

Preisträger 2016 Anna Lyashenko und David Spenger

Anna Lyashenko, Betriebswirtschaftslehre



Seit Beginn des 21. Jahrhunderts nimmt die Corporate Social Responsibility (CSR) bzw. Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung einen immer größeren Stellenwert in der strategischen Positionierung von Unternehmen ein. Zur CSR eines Unternehmens zählen unter anderem Themen wie Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung, Umweltmanagement und Unternehmensethik.

Diese gesteigerte Verantwortungsübernahme der Unternehmen geschieht entweder freiwillig im Rahmen interner Strategieausrichtungen oder aufgrund äußeren Drucks durch die Shareholder. In der wirtschaftswissenschaftlichen Fachliteratur wird seit geraumer Zeit kritisch diskutiert, ob von Unternehmen durchgeführte Nachhaltigkeitsmaßnahmen den Firmenwert positiv beeinflussen oder ob sie vielmehr den Interessen anderer Anspruchsgruppen (Stakeholder) gerecht werden. Genau an diesem Punkt setzt die am Lehrstuhl von Prof. Dr. Max Götttsche entstandene, empirisch ausgerichtete Masterarbeit an.

In der Studie mit dem Titel „The Role of Corporate Social Responsibility in Corporate Strategy“ wird untersucht, inwieweit unternehmerische Nachhaltigkeit den Firmenwert beeinflusst und ob dieser Einfluss von einem Managereffekt getrieben wird. Betreuer war Tobias Steindl vom Lehrstuhl für ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung.

Die Arbeit von Anna Lyashenko liefert die erste empirische Analyse zum Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeitsmaßnahmen, Unternehmenswertänderungen sowie Fähigkeiten und Talenten des Managements. Der Annahme folgend, dass Manager durch ihre strategischen Entscheidungen und ihren Einfluss auf die unternehmerische Rechnungslegung einen hohen Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben, hat die Preisträgerin die Führungsqualität in die Untersuchung einbezogen und auf diese Weise – mit Erfolg – versucht, eine bis dato bestehende Untersuchungslücke zwischen den Faktoren CSR und Unternehmenswert zu schließen.

Auf der Basis von fast 13 000 Untersuchungen in den Jahren 1995 bis 2012 hat Anna Lyashenko multivariate Analysen durchgeführt, um herauszufinden über welche Kanäle CSR-Aktivitäten den Unternehmenswert beeinflussen. Die Masterarbeit zeichnet sich insbesondere durch ihre äußerst breite Datenbasis und die hohe Methodenkompetenz in der empirischen Forschung aus. Alle Ergebnisse sind nicht nur überzeugend verfasst, sondern auch als vollkommen neuartig zu bewerten.

Für das Forschungsfeld ergab sich ein echter Mehrwert: Die in der Arbeit gewonnenen Erkenntnisse führen zu völlig neuen Fragestellungen hinsichtlich der Beurteilung von CSR-Maßnahmen. Es ist geplant, diese Ergebnisse im Rahmen weiterführender Forschungsprojekte des Lehrstuhls ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung zu untersuchen.

Anna Lyashenko ist russische Staatsbürgerin. Sie wurde 1988 in Gomel, Weißrussland geboren und hat in Baltijsk in Russland ihr Abitur abgelegt. Ab 2004 studierte sie in Kaliningrad Mathematik und Informatik. Das Diplom-Studium schloss sie 2009 sehr erfolgreich ab. 2011 begann Anna

Lyashenko darüber hinaus ein Bachelorstudium der Betriebswirtschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, welches sie 2014 erfolgreich abschloss. Im Oktober 2014 nahm sie ihr Masterstudium der Betriebswirtschaftslehre an der KU Eichstätt-Ingolstadt mit dem Schwerpunkt FACT (Finance, Accounting, Controlling und Taxation) auf, das sie im September 2016 sehr erfolgreich beendete.

Ausgezeichnet wurde Anna Lyashenko bereits durch die Universität Münster mit dem „PwC Outstanding Tax Student Award“. Berufliche Erfahrungen sammelte sie in verschiedenen Praktika, u. a. bei KPMG, und als studentische Hilfskraft. Seit Februar 2016 ist sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung der KU beschäftigt und befasst sich mit den Themen Nachhaltigkeit, Internationales Rechnungswesen und Wirtschaftsprüfung.

David Spenger, Geographie



Um eine nachhaltige Regionalentwicklung in Tourismusdestinationen zu gewährleisten, bedarf es nicht nur einer verantwortungsvollen Destinationsmanagementorganisation, sondern vor allem einer Bevölkerung, die sich dem regionalbewussten Denken und Verhalten versprochen hat. Die Bachelorarbeit von David Spenger „Wer schwimmt mit? Das ‚Karpfen-Netzwerk‘ im Aischgrund und seine Bedeutung für die Stadtentwicklung von Höchstadt an der Aisch“ versucht an einem regionalen Beispiel die Steuerungsstrukturen und -prozesse innerhalb von Tourismusdestinationen aufzuzeigen, zu analysieren und entsprechende Konzepte abzuleiten. Hervorzuheben ist der praxisorientierte Charakter der Arbeit.

Im Zusammenhang mit einer nachhaltigen Regionalentwicklung verbindet David Spenger den abstrakten Begriff der Nachhaltigkeit mit dem praktikableren Begriff der Regionalität. Besondere Aufmerksamkeit kommt in diesem Zusammenhang Regionalprodukten zu, da sie als Ausdruck für nachhaltiges Wirtschaften im regionalen Kontext gelten und mit räumlichen Identitätsstrukturen der lokalen Bevölkerung verknüpft sind.

Die von Prof. Dr. Harald Pechlaner am Lehrstuhl für Tourismus betreute Bachelorarbeit nutzt den theoretischen Rahmen des akteurzentrierten Institutionalismus, bei dem Akteure im Zentrum der Betrachtung stehen, jedoch von Institutionen oder Regelungsmechanismen maßgeblich in ihrem Handeln beeinflusst werden.

Anhand von teilstandardisierten Leitfadeninterviews mit Akteuren des Netzwerks aber auch relativ unbeteiligten Dritten konnten durch David Spenger Kernwerte der Region Aischgrund ermittelt werden, wobei sich der Karpfen als Identitätssymbol herausstellte. Zudem wurden einige Hauptakteure identifiziert, die das Netzwerk weiter ausbauen und den Karpfen weiter vermarkten möchten.

Als Fazit aus seiner Untersuchung zieht Spenger, dass zunächst die Identifizierung der Bevölkerung mit dem Produkt Karpfen zu fördern ist. Dabei sei der Bevölkerung zu vermitteln, dass es nicht um den Karpfen in seiner physischen Existenz ginge, sondern um Regionalität, um so auch andere regionale Produkte zu integrieren. Der Karpfen sei als eine Art Kulturgut zu verstehen.

Um einen authentischen und nachhaltigen Tourismus zu etablieren sei dem Motto „Innenentwicklung vor Außenentwicklung“ zu folgen: „Ist die Kommunikation nach innen gestärkt,

kann der Karpfen als Symbol der Region nach außen getragen und weiter vermarktet werden.“ Denkbar seien zum Beispiel Geschäfte mit einer Spezialisierung auf regionale Produkte in der Innenstadt von Höchstadt an der Aisch. Zu beachten sei bei alledem, dass der Karpfen als Markenzeichen der Region authentisch bleibe und die Distanz zu seinem Produktionszusammenhang nicht vergrößert werde.

Nach Auffassung der Jury ist es dem Preisträger mit seiner alternativen Herangehensweisen an das Thema Nachhaltigkeit gelungen, die Bandbreite des Konzeptes und dessen Facettenreichtum aufzuzeigen.

David Spenger wurde 1993 in Erlangen geboren und hat 2012 am Gymnasium Herzogenaurach sein Abitur gemacht. Sein Bachelorstudium Geographie mit dem Schwerpunkt „Freizeit, Tourismus und Umwelt“ an der KU schloss er 2016 mit sehr gutem Ergebnis ab. Während des Studiums verbrachte er ein Auslandssemester in Santiago de Chile und belegte unter anderem die Kurse „Nachhaltige Entwicklung“ und „Soziale Exklusion und Armut“. Zudem absolvierte Spenger ein zweimonatiges Praktikum im Tourismusbüro der Stadt Linares in Chile. Von Juni bis Oktober 2016 arbeitete er bei „El Perezoso – Agencia de Turismo Responsable“, einem Reiseveranstalter mit dem Fachgebiet Nachhaltiger Tourismus in Nicaragua.

Neben seinen bisherigen Tätigkeiten als wissenschaftliche Hilfskraft ist Spenger Mitglied im studentischen Verein TOPAS e. V. (Touristische Organisation, Planung und Ausführung von Studenten) und engagiert sich in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen ehrenamtlich.