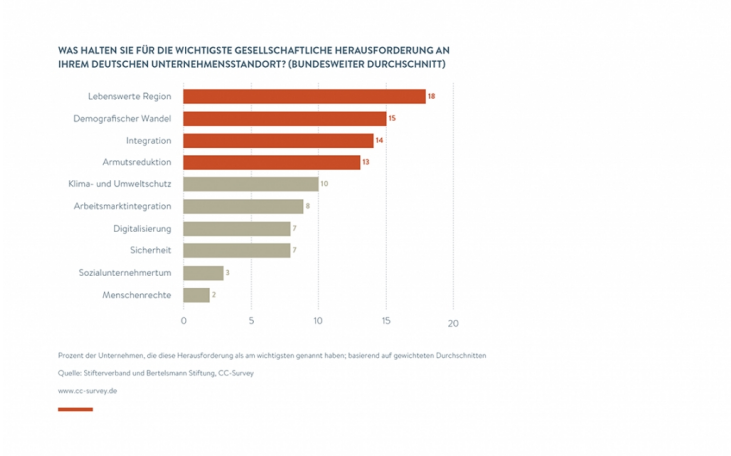
Wo liegen Deutschlands größte gesellschaftliche Herausforderungen?



Wo liegen Deutschlands größte gesellschaftliche Herausforderungen? Und wie unterscheiden sich diese von Region zu Region? Diesen Fragen sind die Bertelsmann Stiftung und der Stifterverband in einer repräsentativen Befragung nachgegangen. Geantwortet haben Deutschlands Unternehmen.

Eine lebenswerte Region gestalten (18 Prozent), den demografischen Wandel bewältigen (15 Prozent), eine bessere Integration gewährleisten (14 Prozent) und Armut bekämpfen (13 Prozent): Das sind nach Ansicht der deutschen Wirtschaft die wichtigsten Themenfelder für gesellschaftliches Engagement an ihrem Unternehmensstandort. Befragt wurden rund 7.400 in Deutschland ansässige Unternehmen in der repräsentativen Studie "Corporate Citizenship Survey" (CC-Survey) des Stifterverbandes und der Bertelsmann Stiftung.

"In unsicheren Zeiten sind viele Menschen auf der Suche nach Geborgenheit und sozialem Zusammenhalt. Neben den engagierten Mitmenschen und den Politikern sind es die Unternehmer in diesem Land, die unsere Gesellschaft mitgestalten. Sie sind regional verwurzelt und wissen, welche Herausforderungen die Menschen vor Ort zu bewältigen haben. Aus diesem Grund freut es mich, dass wir mit dem CC-Survey ihre Expertise und ihr Engagement transparent machen können", so Liz Mohn, stellvertretende Vorstandsvorsitzende der Bertelsmann Stiftung.

Unternehmen bewerten gesellschaftliche Probleme von Region zu Region sehr unterschiedlich
Bei der Frage, worin die deutsche Wirtschaft die wichtigsten gesellschaftlichen Herausforderungen vor Ort sieht, zeigen sich Unterschiede zwischen Unternehmen im ländlichen Raum und solchen in städtischen Gebieten ebenso wie zwischen Ost und West und einzelnen Bundesländern.

Jeder vierte bis fünfte Betrieb auf dem Land sieht als Top-Herausforderungen den demografischen Wandel (25 Prozent) und die Gestaltung einer lebenswerten Region (22 Prozent), während die städtischen Unternehmen eine bessere Integration von Menschen mit Migrationshintergrund (16 Prozent) und die Bekämpfung von Armut (14 Prozent) als wichtigste gesellschaftliche Aufgaben benennen. Diese Gewichtung findet sich auch, wenn man die Antworten von Unternehmen aus dem eher ländlich geprägten Osten und denen aus dem städtisch geprägten Westen des Landes auswertet.

Mehr engagierte Unternehmen auf dem Land als in der Stadt
"Unternehmen engagieren sich in den ländlichen und mitunter strukturschwächeren Regionen nicht weniger für gesellschaftliche Belange als in Ballungsräumen, im Gegenteil. Unternehmen erkennen die Herausforderungen und gehen sie an. Das ist eine gute Nachricht. Dabei sollte man sie und auch alle engagierten Bürger tatkräftig unterstützen", so Detlef Hollmann, Experte für Unternehmensengagement in der Bertelsmann Stiftung.

Die Daten des CC-Survey zeigen, dass gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in ländlichen Regionen stärker verbreitet ist als in der Stadt. Das gilt für Zeit- und Sachspenden, aber auch für eigene Engagementprojekte und sogar für Geldspenden. Während sich in kreisfreien Großstädten wie Berlin, Hamburg oder München nur 57 Prozent der Unternehmen regelmäßig engagieren, sind es in ländlichen Räumen etwa 70 Prozent. Jedes vierte Unternehmen (25 Prozent) auf dem Land nennt konkrete lokale Herausforderungen als Ursprung seiner sozialen Aktivitäten. In den kreisfreien Großstädten gilt dies nur für rund jedes zehnte (11 Prozent).

Unternehmen fordern bessere Rahmenbedingungen für Engagement
"Engagierte Unternehmen stärken nicht nur die wirtschaftliche, sondern auch die gesellschaftliche Entwicklung in unserem Land", sagt Andreas Schlüter, Generalsekretär des Stifterverbandes. "Sie wissen: Gemeinsam lässt sich mehr erreichen! Um dieses Bewusstsein noch weiter zu festigen und gesellschaftliches Engagement der Wirtschaft in ihrer Region zu fördern, ist es wichtig, gute Rahmenbedingungen für unternehmerisches Engagement zu schaffen."

Rund 80 Prozent der Unternehmen sehen schlechte Rahmenbedingungen in Deutschland als Hemmnis für mehr Engagement. Sie bemängeln, dass unter anderem hohe bürokratische Anforderungen sie daran hindern, sich vor Ort noch stärker einzubringen.

Genannt wurden hier zwar vereinzelt auch spezielle Themen wie die steuerrechtlichen Anforderungen an die Abzugsfähigkeit von Spenden, vor allem wurden aber die grundsätzlichen Rahmenbedingungen angesprochen. Die Aussage eines Unternehmens aus dem CC-Survey illustriert dies: "Der Staat reguliert und greift zu stark in die Unternehmen ein und bewirkt mit der für uns dann notwendigen Bürokratie, dass Ressourcen verschwendet werden. Diese Zeit fehlt für sinnvolle andere Tätigkeiten und Projekte. Gesellschaftliches Engagement bedarf Zeit. Diese Zeit nimmt uns der Staat mit seiner aufwendigen Steuer- und Wirtschaftsförderpolitik."

DIE STUDIE ALS PDF DOWNLOAD