

# Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

## Neue gesellschaftliche Verantwortungsteilung

Das Thema „bürgerschaftliches Engagement“ wird zur Zeit mehr denn je diskutiert. Worin aber liegt die Dynamik rund um die Debatte zu sozialem Engagement und Ehrenamt? Was macht bürgerschaftliches Engagement und Bürgerbeteiligung so bedeutsam?

**Dr. Ansgar Klein** und **Dr. Frank Heuberger** beantworten diese Fragen und erklären, worauf Unternehmen bei der Planung ihrer Corporate-Volunteering-Programme achten sollten.

### **Gesellschaftliche Bedeutung von Ehrenamt, bürgerschaftlichem Engagement und Bürgerbeteiligung**

Dem Thema „bürgerschaftliches Engagement“ wird nicht nur in der wissenschaftlichen, sondern auch in der öffentlichen und politischen Diskussion immer mehr Aufmerksamkeit zuteil. Die parteiübergreifenden gesellschaftspolitischen Debatten sind vielseitig: von der Reform des Sozialstaats und der damit verbundenen stärkeren Inpflichtnahme des Bürgers über die Suche nach Strategien zur Weiterentwicklung und Stabilisierung der Demokratie, die Bearbeitung destruktiver Folgen von Individualisierung und Pluralisierung bis hin zu Überlegungen zur Zukunft der Arbeitsgesellschaft. Ein weites Feld, das dem sozialen Engagement der Bürger trotz bestehender Kontroversen und Widersprüche einen zunehmend höheren Stellenwert einräumt.

Mit dem Bericht der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des 14. Deutschen Bundestags wurde erstmals die Vielfalt der Erscheinungs- und Organisationsformen, in denen sich bürgerschaftliches Engagement entfaltet, zusammenfassend vorgestellt. Der Kommissionsbericht unterscheidet zwischen politischem Engagement und sozialem Engagement. Politisches Engagement bedeutet etwa die Mitgliedschaft im Gemeinderat, die Mitarbeit in Parteien, aber auch in Bürgerinitiativen oder Ausländer- und Seniorenbeiräten. Soziales Engagement findet statt in Hospizgruppen, in der Tafel-Bewegung oder in Aidsinitiativen. Hinzu kommt das weite Feld der Selbsthilfe, das insbesondere in den Bereichen Gesundheit, Familie und Migration angesiedelt ist, aber auch das Engagement in Vereinen, Verbänden und Kirchen, das von dem in öffentlichen Funktionen (z.B. Schöffen, ehrenamtliche Richter oder Wahlhelfer)

und von Formen der Gegenseitigkeit wie Nachbarschaftshilfen abgegrenzt wird. Und nicht zuletzt: das bislang noch unterentwickelte Phänomen des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen, also die diversen Formen und Instrumente des Spendens und der Bereitstellung von Dienstleistungen oder die Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements der Mitarbeiter im Fall von Corporate Volunteering.

Dem klassischen Ehrenamt wird durch den weit gefassten Begriff von bürgerschaftlichem Enga-

gement kein Abbruch getan, im Gegenteil. Im Vordergrund steht vielmehr ein neuer politischer Bezugsrahmen, der die Zivilgesellschaft als Leitidee etabliert. Diese Leitidee bildet den Hintergrund der aktuellen Auseinandersetzung um Rolle und Aufgabe von bürgerschaftlichem Engagement und Bürgerbeteiligung, da unterschiedliche Formen von freiwilligen, nicht auf materiellen Gewinn ausgerichteten, gemeinwohlorientierten Tätigkeiten ein und dieselbe Idee abbilden. Bürgerschaftliches Engagement in seinen verschiedenen Facetten zeichnet sich



Um den gesellschaftlichen Herausforderungen sinnvoll zu begegnen, müssen Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammenarbeiten – und gemeinsam neue Wege gehen.

dadurch aus, dass es zwischen den Sektoren Staat, Markt und Privatleben stattfindet, die Öffentlichkeit einschließt, also transparent und anschlussfähig für andere Bürger und Partner ist – und so in seinen Wirkungen nicht nur auf die unmittelbar Beteiligten abzielt, sondern zugleich einen Beitrag zur Förderung des Gemeinwohls leistet und damit einen demokratischen Mehrwert erzeugt.

## **Zwischen Zivilgesellschaft und Unternehmensverantwortung**

Können Unternehmen vor diesem Hintergrund überhaupt als Subjekte der Zivilgesellschaft agieren? Können sie als Corporate Citizen und Teilnehmer mehrsektoraler Engagementpartnerschaften bei aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen eine innovative und substantielle Rolle spielen? Eine im Jahr 2009 abgeschlossene qualitative Studie, die auf Interviews mit Topmanagern transnational agierender Großunternehmen in Deutschland basiert und das Thema gesellschaftliche Verantwortung behandelt, offenbart dazu interessante Ergebnisse: Der Begriff „Zivilgesellschaft“ oder „Bürgergesellschaft“ gehöre nicht zum „aktiven“ Vokabular deutscher Topmanager. Ihre damit verbundenen Assoziationen seien eher zufällig, häufig persönlicher Natur und wenig differenziert. Hierin spiegeln sich die unterschiedlichen persönlichen Erfahrungen der Beteiligten, aber auch Erfahrungen des Unternehmens mit zivil-

gesellschaftlichen Organisationen wider. Zum einen geht es um den Dialog mit gesellschaftlichen Anspruchsgruppen. Der Begriff „Stakeholder“ ist deutlich bekannter als der der Zivilgesellschaft. Zum anderen sind es Erfahrungen der Zusammenarbeit mit einzelnen zivilgesellschaftlichen Organisationen und Einrichtungen, die von Geld- und Sachspenden, der Gründung von Stiftungen über Corporate-Volunteering-Programme bis hin zu langfristigen Partnerschaften mit gemeinnützigen Einrichtungen reichen.

## **Neue Wege gehen**

Dennoch ist nicht zu übersehen, dass das Topmanagement in Deutschland bislang wenig Verständnis für einen Begriff entwickelt hat, der die Zivilgesellschaft als ernstzunehmenden gesellschaftlichen Akteur mit erheblicher politischer Relevanz begreift. Deshalb gilt es, die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen und die Möglichkeiten mehrsektoraler Partnerschaften neu zu überdenken.

Die Tatsache, dass Unternehmen zwar Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit einzelnen NGOs (Stakeholdern) und gemeinnützigen Einrichtungen gesammelt haben und diese im Lichte ihrer Unternehmenspolitik auch durchaus positiv bewerten, darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass Kooperationen auf Augenhöhe vor allem ein angemessenes Verständnis

der Bürgergesellschaft und des dritten Sektors als gesellschaftlicher Sphäre erfordern. Der Mehrwert mehrsektoraler Kooperationen ist erst dann tatsächlich spürbar, wenn der zivilgesellschaftliche Partner nicht nur als einzelnes Projekt, als Verein oder Initiative verstanden, sondern auch als Teil eines gesellschaftlichen Zusammenhalts mit eigener Produktivität und Handlungslogik sowie eigenen Steuerungsprinzipien erkannt und gewürdigt wird. Die Prinzipien Selbstorganisation, Vertrauen, Transparenz, Pluralismus und vor allem Freiwilligkeit sind Voraussetzungen, unter denen zivilgesellschaftliche Organisationen nicht nur gesellschaftliche Normen, Werte und Sozialkapital produzieren und reproduzieren. Sie erbringen auch wichtige gesellschaftliche Aufgaben und Leistungen. Das veranschaulicht insbesondere die Geschichte des deutschen Sozialstaats. Hier herrscht seit jeher ein enges Wechselspiel zwischen staatlichen Institutionen als Garanten und Gewährleistern des Gemeinwohls und den zivilgesellschaftlichen Organisationen, insbesondere in Gestalt der Wohlfahrtsverbände als Erbringer sozialer Leistungen und Dienste.

Dass die Wirtschaft die spezielle Bedeutung der Zivilgesellschaft zur Kenntnis nimmt und in der Kooperation mit gemeinnützigen Partnern berücksichtigt, schafft erst die Bedingungen für ein neues Bewusstsein des gesellschaftlichen Zusammenwirkens. Umgekehrt haben viele zivilgesellschaftliche Akteure ihre Skepsis und Distanz gegenüber Wirtschaftsunternehmen bei

weitem noch nicht abgelegt. Nicht zuletzt deshalb, weil die über Jahrzehnte gewachsene sozialstaatliche Unterstützung auch heute noch stark nachwirkt und auch in Krisenzeiten aufrechterhalten wird. Hier liegt auch der wesentliche Grund dafür, dass Corporate Volunteering in Deutschland im Unterschied zum angelsächsischen Raum noch wenig verbreitet ist. Und der Grund dafür, dass die Erprobung mehrsektoraler Partnerschaften noch in den Kinderschuhen steckt. Dass die Förderung der Zivilgesellschaft eine zentrale Aufgabe staatlichen Handelns ist und bleiben muss, steht damit nicht in Frage.

### **Soziale Verantwortung als Chance**

Die traditionelle Rollenverteilung zwischen den drei gesellschaftlichen Sektoren Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft sah bisher keine systematischen Kooperationen zwischen Arbeitswelt und bürgerschaftlichem Engagement vor. Sie verbannte das Engagement vielmehr per definitionem in eine eigene Sphäre. Dies kann und sollte sich in Zukunft mehr und mehr ändern, die nötigen Rahmenbedingungen hierfür sind zumindest in Ansätzen vorhanden. Erforderlich sind außerdem intensive konzeptionelle und praktische Diskurse zur Klärung des Verhältnisses von Zivilgesellschaft und Wirtschaft bzw. von Erwerbsarbeit und Engagement. Eine neue gesellschaftliche Verantwortungsbalance wird es nur dann geben können,

wenn sowohl Staat als auch Wirtschaft und Zivilgesellschaft bereit und in der Lage sind, die Perspektive der jeweils anderen Sphären einzunehmen, ihre Eigenlogik zu verstehen und anzuerkennen. Es geht um die Entwicklung einer Balance der in den jeweiligen Sektoren vorherrschenden Steuerungsmedien Geld, Macht und Solidarität. Keine Sphäre darf dabei ihr Selbst-

verständnis und ihre handlungsleitenden Prinzipien zum alleingültigen Maßstab erheben. Es gilt vielmehr, die legitimen Ansprüche jeder Sphäre diskursiv zu prüfen und eigene Interessen mit Blick auf das Wohl der Gesamtgesellschaft zu relativieren. Keine Sphäre darf den Anspruch erheben, mit der ihr innewohnenden Rationalität die anderen zu dominieren. ■

#### Weiterführende Literatur

---

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (2010): Monitor Engagement. Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland, Berlin.

Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ (Hrsg.) (2002): Bürgerschaftliches Engagement: auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft. Opladen.

Heuberger, F. W. et al (2009): Topmanagement in gesellschaftlicher Verantwortung. Wie Wirtschaftsführer in Deutschland gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen. Ergebnisse einer qualitativen Studie, CCCD, Berlin.

Klein, A. (2001): Der Diskurs der Zivilgesellschaft. Politische Hintergründe und demokratietheoretische Folgerungen, Opladen.

Roth, R. (2000): Bürgerschaftliches Engagement – Formen, Bedingungen, Perspektiven. In: Zimmer, A./Nährlich, St. (Hrsg.): Engagierte Bürgerschaft. Traditionen und Perspektiven. Opladen, S. 25–48.

Wedell, M. (2010): Responsible Lobbying – Herausforderung für Unternehmen, in: BBE-Newsletter Nr. 19 vom 23.09.2010.

## KONTAKT

### **PD Dr. Ansgar Klein**

Geschäftsführer

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Geschäftsstelle

Michaelkirchstraße 17/18

D-10179 Berlin

T +49 (0) 30 / 62 98 01 10

F +49 (0) 30 / 62 98 01 51

E [ansgar.klein@b-b-e.de](mailto:ansgar.klein@b-b-e.de)

W [www.b-b-e.de](http://www.b-b-e.de)

### **Dr. Frank Heuberger**

Beauftragter des BBE

für Europäische Angelegenheiten

Stiftstraße 29

D-65183 Wiesbaden

T +49 (0) 6 11 / 5 89 58 85

E [fheuberger@arcor.de](mailto:fheuberger@arcor.de)