

Gutes denken und Schlechtes tun

Artikel im Web

Gründer wollen zwar umweltbewusst wirtschaften, entscheiden aber meist ganz anders. Scheinheiligkeit kann man ihnen dennoch nicht vorwerfen, heißt es in einer Studie.

Solarpanels auf der Fabrikhalle installieren, Bio-Aufkleber auf die Produkte pappen und auf eine faire Bezahlung der südamerikanischen Kaffeebauern hinweisen - in der deutschen Wirtschaft scheint in den vergangenen Jahren ein moralisches Umdenken stattgefunden zu haben. Doch obwohl viele Unternehmer sich dem Umweltschutz verschrieben haben, werfen sie in bestimmten Situationen ihre guten Vorsätze über Bord und entscheiden gegen ihr grünes Gewissen. Das ergab eine aktuelle Studie von Wirtschaftswissenschaftlern der **TU München** in Zusammenarbeit mit der Indiana University und der Oklahoma State University.

Die Forscher haben 100 deutschen Unternehmern verschiedene Szenarien, wie sie in der Wirtschaft vorkommen könnten, vorgelegt und sie die Geschäftsmöglichkeit be-

werten lassen. Anschließend wurden sie nach ihrem Verhältnis zum Umweltschutz befragt. Außerdem, für wie einflussreich sie sich selbst als Unternehmer halten und in welcher wirtschaftlichen Situation sich ihre Firma derzeit befindet.

Unterbewusster Selbstbetrug

Das Ergebnis: Auch Teilnehmer, die sich der Natur verpflichtet fühlen, treffen Entscheidungen, die der Umwelt schaden. Nun liegt der Schluss nahe, dass die Unternehmenslenker ihr Gerede über Nachhaltigkeit nur zum Aufpolieren ihres Images nutzen. Doch das ist falsch. Das Forscherteam um Holger Patzelt, Professor für Unternehmertum an der **TU München**, hat herausgefunden, dass die Testpersonen ihre "Beziehung zwischen Werten und Handlungen neu justierten - so dass ihre Handlungen mit ihren Werten übereinzustimmen schienen". Ein typisches Beispiel dafür seien etwa Unternehmer, die die Verantwortung zum Beispiel an Lieferanten abtreten, wenn

es um die Beschaffung von Rohstoffen aus Entwicklungsländern ginge.

Diese Form des unterbewussten Selbstbetrugs stellten die Wissenschaftler vor allem bei den Firmengründern fest, die sich selbst als sehr einflussreich wahrnehmen. "Sie laufen Gefahr, Werte auszublenden, die ihre Handlungsoptionen einschränken", sagt Patzelt. Auch Gründer deren Unternehmen sich in einer wirtschaftlichen Krise befindet, neigen dazu ihre moralischen Vorstellungen hintenanzustellen.

Aus diesen Ergebnissen leitet Patzelt Handlungsempfehlungen für die Gründer selbst aber auch für die Politik ab. Die Unternehmer könnten, da sie jetzt über ihre unbewussten Entscheidungsmechanismen Bescheid wüssten, ihre Handlungen stärker hinterfragen. Politiker könnten eine veränderte Umweltgesetzgebung aus den Studienergebnissen ableiten und "in Branchen mit schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen auf eine stärkere Regulierung zum Schutz der Natur achten", sagt Patzelt.