

Wenn BWL-Studenten ihre künstlerische Ader entdecken

Die private Alanus-Hochschule fördert Nachwuchskräfte, die über den Tellerrand blicken

Von unserem Wirtschaftskorrespondenten in Frankfurt, Christoph
Eisenring

An der privaten Alanus-Hochschule werden Betriebswirtschafter ausgebildet, die auch ein künstlerisches Flair entwickeln sollen. Die Ausbildung mit ihren langen Praxisphasen in Unternehmen zieht eine Klientel an, die sonst nicht unbedingt ein Wirtschaftsstudium in Angriff nähme.

Alfter, im Juli

Im Team aus Kartonschachteln einen möglichst hohen Turm zu bauen, scheint zunächst keine schwierige Aufgabe. Spannender wird es, wenn man währenddessen kein Wort sagen darf. Es bildet sich recht bald eine Arbeitsteilung heraus: Der eine schneidet zu, der andere klebt, ein Weiterer überlegt sich, wie man das Ganze am besten zusammenfügt. Die «Spieler» sind angehende Betriebswirtschafter der Alanus-Hochschule in Alfter bei Bonn. Aus dem Experiment sollen sie zweierlei mitnehmen. Zum einen wird ihnen vor Augen geführt, welche Rolle sie in einer Gruppe unwillkürlich annehmen. Zum anderen erleben sie, was es braucht, damit ein Team harmoniert. Diese Lernform ist typisch für die Alanus-Hochschule, die mit dem etwas hochtrabenden Slogan «Wirtschaft neu denken» für sich wirbt.

Im Tandem mit Kunststudenten

Alanus-Studenten werden ständig mit Kunst konfrontiert. Wer der Hochschule einen Besuch abstattet, nimmt als Erstes die Ateliers und das Klopfen der im Freien arbeitenden Bildhauer wahr. Die Kunststudenten hatten nicht nur freundlich reagiert, als vor zwei Jahren der erste BWL-Jahrgang auf dem Campus einzog. Mittlerweile haben sie aber Vorurteile abgebaut. Dazu haben auch «Tandem»-Projekte beigetragen, in denen jeweils ein Wirtschafts- und ein Kunststudent zusammenarbeiten. In einem Projekt, bei dem in Alfter eine Hausfassade bemalt wurde, lernte der Kunststudent von seinem BWL-Kollegen zum Beispiel, welche Rechte mit der Schöpfung eines Werkes auf ihn übergehen. Im fünften Semester wird die Kunst nun in die Unternehmen getragen: Die Studenten verbringen eine Woche in Logistikcentern von Detailhändlern. Von der dort herrschenden Betriebsamkeit sollen sie sich zu Kunstprojekten inspirieren lassen, die dann wieder «sur place» ausgestellt werden.

Der Campus ist ein schöner Flecken mit einem weiten Blick über die Rheinebene. Über das Anwesen verstreut finden sich Skulpturen, die zum Teil langsam im Grün der Matten verschwinden. Als Nukleus diente ein alter Bauernhof, gegessen wird an grossen Tischen im ehemaligen Kuhstall. Darum herum sind weitere Gebäude entstanden, deren einfache Bauweise an Rudolf-Steiner-Schulen erinnert: viel Holz, Glas, Naturmaterialien, Sonnenkollektoren auf den Dächern. Gestartet wurde 1973 mit 30 Kunst-Studierenden. Der Namensgeber der Hochschule, Alanus, war ein französischer Universalgelehrter aus dem 12. Jahrhundert. Zurzeit sind 430 Studenten aus 7 Fachbereichen eingeschrieben. Durch die Erweiterung, die sich im Bau befindet, soll sich die Kapazität bis 2011 fast verdoppeln.

Die Alanus-Hochschule hat einen anthroposophischen Hintergrund. Ist sie deshalb nur etwas für Schüler von Rudolf-Steiner-Schulen? Professor Markus Mau, Leiter des Fachbereichs BWL, winkt ab. Wichtig sei, dass sich die Studenten auf die Kunstmodule einliessen. Die Eignung eines Kandidaten wird in Gesprächen abgeklärt. Den Studenten soll aber vor allem auch ein solides Fundament in Betriebswirtschaftslehre vermittelt werden, wie es an anderen Universitäten auch gelehrt wird. Oft werden dabei externe Experten hinzugezogen, da vier, bald sechs Professoren zu wenig sind, um alles selbst abzudecken. Hat es in diesen Modulen denn Platz, um «Wirtschaft neu zu denken»? BWL-Professor Lars Petersen verweist als Beispiel auf die «Wertbildungsrechnung» mit ihrem sich vom herkömmlichen Controlling unterscheidenden Jargon. In ihr gibt es keine Kosten, sondern nur «Leistungen», die zur «Wertbildung» beitragen, der Umsatz drückt die «Wertschätzung» der Kunden aus. Jede Abteilung einer Firma kann dabei auf einfache Weise ihren Beitrag zur Wertschöpfung ermitteln, was unternehmerisches Denken fördern soll.

Wirtschaft und Brüderlichkeit

Man kann das als sprachliche Spielerei abtun, als simplen Austausch von Begriffen. Damit soll indessen eine dezentrale Führungsphilosophie zum Ausdruck kommen, die dem Mitarbeiter viel zutraut - in den Gesprächen taucht verschiedentlich das Negativbeispiel Lidl auf. Der Discounter liess in zahlreichen Filialen Mitarbeiter mit Hilfe von Privatdetektiven und Mikrokameras überwachen. Auch in solchen Diskussionen klingt Rudolf Steiners Anthroposophie an. So war für Steiner Egoismus mit einer arbeitsteiligen Gesellschaft unvereinbar: Man könne nichts für sich mehr tun, je weiter die Arbeitsteilung voranschreite, sondern man müsse alles für die anderen tun, schrieb er 1922. Steiner ordnete dem Bereich der Wirtschaft deshalb die Brüderlichkeit als Ideal der Französischen Revolution zu. Das tönt fremd, wenn man Adam Smiths Prinzip der «unsichtbaren Hand» im



Der Campus der privaten Alanus-Hochschule in Alfter bei Bonn.

PD

Kopf hat, wonach das eigennützige Streben der Menschen zum Wohl der gesamten Gesellschaft beitrage.

Die Partnerfirmen haben die Ausrichtung des Studiums als Ideengeber mitgeprägt. Dazu gehören etwa die Drogeriekette «dm», hinter Schlecker die Nummer zwei in Deutschland, die Biomärkte von Alnatura, der Lebensmittelhändler Tegut oder der Hersteller von Körperpflegeprodukten Weleda. Diese suchen nach eigenem Bekunden Nachwuchskräfte, die «über den eigenen Tellerrand» hinausblicken und Kreativität mitbringen. Mittlerweile haben aber weitere Firmen Gefallen an dem Konzept gefunden. So bietet auch Rewe, einer der grössten europäischen Lebensmittelhändler, Praktika an. Zusätzlich zum Studium arbeiten die Studenten während ihres Bachelors sechzig Wochen, also über ein Jahr, in den jeweiligen Partnerfirmen, wo sie sich über sechs Praxisphasen weiterentwickeln können. Um zum Studium zugelassen zu werden, müssen die Studenten denn auch einen Praktikumsplatz haben. Die Erfolgsquote liegt derzeit bei 1 zu 3. Wer es geschafft hat, wird von den Firmen finanziell unterstützt. Denn die Alanus-Hochschule ist zwar staatlich anerkannt und bietet ab dem kommenden Jahr auch einen Master-Studiengang in BWL an, muss sich aber selbst finanzieren. Entsprechend kostet das Studium 700 € pro Monat oder 25 200 € für einen dreijährigen Bachelor-Abschluss. Die Partnerfirmen übernehmen diese Gebühren im Gegenzug für die geleistete Arbeit ganz oder in Teilen.

Eine «Marktnische» gefunden

Besteht bei einer so kleinen Hochschule mit ihren bald 120 BWL-Studenten und dem speziellen Fokus nicht die Gefahr, dass man sich stets im Kreis von Gleichgesinnten bewegt? Wer in ein Seminar hineinhört, ist angetan von der lebhaften Diskussion zwischen den Studenten, auch der Gast wird gleich einbezogen. Das hebt sich ab von den meisten staatlichen Universitäten, wo in überfüllten Hörsälen oft Lethargie herrscht. Das gute Klima - und wohl auch die vorgängige Selektion» durch die Hochschule und die Partnerfirmen - lässt sich auch daran ablesen, dass von den anfänglich 34 Studenten des ersten Jahrgangs bisher nur 2 das Studium abgebrochen haben.

Alanus-Studenten sind keine Bittsteller, sondern verlangen selbstbewusst eine Gegenleistung für die Gebühren, mit denen sie die Dozenten finanzieren. Ob die an der Alanus-Hochschule neben dem BWL-Rüstzeug erworbenen Fähigkeiten auch für Firmen ausserhalb des Kreises der Partnergesellschaften attraktiv sind, wird sich weisen. Der erste Jahrgang kommt 2009 auf den Arbeitsmarkt. Die Zufriedenheit der Studenten, die sich auch ein wenig stolz als «Pioniere» sehen, deutet darauf, dass die Hochschule ihre Marktnische gefunden hat. Und man ahnt, wie farbig die Bildungslandschaft aussehen könnte, wenn diese stärker als heute

durch private Universitäten geprägt würde.