

MANAGER LERNEN DEN UMGANG MIT DER WISSENSCHAFT

Prof. Jürg Arpagaus, lic. rer. pol., Dipl. Ing. FH, Forschungsfachhochschule Kalaidos

Für Führungskräfte ist es immer wichtiger, Forschungsergebnisse der Sozialwissenschaften verstehen und beurteilen zu können.

In Wirtschaft, Gesellschaft und Politik spielen wissenschaftliche Erkenntnisse eine immer wichtigere Rolle. Heutzutage werden wissenschaftliche Studien oft vor wichtigen Entscheidungen sowohl in der Politik als auch im Geschäftsleben zu Rate gezogen oder in Auftrag gegeben. Das heisst, wissenschaftliche Erkenntnisse haben dem Weg aus dem Elfenbeinturm längst geschafft und gehören heute zum Alltag eines jeden

Entscheidungsträgers. Sowohl die Wirtschaft als auch die Politik initiiert und finanziert wissenschaftliche Untersuchungen an den Hochschulen oder an Forschungsinstituten mit den Zielen, wichtige Entscheidungen wissenschaftlich abzustützen und den direkteren Zugang zu wissenschaftlichen Innovationen zu haben. Die Zusammenarbeit zwischen der akademischen Forschung und der Wirtschaft wird auch von staatlicher Seite gefördert, um den Transfer neuer Erkenntnisse in der Wirtschaft zu beschleunigen. Die Verflechtung und gegenseitige Abhängigkeit von Wirtschaft und Wissenschaft nimmt stetig zu. Ein fruchtbarer Austausch kann jedoch nur dann stattfinden, wenn sich Wirtschaft und Wissenschaft auch verstehen. Es ist deshalb wichtig, dass die Akademiker der Hochschulen vermehrt Kontakt zur Wirtschaft pflegen und die Praktiker sich immer wieder mit wissenschaftlichen Neuerungen auseinandersetzen. Es ist leider nur zu oft so, dass Kooperationen zwischen Wissenschaft und Praxis nicht zustande kommen oder scheitern, weil sich die Parteien aufgrund der unterschiedlichen Sprache nicht verstehen. Es ist also eine notwendige Voraussetzung, dass die Wissenschaftler die "alltäglichen" Probleme der Praxis kennen, und dass die Praktiker das akademische Vokabular beherrschen.

Um wissenschaftliche Aussagen der Betriebswirtschaftslehre zu verstehen und zu interpretieren, braucht es ein Grundverständnis der empirischen Sozialforschung. Es sind vorwiegend sozialwissenschaftliche Phänomene, die im Geschäftsleben erkannt und verstanden werden müssen. Beispiele dafür sind das Verhalten der Mitarbeitenden, der Aktionäre, der Kunden oder die Organisation von Märkten oder Unternehmungen. Executive MBA Programme, wie beispielsweise jenes der Privaten Hochschule Wirtschaft, Teil der Kalaidos Fachhochschule, vermitteln dieses Grundverständnis. Die Studierenden sollen nach der Veranstaltung in der Lage sein, sozialwissenschaftliche Texte zu lesen und zu verstehen. Sie sollen wissenschaftliche Aussagen interpretieren und kritisch hinterfragen können.

Doch was sind wissenschaftliche Aussagen? Was unterscheidet sie von anderen Aussagen? Der Inhalt kann es nicht sein, denn die Wissenschaft befasst sich mit den gleichen Inhalten wie die Praxis. Beide versuchen beispielsweise die Frage zu beantworten: Weshalb ist die Unternehmung A erfolgreicher als die Unternehmung B? Wissenschaft lässt sich also nicht über die Fragestellung oder den Inhalt einer Analyse definieren. Wissenschaft zeichnet sich durch die angewandten Methoden aus. Es dürfen nur solche Aussagen als wissenschaftliche Aussagen bezeichnet werden, die unter Einhaltung von anerkannten methodischen Regeln generiert werden. Das heisst, wenn die Wissenschaft Tatsachenmaterial sammelt, um es zu einem System zu organisieren, dann muss sie dabei anerkannten methodischen Regeln folgen. In der sozialwissenschaftlichen Forschung gibt es eine Palette von Methoden, die bei der Sammlung von Tatsachen angewendet werden können. Welche Methode die richtige ist, hängt sehr stark von der Fragestellung ab. Mal sind zum Beispiel quantitative schriftliche Umfragen besser geeignet, mal qualitative narrative Interviews. Eine zentrale Kompetenz eines Sozialwissenschaftlers ist, die für die Beantwortung einer Frage geeigneten Methoden auszuwählen und korrekt anzuwenden. Werden ungeeignete Methoden eingesetzt, besteht die Gefahr von Falschaussagen oder Fehlschlüssen. Sollen beispielsweise Hypothesen getestet werden, dann sind einzelne qualitative Interviews für generalisierende Aussagen nur wenig geeignet.

Kenntnisse über die verschiedenen Methoden sind nicht nur für forschende Sozialwissenschaftler notwendig, sondern auch für Entscheidungsträger, die wissenschaftliche Aussagen verstehen, interpretieren und in die Praxis umsetzen müssen. Zukünftige Manager sollten die wichtigsten Instrumente und Methoden der empirischen Sozialforschung sowie deren Anwendung kennen und verstehen. Sie sollten wissen, wann Umfragen (Surveys), Experimente, Quasi-Experimente (faktorielle Surveys), Inhaltsanalyse, Netzwerkanalyse, Focus Group, Beobachtung oder die Methoden der Evaluationsforschung angewendet werden müssen. Sie sollten aber auch die Grenzen und Risiken dieser Methoden kennen. Manager müssen immer mehr in der Lage sein, auch die Qualität der Anwendung dieser Methoden zu beurteilen. Erst dann können sie wissenschaftliche Erkenntnisse für ihren Praxisalltag fruchtbar nutzen. Es ist daher zentral, dass Executive MBA Programme nicht nur betriebswirtschaftliches Fachwissen vermitteln, sondern die Absolvierenden auch befähigen, mit wissenschaftlichen Erkenntnissen korrekt umzugehen.

*Prof. Jürg H. Arpagaus, lic. rer. pol., Dipl. Ing. FH, Forschungsleiter Kalaidos
Fachhochschule
[08.09.2005]*