

PRESSEMITTEILUNG

Unternehmen in Deutschland benennen die vier drängendsten gesellschaftlichen 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.

Berlin/Gütersloh, 17. Mai 2019. Eine lebenswerte Region gestalten (18 Prozent), den demografischen Wandel (15 Prozent) bewältigen, eine bessere Integration (14 Prozent) gewährleisten 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 städtischen 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 Wirtschaftsförderungspolitik.“

Zusatzinformationen

Der „Corporate Citizenship Survey“ von Stifterverband und Bertelsmann Stiftung ist die größte bundesweit repräsentative Befragung zum gesellschaftlichen Engagement von in Deutschland ansässigen Unternehmen. Für den CC-Survey wurden zwischen September 2017 und Januar 2018 rund 120.000 Unternehmen angeschrieben. 7.368 Fragebögen konnten ausgewertet werden. Die auf diese Weise entstandenen Daten machen Aussagen über das Unternehmensengagement aufgeschlüsselt nach Bundesländern, Unternehmensgrößen, Branchen, Engagementbereichen und -themen möglich. Es wird ein CC-Survey 2020 folgen, um Verlaufsentwicklungen in den behandelten Themenfeldern nachzeichnen zu können.

In 2019 planen die Projektbeteiligten, den Datensatz des CC-Survey für wissenschaftliche Zwecke aufzubereiten und zu veröffentlichen. Forscher können die Daten dann nutzen, um weitere Analysen vorzunehmen.

Weitere Informationen sowie den Report „Unternehmen gestalten Regionen: Vier Herausforderungen vor Ort“ und Grafiken zum Download finden Sie unter www.stifterverband.de/cc und <http://www.unternehmensengagement.de>

Zum Thema wird getwittert unter dem Hashtag: #CCsurvey

Unsere Experten: Dr. Anael Labigne (Stifterverband), Telefon: 030 322982-534
E-Mail: anael.labigne@stifterverband.de

Detlef Hollmann (Bertelsmann Stiftung), Telefon: 05241 81-81520
E-Mail: detlef.hollmann@bertelsmann-stiftung.de

Über den Stifterverband: Bildung. Wissenschaft. Innovation.

Im Stifterverband haben sich rund 3.000 Unternehmen, Unternehmensverbände, Stiftungen und Privatpersonen zusammengeschlossen, um Wissenschaft und Bildung gemeinsam voranzubringen. Mit Förderprogrammen, Analysen und Handlungsempfehlungen sichert der Stifterverband die Infrastruktur der Innovation. Der Stifterverband ist darüber hinaus einer der wichtigsten Förderer des Stiftungswesens in Deutschland. Er setzt sich für eine starke und lebendige Zivilgesellschaft ein und ermutigt und unterstützt Menschen, die sich für das Gemeinwohl engagieren wollen. ZiviZ im Stifterverband ist eine Tochtergesellschaft des Stifterverbandes. Als Think & Do Tank kanalisiert ZiviZ das Engagement des Stifterverbandes für die Zivilgesellschaftsforschung und -praxis.

Weitere Informationen: www.stifterverband.de

Über die Bertelsmann Stiftung: Menschen bewegen. Zukunft gestalten.

Die Bertelsmann Stiftung setzt sich dafür ein, dass alle an der Gesellschaft teilhaben können – politisch, wirtschaftlich und kulturell. Unsere Themen: Bildung, Demokratie, Europa, Gesundheit, Werte und Wirtschaft. Dabei stellen wir die Menschen in den Mittelpunkt. Denn die Menschen sind es, die die Welt bewegen, verändern und besser machen können. Dafür erschließen wir Wissen, vermitteln Kompetenzen und erarbeiten Lösungen. Die gemeinnützige Bertelsmann Stiftung wurde 1977 von Reinhard Mohn gegründet.

Weitere Informationen: www.bertelsmann-stiftung.de