



Regionale Herausforderungen, engagierte Unternehmen | Nr. 4, 2019

Können Unternehmen zur Stabilisierung strukturschwacher Räume beitragen?

Unternehmen unterscheiden sich in der Qualität wie auch in der Quantität ihres gesellschaftlichen Engagements. Sind diese Unterschiede jedoch auch regional geprägt? Leiden strukturschwache Räume zusätzlich auch unter zu wenig engagierten Unternehmen?

Nachdem die soziale Verantwortung von Unternehmen unter dem Label „CSR“ (Corporate Social Responsibility) bereits seit längerem an Aufmerksamkeit gewinnt, wird – auch weil die kommunalen Haushalte weniger Geld als früher zur Verfügung haben – das Thema regionales Unternehmensengagement zunehmend fokussiert. Dabei wird für zivilgesellschaftliches Engagement ein sogenanntes Raumdilemma vermutet: dass es gerade in Regionen, in denen zusätzliches Engagement von privater Seite besonders nötig wäre, weniger Engagierte gibt. So wird etwa im Engagementatlas 2009 ein solcher Zusammenhang für den Bereich des zivilgesellschaftlichen Engagements aufgezeigt (vgl. Prognos/Generali, Berlin/Aachen 2009: Engage-

mentatlas. Daten. Hintergründe. Volkswirtschaftlicher Nutzen). Um sich der Frage zu nähern, ob ein derartiger Zusammenhang auch für das Engagement von Unternehmen festgestellt werden kann, wurden die Daten des Corporate Citizenship Survey 2018 (CC-Survey) dahingehend ausgewertet. Der CC-Survey ist die größte bundesweit repräsentative Befragung zum gesellschaftlichen Engagement von in Deutschland ansässigen Unternehmen. Weitere Ergebnisse und Auswertungen sind hier zu finden: www.cc-survey.de.¹

¹ Im Unterschied zu diesen Auswertungen stand in der vorliegenden Veröffentlichung die Repräsentativität nicht im Vordergrund. Entsprechend wurden die Befragungsergebnisse in Bezug auf die räumlichen, regionalen Zusammenhänge hier nicht gewichtet; größere Unternehmen finden folglich stärkere Berücksichtigung.

Unternehmensengagement und räumlich-strukturelle Faktoren

Mithilfe der Daten des CC-Surveys ist es möglich, erstmals für Deutschland zu ermitteln, ob räumliche Faktoren das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen beeinflussen – ob sich also zum Beispiel Firmen in Regionen mit Entwicklungsbedarf mehr oder im Gegenteil weniger engagieren.

Der CC-Survey erfasst unternehmerisches Engagement wie kostenlose Dienstleistungen, Mitarbeiterfreistellungen, Nutzungsüberlassungen, Sachspenden, Geldspenden, nachhaltige Geldanlagen oder Unternehmensstiftungen (siehe Abb. 1). Indem ausgezählt wurde, in wie vielen Aktivitäten ein Unternehmen regelmäßig aktiv war, wurde die Breite des Engagements eines Unternehmens ermittelt.

Zur Bestimmung der räumlichen Einflussfaktoren wurden die Unternehmen zunächst anhand der angegebenen Postleitzahl auf Nuts-3-Ebene (Landkreise und kreisfreie Städte) lokalisiert. Anschließend wurden die Befragungsergebnisse mittels eines einfachen Strukturindex mit den räumlichen Informationen verknüpft. Der Strukturindex bildet anhand von sechs Variablen (Beschäftigtenentwicklung, Erwerbstätigenbesatz, Beschäftigte in wissensintensiven Industrien, Bevölkerungsent-

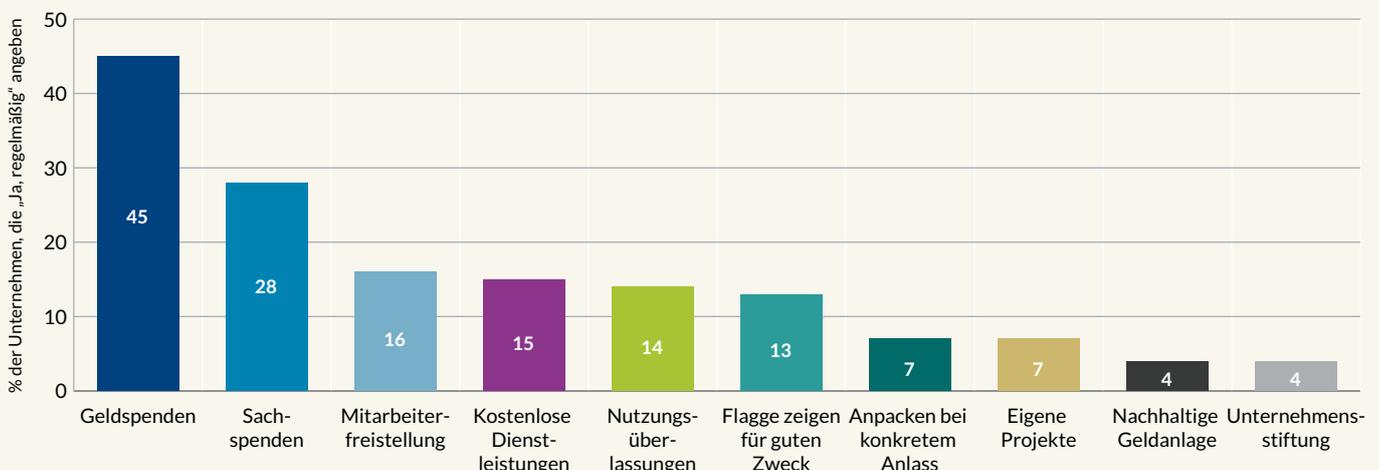
wicklung, SGB-II-Quote, Bruttoinlandsprodukt je Erwerbstätigen) eine Rangfolge der 402 deutschen Kreise und kreisfreien Städte ab. Ferner wurden die Ländlichkeit (Anteil der Einwohner in Gemeinden mit einer Bevölkerungsdichte < 150 Einwohner/km²) und eine Dummy-Variablen für die alten bzw. neuen Bundesländer berücksichtigt.

Schließlich fanden unternehmensbezogene Variablen wie die Anzahl der Mitarbeitenden in Deutschland (Größenklassen), der Jahresumsatz (Größenklassen) und der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit (räumliche Marktausdehnung) Eingang in die Analyse.

Eine Regressionsanalyse ergab, dass unternehmensbezogene Einflussgrößen wie Größe, Umsatz etc. die Breite des Engagements am stärksten beeinflussen – je größer das Unternehmen in Bezug auf den Jahresumsatz und die Beschäftigtenzahl ist, umso breiter ist das Engagement. Mit deutlicher Abschwächung leistet auch Ländlichkeit einen signifikanten Erklärungsbeitrag zur Engagementbreite: Unternehmen mit ihrem Hauptstandort in einer ländlichen Region zeigen ein breiteres Engagement, d. h., sie engagieren sich auf eine vielfältigere Art und Weise regelmäßig.

Dagegen weist eine Strukturschwäche am Unternehmensstandort keinen signifikanten Einfluss auf

ABBILDUNG 1 Hat sich Ihr Unternehmen in den vergangenen Jahren regelmäßig auf folgende Weisen engagiert?



Quelle: Stifterverband und Bertelsmann Stiftung, CC-Survey 2018 – Basierend auf gewichteten Durchschnittswerten

| BertelsmannStiftung

die Breite des unternehmerischen Engagements auf. Dies bedeutet: Strukturschwache Regionen werden nicht zusätzlich dadurch geschwächt, dass sich die dort ansässigen Unternehmen weniger breit gesellschaftlich engagieren. Das Ergebnis darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass es in strukturschwachen Regionen weniger (und weniger große) Unternehmen gibt. So lässt sich in der Stichprobe eine negative Korrelation zwischen Strukturindex/Ländlichkeit und dem Jahresumsatz (und Beschäftigtenzahl) der Unternehmen feststellen. Absolut gesehen ist daher in strukturschwachen/ländlichen Regionen im Vergleich zu strukturstarke/städtischen Regionen mit weniger Engagement durch Unternehmen zu rechnen.

Bemerkenswerterweise hat auch ein lokaler und regionaler Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit von Firmen einen positiven Einfluss auf deren gesellschaftliches Engagement. Regionen mit überdurchschnittlich vielen lokal und regional orientierten Unternehmen können, so die Daten, mit einem breiteren gesellschaftlichen Engagement rechnen als Regionen, in denen viele international ausgerichtete Firmen (gleicher Größe) ihren Hauptsitz haben.

Zusammengefasst kann Folgendes gesagt werden:

- Insgesamt lässt sich kein Zusammenhang zwischen der Strukturstärke eines Stadt- bzw. Landkreises und der unternehmerischen Engagementbreite feststellen. In ländlichen Regionen fällt das Engagement der Unternehmen tendenziell sogar etwas breiter aus.
- Unternehmen in eher strukturschwachen Stadt- und Landkreisen packen häufiger an, wenn Not herrscht, stellen kostenlose Dienstleistungen zur Verfügung, während sich Unternehmen in strukturstärkeren Regionen eher durch Geldspenden und nachhaltige Geldanlagen engagieren.
- Die Regressionsanalyse weist insgesamt eine sehr schwache Erklärungskraft auf (sehr niedriges Bestimmtheitsmaß), was darauf schließen lässt, dass räumlich-strukturelle und unternehmensstrukturelle Faktoren nur einen geringen Einfluss auf das gesellschaftliche En-

gagement eines Unternehmens haben. Vielmehr scheint das Engagement deutlich stärker von den individuellen Präferenzen der Entscheider abhängig zu sein.

Nachfolgend werden die Ergebnisse differenziert zwischen verschiedenen Raumtypen (ländlicher/städtischer Raum) sowie den Bundesländern herausgearbeitet.

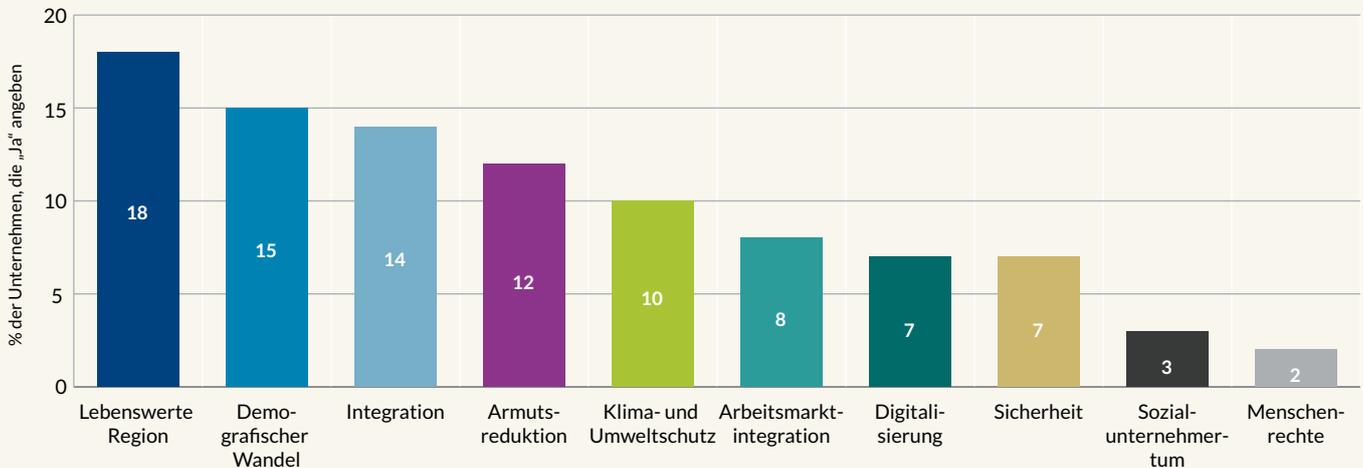
Engagement nach Raumtypen

- Es zeigt sich ein schwach ausgeprägter positiver Zusammenhang zwischen den Raumtypen und dem Engagementindex: In ländlichen Räumen scheinen sich Unternehmen häufiger und vielfältiger zu engagieren.
- Insbesondere die Engagementaktivitäten „Nutzungsüberlassung“ und „Sachspenden“ sind in ländlichen Räumen stärker ausgeprägt.
- In Ostdeutschland ist der Zusammenhang zwischen Ländlichkeit und Engagementbreite etwas stärker ausgeprägt, aber auch in Westdeutschland ist der Zusammenhang statistisch nachweisbar.

Engagement nach Bundesländern

- Es gibt einen statistisch signifikanten Unterschied bezüglich des unternehmerischen Engagements in den Bundesländern.
- Unternehmerisches Engagement in Westdeutschland scheint stärker monetarisiert zu sein; „Geldspenden“, „Unternehmensstiftungen“ und „nachhaltige Geldanlagen“ wurden hier häufiger angegeben. „Anpacken in der Not“ und „kostenlose Dienstleistungen“ wurden dagegen in Ostdeutschland signifikant häufiger als Engagementaktivitäten benannt, ebenso wie die Engagementthemen „demographischer Wandel“ und „lebenswerte Regionen“. Die Themen „Armutsbekämpfung“ und „Integration“ (Flüchtlinge) wiederum spielen bei Unternehmen in Westdeutschland eine größere Rolle.

ABBILDUNG 2 Was halten Sie für die wichtigste gesellschaftliche Herausforderung an Ihrem deutschen Unternehmensstandort?



Quelle: Stifterverband und Bertelsmann Stiftung, CC-Survey 2018 – Basierend auf gewichteten Durchschnittsdaten

| BertelsmannStiftung

Herausforderungen

Als dringendste gesellschaftliche Herausforderung nannten die befragten Firmen die „lebenswerte Region“, den „demographischen Wandel“ und die „Integration“ (siehe Abbildung 2). Auch hier lassen sich signifikante Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland identifizieren.

- Die Themen „demographischer Wandel“ und „lebenswerte Region“ wurden in Ostdeutschland häufiger von den Unternehmen als dringendste Herausforderung empfunden, während das Thema „Integration“ in den alten Bundesländern größere Bedeutung hatte.
- Statistisch lässt sich auch zwischen den einzelnen Bundesländern ein signifikanter Unterschied feststellen. „Armutsreduktion“ als Herausforderung wurde in Hamburg und Bremen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt mehr als zweimal so oft genannt; das Gleiche traf im Saarland auf den „demographischen Wandel“ mit einer ebenfalls im Vergleich zum Bundesdurchschnitt mehr als doppelt so häufigen Nennung zu. „Integration“ wurde in den meisten ostdeutschen Bundesländern deutlich unterdurchschnittlich häufig angeführt, während dies in umgekehrter Weise für die Herausforderung „lebenswerte Region“ gilt. Interessan-

terweise war das Thema „Sicherheit“ nur in Berlin auffällig: Hier wurde es überdurchschnittlich häufig (über 50 %) genannt, in Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt dafür deutlich unterdurchschnittlich häufig (was so jedoch nicht auf die anderen ostdeutschen Bundesländer zutrifft).

- Die wichtigsten gesellschaftlichen Herausforderungen unterscheiden sich deutlich zwischen städtischen und ländlichen Regionen (Kreistypen): Lebenswerte Regionen werden als die zentrale Herausforderung auf dem Land betrachtet. Armutsbekämpfung, Integration und Digitalisierung sind hingegen klar städtische Herausforderungen.
- Auch in Bezug auf die Strukturstärke lassen sich signifikante Unterschiede in der Wahrnehmung der Herausforderungen der befragten Unternehmen feststellen. Die Megatrends Digitalisierung und Klima- und Umweltschutz werden in den schwächsten 25 % der Städte und Landkreise weniger häufig genannt; Gleiches gilt für das Thema Integration. Die lebenswerte Region wird dafür dort über 50 % häufiger benannt. Regionen mit strukturellen Problemen scheinen eher geneigt zu sein, diese auch als dringendste Herausforderung zu nennen, weshalb (globale) Themen wie Klima-

und Umweltschutz, Digitalisierung und Integration seltener als wichtigste Herausforderung benannt werden.

Fazit und Ausblick

In der Gesamtschau wird deutlich, dass im CC-Survey räumlich-strukturelle Faktoren nur einen geringen Einfluss auf das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen aufweisen. Der Zusammenhang zwischen der strukturellen Schwäche einer Region und dem Engagement der Unternehmen ist weniger deutlich ausgeprägt, als dies in Bezug auf zivilgesellschaftliches Engagement der Fall zu sein scheint. Den Grund dafür vermuten wir in der hohen Standorttreue von Unternehmen: Gibt es vor Ort strukturelle Defizite – z. B. Fachkräftemangel –, sind die Unternehmen gewillt, sich für ihre Region zu engagieren.

Entsprechend werden mögliche regionale Abwärtsspiralen zumindest nicht durch „wenig engagierte“ Unternehmen verstärkt. Dieses Ergebnis kann jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich der Unternehmensbesatz in strukturstarken und strukturschwachen Regionen unterscheidet. Strukturschwache Regionen weisen signifikant kleinere Unternehmen (bezogen auf den Jahresumsatz und die Beschäftigtenzahl) auf – die Unternehmensgröße wiederum hat einen relevanten Einfluss auf die Breite des Engagements und die absolute Höhe der Spenden.

Daher ist es aus unserer Sicht wichtig, Unternehmen gerade in strukturell herausgeforderten Regionen zu unterstützen, sich für ihre Region zu engagieren. Um sowohl die Chancen des Unternehmensengagements zu nutzen als auch die Gefahren seiner räumlichen Ungleichverteilung zu vermeiden, wäre die Idee interessant, ein Förderprogramm für kooperatives Unternehmensengagement speziell für strukturschwache Regionen zu konzipieren. Vor dem Hintergrund, dass sich in Ostdeutschland ein klares Stadt-Land-Gefälle hinsichtlich einer strukturellen Stärke zeigt, wäre es angezeigt, sich dort eher auf die peripheren Regionen, die teilweise – so etwa in den Braunkohleregionen – durchaus auch altindustriell sein können, zu konzentrieren. In den

alten Bundesländern sind vor allem die städtischen Agglomerationen altindustriell und von Strukturschwäche betroffen.

In diesem Zusammenhang ist auch das Ergebnis, dass sich Unternehmen mit lokalem/regionalem Marktfokus besonders engagieren, interessant. Solche Unternehmen haben teilweise Wettbewerbsvorteile in peripheren strukturschwachen Regionen, weil es dort weniger konkurrierende Unternehmen gibt. So sind sie besonders in der Lage, etwas für die Region zu tun. Da wiederum viele von ihnen, z. B. Sparkassen, Volksbanken und kommunale Stadtwerke, den Standort nicht verlassen können, haben sie ein besonderes Interesse daran, dass es der Region gut geht, und sind daher eher bereit als andere Unternehmen, etwas für ihre eigene Region zu tun.

Impressum

Herausgeber:
Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Str. 256
33311 Gütersloh
www.bertelsmann-stiftung.de

Verantwortlich:
Detlef Hollmann
Senior Project Manager
Unternehmen in der Gesellschaft
Bertelsmann Stiftung
Telefon 05241 81-81520
detlef.hollmann@bertelsmann-stiftung.de

Autoren:
Dr. Stefan Gärtner, Dr. Franz Flögel

Lektorat:
Helga Berger

Bildnachweis:
Institut Arbeit und Technik

Gestaltung:
Nicole Meyerholz

Veröffentlichung:
Februar 2019