

# Prof. Dr. Thomas Wunder

Hochschule Neu-Ulm

Prof. Dr. Thomas Wunder ist seit 2010 Professor für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Unternehmensführung an der Hochschule Neu-Ulm (HNU). Zuvor war er Geschäftsführer von Horváth & Partners USA in Boston und Atlanta sowie Executive Relationship Manager bei North Highland - Worldwide Consulting. Seit über 15 Jahren begleitet er Unternehmen unterschiedlichster Branchen bei ihrer praktischen Strategiearbeit.

Thomas Wunder studierte Wirtschaftsingenieurwesen (Maschinenbau) an der Universität Kaiserslautern und der University of Birmingham (England) und hat am Lehrstuhl für Strategisches Management der European Business School (ebs) promoviert. Er war Dozent für Strategisches Management an Universitäten in der Schweiz und den USA. Seine Forschungsinteressen sind strategische Themen einer nachhaltigen Unternehmensführung sowie die Gestaltung und Umsetzung von Strategieprozessen.



## Vortrag: Lohnt sich Nachhaltigkeit? Impulse für die praktische Strategiearbeit

Angesichts der gravierenden Herausforderungen unserer Zeit stellen sich Manager und Wissenschaftler heute zunehmend die Frage, welche Relevanz gesellschaftliche Anforderungen für den Unternehmenserfolg von morgen haben. Aus strategischer Sicht geht es dabei weniger um das Einhalten verpflichtender Standards oder um moralisch-ethische Aspekte, sondern um das Identifizieren und Ergreifen unternehmerischer Chancen. Ein *nachhaltiges strategisches Management* strebt eine Symbiose von wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Wertschöpfung an. Neuere betriebswirtschaftliche Konzepte wie Shared Value, Social Innovation oder Sustainable Business Models haben im Kern eine Schlüsselbotschaft: Ein Unternehmen kann seine Wettbewerbsfähigkeit verbessern und langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein, indem es mit seinem Kerngeschäft systematisch einen Beitrag zur Lösung der großen und dringenden Probleme unserer Zeit leistet. Ökologische und soziale Belange werden hier nicht konträr zum wirtschaftlichen Handeln betrachtet, sondern vielmehr als Möglichkeit, den strategischen Handlungsspielraum des Unternehmens zu erweitern. Diese Sichtweise liegt auch einem modernen Verständnis von Corporate Social Responsibility (CSR) oder dem Konzept der unternehmerischen Nachhaltigkeit zugrunde.

Vor diesem Hintergrund liefert der Vortrag aus der Ringvorlesung Nachhaltigkeit Anknüpfungspunkte und Impulse für die Verknüpfung von sozialen, ökologischen und gewinnorientierten Aspekten im Rahmen der strategischen Unternehmensführung, zeigt aber auch Fallstricke und Paradoxien auf.