



Dr. Konrad Hummel

Unternehmensengagement – Spielerei, Selbstverständlichkeit oder Notwendigkeit?

Zur aktuellen Bundespolitik, Bucherscheinungen und Forschung des vhw

1. Das Bundeskabinett hat im Juli einen CSR-Bericht (Corporate Social Responsibility) des Arbeitsministeriums zur Kenntnis genommen und sich quasi selbst die Aufgabe gestellt, „ein positives Umfeld für CSR zu schaffen“, wenn schon nicht durch Gesetze, dann durch Förderungen, Preise, Netzwerkplattformen.

Eine Managerstudie des Frankfurter Institutes für Sozialforschung im Auftrag des vhw kommt 2010 zum Schluss, dass sich die Mehrzahl der Befragten am Prinzip wohnungswirtschaftlicher Nachhaltigkeit ausrichten und zahlreiche Maßnahmen unterstützen, die Wohnungsbestände auch sozialpolitisch sichern. Darüber hinaus geben die Autoren zu bedenken, dass die öffentlichen Unternehmen sogar autonomer werden sollten, um innovativ sein zu können. Der vhw selbst definiert CSR als die „freiwillige Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung in der Wohnungswirtschaft (...) als Betriebsstrategie und verlässliche Kompetenz, um Mitverantwortung für den Wohnungsmarkt zu übernehmen (...)“.

Prof. Sebastian Braun kommt 2010 mit zwei Publikationen auf den Markt, die entlang dieser Debatte Oberflächlichkeiten aufdecken und den Stellenwert des „Social Case“ (neben dem „Business Case“), des gesellschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Nutzens, betont. Seine Publikation „Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen“ fasst siebzehn Beiträge des vielbeachteten Kongresses in Paderborn 2008 zusammen; seine Publikation mit Holger Backhaus-Maul „Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland“ ist Ergebnis einer sekundär-analytischen Studie, die in besonderer Weise an den Unterschieden arbeitet, die mittelständisch – deutsches Unternehmensengagement in einer kooperatistischen „Sozialen-Markt-Gesellschaft“ darstellt im Unterschied zur anglo-amerikanischen CSR-Debatte, wie sie sich auch hochaktuell in der spektakulären Spendenaktion US-amerikanischer Milliardäre widerspiegelt hat.

2. Wo sind die Gemeinsamkeiten und Linien?

Die tagespolitische Debatte in Deutschland wird eher dominiert von der „Einführung hochprofessioneller CSR-Departments“ in die Industrie, betont „auf lokaler Ebene die Akzeptanz der Wirtschaft in Gesellschaft“ (aus dem Papier des Nationalen CSR-Forums 2009). Naheliegend ist die Suche nach messbarem Nutzen, wie es die Wohnungswirtschaft mit der „Stadtrendite“ versuchte. Am Ende sollen aus Win-win-Situationen



Hrsg.: Braun, Sebastian

Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen

Der deutsche Weg im internationalen Kontext

309 S. Mit 23 Abb. u. 7 Tab. Br.,

VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2010

ISBN: 978-3-531-17680-2, 39,95 Euro

Wirtschaft und soziales Umfeld gleichermaßen zufrieden hervorgehen, weil Wirtschaft „Verantwortung“ übernehme.

Die Braun'schen Publikationen haken dort nach. Eine sprichwörtliche Win-win-Situation ist weder das Motiv des ursprünglichen Unternehmertypus deutscher Sozialstaatlichkeit gewesen, der sich selbst in die Zivilgesellschaft eingebracht hat, noch garantiert eine solche Situation gesellschaftlichen Mehrwert und die Steigerung von Gemeinwohl. „Die zivilgesellschaftliche Bedeutung und Wirkung des Engagements von Unternehmen (werde dadurch) völlig unnötigerweise ausgeblendet“ (Braun/Backhaus-Maul, 2010, S. 146). Die Sorge und Mitverantwortung für gesellschaftliche Rahmenbedingungen und Märkte geht eben weit darüber hinaus, ob ein Unternehmen Gesetze erfüllt und einem privaten oder staatlichen Anliegen „hilft“. Und solche „Umfeldbedingungen“ sind in nachindustriellen globalen Gesellschaften sehr viel voraussetzungsreicher als in geschlossenen Nationalwirtschaften: Sie setzen kompetente, souveräne Bürger in gewaltfreien Formen des zivilen Miteinanders in der ethnischen Supervielfalt voraus (vgl. Stadtquartiere), Kooperationsformen zwischen Bürgern, Staat und Wirtschaft, die den Lebenslagebesonderheiten gerecht werden (vgl. Bildungs-, Freizeit-, Glaubenseinrichtungen).



gen), intelligente Formen des Umgangs mit Energie, Mobilität und Arbeit (vgl. Klimaschutzziele, neue Arbeitsmarktformen).

3. Die Gewährleistung solcher Voraussetzungen gelingt dem Staat nicht mehr im „gewohnten Maße“ im europäischen Staats- und Marktmodell (EU-Sprache „Cohesion“) und fordert deshalb Bürgerschaft und Wirtschaft heraus.

Da die Bürgerschaft weiterhin sozialintegrativen Lösungen der Gemeinschaftlichkeit (europäisches Stadtmodell/nicht zu stark segregierte Kindergärten, Schulen, Alters- und Gesundheitssysteme) Vorrang gibt, gehen viele Ansätze des CSR ins Leere. Viel Unternehmensengagement, Stiftungen und Mäzene gehen in „Lücken“, stiften Stipendien, fördern Spezial- und Sonderlösungen, die unter dem liberalistischen Gesichtspunkt gesellschaftlicher Vielfalt vielleicht gut abschneiden und medial hofiert werden, aber nicht die Marktakzeptanzwirkung haben, die eben der „Social Case“ braucht. Kunden und Bürgerschaft nehmen das Bemühen dieser CSR-Maßnahmen wahr, es geht aber an ihrer Welt und ihren Prioritäten vorbei – anders als vormals oft das Engagement des kleinen lokalen Unternehmers bei Sportverein und Kirchengemeinde.

Kommunale Wohnungsunternehmen investieren oft hart an der Grenze der geschwächten kommunalen Sozialpolitik (vgl. Schuldnerberatungen), stabilisieren damit Quartiere, wirken aber nicht automatisch proaktiv auf eine zivilgesellschaftliche Gesamtentwicklung ihrer Stadtgesellschaft ein. Diese mag sich schwer messen und kaum zertifizieren lassen. Die Stadtgesellschaft bleibt aber Souverän demokratischer Prozesse: In Wahlergebnissen, Beteiligungsverweigerungen, Zu- und Wegzügen spiegelt sich das.

4. Wer sich auf gesellschaftliche Verantwortung einlässt (vgl. vhw-Definition) lässt sich nicht auf das Geschäft des Staates ein, sondern auf die Grundlagenarbeit, die in einer Zivilgesellschaft Sache aller wird. Daher wirkt ein Satz wie „Die Politik muss ein positives CSR-Umfeld schaffen“ ein wenig anachronistisch.

Die Publikationen von Braun geben nicht nur den Sach- und Forschungsstand der CSR-Debatte wieder, sondern erinnern daran, dass es Sache der Wirtschaft selbst sein muss, an ihrem Umfeld zu arbeiten. Eher muss der Staat negative Unternehmens- und Marktstrategien korrigieren – wie aktuell im Finanzbereich – die Verantwortungslosigkeit geradezu prämiieren (Beitrag in Brauns Sammelband von Windolf) oder positiv Stiftungsausgründungen fördern (Beitrag Polterauer).

CSR – so der rote Faden – ist nicht primär ein Modernisierungsbeitrag globaler Wirtschaftspolitik, um näher am kritischen Kunden zu sein und Akzeptanzverluste aufzufangen. CSR ist notwendige Folge für Unternehmensstrategien, wenn diese Akteure in einer veränderten Gesellschaft (und Gesellschaftsvertrag zwischen Staat und Bürger) Gestalter und nicht Gestaltete sein wollen. Weder der Staat noch das Produkt,



Braun, Sebastian/Backhaus-Maul, Holger
Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland
Eine sozialwissenschaftliche Sekundäranalyse
180 S. Mit 7 Abb. u. 11 Tab. Br.,
VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2010
ISBN: 978-3-531-17496-9, 29,95 Euro

auch keine vermeintlich gute – vorübergehende – Kunden-Produkt-Beziehung nehmen einem Unternehmen ab, sich gegenüber der Zivilgesellschaft zu positionieren.

5. Wer kompetente Bürger im zivilen Miteinander in einer demokratischen marktförmigen Gesellschaft „für sein Geschäft“ braucht, muss sich mit ihnen um die Grundlagen kümmern und entgeht der Aufgabe auch nicht (vgl. Ambivalenz-These von Braun, S. 98), indem er die sozialen Aufgaben mal selbst und rasch erledigt.

Unternehmen machen sich an Kooperationsvereinbarungen mit Zielabsprachen an Akteure heran, mit denen sie bisher weder nach Branche noch Verfasstheit des Anbieters zu tun hatten. Dort realisiert sich CSR mehr oder weniger als in manchen Jahresberichten. Viele Unternehmen haben angesichts drohender Ausländerfeindlichkeit in den neunziger Jahren begriffen, dass sie Betroffene sind und kooperieren mit Erfolg mit anderen Akteuren dagegen. Das Studien- und Publikationsmaterial von Sebastian Braun ist für diese Justierung in der Debatte sehr hilfreich.

Die vhw-Studie und vhw-Definition ist hilfreich, um festzustellen, dass schon viel passiert in der Wohnungswirtschaft, wir aber erst am Anfang einer „Emanzipation“ der Stadtentwicklung stehen, in der Stadtverwaltungen, Bürgerschaft und Unternehmen CSR nicht als „Verschönerungsaktion“ der Städte verstehen, sondern als demokratischen Prozess von Rechten und Pflichten jedes einzelnen Akteurs.

Dr. Konrad Hummel
vhw e.V., Berlin