

«Positive Business Projects»: Studierende, Dozierende und Unternehmen arbeiten zusammen

Im Modul «Corporate Responsibility» unterstützen ZHAW-Studierende Unternehmen bei der Bewältigung von Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeitsmanagement. Dabei geht es auch darum, Win-win-Situationen zu identifizieren, bei denen die Projekte positive Auswirkungen für die Gesellschaft und gleichzeitig für das Unternehmen erzeugen.

Unternehmen haben durch ihre Geschäftstätigkeit grossen Einfluss auf die Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen wie den Klimawandel, die Wahrung von Menschenrechten oder die Erhaltung der Gesundheit. Moralische Appelle, diese Herausforderungen gebührend zu berücksichtigen, bleiben jedoch oft unwirksam, da sie nicht die ökonomisch geprägte Sprache des Managements aufgreifen. Das Modul «Corporate Responsibility» schlägt einen anderen Weg ein und macht die Beschäftigung mit Nachhaltigkeitsthemen betriebswirtschaftlich anschlussfähig. In den ersten vier Wochen des Moduls werden die Grundlagen und Methoden des strategischen Nachhaltigkeitsmanagements gelehrt – also Ansätze, die das Nachhaltigkeitsmanagement mit dem Unternehmenserfolg verbinden. Es werden auch Best-Practice-Beispiele vorgestellt wie z.B. die sogenannten «Green Giants», die mit

SOCIAL RESPONSIBILITY



Die Publikationsreihe im handlichen A5-Format verdichtet das an der ZHAW School of Management and Law vorhandene Wissen und macht es zugänglich. Durch die zeitgemässe Gestaltung und die didaktische Aufbereitung vermitteln die «SML essentials» Wissen auf lustvolle und effiziente Weise.

nachhaltigeren Produkten mehr als eine Milliarde Umsatz gemacht haben. Dieser Teil des Moduls basiert auf dem Lehrbuch «SML essentials: Corporate Responsibility Management» von Fridolin Brand und Herbert Winistörfer (siehe Abbildung).

Positive Business Projects

Im zweiten Teil des Moduls erhalten die Studierenden von Unternehmen einen konkreten Auftrag im Bereich Nachhaltigkeit, für den sie in Gruppen eine Lösung entwickeln. Für diese «Positive Business Projects» konnten schon namhafte Schweizer und deutsche Unternehmen gewonnen werden, wie z. B. Aldi Suisse, Axpo, Bell Schweiz, Denner, Edeka, Habegger, Kompotoi, Lidl Schweiz, Lindt & Sprüngli, Nestlé, Polarstern, Schwarzwaldmilch, Sonova, Sustainserv und Syngenta. Die Projekte führen den Studierenden die praktische Relevanz von Herausforderungen im Bereich Corporate Responsibility bzw. Nachhaltigkeit vor Augen. Das macht die Thematik wiederum greifbarer. Darüber hinaus fördern solche «Action Learning»-Ansätze die Problemlösekompetenz, das kritische Denken und die Kreativität und stärken Projektmanagementfähigkeiten. Zugleich werden bei den Studierenden Sozialkompetenzen wie produktives Arbeiten im Team und ein guter Umgang mit Konflikten entwickelt. In den Positive Business Projects stehen meist Fragen im Zentrum, die bei den Unternehmen kurz- oder mittelfristig auf der Nachhaltigkeitsagenda stehen. So geht es zum Beispiel um die strategische Integration

der Sustainable Development Goals (SDGs), die Umsetzung von Standards und Richtlinien für die Wahrung von Menschenrechten in der Lieferkette oder die Weiterentwicklung der Qualität von bestehenden Nachhaltigkeitszielen im Unternehmen. Aufgabe der Studierenden ist es beispielsweise, den Status quo des Unternehmens einzuordnen, eine Benchmarking-Analyse im Vergleich zu Mitbewerbern durchzuführen, relevante Best-Practice-Beispiele aufzubereiten und konkrete Handlungsempfehlungen für das Unternehmen zu formulieren. Manchmal handelt es sich auch um innovativere Herausforderungen wie etwa die Erstellung eines Marketingkonzepts für ein nachhaltigeres Produkt. Im Sinne von strategischem Nachhaltigkeitsmanagement geht es immer darum, den Mehrwert für die Gesellschaft mit dem Mehrwert für das Unternehmen zu verbinden. Im gesamten Prozess werden die Studierendengruppen dabei von ZHAW-Dozierenden gecoacht und erhalten auch ein Zwischenfeedback von den Unternehmen. Die Ergebnisse der Projekte werden den Unternehmen am Ende des Semesters in Form einer Präsentation und eines Berichts vorgestellt.

Motivation für die Studierenden

Für die Studierenden sind der direkte Austausch mit den Unternehmen und die Arbeit an konkreten Herausforderungen aus der Praxis sehr motivierend. Sie bekommen die Gelegenheit, mit potenziellen Arbeitgebern zusammenzuarbeiten, und erhalten Einblick in die internen Prozesse der Unternehmen. Die Aussicht, dass die im Rahmen der Positive Business Projects erarbeiteten Lösungen später tatsächlich von den Unternehmen verwendet werden, weckt bei den Studierenden die Motivation, gute Ergebnisse zu erarbeiten und sich tiefgehend mit der Materie zu beschäftigen. Damit können die Projekte ein gewinnbringender didaktischer Ansatz für die praxisbezogene Lehre an Fachhochschulen sein.



Fridolin S. Brand, Dr.

ist seit 2015 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Center for Corporate Responsibility an der ZHAW School of Management and Law. Von 2012 bis 2015 war er als Nachhaltigkeitskoordinator bei der Südzucker Group tätig und von 2009 bis 2012 als Postdoc am Natural and Social Science Interface an der ETH Zürich.