

„Corporate Citizenship und Stadt- und Regionalplanung“

Masterarbeit von Anika Schwarz

Abstract

Dass sich die Handlungs- und Gestaltungsspielräume der öffentlichen Hand nicht zuletzt in budgetärer Hinsicht immer weiter verengen, ist ein weithin anerkannter Bestandteil gegenwärtiger Diagnosen. Vor diesem Hintergrund wird seit mindestens drei Jahrzehnten intensiv diskutiert, in welcher Weise nicht-staatliche Akteure zur Sicherstellung der gesamtgesellschaftlichen Wohlfahrt beitragen können. Mit dem Begriff des „Corporate Citizenship“ (CC) verbindet sich ein Ansatz, wie privatwirtschaftliche Unternehmen hierzu beitragen können; er impliziert, dass Unternehmen ihre gesamtgesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen und gleichsam „bürgerschaftliches“ Engagement entfalten. In der Masterarbeit von Anika Schwarz wird die Frage thematisiert, inwiefern CC einen Beitrag zur Gestaltung und Umsetzung raumbezogener Entwicklungsstrategien leisten kann.

Im Mittelpunkt der Masterarbeit steht eine textbasierte Diskussion des Zusammenhangs zwischen CC und räumlicher Entwicklung; flankiert wird diese Diskussion durch eine kleine, auf vier Experteninterviews beruhende empirische Untersuchung. Nach der Skizzierung des Aufbaus der Arbeit erfolgt ein Abriss der Herausforderungen, vor denen raumbezogene Praktiken heutzutage stehen. Sodann wird das Konzept des „Corporate Citizenship“ eingehend erläutert, von verwandten Konzepten abgegrenzt und auf seine Bedeutung für die beteiligten Unternehmen hin diskutiert, um anschließend darzulegen, welchen Mehrwert CC für die Stadt- und Regionalentwicklung aufweisen kann. Ein weiteres Hauptkapitel ist der in Berlin durchgeführten Fallstudie gewidmet, die in erster Linie der Illustration der zuvor herausgearbeiteten Aspekte dient und darüber hinaus der Frage nachgeht, ob die Wirtschaftsförderungsabteilungen der Berliner Bezirke CC erfolgreich initiieren können. Ein Fazit, das die wesentlichen Argumente und Befunde der Arbeit zusammenfasst, beschließt die Arbeit.

Es konnte festgestellt werden, dass gesellschaftliches Engagement in den Unternehmen professionell organisiert werden muss, um positive regionale Effek-

te zu erreichen. Dies stellt aber wiederum die größte Herausforderung für die Implementierung in die Praxis dar. In der Arbeit wurden dahingehend Indikatoren für „fortgeschrittenes CC“ entwickelt, anhand derer die möglichen Potenziale von CC realisiert werden könnten. Theoretisch zeigt sich fortgeschrittenes CC effektiv in direkten und indirekten Auswirkungen. Das meiste Potenzial wird dabei den indirekten Effekten zugeschrieben, da diese langfristige Erfolge versprechen: so wird CC in erster Linie als eine Investition in das Sozialkapital einer Region bezeichnet. Eine Kapitalform, die zu den endogenen Ressourcen von Standorten zählt und im derzeitigen Standortwettbewerb immer wichtiger wird. Auch die zunehmend relevanten weichen Standortfaktoren können durch CC beeinflusst werden. In den seltensten Fällen wird auch ein Beitrag zu den harten Standortfaktoren geleistet.

Für die Verbreitung von CC und seinen Potenzialen ist es von Nachteil, dass der Begriff sowohl in der Praxis als auch in der Literatur noch erklärungsbedürftig ist. Eine Betrachtung der Chancen von CC ist nicht ganz einfach. So steht aktuell unternehmerisches Engagement in der Gesellschaft immer noch stark in der öffentlichen Kritik und auch die befragten Wirtschaftsförderer sehen sich in Zukunft nur selten als CC-Promotoren.

©Anika Schwarz