirtschaftswissenschaften – treffen auf neun besonders talentierte Doktoranden, die eigene, frische Ideen zum Thema „CSR und Globalisierung“ präsentieren sollen. Gemeinsam mit Top-Managern aus der Industrie und von Nicht-Regierungsorganisationen soll daraus ein fruchtbarer, dreitägiger Dialog entstehen.

Es geht aber auch eine Nummer kleiner. An der Universität Lüneburg wird seit drei Jahren der MBA-Studiengang „Sustainability Management“ angeboten, der – mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit – auch viele CSR-Inhalte vermittelt. „Das Studium hat meine Erwartungen erfüllt, es hat sich gelohnt“, sagt Matthias Finkbeiner, einer der ersten Absolventen des berufsbegleitenden Angebots. Der 39-jährige gelernte Geo-Ökologe leitet seit fünf Jahren das Team „Öko-Bilanzierung“ bei DaimlerChrysler, zuvor war er fünf Jahre in einer Unternehmensberatung tätig. „Nach insgesamt zehn Jahren auf dem Umweltpfad wollte ich mein Themenspektrum erweitern“, sagt er. Und das habe er in Lüneburg erreicht. Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Unternehmen professionell zu analysieren und zu bewerten falle ihm dank der Zusatzausbildung nun leichter.

Neue Karrierechancen haben sich Finkbeiner noch nicht dargeboten, aber die in das Studium investierten 10 000 Euro sieht er trotzdem als gute Anlage an, nicht zuletzt wegen der Kontakte. „Wir waren eine heterogene Gruppe, das machte es interessant“, sagt er. Zuvor habe er jedenfalls noch nie Gelegenheit gehabt, mit einem Vertreter einer Nicht-Regierungsorganisation beim dritten Bier ungedrungen über Wohl und Wehe des Automobils zu diskutieren, erklärt er. Auch eine Art praktizierte CSR.

Kontakt: Einen Überblick über Weiterbildungs- und Studienmöglichkeiten rund um CSR gibt das Netzwerk Sneep unter www.sneep.info. Über CSR-Trends in Wirtschaft und Forschung informiert www.eabis.org. Aktuelle CSR-Nachrichten finden sich unter <http://csr-news.net>