

Expertenbeitrag zum Thema

Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen und Region

von

Prof. Dr. Gerhard Kleinhenz,

Emeritus Lehrstuhl für Volkswirtschaftslehre

mit Schwerpunkt Wirtschafts- und Sozialpolitik an der Universität Passau

Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen ist ein tragendes Element in der Entwicklung und Ausgestaltung der deutschen Systemarchitektur der Sozialen Marktwirtschaft. Nach dem Subsidiaritätsprinzip wird die Eigenverantwortung von Bürgern, Unternehmen und den sachnahen Sozialpartnern der staatlichen Regulierung vorgezogen. In der freiwilligen Zusammenarbeit von politischen Entscheidungsträgern und Zivilgesellschaft kann Corporate Social Responsibility (CSR) von Unternehmen als Weiterentwicklung des Systems für neue Herausforderungen gelten. CSR kann Zukunftsentwicklungen schneller erkennen und alternative Wege der Problemlösung prüfen sowie auch globale Interdependenzen berücksichtigen.

Die Erfahrung der Weltfinanzkrise und des von ihr ausgelösten Einbruchs der globalen Wirtschaftsentwicklung sollte eigentlich weltweit zunehmende Anerkennung für ein solches Ordnungskonzept bewirken und zur Institutionalisierung einer globalen Ordnungsmacht sowie zur Entfaltung dezentraler Verantwortlichkeit von Unternehmen und Bürgern in der Zivilgesellschaft führen. In der Bundesrepublik Deutschland selbst hat der verständliche krisenbedingte Vertrauensverlust die schon geschwächte Akzeptanz der Sozialen Marktwirtschaft so verstärkt, dass in der öffentlichen Debatte neben einer pauschalen Kritik am globalen Kapitalismus wenig Raum für die Erörterung der Möglichkeiten schrittweiser Systemverbesserung bleiben wird.

Die nationalstaatlichen Handlungsmöglichkeiten sind aber gerade infolge der Weltwirtschaftskrise auf absehbare Zeit schon bis aufs Äußerste ausgeschöpft, so dass für die Herausforderungen der nächsten Zeit neue gemeinschaftliche Problemlösungskapazitäten entfaltet und gewonnen werden müssen. Daher ist das nachhaltige Engagement der Bertelsmann Stiftung für die Stärkung von CSR gegenwärtig von besonderer Bedeutung, das mit der Vorlage des Leitfadens "Verantwortungspartner.

Unternehmen. Gestalten. Region." die praktische Umsetzung unternehmerischer Verantwortlichkeit gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen und im erfahrbaren Bereich der Entwicklung von Regionen erleichtern und unterstützen wird.

Am Lehrstuhl für Volkswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Wirtschafts- und Sozialpolitik an der Universität Passau wurde im Themenfeld Corporate Responsibility für die Region eine Reihe von regionalökonomischen Studien durchgeführt und Netzwerke der Zusammenarbeit mit Unternehmen und politisch Verantwortlichen mit aufgebaut.

Dabei vollzog sich (als Sozialexperiment mit wissenschaftlicher Begleitung) ein trotz aller Politik zur Angleichung der Lebensverhältnisse kaum für möglich gehaltener Aufstieg des ländlichen Raumes um Passau vom "Armenhaus der Nation" im Zonenrandgebiet zum bayerischen Mittelfeld und zu einer exportorientierten Region mit völlig neuen Zukunftschancen in der Mitte Europas ohne Grenzen. In der Zusammenarbeit mit der Projektleitung CSR der Bertelsmann-Stiftung rückte der Aspekt gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen für die Region in den Fokus der weiteren regionalpolitischen Überlegungen. Für ein gemeinsames Seminar haben Studenten in Case Studies die bekannten Fälle von CSR deutscher Großunternehmen aufgearbeitet, in Verbindung mit der IHK-Niederbayern konnte eine Befragung kleiner und mittelgroßer Unternehmen über die Einstellungen zu CSR in der Region durchgeführt werden und es entstand die mit dem Wissenschaftspreis der Universität ausgezeichnete Dissertation von Stephan Hebllich: Eigenverantwortliche Individuen und Pro-Aktive Unternehmen (2008). Die Fülle der unter dem Focus der gemeinsamen Gestaltung von Regionen gefundenen Aspekte empirischer Evidenz, ökonomischer Erklärung und normativer Begründung können hier nur in groben Zügen skizziert werden.

Anschauliche empirische Befunde für Beiträge von Unternehmen zur Gestaltung einer Region finden sich zunächst im Zusammenhang mit der Unternehmensgründung und der Standortwahl sowie für die bei kleinen und mittelständischen Unternehmen auch heute noch häufiger anzutreffenden Fälle der vom Eigentümer bzw. der Eigentümerfamilie geleiteten Unternehmen. Hier sind die Eigentümer sowohl die Verantwortlichen für das Unternehmen als Corporate Citizen, als auch Bürger und Mitglieder des regionalen sozialen Netzes. Gründung und Standortwahl sind je nach den

Dimensionen der Betriebsstätten von einer raumstrukturierenden Bedeutung und erfordern eine Verkehrs- und Infrastrukturanbindung sowie die Berücksichtigung von Bau-, Raum- und Umweltplanungen, bis hin zu Orts- und Landschaftsvorstellungen von einzelnen Mitbürgern. Auch bei klaren technologischen und ökonomischen Standortvorteilen versucht ein Eigentümerunternehmen seine Planung nicht rücksichtslos gegenüber politisch Verantwortlichen oder Mitbürgerinteressen durchzusetzen, auch wenn die Schaffung von Arbeitsplätzen ihm in der Kommune oder Region als Droh- oder Verhandlungspotenzial dienen könnte. Der Eigentümer ist ja zugleich Bürger, der als Nachbar, Eltern, Kirchenangehöriger, Vereinsmitglied etc. langfristig Wert auf sein Ansehen als Person in der Gesellschaft legt.

Nicht nur an geschichtlichen Beispielen lässt sich in vielen Regionen zeigen, dass Gründungen nicht nur auf Grund ökonomisch rationaler Standortwahl erfolgen, sondern eben, am Wohnort des Gründers. Ökonomisch ist die Ansiedlung in einer Region immer auch eine Entscheidung gegen mögliche Standortalternativen und Abwanderung. Der Gründer schafft als regionaler Pionierunternehmer (ggf. auch ohne Standortvorteile) neue Wertschöpfungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten, die ihm langfristig ökonomisch vorteilhaft und für ihn als Person in seiner Lebensplanung umfassend rational sind.

Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen kann sich - wie unser Studie für das BMW Werk Regensburg zeigte - auch durch das Verhalten von Führungskräften und Mitarbeitern ohne eigentlich unternehmerische Verantwortung ergeben oder auch von relativ abhängig erscheinenden Zulieferbetrieben entwickelt werden. Die in der Wissenschaft oft kritisch als verlängerte Werkbänke charakterisierten regionalen Betriebsstätten (Zweigbetriebe) eines Global Players können in ihrer Standortregion durchaus Funktionen eines Leitunternehmens übernehmen und i.d.R. die Zielvorgaben des Unternehmensvorstandes weitgehend selbständig auf verschiedenen Wegen erfüllen. Dabei können sie die für die Region vorteilhaften Strategien wählen, wofür sie in der Region Loyalität, Leistungstreue und Qualitätssicherheit erhalten und letztlich den Betriebserfolg und ihre Karriereziele erreichen können. Das Zweigwerk kann seine Beziehungen und Konditionen mit Zulieferern insoweit "fair" gestalten, dass für gute Zulieferunternehmen auch die Möglichkeit für Innovationen und selbständige Entwicklungen offen bleibt. Ein faires und partnerschaftliches Netzwerk von

regionalen Zulieferbetrieben trägt dabei durchaus mittel- bis langfristig zu einem guten Unternehmensergebnis bei.

Unternehmerische Funktionen einer weitergehenden Integration des Werkes zu einem good Corporate Citizen im regionalen Netzwerk von Wirtschaft, Gesellschaft und Politik können vor Ort durch entsprechend unternehmerisch handelnde Betriebsleiter und obere Führungskräfte wahrgenommen werden. In der breiten Bevölkerung ist jeder mit den Arbeits- und Entlohnungsbedingungen zufriedene Mitarbeiter zugleich ein Repräsentant für den positiven Wert des Betriebes in der Region.

Im Rahmen von nationalen und landespolitischen Bedingungen prägen Persönlichkeiten des gesellschaftlichen Lebens und der Politik in ihrem Feld ebenfalls unternehmerisch das Bewusstsein, die öffentliche Willensbildung und die politischen Entscheidungen für die Entwicklung von Regionen. Da sind z.B. Landräte und Bürgermeister, die unabhängig von ihrer Parteizugehörigkeit die Bedeutung von guten Unternehmen für die Entwicklung der Region anerkennen und bereit sind, im Dialog mit den Unternehmen Strategien für die Zukunft der Region zu entwickeln. Da sind ebenso unternehmerische Bürger, die z.B. als Künstler ("kreative Klasse") oder als Mütter mit der Erfahrung aus einem kleinen "Familienunternehmen" regionale Netzwerke für haushaltsbezogene Dienstleistungen initiieren, organisieren und damit gesellschaftliche Wertschöpfung zur Steigerung der Wohlfahrt der Bürger in der Region betreiben.

Für die Ökonomik werfen solche Befunde zwei grundlegende und offenbar nur schwer beantwortbare Fragen auf. Warum engagieren sich Unternehmen überhaupt für die Entwicklung einer Region und für andere gesellschaftliche Anliegen, wie sozialen Zusammenhalt, Entwicklungshilfe, Umwelt- und Klimaschutz? Und müssten wir nicht als Entscheidungsträger in den Unternehmen ausgesprochene "Gutmenschen" unterstellen, die altruistisch ihre Kraft, Ressourcen und Zeit für die Erfüllung gesellschaftlicher Anliegen aufopfern? Auf beide Fragen gibt es eine wissenschaftliche Antwort anhand des für die ökonomische Theorie grundlegenden Konzeptes des Homo Oeconomicus, zu dessen Missverständnis leider auch Ökonomen immer wieder selbst beigetragen haben.

Als empirische Verhaltenshypothese ist eine Eigennutzorientierung relevant, die das Wohlergehen von Mitmenschen nicht ausschließt, den gesellschaftlichen Zusammenhang sowie eine Raum- und Zeitdimension berücksichtigen kann und die schließlich (soweit überhaupt) nur bedingt rational und auf Grund nur beschränkter Information erfolgt. Für eine ökonomisch fundierte Systemarchitektur ist es daher realistisch, die Institutionen und Anreize für das Verhalten der Wirtschaftssubjekte so auszugestalten, dass auch von den eigennützigen Individuen zur Gesamtwohlfahrt beigetragen wird. Eine CSR Strategie kann also durchaus auch auf das freiwillige gesellschaftliche Engagement der Unternehmen bauen. Die wirtschaftlich und sozial vernetzten Unternehmen werden gemeinsam mit ihrerseits auch eigennützigen Führungskräften, Mitarbeitern, Konkurrenten, politischen Persönlichkeiten und Bürgern die Entwicklung der Region gestalten.

Im Zusammenhang mit der zunehmenden Globalisierung der Wirtschaft ist der Beitrag der Theorie der Wettbewerbsfähigkeit von Nationen und der modernen Wachstumstheorie zur Klärung der Bedeutung von CSR in Regionen von besonderem Interesse. "Paradoxerweise liegen die nachhaltigen Wettbewerbsvorteile in einer globalen Wirtschaftsordnung zunehmend in lokalen Faktoren: Wissen, Beziehungen, Motivation." (Porter 1998) Die heute als Bestimmungsfaktoren des Wachstums geltenden Ressourcen Wissen und Sozialkapital (Putnam 2000) sind an Menschen und damit in Regionen gebunden. Wachstum kann also auch nur mit diesen Menschen in ihrer regionalen gesellschaftlichen Verflechtung realisiert werden.

Damit bleibt zuletzt die normativ-ethische Frage, ob eine Förderung der Corporate Social Responsibility von Unternehmen im Nahbereich von Regionen des moralischen Appells an die Unternehmensverantwortlichen bedarf. Soll die Verpflichtung des Eigentums im Grundgesetz umgesetzt und die gesellschaftlichen Erwartungen an die Unternehmen auf mehr Verantwortungsübernahme als verbindliche Normen übernommen werden?

Als Ökonom wird man vor diesen die CSR Literatur durchziehenden Appell nur warnen. Das tatsächliche gesellschaftliche Engagement von Unternehmen und die von ihnen als gute Unternehmen und Arbeitgeber hervorgebrachten positiven externen Effekte für die Bürger in den Regionen werden bislang kaum angemessen gewürdigt.

Unternehmergeist, Unternehmenskultur sowie Antrieb und Motivation zu unternehmerischem Engagement in Region und Gesellschaft sind offenbar die entscheidenden letztlich knappen Ressourcen, auf die wir im globalen Wettbewerb vertrauen können. Wir sollten dieses Unternehmertum in allen Bereichen und auf allen Ebenen des Gemeinwesens gesellschaftlich anerkennen und auch öffentlich auszeichnen.

Die kollektive Einforderung eines (letztlich doch freiwilligen) Engagements und gar ständig zunehmende Ansprüche an die Verantwortlichkeit der Unternehmen könnten die knappen inneren Antriebe der Menschen zur gemeinsamen Gestaltung der Region und der Wettbewerbsfähigkeit der Nation eher verdrängen und einschränken.