

Expertenbeitrag zum Thema

**Potenziale des gesellschaftlichen Engagements
von Unternehmen in den Regionen**

von

*Holger Backhaus-Maul,
Soziologe und Verwaltungswissenschaftler
an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg*

Deutsche Pfade

In Deutschland sind Unternehmen traditionell immer schon Teil der Gesellschaft: Sie sind einerseits Beitrags- und Steuerzahler sowie Mitentscheider in institutionalisierten Politikprozessen, andererseits engagieren sie sich freiwillig entsprechend eigenen Prioritätensetzungen in der Gesellschaft „vor Ort“. Das freiwillige gesellschaftliche Engagement von Unternehmen erweist sich dabei in besonderem Maße als ein Betätigungsfeld von inhaber/-innengeführten Klein- und Mittelunternehmen.

Globale Dynamik

Die forcierte Globalisierung des Wirtschaftens und die latente Skepsis gegenüber global tätigen Unternehmen wirken sich auch auf die gesellschaftliche Rolle von Unternehmen aus. Hinzu kommt, dass gesetzliche Pflichten von Unternehmen als Steuer- und Beitragszahler im Nationalstaat deutscher Prägung seit Jahren eine deutliche Lockerung erfahren. Dort, wo Nationalstaaten an gesellschaftlichem Einfluss verlieren, gewinnen insbesondere Regionen mit ihren Ressourcen, aber auch Unzulänglichkeiten als Wirtschafts-, Bildungs- und Sozialraum an Bedeutung.

Modernisierte Traditionspfade

Auf regionaler Ebene ist in Deutschland die insbesondere von inhaber/-innengeführten Klein- und Mittelunternehmen gepflegte und kultivierte Tradition des freiwilligen Engagements angesichts der globalen „Ökonomisierung von Gesellschaft“ einer verstärkten wirtschaftlichen Legitimation und strategischen Ausrichtung

ausgesetzt. Die soziokulturelle Selbstverständlichkeit des freiwilligen Unternehmensengagements weicht zunehmend einer wirtschaftlichen Bewertung, wie es für das Engagement global tätiger Unternehmen üblich ist. Das freiwillige Engagement von Unternehmen in den Regionen steht insofern vor der Herausforderung, sich in Bezug auf die wirtschaftliche Unternehmenstätigkeit zu profilieren und zugleich in der Öffentlichkeit als ernsthaft und authentisch anerkannt zu werden.

Für das freiwillige gesellschaftliche Engagement von Unternehmen eröffnen sich vor diesem Hintergrund vor allem auf lokaler und regionaler Ebene neue und weit reichende gesellschaftliche Entscheidungs- und Gestaltungsspielräume. Dabei bietet die Verknüpfung von wirtschaftlicher Unternehmenstätigkeit und freiwilligem Engagement für die Regionalentwicklung – jenseits rein monetärer Ressourcen – auf Unternehmensseite erhebliche Potenziale im Austausch von Wissen und Erfahrungen sowie Sachressourcen.

Für die Entwicklung des regionalen Gemeinwesens bieten sich grundsätzlich Non-Profit-Organisationen als Partner an. Sie verfügen – spezifiziert nach Tätigkeitsbereichen – über eine sach- und fachgerechte Expertise in gesellschaftlichen Angelegenheiten und genießen als gemeinnützige Organisationen in der Öffentlichkeit nach wie vor einen beachtlichen Vertrauensbonus. Diese gesellschaftliche Expertise und der Vertrauensvorschuss sind wiederum nicht nur für gesellschaftlich engagierte Unternehmen wertvolle und interessante Ressourcen.

Beim gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen geht es – wie gesagt – in erster Linie um ein von Unternehmen selbst bestimmtes Handeln, wobei sie vorrangig mit – aufgeschlossenen – gemeinnützigen Organisationen zusammenarbeiten. Für die Zusammenarbeit von Unternehmen und Non-Profit-Organisationen kommt Mittlern wie Freiwilligenagenturen besondere Bedeutung zu, die Unternehmen Zugänge in die verschiedenen Engagementfelder eröffnen, bei der Auswahl passender gemeinnütziger Organisationen beraten sowie über ausgewiesene Kompetenzen bei der Vorbereitung, Begleitung und Evaluation von Engagementprojekten verfügen.

Eine öffentliche Förderung des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen wäre angesichts dieser Ausgangslage als – indirekte – öffentliche Förderung sinnvoll

und zweckmäßig. Staat und Kommunen bietet sich hier die Gelegenheit, gemeinnützige Organisationen in die Lage zu versetzen, durch adäquate und hinreichende Personal-, Sach- und Zeitressourcen überhaupt erst mit Unternehmen angemessen kooperieren zu können.

Spätestens hier sind Bund, Länder und Kommunen als legitimierte Gewährleistungsträger gefordert, nicht das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen direkt zu fördern, sondern die Rahmenbedingungen des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen politisch zu gestalten.

Ostdeutsche Varianten

Die Implosion und der Beitritt der DDR zur Bundesrepublik Deutschland gingen einher mit dem Ableben, der Restrukturierung und auch der Neugründung von Unternehmen in Ostdeutschland. Im Mittelpunkt dieser wirtschaftlichen Transformationsphase stand für viele Unternehmen die Frage des wirtschaftlichen Aufbaus und der Existenzsicherung. Darüber hinausgehende Themen, wie etwa Fragen des gesellschaftlichen Engagements, finden jetzt mit den sich abzeichnenden wirtschaftlichen Konsolidierungserfolgen die ihnen gebührende Aufmerksamkeit, obgleich in Rechnung gestellt werden sollte, dass die Anzahl und Dichte insbesondere von Klein- und Mittelunternehmen im innerdeutschen Ost-West-Vergleich keinen Anlass zu grenzenloser Euphorie bietet.

Aber dennoch und zum Teil auch gerade deswegen sind die Bedingungen für ein Erfolg versprechendes gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Ostdeutschland in einigen Regionen besonders günstig. Der Kreis der engagierten Unternehmen ist übersichtlich, was die Möglichkeiten zum Austausch und zur Kooperation vereinfacht. So setzt sich etwa in der Region Halle der Kern gesellschaftlich engagierter Unternehmen aus einem Bauunternehmen, einem Marketingunternehmen, einem Lebensmittelproduzenten, einer genossenschaftlichen Bank, einem Wohnungsbauunternehmen, einem Personaldienstleister und zwei Maschinenbaubetrieben zusammen. Neben dieser Übersichtlichkeit kommt hinzu, dass Unternehmen in Ostdeutschland, nicht zuletzt dank ihrer Ressourcen, beim Engagement eher mit politischem Pragmatismus, administrativer Flexibilität und zivilgesellschaftlicher Akzeptanz rechnen können.