

Ein Interview mit: Herbert Winistörfer, Studienleiter des CAS Corporate Responsibility



Herbert Winistörfer, Leiter des Center for Corporate Responsibility und Studienleiter des CAS Corporate Responsibility (Foto: ZHAW)

Ihr neuer Studiengang CAS Corporate Responsibility soll den Studenten die Fähigkeiten vermitteln Corporate Responsibility in Unternehmen zu integrieren. Was macht die Corporate Responsibility heute so unumgänglich?

Eine Integration von Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung in Strategie, Strukturen und Kultur des Unternehmens kann ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sein und zum Unternehmenserfolg bzw. -wert beitragen. So sprechen Produkte mit einem sozialen und ökologischen Zusatznutzen wachsende Kundensegmente an. Hierdurch erschliessen Unternehmen neue Märkte und differenzieren sich im Wettbewerb. Nachhaltigkeit spielt auch für die Reputation und die Markenidentifikation eine zentrale Rolle. Werden Risiken wie die Menschenrechtssituation bei Zulieferbetrieben vernachlässigt, drohen hohe Kosten für den Wiederaufbau von Ruf und Markenwert. Ausserdem honorieren Mitarbeitende ein partnerschaftliches

Betriebsklima, gesunde und familienfreundliche Arbeitsbedingungen oder sinnstiftende Arbeit mit höherer Motivation und Leistungsbereitschaft. Schliesslich schafft glaubwürdiges gesellschaftliches Engagement Vertrauen bei den Konsumentinnen und Konsumenten, bei Partnern, am Standort und in der Öffentlichkeit.

Unternehmen verändern durch ihre Tätigkeit ihr wirtschaftliches, soziales und ökologisches Umfeld. Umgekehrt beeinflussen gesellschaftliche Herausforderungen wie der Klimawandel, Armut, Umweltverschmutzung etc. den Erfolg von Unternehmen. Zukunftsorientierte Unternehmen nehmen Einfluss auf diese Bedingungen und integrieren sie in ihre Geschäftsstrategie. Zwei Kernfragen sind hierbei entscheidend: Welche gesellschaftlichen Leistungen erwarten wichtige Anspruchsgruppen wie Kundenschaft, Mitarbeitende, Investorinnen und Investoren oder Behörden vom Unternehmen? Und: Mit welchen gesellschaftlichen Leistungen lässt sich sowohl für das Unternehmen selbst wie auch für die Gesellschaft Wert, sprich ein sogenannter «Shared Value», schaffen?

Nachhaltigkeit im Unternehmen ist einer der Eckpfeiler dessen, was in Ihrem Studiengang vermittelt wird. Was kann man sich hierunter praktisch vorstellen?

Jede Unternehmung muss ihren eigenen Ansatz für Nachhaltigkeit finden: Risiko- oder chancenorientiert? Sehr öffentlichkeitswirksam oder zurückhaltend kommuniziert? Partizipativ umgesetzt oder direktiv? Unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen Unternehmen auf diesem Weg anleiten können

nen. Neben diesen übergeordneten Aufgaben geht es um ganz konkrete Umsetzung, zum Beispiel: Wie muss ein Lieferantenkodex so formuliert werden, dass Anforderungen bzgl. Nachhaltigkeit wirksam integriert sind?

Über diese Kompetenzen hinaus fördert der Lehrgang ein umfassendes Verständnis von Corporate Responsibility als integrierten, strategischen und systematischen Ansatz, der einen Mehrwert für das Unternehmen und gleichzeitig für die Gesellschaft bietet. Zu diesem Verständnis führen sieben einzelne jeweils zweitägige Intensivseminare hinsichtlich der wichtigsten Herausforderungen, die Unternehmen zu lösen haben.

Für wen ist der Studiengang CAS Corporate Responsibility gedacht? Welche Vorlieben und Interessen sollten Studieninteressierte mitbringen?

Der Lehrgang ist für vier unterschiedliche Personengruppen geeignet: (1) Beauftragte für CSR und Nachhaltigkeit in Unternehmen; (2) Personen in Funktionen wie Produktentwicklung, Marketing, Kommunikation oder Beschaffung, die Nachhaltigkeitsthemen bearbeiten; (3) Personen, die in Behörden, Verbänden, Stiftungen, Nichtregierungs- oder Non-profit-Organisationen Projekte zu Nachhaltigkeit mit Unternehmen realisieren; (4) Personen, die sich das Berufsfeld Corporate Responsibility erschliessen wollen. Er profitiert hierdurch sehr von der Diversität der Teilnehmenden und den verschiedenen Perspektiven, die sie einbringen. Manchen ist Nachhaltigkeit als gesellschaftliche Vision sehr wichtig, anderen eher die traditionelle Businessperspektive, sodass sie durch Corporate Responsibility win-win-Situationen suchen. Daraus ergeben sich spannende Diskussionen.

Was waren Ihre Beweggründe den Studiengang CAS Corporate Responsibility

ins Leben zu rufen?

Wir sind davon überzeugt, dass sich viele Aufgaben mittelfristig nur mit den nötigen Kompetenzen lösen lassen, wenn es darum geht, Nachhaltigkeit beziehungsweise gesellschaftliche Verantwortung im Unternehmen zu etablieren. Diese Kompetenzen lassen sich durch den CAS Corporate Responsibility erwerben. Unternehmen benötigen zunehmend Fachpersonen, die in der Lage sind Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung in Strategie, Strukturen und Kultur zu integrieren.

Hierbei können wir in unserem Kurs den Teilnehmenden dadurch einen zusätzlichen Mehrwert bieten, dass wir durch eigene anwendungsorientierte Forschungsprojekte die aktuellen CR-Herausforderungen kennen. Wir sind in diesen Forschungsprojekten an der Entwicklung innovativer Lösungsansätze beteiligt und bringen dieses Fachwissen in den Kurs ein.