Unternehmensverantwortung und CSR in der Krise ? 5 Fragen an? Prof. Gianluca Carnabuci



Eine globale Pandemie stellt Unternehmen sowie die Gesamtwirtschaft momentan vor ungeahnte Herausforderungen und erschwert sowohl das Tagesgeschäft als auch eine strategische Planung. Uns interessiert dabei die folgende Fragestellung: Wie verändert sich in diesen Zeiten der Unsicherheit die Bedeutung von Verantwortung und CSR in Unternehmen? Zu diesem Thema haben wir ?5 Fragen an?? Prof. Gianluca Carnabuci.

(1) Was machen Sie zurzeit beruflich? Welche Themen, mit denen Sie sich beschäftigen, sehen Sie besonders von der Pandemie betroffen?

Gianluca Carnabuci: Ich bin Professor an der ESMT Berlin und Inhaber des Ingrid and Manfred Gentz Chair in Business and Society. Ich beschäftige mich mit der Forschung und Lehre rund um das Thema zwischenmenschliche Netzwerke und wie diese die Produktivität und die Innovationsfähigkeit von Managern und Organisationen beeinflussen.

Von der Pandemie betroffen war und ist hauptsächlich meine Lehrtätigkeit. Die gesamte Lehre unterlag einem plötzlichen Wandel und wurde von Face-To-Face auf hybriden oder Online-Unterricht umgestellt. Das war eine große Veränderung und bedeutete, dass ich die Art und Weise, wie ich unterrichte, völlig neu organisieren musste. In der Forschung selbst waren die Auswirkungen dagegen deutlich geringer, da sich die Personen, mit denen ich zusammenarbeite, sowieso weit weg von meinem Arbeits- und Wohnort befinden. Hier waren die direkten Auswirkungen des neuen Arbeitsumfeldes durch die Pandemie weniger zu spüren.

(2) Wie änderte sich in den Zeiten der Pandemie, Ihrer Einschätzung nach, die Bedeutung von Unternehmensverantwortung und CSR?

Gianluca Carnabuci: Ich denke, dass sich Managerinnen und Manager stärker darüber bewusst geworden sind, wie wichtig es ist, Verantwortung zu übernehmen. Die Pandemie hat uns allen deutlich vor Augen geführt, wie angreifbar die menschliche Gesellschaft ist und dass wir auf einander achtgeben und aufpassen müssen. Ich bin mir nicht sicher, wie lange dieses starke Bewusstsein anhalten wird. Es kann sein, dass wir wieder vergessen werden, was wir in den vergangenen Monaten gelernt haben, sobald die Pandemie vorbei ist. Aber ich bin zuversichtlich, dass dies nicht der Fall sein wird.

(3) Wie hat die Pandemie aus Ihrer Sicht zu einer Verschiebung der gesellschaftlichen Priorisierung von Nachhaltigkeitsthemen beigetragen?

Gianluca Carnabuci: Wie bereits angesprochen, denke ich, dass die wichtigste Veränderung darin besteht, dass uns allen - insbesondere jedoch auch Managerinnen und Managern sowie politischen Entscheidungsträgern - stärker bewusst geworden ist, dass

wir uns verstärkt um die menschliche Gesellschaft kümmern müssen. Es gibt große gesamtgesellschaftliche Fragen, auch in Bezug auf die Umwelt, die wir in den Mittelpunkt stellen müssen. Ich glaube nicht, dass die Pandemie etwas daran geändert hat, was wir hinsichtlich der gesellschaftlichen Ziele als mehr oder weniger wichtig ansehen. Ich sehe da keinen direkten Zusammenhang.

(4) Denken Sie, dass die Corona-Krise einen Anstoß zur Diskussion einer grundsätzlichen Neukonzeption der Art, wie wir zukünftig wirtschaften möchten, darstellt?

Gianluca Carnabuci: Prinzipiell bin ich der Ansicht, dass eine Krise auch immer eine Chance bietet. Krisen geben uns im Allgemeinen die Gelegenheit, zu überdenken, wie wir bisher gehandelt haben. Viele der Dinge, die wir in normalen Situationen, in "Business as usual"-Situationen, für selbstverständlich halten, können wir jetzt in Frage stellen. Und ich denke, wir sollten sie auch ganz gezielt in Frage stellen.

(5) Stichwort "The New Normal": Welche aus der Pandemie entstandenen Potentiale sollten künftig beibehalten werden und was wünschen Sie sich aus der Zeit vor der Krise zurück?

Gianluca Carnabuci: Sicherlich haben wir vor allem gelernt, dass wir früher unnötig viel gereist sind. Die Pandemie hat uns gezeigt, dass wir eine ganze Menge remote und online erreichen und lösen können, was zuvor suboptimal oder gar unmöglich erschien. Unzählige Managerinnen und Manager haben mir berichtet, dass sie früher stundenlang für ein 30-minütiges Meeting geflogen sind, was wir inzwischen zum Teil ablehnen würden, weil wir wissen, dass das nicht mehr nötig ist. Meiner Ansicht nach war diese Angewohnheit, überall hinfliegen zu müssen - selbst für Dinge, die sich perfekt aus der Ferne erledigen ließen - unter anderem auch eine symbolische Entscheidung, um zu zeigen: "Wir fliegen viel, also sind wir wichtig". Gleichzeitig war auch die Annahme sehr präsent, dass wir unsere Kundenorientierung etwa durch stundenlanges Hin- und Herfliegen gezeigt haben. Wir müssen jedoch lernen, dass wir der Verantwortung unseren Kundinnen und Kunden gegenüber auch aus der Ferne gerecht werden können.

Was ich gerne wiedersehen würde, sind mehr Möglichkeiten für menschliche Interaktionen, die nicht nur aufgabenorientiert sind. Leider ist dies derzeit noch eine Grenze des Remote Works: Vieles, was wir tun, orientiert sich nur noch an gegebenen Aufgaben. Es gibt deutlich weniger informelle Interaktionen. Ich hoffe, dass sich das sehr bald wieder ändern wird.

Unternehmensverantwortung und CSR in der Krise - 5 Fragen an? ist eine Interviewreihe zum Thema Wirtschaftsethik in Krisenzeiten. Sie zeichnet sich besonders durch die Pluralität unserer Expert_innen aus. Die gesamte Reihe veröffentlichen wir fortlaufend im Dossier.