

Produktiv mit dem Gemeinwesen verknüpft

Bildungsbezogenes Engagement von Unternehmen

| SEBASTIAN BRAUN | In Zeiten knapper Kassen sind Hochschulen auf der Suche nach neuen Geldgebern. Gleichzeitig suchen Firmen nach Möglichkeiten bürgerschaftlichen Engagements. Können Kooperationen beiden Seiten nützen?

Unternehmen sind ein Organisationstyp in marktwirtschaftlichen Systemen, die jenseits ihres Kerngeschäfts vielfach von einer gesellschaftlichen Verantwortung entlastet werden. Berühmt geworden ist Milton Friedmans (1970) Diktion: „The social responsibility of business is to increase its profits“. Neben dieser gängigen Argumentationsfigur sind Unternehmen aber stets auch gesellschaftlich „eingebettet“ und „verantwortlich“ gegenüber ihrer sozialen und natürlichen Umwelt – eine gesellschaftliche Verantwortung, die in den letzten Jahren unter schillernden Begriffen wie „Corporate Social Responsibility“ (CSR) und „Corporate Citizenship“ (CC) auch in Deutschland an Bedeutung gewonnen hat. Zwar besteht über diese Begriffe kein definitiver Konsens in Wissenschaft und Praxis; allerdings lassen sich aus verschiedenen Untersuchungen, die in den letzten Jahren publiziert wurden (s. dazu die Hinweise am Ende des Textes), Eckpunkte herausarbeiten, die auch im Hinblick auf die Hochschullandschaft bedeutsam sein können.

Relevanter als der CSR-Begriff erscheint in diesem Kontext der CC-Begriff. Während der CSR-Begriff nämlich eher die (betriebs-)wirtschaftliche „Innenwelt“ fokussiert und dabei die unter-

nehmerische Selbstverpflichtung zu einer nachhaltigen, ökologisch und sozial verantwortlichen Produktionsweise im Geschäftsbetrieb betont, kommt im CC-Begriff der gesellschaftlichen Einbettung von Unternehmen und deren „Außenwelt“ größere Bedeutung zu. CC hebt darauf ab, dass Unternehmen – in der Regel gemeinsam mit Nonprofit-Organisationen und/oder staatlichen Akteuren – gesellschaftliche Aufgaben und

»Unternehmen sind stets auch ›verantwortlich‹ gegenüber ihrer sozialen und natürlichen Umwelt.«

Herausforderungen bearbeiten und sich auf diese Weise produktiv mit dem Gemeinwesen verknüpfen (André Habisch).

Corporate Citizenship

Ein CC-Engagement soll Unternehmen gesellschaftliche Beteiligungsmöglichkeiten in selbst gewählten Engagementfeldern und -projekten wie z.B. im Hochschulbereich eröffnen. Für dieses „bürgerschaftliche Engagement“ können unterschiedliche Unternehmensressourcen bereitgestellt werden, zu denen neben materiellen Aufwendungen im Sinne der Bereitstellung von Geld oder Sachmitteln („Corporate Giving“) ebenso der aktive Einbezug von Beschäftigten im Sinne eines Transfers von Zeit und Wissen („Corporate Volunteering“) gehören. Unternehmensstiftungen, Community Joint Ventures, Lobbying für die Anliegen von Partnerorganisa-

tionen, freiwilliges Engagement der Beschäftigten oder zweckgebundenes Marketing gelten in den einschlägigen Forschungsdebatten als Instrumente eines CC-Engagements zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen.

Anders als beim mäzenisch und philanthropisch motivierten Spenden einerseits und beim klassischen Sponsoring andererseits geht es beim CC-Engagement um das gemeinnützige und langfristig angelegte „unternehmerische Bürgerengagement“ in der Gesellschaft, das über den engen Unternehmenszweck hinausgeht, das aber in deutlichem Bezug zur Kernkompetenz des

Unternehmens steht und für beide Seiten eine Nutzenperspektive implizieren soll (Judith Polterauer).

Zweifellos gehören vielfältige Varianten eines bürgerschaftlichen Engagements von Unternehmen quer durch die Branchen und Größenklassen zu den traditionsreichen Selbstverständlichkeiten betrieblicher Wirklichkeit in der sozialen Marktwirtschaft der Bundesrepublik, indem vor allem zivilgesellschaftliche Projekte in den Betriebsstandorten materiell unterstützt werden. Dieses Engagement – so zeigt die noch recht junge empirische Forschung zur Thematik – zeichnet sich bislang aber vor allem durch sachlich und zeitlich überschaubare Projekte aus, die in den Unternehmen eher personalisiert und selten unternehmensstrategisch konzipiert sind sowie auch nur eine lose Koppelung zwischen dem bürgerschaftlichen Engagement und dem Kerngeschäft aufweisen.

Allerdings orientiert sich dieses Engagement in den letzten Jahren vor allem bei umsatzstarken Großkonzernen

AUTOR

Sebastian Braun ist Universitätsprofessor an der Humboldt-Universität zu Berlin und leitet dort u.a. das Forschungszentrum für Bürgerschaftliches Engagement.

Bildrechte: HU Berlin



und – wie etwa Zeitreihenvergleiche von Frank Maaß erkennen lassen – zunehmend auch bei mittelgroßen Unternehmen an den internationalen CC-Debatten mit dem Nexus von „social case“ und „business case“. Dabei zeichnen sich „Suchbewegungen“ ab, bei denen Unternehmen „passförmige“ Projekte für strategisch und längerfristig angelegte CC-Konzepte sondieren und potenzielle Partnerorganisationen aus dem staatlichen Sektor – wie z.B. Schulen und Hochschulen – wie auch aus dem Nonprofit-Sektor „neu entdecken“. Diese Suchbewegungen sind für Unternehmen vielfach mit irritierenden Erfahrungen in „fremden Welten“ bildungsspezifischer, kultureller, sozialer oder sportbezogener Handlungsfelder verbunden, für die bislang staatliche Akteure wie auch Verbände und Vereine „Zuständigkeit“ beanspruchen (Sebastian Braun und Holger Backhaus-Maul).

Kooperation mit Hochschulen

In diesem Kontext können Hochschulen als strategische Kooperationspartner in CC-Programmen zunehmend bedeutsamer werden. Denn in diese Kooperationen können sie nicht nur ihre bildungsspezifische sachliche, soziale und personelle Infrastruktur in Forschung und Lehre „einbringen“. Vielmehr können sie auch ihre Expertise über relevante gesellschaftspolitische Herausforderungen wie auch innovative Konzepte für bildungsspezifische Problemlösungen zur Verfügung stellen und an unternehmerische CC-Vorstellungen „anschlussfähig“ machen. Bei dieser „Anschlussfähigkeit“ darf es sich nicht um neue Varianten unternehmensstrategischer Interventionen in die Freiheit von Forschung und Lehre unter

»Kritiker befürchten eine Unterordnung des öffentlichen Gutes ›Bildung‹ unter Ziele der unternehmerischen Gewinnmaximierung.«

dem Deckmantel einer vermeintlichen „Gemeinwohlorientierung“ handeln, sondern – wie Peter Schneider und Inga Enderle formulieren – „um die Ermöglichung eines stärkeren bürgerschaftlichen Engagements für ... Bildung in/der Freiheit“. Stichworte lauten in diesem Kontext: institutionelle Öffnungsprozesse für bürgerschaftliche Beteiligungsformen von Unternehmen in Verbin-



Foto: mauritius-images

dung mit der Entwicklung, Erprobung und Vertiefung von Kooperationsformen, die das Spannungsfeld zwischen einem nachhaltigen „social case“ und „business case“ unter Wahrung und Förderung der Freiheit von Forschung und Lehre aufzulösen vermögen.

Insofern gibt es keineswegs nur Befürworter entsprechender Öffnungsprozesse von Hochschulen für betriebswirtschaftlich rationalisierte CC-Engagements, sondern auch vielfältige Kritiker, die mit begründeten Argumenten etwa eine weitergehende Unterordnung des öffentlichen Gutes „Bildung“ unter Ziele der unternehmerischen Gewinnmaximierung befürchten. Daher werden für gelingende CC-Kooperationen auch veränderte Formen interorganisatorischer Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Unternehmen weiterentwickelt sein, die auf eine Kohärenz öf-

fentlicher und privater Aktivitäten abzielen und die sich an längerfristigen Wirkungen und weniger an kurzfristigen Outputs orientieren. In diesem Kontext dürften gerade die aktuell zu beobachtenden „Suchbewegungen“ von Unternehmen gesellschaftspolitische Zeitfenster eröffnen, um eine „bildungsbezogene Engagementpolitik“ von Hochschulen speziell mit Blick auf das unternehmerische Bürgerengagement differenzierter zu entfalten und konzeptionell zu schärfen.

Vom Autor wurde zum Thema der Sammelband „Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Der deutsche Weg im internationalen Kontext“ herausgegeben und gemeinsam mit Holger Backhaus-Maul das Buch „Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland. Eine sozialwissenschaftliche Sekundäranalyse“ mit ausführlichen Literatur- und Quellenverzeichnissen veröffentlicht (beides VS Verlag, Wiesbaden 2010). Eine Fassung dieses Textes mit entsprechenden Literaturangaben kann bei der Redaktion von Forschung & Lehre angefordert werden.