

Corporate Social Responsibility

Das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen

Dieter Hundt

Sie gründen Bürgerstiftungen, übernehmen Patenschaften für Schulen und stellen ihre Mitarbeiter für soziale Arbeiten frei – es gibt zahllose Beispiele für das gesellschaftliche Engagement der deutschen Wirtschaft. Das „Unternehmen als guter Nachbar“ ist nicht nur eine Floskel, es trifft die Realität. Die Wirtschaft wird heute nicht mehr als eigenständige und möglicherweise fremde Welt gesehen, sondern als fester Bestandteil der Gesellschaft. Staat und Wirtschaft, Menschen und Unternehmen, Bürger und Gesellschaft sind keine Kategorien, die sich trennen lassen. Sie bedingen einander, sie sind aufeinander angewiesen.

Das Engagement der Unternehmen für Umwelt, Kultur und Gesellschaft deckt die gesamte Bandbreite der möglichen Betätigungsfelder ab. In den deutschen Chefetagen besitzt die gesellschaftliche Verantwortung einen großen und ständig wachsenden Stellenwert. Große Konzerne haben eigene Abteilungen, die das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens koordinieren. Kleinere Unternehmen engagieren sich in ihrem direkten Umfeld, ohne dafür große Aufmerksamkeit zu ernten. Immer jedoch gilt: Sie tun das nicht losgelöst vom Rest der Gesellschaft. Art und Umfang der Aktivitäten stehen in einem direkten Zusammenhang zum gesellschaftlichen Umfeld. **Insgesamt steht das Engagement der Unternehmen auf drei Säulen: (1) Das Verantwortungsbewusstsein der Manager und Unternehmer, (2) die finanziellen Möglichkeiten der Unternehmen und (3) das allgemeine gesellschaftliche Klima, in dem sie sich bewegen.**

Nur starke Unternehmen können sich engagieren

Bei allen Debatten über die Rolle der Wirtschaft in der Bürgergesellschaft darf eines nicht vergessen werden: Die erste Aufgabe eines Unternehmens ist es, wirtschaftlich er-

folgreich zu sein. Das Streben nach Gewinn und Marktanteilen auf dem Weltmarkt ist der Lebensnerv der Wirtschaft und gleichzeitig der Grund für Wohlstand. Nur mit an-

gemessenen Gewinnen kann ein Unternehmen weiter bestehen, investieren und expandieren. Ein insolventes Unternehmen nützt dagegen niemandem – weder dem Unternehmer, noch der Gesellschaft.

Am wirtschaftlichen Erfolg hängen Millionen von Arbeits- und Ausbildungsplätzen. Die Enquete-Kommission zur „Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements“ betont vollkommen zu Recht den Stellenwert der Erwerbstätigkeit für die Gesellschaft. **Ein Unternehmen übernimmt also alleine schon durch seine Rolle als Arbeitgeber eine zentrale Funktion in unserer Gesellschaft. Es gibt unzählige Beispiele gerade im Mittelstand, wo Unternehmer alles dafür tun, Arbeitsplätze zu halten und neue zu schaffen. Dieses Engagement wird häufig kaum beachtet und verdient mehr öffentliche Anerkennung.** Gleichzeitig ist es eine Mahnung an alle, die Rahmenbedingungen in Deutschland zu verbessern und die Erwerbsarbeit wieder zu stärken. Das geht nur, wenn wir die Unternehmen wieder stärken. Deutschland hat ein Kostenproblem, ein Bürokratie-

problem und ein Innovationsproblem. Diese Hemmnisse für Unternehmen müssen mit aller Kraft angegangen werden. Der wirtschaftliche Erfolg ist ein Kernelement unserer Gesellschaft.

Auch das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen ist untrennbar mit der wirtschaftlichen Lage verbunden. Nur gesunde und starke Unternehmen sind in der Lage, als Akteur auf der Bühne der Bürgergesellschaft aufzutreten und eine tragende Rolle zu übernehmen. Ringt ein Unternehmen um seine Existenz, gibt es keinen Spielraum für weitergehende Aktivitäten. Der wirtschaftliche Erfolg ist eine grundlegende Voraussetzung für das bürgerschaftliche Engagement der Unternehmen. Je besser es den Unternehmen wirtschaftlich geht, umso stärker profitiert auch die Gesellschaft als Ganzes. Die Aussage der Enquete-Kommission, dass die Unternehmen auf ein funktionierendes Gemeinwesen angewiesen sind, muss also um einen Aspekt erweitert werden: Das Gemeinwesen ist auch auf funktionierende Unternehmen angewiesen!

Weg vom negativen Unternehmerbild

Der Zusammenhang von wirtschaftlichem Erfolg und erfolgreicher Gesellschaft muss stärker als bisher ins Bewusstsein der Öffentlichkeit getragen werden. Dazu zählt im übrigen auch, dass sich in Deutschland wieder ein positiveres Unternehmerbild entwickelt. Unser Wirtschaftssystem lebt von Menschen, die mit Mut und Einsatz neue Produkte entwickeln, produzieren und erfolg-

reich verkaufen. Wirtschaftlicher Erfolg wird von Menschen gemacht! Diesen Menschen, die verantwortlich sind für Geschäft und Beschäftigte, muss wieder mehr Vertrauen entgegengebracht werden.

Leider ist im Allgemeinen zu beobachten, dass den heimischen Unternehmen oft mit Misstrauen und Unverständnis entgegenge-

treten wird. Dazu hat auch ein stark verzerrendes Bild in der Öffentlichkeit beigetragen. Skandalträchtige Berichte über Firmenpleiten, Managementfehler oder überzogene Gehälter haben zu einem Vertrauensverlust geführt. In der Realität hat die absolut über-

wiegende Zahl der deutschen Unternehmer und Manager jedoch nichts mit diesem Bild gemein. Im Gegenteil: Gerade im Mittelstand dominiert das Bild des ehrbaren Kaufmanns, der für Anstand, Fairness und Verlässlichkeit steht.

Engagement im Rahmen der sozialen Marktwirtschaft

Das gesellschaftliche Engagement der Wirtschaft zeigt sich zuvorderst im Konzept der Sozialen Marktwirtschaft. Was nach den Definitionen der Enquete-Kommission nicht Teil der Bürgergesellschaft ist, trägt dennoch ganz deutlich den Stempel der Gemeinwohlorientierung. Eine Soziale Marktwirtschaft moderner Prägung ist der Gesellschaft verpflichtet. **Mit der Sicherung und Mehrung des Unternehmensgewinns ist daher immer auch eine soziale Komponente verbunden, die von der Krankenversicherung bis zum Rentensystem reicht.** Die Soziale Marktwirtschaft ist und bleibt das erfolgreiche wirtschafts- und gesellschaftspolitische Konzept für Deutschland.

Bei einem Blick auf die Zahlen wird das ganze Ausmaß dieses Engagements deutlich. Allein die ausschließlich von den Arbeitgebern

finanzierte Unfallversicherung kostet pro Jahr rund 15 Milliarden Euro. Insgesamt belaufen sich die Kosten für den Sozialstaat inzwischen auf nahezu 700 Milliarden Euro. Diese Zahlen sind allerdings auch deshalb so hoch, weil das eigentliche Konzept der Sozialen Marktwirtschaft in den letzten Jahrzehnten aus dem Gleichgewicht geraten ist: Der Sozialstaat wurde überdehnt, die Freiheit zunehmend beschnitten. Inzwischen beeinträchtigt diese Entwicklung den wirtschaftlichen Erfolg Deutschlands massiv und rüttelt damit auch an den Grundlagen unseres Gesellschaftssystems. Die Korrekturen unserer sozialen Sicherungssysteme sind daher nicht nur überfällig, sondern für deren Erhalt sogar absolut notwendig. Wer es mit der Verantwortung für Deutschland wirklich Ernst meint, sollte das den Bürgern offen und ehrlich sagen.

Engagement im Rahmen von *Corporate Social Responsibility*

Immer mehr Unternehmen engagieren sich über die soziale Marktwirtschaft hinaus auch freiwillig für die Gesellschaft. Seit einiger Zeit wird dieses Engagement unter dem modernen Begriff *Corporate Social Responsibility*

oder kurz *CSR* zusammengefasst. Ganz neu sind die Aktivitäten allerdings nicht: Alfred Krupp baute schon im vorletzten Jahrhundert ein Krankenhaus für seine Mitarbeiter und Jakob Fugger errichtete vor über 500

Jahren eine ganze Armensiedlung. *Corporate Social Responsibility* ist ein selbstverständlicher Teil der historisch gewachsenen Unternehmenskultur in Deutschland.

Die Vorreiter bei CSR waren bislang die großen Konzerne. Analog zu den normalen Geschäftsberichten legen sie inzwischen regelmäßig CSR-Berichte vor, die das umfassende Engagement der Konzerne dokumentieren. Die Palette reicht dabei von speziellen Umwelt-Programmen über Kultur-Initiativen bis zu umfassenden Gesundheitsangeboten für die Mitarbeiter. Das Engagement geht also weit über reine Geld- und Sachspenden hinaus. **Hinter diesen Aktivitäten steht dabei das Selbstverständnis der Konzerne, in ihrem Umfeld als guter Nachbar und Bürger zu agieren.** Dieses Konzept findet sich in gleicher Weise auch im Mittel-

stand wieder. Kleine und mittlere Betriebe helfen in ihrem unmittelbaren Umfeld, wenn Not am Mann ist.

Davon profitieren im übrigen auch die Unternehmen selbst. Wer zum Beispiel vor Ort zur Lösung von Problemen beiträgt, leistet damit gleichzeitig einen Beitrag zur Verbesserung dieses Standortes. Wer seine Mitarbeiter für soziale Aktivitäten freistellt, kann im Gegenzug von den steigenden sozialen Kompetenzen seiner Belegschaft profitieren. Generell fördert das Engagement außerdem die Identifikation mit einem Unternehmen. Unter dem Strich wirkt das gesellschaftliche Engagement also sowohl in die Gesellschaft hinein, als auch in den Markt und in das eigene Unternehmen. Damit sind eine Vielzahl von positiven Nebeneffekten verbunden.

Bildung und Ausbildung

Ein gutes Beispiel für das funktionierende Zusammenspiel von Wirtschaft und Gesellschaft ist der gesamte Bildungsbereich. Für die deutsche Wirtschaft sind gut ausgebildete junge Menschen überlebenswichtig. Im Gegenzug ist eine gute Ausbildung die beste Basis für ein erfolgreiches Arbeitsleben des Einzelnen. Wirtschaft und Gesellschaft profitieren also gleichermaßen von einer fundierten Bildung und Ausbildung der jungen Menschen. **Der Bildungsbereich ist folgerichtig auch ein Schwerpunkt des Engagements im Rahmen der Corporate Social Responsibility.**

Auf der schulischen Ebene existieren eine Vielzahl von Kooperationen und Programmen, die den kontinuierlichen Austausch zwischen Unternehmen und Schulen fördern. Mit *SCHULEWIRTSCHAFT* hat die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände zum Beispiel schon vor über 50 Jahren ein Netzwerk initiiert, das diesem Gedanken folgt. Heute arbeiten engagierte Lehrer und Unternehmer in rund 450 regionalen Arbeitskreisen zusammen, um Berührungspunkte abzubauen und die Schulbildung weiterzuentwickeln. Dazu gehören unter anderem Betriebserkundungen, bei denen Schü-

ler und Lehrer den betrieblichen Alltag hautnah erleben und einen Einblick in die heutige Arbeitswelt erhalten. Auf Hochschulebene bieten die Unternehmen vor allem Stiftungslehrstühle und Förderprogramme an. Die Studienstiftung der Deutschen Wirtschaft fördert beispielsweise zukünftige Leistungsträger, die über ihr reines Fachstudium hinaus Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen und dies bereits unter Beweis gestellt haben. Weitere Beispiele für das Engagement sind die Bildungswerke der Wirtschaft und der Arbeitgeberpreis für Bildung, den die BDA zusammen mit der Deutschen Bahn AG vergibt.

Daneben engagieren sich die Unternehmen auch intensiv für die betriebliche Berufsausbildung. Das deutsche Ausbildungssystem ist eine wichtige Quelle für die qualifizierten Fachkräfte von morgen und bietet jährlich rund zwei Dritteln aller Schulabgänger einen Einstieg in das Berufsleben. Jedes Jahr investieren die Unternehmen rund 28 Mrd. Euro in die betriebliche Ausbildung. Dieses Engagement ist auch im ureigenen Interesse der Unternehmen, wird aber gleichzeitig durch das Bemühen vorangetrieben, möglichst vielen Jugendlichen eine Lehrstelle anzubieten. Im Jahr 2004 hat die Wirtschaft daher den nationalen Pakt für Ausbildung ins Leben gerufen, der ein ehrgeiziges Ziel verfolgt: Jedem ausbildungswilligen und -fähigen Jugendlichen soll ein Angebot gemacht

werden. Trotz anhaltend schwacher Konjunktur fällt die erste Zwischenbilanz nach einem Jahr äußerst positiv aus: Die Unternehmen haben 2004 erneut über eine halbe Millionen Ausbildungsverträge unterzeichnet, wobei die Zahl der betrieblichen Verträge gegenüber dem Vorjahr sogar um rund 4,5 Prozent gestiegen ist. Dieses Ergebnis war nur möglich, weil viele Unternehmen weit über Bedarf ausbilden und im Rahmen von Ausbildungsringen, Kooperationen, etc. weitere Reserven ausgeschöpft werden. Hinzu kommen noch weit über 30.000 so genannte Einstiegsqualifizierungen, die die Unternehmen seit dem letztem Jahr anbieten, um schwächeren Jugendlichen den Einstieg in eine Ausbildung zu ermöglichen.

Der Ausbildungspakt beweist: Die deutsche Wirtschaft ist sich ihrer Verantwortung sehr bewusst. Das freiwillige Engagement hat dazu geführt, dass die selbst gesteckten Ziele zur Mobilisierung von Ausbildungsplätzen und Einstiegsqualifikationen sogar noch übertroffen wurden. Hier wurde der eindeutige Beweis erbracht, dass Gesetze und Sanktionen für die Erreichung von ambitionierten „gesellschaftlichen“ Zielen nicht notwendig sind, sondern vielmehr Vernunft und die entsprechenden Freiräume für unternehmerisches Handeln. Der Erfolg des Ausbildungspaktes ist Motivation, mit gleicher Intensität den eingeschlagenen Weg weiter zu gehen.

Hilfe für Südostasien

Dass gesellschaftliche Verantwortung keine rein nationale Angelegenheit ist, zeigt die Naturkatastrophe in Südostasien. Die Bilder, die uns zum Jahreswechsel 2004/2005 aus Indonesien, Thailand und Sri Lanka erreichten, haben uns alle fassungslos gemacht. Die Katastrophe hat alle Grenzen des Vorstellungsvermögens gesprengt. Sie hat Bürger, Staat und Wirtschaft gleichermaßen getroffen. Und sie hat gezeigt: Einzelne Staaten sind nicht in der Lage, Probleme dieser Größenordnung alleine zu lösen. Selbst die internationale Staatengemeinschaft stößt an ihre Grenzen. Wenn die Folgen dennoch gemildert werden konnten, dann ist das der Hilfe von Bürgerinnen und Bürger aus der ganzen Welt zu verdanken. Viele Menschen gingen weit über ihre Kräfte hinaus, um Leben zu retten und Zerstörtes wieder auf zu bauen.

Dabei konnten sie sich auch auf die Hilfe der Wirtschaft verlassen. Viele Unternehmen haben in dieser schwierigen Situation schnell und unbürokratisch geholfen: Sie stellten unter anderem Fahrzeuge, Arzneimittel und medizinische Geräte zur Verfügung, spendeten Millionenbeträge und stellten ehrenamtliche Mitarbeiter von Hilfsorganisationen kurzfristig für die Hilfsaktionen frei. Das Engagement der deutschen Wirtschaft ist dabei nicht auf kurzfristige Schlagzeilen ausgerichtet, sondern auf langfristige und nachhaltige Hilfe. Durch den Aufbau von Telekommunikations- und Stromnetzen, Krankenhäusern oder Schulen soll der Katastrophenregion dauerhaft geholfen werden. Davon profitieren langfristig alle Menschen in der Region, was die Staaten und deren Wirtschaft stabilisiert. In Südostasien ist deutlich geworden, dass die Wirtschaft ihre gesellschaftliche Verantwortung insgesamt wahrnimmt.

Initiativen der Arbeitgeber:

www.csrgermany.de und „Freiheit und Verantwortung“

Für die Arbeitgeberverbände steht die Förderung des gesellschaftlichen Engagements der Wirtschaft ganz weit oben auf der Agenda. Neben den Aktivitäten in den einzelnen Fachbereichen gibt es dazu auch zwei übergreifende Initiativen. Im Jahr 2004 haben die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) das **Informationsportal www.csrgermany.de** ins

Leben gerufen. Es bietet eine umfassende Informationsplattform für alle, die sich über die gesellschaftliche Verantwortung der Wirtschaft informieren wollen. Das Informationsangebot reicht von speziellen CSR-Instrumenten über die politischen Entwicklungen im In- und Ausland bis hin zu wichtigen Terminen. Gleichzeitig dient die Internetseite der Wirtschaft und hier insbesondere den mittelständischen Unternehmen dazu,

ihr Engagement einem größeren Kreis zu präsentieren. Grundsätzlich ist jedes Unternehmen eingeladen, seine Aktivitäten auf dieser Plattform darzustellen und anderen Interessierten zugänglich zu machen. Mit www.csrgermany.de entsteht damit mittelfristig auch eine Sammlung von CSR-Initiativen, die das vielfältige und umfassende gesellschaftliche Engagement der Wirtschaft dokumentieren wird.

Bereits vor fünf Jahren haben die vier Spitzenverbände der Deutschen Wirtschaft die **Initiative „Freiheit und Verantwortung“** ins Leben gerufen. Auch sie verfolgt das Ziel, den Gedanken des bürgerschaftlichen Engagements von Unternehmen zu fördern. Zum Zeitpunkt der Gründung war sie fast die einzige ihrer Art. Inzwischen sind auf kommunaler, regionaler und nationaler Ebe-

ne viele weitere *Corporate Citizenship*-Aktivitäten in Form von Vereinen, Netzwerken und Kooperationen entstanden, für die die Initiative „Freiheit und Verantwortung“ wichtige Impulse und Denkanstöße geliefert hat. Heute stehen über dreihundert Projekte hinter der Initiative, wobei die herausragendsten jährlich mit dem Preis der Initiative ausgezeichnet werden. Die Preisträger engagieren sich auf allen Feldern der Gesellschaft: Kultur, Sport, Soziales und immer häufiger auch auf dem Gebiet der Bildung. Es ist eine besondere Auszeichnung für „Freiheit und Verantwortung“, dass Bundespräsident Horst Köhler bereits kurz nach Aufnahme seiner Amtsgeschäfte die Schirmherrschaft für seine gesamte Amtszeit übernommen hat, nachdem zuvor schon Alt-Bundespräsident Johannes Rau Schirmherr der Veranstaltung war.

Zukunft der *Corporate Social Responsibility*

Die Enquete-Kommission zur „Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements“ regt in ihrem Bericht eine weitere Ausweitung des unternehmerischen Engagements an. Diese Anregung kann voll und ganz unterstützt werden, wobei nicht übersehen werden darf, dass das Engagement der Unternehmen bereits heute enorm ist. Fest steht: ***Corporate Social Responsibility* wird in den nächsten Jahren ein vorrangiges Thema sein. Das Interesse der Unternehmen an CSR wird weiter wachsen und gewinnt gerade im Mittelstand stark an Bedeutung. Unterstützt wird der Trend von der Tatsache, dass die Un-**

ternehmen zunehmend auch das Potenzial erkennen, das in dem Konzept steckt. „Tue Gutes und profitiere davon“ setzt sich als Gedanke immer stärker durch.

In diesem Zusammenhang kommt es unter anderem darauf an, das Engagement noch stärker in das gesellschaftliche Bewusstsein zu tragen. Ein nicht ganz leichtes Unterfangen, da den Unternehmen gleich mehrere Kommunikationsfallen drohen. Hinter einer aktiven Informationspolitik vermutet die Öffentlichkeit beispielsweise schnell, dass das Engagement über Hochglanzprospekte und

Pressetermine nicht hinaus kommt und wenig mehr als eine PR-Maßnahme ist. **Zweitens ist jedes Engagement aus der Sicht der Öffentlichkeit unzureichend. Die Frage ist allerdings, ab wann ein Engagement ausreichend wäre: 1 Prozent des Umsatzes oder 2 Prozent des Gewinns? Schon die Fragestellung macht eigentlich klar: Es gibt keinen Preis für gesellschaftliche Verantwortung, sie kann weder gekauft noch gemessen werden.** Drittens können alle gesellschaftlichen Leistungen eines Unternehmens von einer einzigen schlechten Nachricht zunichte gemacht werden. Deshalb ziehen es noch immer viele Unternehmen vor, Gutes im Verborgenen zu tun und über ihr aktives gesellschaftliches Handeln nicht zu reden. Es wäre für die weitere Entwicklung von *Corporate Social Responsibility* mit Sicherheit ein großer Fortschritt, wenn das gesellschaftlichen Engagement der Unternehmen mit mehr Vertrauen aufgenommen werden würde.

Die Zukunft von *Corporate Social Responsibility* hängt ganz wesentlich davon ab, in welchem Umfeld sich die Unternehmen bewegen und wie sich dieses Umfeld weiter entwickeln wird. **CSR ist eine freiwillige unternehmerische Leistung und muss es auch bleiben.** Gesetze und Regulierungen würden der Weiterentwicklung großen Schaden zufügen. Ein „one-size-fits-all-Ansatz“ würde beispielsweise jede Form von Vielfalt und Kreativität ersticken und dem Engagement damit große Chancen rauben. Ähnliches gilt für eine Überfrachtung des Ansatzes: **CSR ist eine zusätzliche unternehmerische Leis-**

tung, die das Konzept der Sozialen Marktwirtschaft nicht ersetzen kann. Schließlich entscheidet auch die wirtschaftliche Freiheit und Stärke der Unternehmen über ihr zukünftiges Engagement. Hier schließt sich der Kreis: **Ein Mehr an Freiheit und wirtschaftlichen Erfolgen eröffnet den Unternehmen natürlich auch neue Möglichkeiten des freiwilligen Engagements. Wer die Rahmenbedingungen für die Wirtschaft verbessert, stärkt damit auch die Zukunft von *Corporate Social Responsibility*.**

Zum Autor

Dr. sc. techn. Dieter Hundt (1938 in Esslingen geboren) studierte Maschinenbau an der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich, wo er auch promovierte. Nach Tätigkeiten bei der AEG-Telefunken AG und der Kraftwerkunion AG steht er seit 1975 als Geschäftsführender Gesellschafter der Allgaier Werke GmbH vor. 1994 wurde Dr. Hundt zum Präsidenten der Landesvereinigung Baden-Württembergischer Arbeitgeberverbände gewählt. Seit 1996 ist er Präsident der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) in Berlin und Vizepräsident der Vereinigung der Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände Europas (UNICE) in Brüssel.

Arbeitskreis „Bürgergesellschaft und Aktivierender Staat“ der Friedrich-Ebert-Stiftung

Die Förderung der Bürgergesellschaft bleibt ein zentrales Thema der aktuellen Reformdebatte. Der Arbeitskreis „Bürgergesellschaft und Aktivierender Staat“ ist in diesem Diskurs seit langem ein Forum, das reformpolitisch relevante Themenstellungen aufgreift, analysiert und in der politischen Debatte Stellung bezieht. Damit soll ein Beitrag geleistet werden, ein Netzwerk für die politische Beratung institutioneller Reformpolitik aufzubauen und dessen Überlegungen der Politik vorzustellen. Der Arbeitskreis versteht sich insofern als kritischer Impulsgeber für die öffentliche Reformdebatte.

Anlass und Ausgangspunkt bildet das Interesse, die Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements und des darin liegenden Demokratisierungspotentials einerseits und die Staatsmodernisierung in Kategorien des aktivierenden Staates andererseits zusammenzubringen. Das Augenmerk des Arbeitskreises gilt in erster Linie der Stärkung der Bürgergesellschaft und entsprechender Partizipationschancen: Diese Perspektive bestimmt die zu formulierenden Modernisierungsanforderungen an staatliche Instanzen und Akteure.

Die persönlich eingeladenen Mitglieder des Arbeitskreises reflektieren den interdisziplinären Arbeitsansatz: Die Friedrich-Ebert-Stiftung hat Persönlichkeiten aus Politik, Verwaltung und Wissenschaft, Wirtschaft, Medien, Verbänden und anderen gesellschaftlichen Organisationen gewinnen können, ihre fachlichen und persönlichen Erfahrungen dem Arbeitskreis zur Verfügung zu stellen. Neben diesen ständigen Teilnehmern werden zu den jeweiligen Themen Einladungen an einen themenspezifisch kompetenten Adressatenkreis ausgesprochen.

In regelmäßigen Sitzungen diskutiert der Arbeitskreis Themen, die der praktischen Umsetzung bürgerschaftlichen Engagements sowie den Handlungsempfehlungen der Enquetekommission des 14. Deutschen Bundestages zur „Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements“ förderlich sind. Sie werden zudem auf Fachkonferenzen, öffentlichen Veranstaltungen oder über Analysen und Gutachten aufgegriffen und vom Arbeitskreis kritisch begleitet. Zugleich dient dieser Gesprächszusammenhang dem Informations- und Erfahrungsaustausch und der Vernetzung seiner Mitglieder und ihrer Praxisfelder.

Der Arbeitskreis wird geleitet von Dr. Michael Bürsch, MdB (Vorsitzender der Enquetekommission des 14. Deutschen Bundestages) und koordiniert von Albrecht Koschützke, Friedrich-Ebert-Stiftung.

Ausführliche Informationen, Kontaktpersonen, Konzeptskizzen, Progress Reports, Ergebnisse der Plenardebatten und Sitzungen der Arbeitsgruppen sind auf den Internetseiten des Arbeitskreises dokumentiert. Die Publikationen sind abzurufen unter www.fes.de/buergergesellschaft – „Analysen“ – „Analysen des Arbeitskreises“ oder unter http://www.fes.de/library/ask_digbib.html.

Publikationen des Arbeitskreises Bürgergesellschaft und Aktivierender Staat

Analyse-Reihe „betrifft: Bürgergesellschaft“

- 17/ **Das Dilemma von Tugend und Freiheit. Die Notwendigkeit von Eigenverantwortung in einer funktionierenden Bürgergesellschaft**, Herfried Münkler und Anna Loll
- 16/ **Auf dem Weg zur Bürgerkommune. Bürgerschaftliches Engagement in Heidelberg**, Beate Weber
- 15/ **Sport: Schlüsselbereich bürgerschaftlichen Engagements**, Manfred von Richthofen, Michael Barthel und Manfred Spangenberg
- 14/ **Geschäftsstrategie Verantwortung – Corporate Citizenship als Business Case**, Susanne Lang und Frank Solms Nebelung
- 13/ **Wer braucht eigentlich die Bürgergesellschaft? Und wen braucht sie?**, Wolfgang Hinte
- 12/ **Der deutsche Weg zum bürgerschaftlichen Engagement von Unternehmen. Thesen zu Corporate Citizenship in Deutschland**, Frank Heuberger, Maria Oppen, Sabine Reimer
- 11/ **(K)ein Pflichtjahr für junge Menschen? Zur Konjunktur eines Irrtums**, Anton Schaaf, MdB, und Andrea Franz
- 10/ **Gemeinwohlorientierung als Bürgerpflicht – Das Engagement der Sparkassen für die Menschen und die Regionen**, Dietrich H. Hoppenstedt
- 09/ **Soziale Voraussetzungen der Bürgergesellschaft**, Michael Sommer
- 08/ **Bürgerengagement in der Aussiedler- und Integrationspolitik**, Jochen Welt, MdB
- 07/ **Bürgerschaftliches Engagement der Unternehmen – seit langem gepflegt, nötiger denn je**, Michael Rogowski
- 06/ **Umriss einer neuen Sozialpolitik – Eigenverantwortung und Solidarität als Bildungsauftrag der Bürgergesellschaft und des Bürgerengagements**, Konrad Hummel
- 05/ **Bürgerschaftliches Engagement in der europäischen Zivilgesellschaft**, Wolfgang Thierse, MdB
- 04/ **Bürgerschaftliches Engagement in den Kommunen – Erfahrungen aus Ostdeutschland**, Alexander Thumfart
- 03/ **Bürgerschaftliches Engagement unter den Bedingungen der Globalisierung**, Ernst Ulrich von Weizsäcker, MdB
- 02/ **Bürgerschaftliches Engagement gegen die Folgen der Arbeitslosigkeit – Chancen und Handlungsmöglichkeiten**, Achim Trube
- 01/ **Leitbild Bürgergesellschaft – reformpolitische Orientierungen für Staat und Gesellschaft**, Michael Bürsch, MdB

Sonstige Publikationen des Arbeitskreises

- Going Gender für die BürgerInnengesellschaft: Gender Mainstreaming in zivilgesellschaftlichen Organisationen.* Marianne Weg, Bonn 2005, 92 Seiten
- Bürgerschaftliches Engagement: stabilisieren, stärken, steigern – Innovation und Investition in Infrastruktur und Infrastruktureinrichtungen.** Sabrina Born, Bonn 2005, 56 Seiten
- Netzwerke gegen Rechts. Evaluierung von Aktionsprogrammen und Maßnahmen gegen Rechtsextremismus und Fremdenfeindlichkeit.** Roland Roth unter Mitarbeit von Anke Benack, Bonn 2003, 84 Seiten
- Der Aktivierende Staat – Positionen, Begriffe, Strategien.** Wolfram Lamping, Henning Schridde, Stefan Pläß, Bernhard Blanke, Bonn 2002, 44 Seiten
- Die Planungszelle – Zur Praxis der Bürgerbeteiligung. Demokratie funkelt wieder.** Peter C. Dienel, Bonn 2002, 20 Seiten

Freiwilligendienste – Wege in die Zukunft. Gutachten zur Lage und Zukunft der Freiwilligendienste. Thomas Rauschenbach, Reinhard Liebig, Bonn 2002, 88 Seiten

Gender Perspektive, bürgerschaftliches Engagement und aktivierender Staat. Barbara Stiegler, Bonn 2002, 12 Seiten

Gewerkschaften und bürgerschaftliches Engagement in der Arbeitswelt. Kurzanalyse von Josef Schmid unter Mitarbeit von Stephanie Schönstein, Bonn 2002, 28 Seiten

Bürgerschaftliches Engagement und Gewerkschaften. Kurzanalyse von Jürgen Wolf, Bonn 2002, 25 Seiten

Bürgerkommune konkret – Vom Leitbild zur Umsetzung. Ein Leitfaden für die kommunale Praxis von Jörg Bogumil/Lars Holtkamp, Bonn 2002, 44 Seiten