Praxisprofil: Kompetenzzentrum EthNa (Ethik und Nachhaltigkeit) der Hochschule Niederrhein



von Martin Wenke, Monika Eigenstetter, Rudi Voller

Regelmäßig werden Institute und Kompetenzzentren an Hochschulen und Universitäten aus dem gemeinsamen Interesse einer Gruppe von Hochschullehrerinnen und ?lehrern gegründet. Triebfeder solcher Aktivitäten ist zunächst das gemeinsame Interesse an einem Themengebiet, darüber hinaus sind für viele Initiatoren aber auch die interessanten Möglichkeiten der interdisziplinären Zusammenarbeit von Bedeutung.

Diese Möglichkeiten veranlasste eine Gruppe von Professorinnen und Professoren aus den Fachbereichen Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen, Sozialwesen, Textil- und Bekleidungstechnik sowie Wirtschaftswissenschaften, in mehreren Gesprächsrunden die gemeinsamen Interessen und Ideen sowie erste konkrete Aktivitäten zum Themenbereich Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung/CSR zu diskutieren. Aus diesen Diskussionen heraus wurde ein Positionspapier entwickelt, das die Hochschulleitung über den Stand der Forschung und Anwendungen der Wirtschafts- und Unternehmensethik sowie CSR in Deutschland informierte, zukünftige Entwicklungen diskutierte und den Stand der bisherigen Aktivitäten zu Wirtschaftsethik und CSR an der Hochschule darstellte.

Mit dem ersten öffentlich geförderten Forschungsprojekt wurde dann die Möglichkeit wahrgenommen, ein Kompetenzzentrum zu den Themenbereichen Wirtschafts- und Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) zu gründen, welches schließlich als EthNa von einer Professorin und 2 Professoren als Leitungsteam etabliert wurde. Nachfolgend soll das Institut sowie seine Aktivitäten vorgestellt werden.

1. EthNa Kompetenzzentrum CSR an der Hochschule Niederrhein: Personen, Ziele und Organisation

An der Hochschule Niederrhein (HN) mit den Standorten Krefeld und Mönchengladbach wird angewandte Forschung vor allem in den 9 Forschungsinstituten und 13 Kompetenzzentren im Sinne praxisrelevanter Problemlösungen für Unternehmen und andere Institutionen im näheren und weiteren Umfeld der Hochschule vorangetrieben. Dabei können Kompetenzzentren an der Hochschule Niederrhein als eine Vorstufe zu Forschungsinstituten angesehen werden, allerdings ohne entsprechenden "Automatismus". Sie verfügen ebenfalls wie die Institute über organisatorische wie finanzielle Unterstützung durch die Hochschulleitung. Eines der Kompetenzzentren ist seit 2012 das EthNa Kompetenzzentrum CSR, welches von einer Professorin und 2 Professoren als Leitungsteam etabliert wurde. Dieses Team besteht aus Monika Eigenstetter, Professorin für Arbeits- und Organisationspsychologie sowie Qualifizierung am Fachbereich Wirtschaftsingenieurwesen, Rudolf Voller, Professor für Mathematik und Dekan am Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik sowie Martin Wenke, Professor für Ökonomie, Ökologie und Ethik am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften.

Die grundlegende Zielsetzung des EthNa Kompetenzzentrum CSR besteht in der Durchführung von praxisbezogenen Forschungs- und Entwicklungsaufgaben im Bereich CSR, Ethik und Nachhaltigkeit. Diese Aufgaben werden in öffentlich geförderten Programmen wahrgenommen, können aber auch von Unternehmen beauftragt werden. Zudem bietet das Kompetenzzentrum in eigener Regie entwickelte Projekte und Konzepte an. Darüber hinaus entwickelt EthNa sowohl hochschulinterne als auch hochschulexterne Bildungsangebote. Alle Angebote richten sich an Studierende, Hochschulabsolventen, Wirtschaftsunternehmen und sonstige Institutionen im regionalen und weiteren Umfeld der Hochschule.

2. Aktivitäten des EthNa - Branchenfokus Textil- und Bekleidungsindustrie

Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement

Das Projekt "Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement" (FH-Struktur) befasste sich in den Jahren 2014 bis 2016 mit den Grundlagen eines glaubwürdigen CSR-Managementsystems für KMU der Textil- und Bekleidungsindustrie. Die Firmen der Branche in Deutschland sind mit eigentümergeführten Unternehmen noch immer eher mittelständisch geprägt. Mit der Globalisierung ist allerdings die Transparenz über die Wertschöpfungskette verloren gegangen. Da unternehmerische Verantwortung für die gesamte Wertschöpfungskette von Stakeholdern, insbesondere von kritischer Öffentlichkeit und Kunden zunehmend nachgefragt wird, sollten gemeinsam mit der Branche Grundlagen für ein ganzheitliches und praktikables CSR-Management und Hilfestellungen für die Unternehmen entwickelt werden.

Die Zielsetzungen des CSR-Projekts lagen in der Erhebung der vielfältigen gegenseitigen Erwartungen von Kunden und Unternehmen, um strategisch begründet Empfehlungen für ein CSR-Management ableiten zu können. Es wurde das unternehmerische CSR-Handeln mit Wirkung auf das Konsumentenverhalten untersucht und umgekehrt sollten auch die Kaufbereitschaft und Kaufakte der Kunden analysiert werden, um begründete Schlussfolgerungen für ein strategisches CSR-Handeln der Unternehmen ableiten zu können.

Die bislang vorliegenden Projektergebnisse zeigen, dass Kunden Nachhaltigkeitsinformationen kaum suchen und nachfragen, sich dagegen auf einen z.B. über die Presse vermittelten Gesamteindruck stützen, der sich an der Marke orientiert. Das macht es für Unternehmen im Niedrigpreissegment außerordentlich schwer, ein für Kunden glaubwürdiges CSR-Management aufzubauen. Umgekehrt wird deutlich, dass sich die Unternehmen scheuen, CSR als Marketingansatz zu nutzen, solange sie ihr CSR noch nicht strukturiert haben. CSR wird innerhalb der Unternehmen weitgehend aus eigenem Antrieb zur Förderung von Qualität initiiert, die Kundennachfrage ist dabei von untergeordneter Bedeutung. CSR wird zudem eher als Risikomanagement verstanden, da sich kein Markenunternehmen mit Negativschlagzeilen auf den Titelseiten der Presse wiederfinden möchte.

CSR-Kompetenzzentrums Textil-und Bekleidungswirtschaft Niederrhein

Als prioritäre Themen prägen CSR und Unternehmensverantwortung neue Leitbilder und Philosophien gerade in größeren Unternehmen. Aber auch im Bereich von "Kleinen und Mittleren Unternehmen" (KMU) ist die Thematik von hoher Bedeutung, wobei die Rahmenbedingungen anders sind: Kleine und mittlere Unternehmen haben in der Regel weder die notwendigen (Personal-)Ressourcen, noch das notwendige Wissen oder auch das notwendige Kapital, um strukturiert und nachhaltig einen CSR-Prozess im eigenen Unternehmen durchzuführen. Dies ist der Ausgangspunkt für das "CSR-Kompetenzzentrums Textil-und Bekleidungswirtschaft Niederrhein", das mit Beginn des Jahres 2016 mit den Kooperationspartnern Forschungsstelle für Allgemeine und Textile Marktwirtschaft (FATM) an der Universität Münster, ZiTex - Verband Textil und Mode in NRW und der Wirtschaftsförderung Mönchengladbach (WFMG) durchgeführt wird. Mit dem Projekt, das bis zum Ende des Jahres 2018 geplant ist, soll ein CSR-Netzwerk in Nordrhein-Westfalen aufgebaut werden, in das kleine und mittlere Unternehmen der Textil- und Bekleidungswirtschaft direkt und umfassend einbezogen werden.

Ein strategisches Ziel des Projektes ist die Steigerung der Qualität und Innovationsentwicklungen durch Kooperation von kleinen und mittleren sowie weiteren Unternehmen mit Forschungseinrichtungen über interdisziplinäre Netzwerke, die zu einer Erhöhung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Innovationsfähigkeit führen sollen. Durch diese Zusammenarbeit in den horizontalen und vertikalen Wertschöpfungsketten wird eine Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und des Renommees der Textil- und Bekleidungswirtschaft aus NRW im globalen Markt angestrebt. Im Ergebnis kann dies mittelfristig auch zur Verbesserung der Beschäftigungsverhältnisse in NRW aber auch in der gesamten globalen textilen Kette führen.

Die operativen Ziele des Projektes für den Zeitraum 2016 bis 2018 sind

- die Erfassung der bisherigen Umsetzung von CSR-Aktivitäten im gesamten Cluster Textil und Bekleidung, insbesondere bei KMU,
- die Bewusstseinsbildung für die Chancen einer umfassenden CSR-Strategie im Management von KMU,
- die gemeinsame Erarbeitung von Handreichungen für die Entwicklung von CSR-Aktivitäten,
- die Begleitung von Unternehmen (KMU) bei unternehmensübergreifenden Gesprächsrunden und Workshops.

Sonstige Aktivitäten

Um die regionale Öffentlichkeit im Umfeld der Hochschule über die im EhtNa diskutierten Themen zu informieren, aber auch im Impulse aus der Region für die Arbeiten des Kompetenzzentrums zu erhalten, wurden seit dem Sommersemester 2014 bislang 3 öffentliche Vortragsreihen (im SS 2016 zusammen mit dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik DNWE) durchgeführt:

- Wie verändern die Neuen Medien reale und virtuelle Gemeinschaften? Ökonomische, sozialwissenschaftliche und ethische Perspektiven (2014)
- Vortragsreihe zu den verschiedenen Dimensionen der Gerechtigkeit (2015)
- Vortragsreihe "Menschenrechte in Unternehmen" (2016)

3. Ausblick

Abschließend sei angemerkt, dass das Land Nordrhein-Westfalen für die zuvor beschriebenen Maßnahmen bislang einen adäquaten und die Entwicklungen unterstützenden Rahmen angeboten hat. Neben der Förderung von ab dem Jahre 2017 insgesamt acht regionalen CSR-Kompetenzzentren in NRW sind insbesondere die Diskussionsreihen wie z.B. die "Ständehausgespräche zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen" (seit 2011) oder die Diskussionsrunden im Rahmen der CSR-Hochschultreffen zu nennen, die wesentliche Impulse für Initiierung und Weiterführung der CSR-bezogenen Diskussionen mit unterschiedlichen Institutionen beitragen.