



Studierende sensibilisieren

Studenten der Universität Mannheim diskutieren auf den CSR - Wochenenden die Themen Nachhaltigkeit und Wirtschaftsmoral

VON
CARLA GELLERT

Das Thema Corporate Social Responsibility (CSR, zu dt.: "gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen") hat in den letzten Jahren in Deutschland enorm an Bedeutung gewonnen: Fast alle größeren Unternehmen bekennen sich dazu, es gibt CSR-Manager und CSR- / Nachhaltigkeitsabteilungen, es werden Nachhaltigkeitsberichte veröffentlicht und die Unternehmen werden anhand ihrer CSR- und Nachhaltigkeitstätigkeiten analysiert und bewertet. All dies ist nicht neu, doch seit Beginn der Finanz- und Wirtschaftskrise ist das Thema gesellschaftliche

Verantwortung aktueller denn je. Studien haben ergeben, dass das Vertrauen der Gesellschaft in die Marktwirtschaft, in die Unternehmen und ihre Manager stark gesunken ist.

Welche Auswirkungen hat dieser Vertrauensverlust für die Unternehmen, wie können sie damit umgehen und bedeutet Gewinnmaximierung automatisch auch eine Abkehr von Moral oder lassen sich Profit und Moral miteinander vereinbaren? Für Studierende der Wirtschaftswissenschaften, aber auch für Studierende anderer Studiengänge, ist es - als zukünftige Führungskräfte - unumgänglich, sich während des Studiums mit der Rolle der Unternehmen in der Gesellschaft, den Erwartungen der Anspruchs-

gruppen ("Stakeholder", wie beispielsweise Kunden, Mitarbeiter, NGOs, Medien) und der sozialen und ökologischen Verantwortung eines Unternehmens auseinanderzusetzen. Denn Unternehmen, die sich grobe Verfehlungen erlauben, werden unter Umständen mithilfe der Medien und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) von der Gesellschaft abgestraft und gefährden - neben einem Reputationsverlust - auch ihre "licence to operate", also ihre gesellschaftliche Geschäftsgrundlage.

Durch die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise ist auch die wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung an Hochschulen und Business Schools in die Kritik geraten, ein stärkerer Bezug zu Unternehmens- und

Wirtschaftsethik wird zukünftig in allen Teilbereichen der Managementausbildung gefordert. Die Universität Mannheim bietet neben den curricularen (Pflicht-)Veranstaltungen zu Unternehmensethik und CSR seit 2008 jedes Semester für Studierende aller Fachrichtungen ein freiwilliges "CSR-Wochenende" an, das als Ergänzung zu den regulären Veranstaltungen dient, aber auch für interessierte Studierende, die sich mit dem Thema noch nicht auseinandergesetzt haben, einen Einstieg in die Thematik ermöglicht. Ziel dieser zweitägigen Veranstaltung ist es, anhand von Vorträgen aus Wissenschaft, Wirtschaft und der Praxis, Diskussionsrunden, Filmbeiträgen und Workshops zu vermitteln, was Corporate (Social) Responsibility bedeutet, warum es sich für Unternehmen lohnt und wie es in der Praxis umgesetzt wird.

Da CSR von Unternehmen in unterschiedlichster Weise gelebt und umgesetzt wird, steht bei den CSR-Wochenenden die Begriffsklärung im Vordergrund. CSR bedeutet, dass ein Unternehmen entlang seiner gesamten Wertschöpfungskette verantwortlich handelt, d.h. ökologische, ökonomische und soziale Verantwortung übernimmt. Dies betrifft beispielsweise die Einhaltung von Arbeits-, Umwelt- und Sozialstandards (insbesondere bei der Produktion im Ausland), Ressourcenschonung in Produktion und Vertrieb, aber auch Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung, Transparenz oder die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. CSR steht somit für die verantwortungsvolle Erwirtschaftung von Gewinnen und nicht,

“CSR bedeutet, dass ein Unternehmen entlang seiner gesamten Wertschöpfungskette ökologische, ökonomische und soziale Verantwortung übernimmt.”

wie oftmals angenommen, vorrangig für philanthropische Aktivitäten wie Geldspenden und Sponsoring (z.B. für Kunst, Kultur oder Sport).

Bei den drei bisher stattgefundenen CSR-Wochenenden an der Universität Mannheim waren neben Wissenschaftlern verschiedener Universitäten - Unternehmensvertreter der BASF SE, Otto Group und PricewaterhouseCoopers vertreten,

aber auch Referenten von NGOs (Aktion "fair spielt", Transparency International, WWF) und aus dem Journalismus zeigten ihre Sicht auf CSR auf, sodass das Thema von unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet werden konnte. Den Studierenden wurde somit unter anderem auch bewusst, welche Bedeutung die Stakeholder, z.B. NGOs, die sich für bessere Arbeits- und Umweltstandards einsetzen, für ein Unternehmen haben. Die Praxis-Vorträge umfassten beispielsweise CSR in der Lieferkette, Missstände bei der Spielwarenproduktion in China, Korruption, Nachhaltigkeit oder Leadership.

Der zweite Teil der CSR-Wochenenden besteht aus themenspezifischen Workshops, an denen die Studierenden teilnehmen können. So können sie sich entscheiden, ob sie einen Stakeholder-Dialog simulieren, an einem Planspiel zu Nachhaltigkeit teilnehmen, die Werksschließung von Nokia in Bochum aufarbeiten und diskutieren, die Nachhaltigkeitsberichterstattung von drei Unternehmen vergleichen oder Milton Friedmans Text "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits" analysieren möchten. Beim dritten CSR-Wochenende, das im April 2009 stattgefunden hat, lag der Fokus der Veranstaltung auf der Finanz- und Wirtschaftskrise, und so wurde unter anderem über die Ursachen der Krise, ihre Auswirkungen auf unternehmerische Verantwortung und mögliche Auswege referiert und diskutiert.

Die Studierenden, die an den CSR-Wochenenden teilnehmen, schätzen vor allem den Praxisbezug und die Möglichkeit, in einem interdisziplinären Plenum - frei von Notendruck - mit Referentinnen und Referenten aus Theorie und Praxis die unterschiedlichen Facetten von CSR auch kritisch erörtern zu können. Die zwei Tage Auseinandersetzung mit den Themen CSR und Nachhaltigkeit sensibilisieren die Studierenden für aktuelle und zukünftige Fragestellungen in Wirtschaft und Gesellschaft und machen ihnen bewusst, mit welchen Erwartungen und Herausforderungen Unternehmen umgehen müssen. Zudem ist eine richtig gelebte CSR eine Möglichkeit für Unternehmen, dem aktuellen Glaubwürdigkeitsproblem der Wirtschaft entgegenzuwirken. ■



▲ Studierende bearbeiten im Workshop eine Fallstudie zu Korruption