

GEOPRAX **Newsletter**

Liebe Mitglieder von **GEOPRAX**,
wieder ist ein Jahr vorüber, in dem es zahlreiche Veränderungen an den Frankfurter geographischen Instituten gegeben hat. Davon berichten wir weiter unten in diesem Newsletter ausführlich. Für **GEOPRAX** war 2003 ein recht erfolgreiches Jahr: Zum zweiten Mal konnten im Rahmen der Projektförderung Mittel ausgeschüttet werden (aus beiden 2003 geförderten Projekten liegen mittlerweile Projektberichte bzw. Zwischenberichte vor – mehr dazu in diesem und im nächsten Newsletter). Zudem konnte die Zahl der Mitglieder nach einem leichten Rückgang 2002 gehalten werden. Das neu begonnene Jahr wird in jedem Fall wieder ein interessantes werden: Im Frühsommer wird die **GEOpraktika04** mit dem beinahe traditionellen Ehemaligentreffen stattfinden – es ist die dritte Veranstaltung dieser Art, die von **GEOPRAX** veranstaltet wird und gleichzeitig

wird es die letzte sein, die die aktuelle Abteilungsleitung ausrichten wird. Wenn im kommenden Jahr die Abteilungsleitung von den Mitgliedern der FGG neu gewählt wird, werden Rebecca Langhagen (stellv. Abteilungsleitung), Yann Matthäi (Kassenwart) und ich nicht mehr antreten – ein Führungswechsel steht an und wir hoffen, dass uns unsere Mitglieder helfen, einen reibungslosen Übergang zu gestalten. Aus diesem Grund würden wir uns über eine zahlreiche Teilnahme an der Abteilungsversammlung sehr freuen.

In diesem Sinn wünschen wir für 2004 alles Gute,

mit geographischen Grüßen



Dr. Ch. Langhagen-Rohrbach
Abteilungsleiter **GEOPRAX**

Abteilungsversammlung 2004 & GEOpraktika04

Die Abteilungsversammlung 2004 wird dieses Jahr am 18. Februar um 18 Uhr stattfinden. Wie im vergangenen Jahr auch treffen wir uns am geographischen Institut und werden dann – je nach Zahl der anwesenden Mitglieder – eine angenehme Räumlichkeit aufsuchen, um die im neuen Jahr anstehenden Projekte zu besprechen. Die Tagesordnung sieht folgendermaßen aus:

TOP 1 – Begrüßung und Feststellung der Beschlussfähigkeit

TOP 2 – Beschluss der Tagesordnung

TOP 3 – Verabschiedung des Protokolls der Abteilungsversammlung 2002 (s. Newsletter 8)

TOP 4 – Bericht 2003 (inkl. Kassenbericht)

TOP 5 – Jahresplanung 2004 / GEOpraktika04

TOP 6 – Projektförderung

TOP 7 – Verschiedenes

Zugleich bitten wir, den Termin der GEOpraktika04 vorzumerken – diese wird am Freitag, dem 18. Juni 2004 in den Räumen in bzw. hinter der Senckenberganlage 34 und 36 stattfinden. Für die GEOpraktika04 suchen wir auch

noch Workshopangebote für die Studierenden – wer Interesse hat, einen Workshop anzubieten, oder jemanden kennt, der dazu Lust hat,

meldet sich bitte bei der Abteilungsleitung, z.B. auf der Abteilungsversammlung! Danke!

Neues aus der Frankfurter Geographie

Nach jahrzehntelangen Ankündigen mehren sich nun die Zeichen, dass ein Umzug – zumindest eines Teils der Lehrereinheit Geographie – naht: Noch im Jahr 2003 wurde der Gebäuderiegel entlang der Senckenberganlage an die Kreditanstalt für Wiederaufbau verkauft und aus dem Erlös soll ein Geozentrum auf dem Campus Riedberg (Niederursel) finanziert werden. Dieses wird die „klassischen“ Geowissenschaften (Geologie, Geophysik, Mineralogie, Petrologie, Meteorologie) des Fachbereichs Geowissenschaften/Geographie inklusive der Physischen Geographie aufnehmen. Bis Ende 2007 soll das Geozentrum fertig gestellt sein, und bis zu diesem Zeitpunkt müssen auch die Gebäude entlang der Senckenberganlage geräumt sein. Für die humangeographischen Institute bedeutet dies zunächst, dass sie in das alte Hauptgebäude oder das Juridicum übersiedeln werden bis ein Neubau auf dem Campus Westend (IG Farben-Gelände) errichtet ist, der die Humangeographie dann aufnehmen soll. Fest steht unterdessen auch, dass das Institut für Didaktik der Geographie, das Institut für Wirtschafts- und Sozialgeographie (WSG) sowie das Institut für Kulturgeographie, Stadt- und Regionalforschung (KSR) in einem Institut für Humangeographie zusammengeführt werden sollen. Ein Zeitpunkt steht für diese Fusion noch nicht fest, aber ein gemeinsamer Strukturplan für das neue Institut wird derzeit erarbeitet. Unklar ist, was mit den Beständen der Bibliothek der Geographischen Institute (IPG/KSR) passieren wird, da die Bereichsbi-

bliotheken der Humangeographie und der Physischen Geographie an unterschiedlichen Bibliotheksstandorten angesiedelt sein sollen.

Mit den beiden bevorstehenden Umzügen wird es für die Studierenden der Geographie deutlich schwerer werden, ihre Lehrveranstaltungen zu besuchen, da diese dann auf unterschiedlichen Universitätscampi stattfinden werden – für den Fachbereich könnte sich dies als fatal erweisen, da die Geographie sich derzeit massiv im Aufwind befindet und ca. 2/3 der Studierenden im Fachbereich insgesamt stellt (allein im Wintersemester 2003/2004 stieg die Zahl der Erstsemester auf ca. 300 (!) an, so dass für das Sommersemester 2004 ein Aufnahmestopp beantragt wurde) – wenn nun aber die Geographie an Attraktivität einbüßt, könnte diese Zahl mittelfristig wieder absinken und damit auch die Finanzausstattung des Fachbereichs reduzieren, denn in der sog. „Leistungsorientierten Mittelzuweisung“ (LOMZ) der Universität spielt die Zahl der Studierenden in der Regelstudienzeit eine tragende Rolle. Leider konnte eine Debatte über einen gemeinsamen Standort der Geographie (oder gar des Fachbereichs insgesamt) nicht initiiert werden, sondern statt Standortalternativen zu prüfen, wurden überkommene Konzepte aus der Zeit vor der Fusion der Fachbereiche Geowissenschaften und Geographie neuerlich verabschiedet und umgesetzt.

Bezüglich der am Standort Frankfurt angebotenen Studiengänge deuten sich in der Geographie Veränderungen durch die deutschland-

GEOPRAX – Eine Abteilung der Frankfurter Geographischen Gesellschaft e.V.

Senckenberganlage 36

D-60325 Frankfurt am Main

Internet: <http://www.geoprax.de>

E-Mail: info@geoprax.de

weiten Bestrebungen hinsichtlich der Umstellung auf Bachelor- und Master-Studiengänge an. Genaue inhaltliche Festlegungen müssen hier in Absprache mit benachbarten Universitäten erfolgen, um inhaltliche Überschneidungen zu vermeiden. Bislang gibt es aber noch keine konkreten Überlegungen für inhaltliche Schwerpunkte, die bspw. für den Master-Abschluss angeboten werden sollen.

Mit der Umstellung auf die Bachelor- und Master-Studiengänge soll auch ein Credit-Point-System (ECTS) eingeführt und eine Modularisierung der Studiengänge umgesetzt werden. Beides befindet sich in der Erarbeitung.

Auch in Sachen Stellenbesetzungen tut sich einiges: Prof. Wolf (KSR) wird zum Ende des

laufenden Wintersemesters emeritieren, die Stelle soll noch im Januar zur Neubesetzung ausgeschrieben werden und wird bereits in Teilen die neue Ausrichtung des Instituts für Humangeographie widerspiegeln. Die Berufungsverfahren in der Physischen Geographie (Nachfolge Prof. Andres) und am Institut für Wirtschafts- und Sozialgeographie (Nachfolge Prof. Bathelt) stehen unmittelbar vor dem Abschluss.

Bereits berufen wurde zum Wintersemester 2003/2004 Frau Prof. Döll, die am Institut für Physische Geographie die Nachfolge von Herrn Prof. Brinkmann (Hydrologie) angetreten hat.

GEOPRAX-Projektförderung 2003

Im Jahr 2003 hatte *GEOPRAX* zum zweiten Mal Mittel zur Projektförderung ausgeschrieben. Aus den eingegangenen Bewerbungen wurden zwei Arbeiten ausgewählt, die von *GEOPRAX* finanziell unterstützt werden: Dies ist zum einen die Arbeit von Andreas Eisert, „Konzeption und Entwicklung multimedialer Online-Lerneinheiten zur 'Glazialen Serie'“, für die ein Reisekostenzuschuss gewährt wurde, um Herrn Eisert Vor-Ort-Besuche zur Beschaffung von Bildmaterial zu Illustrationszwecken zu ermöglichen. Mittlerweile liegt von Herrn Eisert ein Zwischenbericht vor, den wir im nächsten Newsletter veröffentlichen werden. Die zweite von *GEOPRAX* unterstützte Arbeit wird als Dissertation von Robert Fischer M.A. am Institut für Kulturgeographie, Stadt- und Regionalforschung angefertigt. Sie wird sich mit dem Engagement von Unternehmen für die

Belange ihres Standortes unter dem Stichwort „corporate citizenship“ auseinander setzen. Ausgangspunkt ist dabei die These, dass unternehmerisches Engagement am eigenen Standort mit zur Stärkung desselben beiträgt, so dass sich „corporate citizenship“ als indirektes Instrument der Regionalentwicklung erweisen könnte. Die Entscheidung, diese Arbeit zu unterstützen, wurde u.a. deswegen gefällt, weil sie ein für die Geographie neues Themenfeld erschließt, da „corporate citizenship“ bislang vor allem für Wirtschaftswissenschaftler ein Thema ist. In den Wirtschaftswissenschaften sind es vor allem Forscher aus dem anglophonen Sprachraum, die sich mit dem Thema auseinander setzen, so dass entsprechende Literatur teuer zu beschaffen ist. Zu diesem Zweck wurde Herrn Fischer eine entsprechende Unterstützung gewährt.

Engagement von Unternehmen der Privatwirtschaft für Stadt und Region – Corporate Citizenship am Beispiel der Rhein-Main-Region

von Robert Fischer M.A.

Ausgangsthesen

- > Die Europäischen Metropolregionen stehen einander in zunehmendem Wettbewerb gegenüber.
- > Die Region Rhein-Main steht angesichts nachlassendem Wirtschaftswachstum unter Handlungsdruck.
- > Erfolg und Misserfolg in diesem Wettbewerb wird maßgeblich durch Aktivitäten der regional und lokal ansässigen Wirtschaft bestimmt.
- > Das regionale und lokale Engagement eines Unternehmens wird von Präferenzen der individuellen Entscheidungsträger mitbestimmt.

Basiskonzepte

Die Arbeit baut auf mehreren Konzepten auf, die in der geographischen Literatur und Forschung bereits dokumentiert sind. Sie stellen den wissenschaftlichen Kontext der Arbeit und den Bezug zum Stand der Forschung dar.

Corporate Citizenship

Ausgehend von den individuellen Rechten und Pflichten eines Bürgers begreifen gegenwärtig auch Unternehmer ihre Rolle im Gemeinwesen als die eines Bürgers, der nicht nur Rechte und Freiheiten in Anspruch nimmt, sondern auch Pflichten und Verantwortung übernimmt. Sie bekennen sich zu einem verantwortlichen „Corporate Citizenship“, d.h. verpflichten sich zu Leistungen, die primär dem Wohl der Gesellschaft und erst sekundär den

Unternehmensinteressen folgen. Mit dem Begriff Corporate Citizenship wird entsprechend das gesamte koordinierte, einer einheitlichen Strategie folgende und über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinausgehende Engagement eines Unternehmens zur Lösung gesellschaftlicher Probleme bezeichnet. Dabei werden alle Arten von Ressourcen des Unternehmens unter besonderer Berücksichtigung seiner spezifischen Kompetenzen genutzt. Wesentliches Element von Corporate Citizenship ist die bewusste und gezielte Kommunikation des gesellschaftlichen Engagements gegenüber möglichst vielen Zielgruppen (WESTEBBE, LOGAN, 1995, S. 17).

Das Phänomen des Corporate Citizenship berührt zum einen das traditionelle Mäzenatentum, zum anderen das an Marketing-Interessen ausgerichtete Sponsoring. Die Grenzen sind dabei fließend.

Unternehmen engagieren sich durch finanzielle Leistungen, aber auch, indem sie Mitarbeiter für ehrenamtliches Engagement in sozialen und karitativen Aufgaben freistellen. Erste Untersuchungen zeigen, dass Corporate Citizenship sich in deutschen Unternehmen als Selbstverständnis und als Strategie gegenwärtig erst langsam ausbreitet, bzw. dass die Vorstellungen von Corporate Citizenship sehr unterschiedlich sind. Die Leistungen auf diesem Gebiet werden zu einem Bewertungskriterium für Wettbewerbe und Benchmark-Studien. Ein aktuelles Beispiel stellt der Wettbewerb „Freiheit und Verantwortung“ dar, bei dem jedes

Jahr erfolgreiche Corporate Citizenship-Initiativen ausgezeichnet werden. Das Phänomen des Corporate Citizenship wird seit einiger Zeit auch in Deutschland wissenschaftlich untersucht, so zum Beispiel durch das Center for Corporate Citizenship e.V. an der Katholischen Universität Eichstätt. Im Vordergrund stehen bisher häufig wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen.

An der Universität Essen ist eine systematische Bestandsaufnahme bisher praktizierter Maßnahmen und Aktivitäten in Deutschland tätiger Unternehmen im Bereich Corporate Citizenship, Corporate Social Responsibility und werteorientiertes Management geplant (<http://www.orglab.de/projekte/projekte.htm>, 11.06.02).

Civil Society

Die Vorstellung des Unternehmens als Bürger einer Stadt, einer Gesellschaft, wie sie oben mit Corporate Citizenship beschrieben wurde, kann betrachtet werden im Zusammenhang mit der gegenwärtigen Ausdifferenzierung der Zivilgesellschaft („Civil Society“, vgl. GIDDENS 1999). Dieser Trend ist als wesentliches Element der Postmoderne anzusehen, ebenso wie die Megatrends der Globalisierung und Individualisierung. Die Zivilgesellschaft fokussiert den Bürger (deshalb auch: „Bürgergesellschaft“) als zentrales Element und misst ihm zunehmende Selbstorganisationsfähigkeit und hohe Aufmerksamkeit gegenüber gesellschaftlichen Problemen zu. Als Indikator für diese Entwicklung kann auf die wachsende Zahl und Bedeutung von NGOs verwiesen werden. Ebenso kann der Rückzug des Staates in Folge von Privatisierung und Outsourcing ursprünglich öffentlicher Aufgaben als Hinweis gewertet werden, dass nicht mehr der Staat al-

leine die Verantwortung für die Steuerung der Gesellschaft übernimmt. Diese Entwicklung erfasst wie oben beschrieben nicht nur die natürlichen Individuen, die als Bürger Elemente dieser Gesellschaft sind, besondere Aufmerksamkeit verdienen auch die Unternehmen als „korporierte“ Bürger. Damit ist ein direkter Zusammenhang zum Thema Corporate Citizenship gegeben: Wie ordnen sich Unternehmen in die Zivilgesellschaft ein?

Handlungstheorie

Mit der Ausgangsthese, dass das Verhalten eines Unternehmens von Präferenzen der individuellen Entscheidungsträger mitbestimmt, werden die einzelnen Akteure innerhalb von Organisationen, hier Unternehmen, in den Mittelpunkt des Interesses gerückt. Dies schließt insbesondere Entscheidungen ein, die Selbstverständnis und Strategie eines Unternehmens betreffen, also auch die Selbstverpflichtung zum Corporate Citizenship. Um die Rolle dieser Akteure zu beschreiben und zu interpretieren, wird ein handlungstheoretischer Ansatz gewählt. Dazu müssen auch das subjektive Wissen und subjektive Werte der Akteure als Ursachen aufgenommen werden.

Einen ersten Ansatz zur Erklärung ökonomischen Handelns ermöglicht zunächst eine zweckrationale Handlungstheorie, wie die Rational Choice Theory. In diesem Sinne ist zu fragen, wie die Präferenzordnungen, Ressourcen und Restriktionen der Akteure beschaffen sind, die sich mit ihren Unternehmen engagieren. Da es sich beim hier untersuchten Gegenstand um ein kooperatives Ziel, nämlich die günstige Stadt- und Regionalentwicklung handelt, müssen auch normorientierte Theorien berücksichtigt werden, da soziale Normen und kulturelle Werte berührt werden, sowie verstan-

digungsorientierte Theorien, die möglicherweise abweichende subjektive Sinnkonstitutionen erklären können (vgl. WERLEN, 1987)

Metropolregion

Geographischer Kontext und Ausgangspunkt der Frage nach unternehmerischem Engagement ist die heute weit verbreitete Vorstellung von Metropolregionen, die als Knotenpunkte der Weltwirtschaft definiert werden können, deren Wettbewerbsfähigkeit durch Global Player bestimmt wird (SCHAMP, 2001). Als Ursachen für deren Bedeutungszuwachs und Hintergründe der seit mehreren Jahren intensiv geführten Debatte sind für die europäische Ebene mehrere Stichworte zu nennen (nach BLOTEVOGEL, 2001):

- Die politische und wirtschaftliche Einigung Europas seit 1989,
- Strukturwandel der Wirtschaft von Nationalökonomien in Richtung flexible Spezialisierung,
- Finanzkrise der öffentlichen Haushalte,
- Globalisierung und nationalstaatliche Deregulierung,
- neue Vorstellungen und Bilder von Raum: Knoten, Ströme, Netzwerke.

Im internationalen Vergleich, gerade auch im „Europa der Regionen“ mit gemeinsamen Binnenmarkt stehen die Metropolregionen in zunehmendem Wettbewerb zueinander. Sie konkurrieren um ökonomischen Erfolg, konkret also um die Ansiedlung von Unternehmen und um qualifizierte Arbeitskräfte, die zu einer prosperierenden Entwicklung beitragen. In diesem Wettbewerb sind längst nicht mehr nur die Kommunen und regionalen Körperschaften aktiv, sondern in zunehmendem Maße auch die ansässigen Unternehmen. Eine Metropolregion wird damit zu einem wichtigen Spielfeld ökonomischer Akteure (SCHAMP 2001).

mischer Akteure (SCHAMP 2001).

Embeddedness

Um das Engagement von Unternehmen für Corporate Citizenship auf einer regionalen Ebene zu erklären und zu analysieren, stellt das Konzept der Embeddedness eine weitere wichtige Basis dar: Ökonomisches Handeln eignet sich nicht zwischen isolierten Akteuren, sondern ist eingebettet in fortdauernde Systeme sozialer Beziehungen (GRANOVETTER, 1985). Konkret sind Unternehmen in lokale und oder regionale Institutionen und Systeme eingebunden, wenn sie bestimmte regionale Ressourcen gemeinsam nutzen, z.B. Arbeitsmarktstrukturen, aber auch abstrakter durch gemeinsame Konventionen und Ziele regionaler Akteure. Das Konzept der Embeddedness besagt auch, dass ökonomische Beziehungen kontextspezifisch sind. Soziale Routinen schaffen Vertrauen, die opportunistisches Verhalten sanktionieren können und damit Ungewissheiten reduzieren. Dieses gegenseitige Vertrauen kann unter Akteuren wachsen, die in einer begrenzten Region über längere Zeit interagieren. (vgl. BATHELT, GLÜCKLER 2000, 2002). Corporate Citizenship ist in diesem Zusammenhang ein sensibles Thema, da zum einen ein Ziel verfolgt wird, das nur kooperativ und langfristig erreicht werden kann und zum anderen eine offensichtliche Gefahr durch opportunistische „Trittbrettfahrer“ möglich ist.

Forschungsgegenstand

Rhein-Main-Region

Die polyzentrische Region Rhein Main mit Frankfurt als größter Stadt ist umfassend beschrieben worden und bietet gute Datengrundlagen für die geplante Untersuchung (z.B. Inst. für Kulturgeographie, Stadt- und Regionalfor-

schung, 2000). Sie stellt sich heute als eine Metropolregion mit typischerweise hohem Anteil im tertiären Sektor dar. Das in vielen Interviews von den Unternehmensvertretern immer wieder festgestellte Defizit der Region liegt weniger in den ökonomisch quantifizierbaren Daten („Hard Factors“), sondern eher im Bereich der „Soft Factors“, der umgebenden Standortqualitäten und noch abstrakter in einem ungünstigen Image der Region bzw. unzureichender Identität (vgl. FRANKFURTER RUNDSCHAU, 2002).

*Projekt METROPOLITANA
FrankfurtRheinMain*

Im Jahr 2001 wurde als Initiative der regionalen Wirtschaft die Plattform „METROPOLITANA FrankfurtRheinMain“ ins Leben gerufen. Mit diesem Engagement wollen die Initiatoren Projekte unterstützen, die auf unterschiedliche Weise die weichen Standortfaktoren verbessern sollen um ihren regionalen Standort attraktiver zu machen, insbesondere auch für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Gruppe der unterstützenden Firmen umfasst sowohl global operierende Unternehmen, solche mit Hauptsitz in Frankfurt (z.B. Deutsche Bank), aber auch die lokalen Verkehrs- und Körperschaften des öffentlichen Rechts (z.B. Landeszentralbank, RMV), bei denen jeweils unterschiedliche Motive zur Beteiligung angenommen werden können. Bei diesem aktuellen Beispiel kann festgestellt werden, dass die unterstützenden Firmen nicht nur das kollektive Ziel, sondern auch eigene Interessen verfolgen. Dies wird von den unterstützenden Firmen auch deutlich artikuliert, so z.B. vom Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Bank, der betont, die Unternehmer „brauchten sich nicht zu schämen, eigene Interessen zu verfolgen,

wenn sie mit den Interessen der Region zusammenfallen“ (BREUER am 16.01.2002).

Zielsetzung und Fragestellung:

Vor dem Hintergrund dieser aktuellen Beobachtungen und theoretischen Überlegungen werden als Ziele des Projektes formuliert:

- > Analyse der Verbreitung des Corporate Citizenship in der Rhein-Main-Region bzw. des Potentials in der regionalen Wirtschaft zur Beteiligung / Engagement an Corporate Citizenship – Projekten.
- > Analyse der Auswirkungen von Corporate Citizenship auf Stadt- und Regionalentwicklung.

Dazu werden folgende Forschungsfragen konkretisiert:

- > Engagieren sich Unternehmen der Rhein-Main-Region im Sinne von Corporate Citizenship für gesellschaftliche Aufgaben?
- > Welche Aktivitäten und welches Potential sind in der Rhein-Main-Region erkennbar?
- > Welche Motivationen haben Unternehmen, sich für Ihren Standort zu engagieren? Wovon besteht dieses Engagement? In welchen Aufgabenbereichen tritt es auf? Wie sind die Interessenskonstellationen (win-win-Situation)?
- > Wie unterscheidet sich das Engagement kleiner und großer bzw. lokaler und globaler Unternehmen?
- > Ist die Strategie des Corporate Citizenship geeignet, Regionalentwicklung positiv zu beeinflussen?

Bei der Bearbeitung dieser Fragen stehen die räumlichen Auswirkungen auf Stadt und Region Mittelpunkt. Mit dem Projekt sollen unmittelbar und praktisch verwertbare Erkenntnisse gewonnen werden, die in konkrete Handlungsempfehlungen für verantwortliche Akteure

(„Decision Makers“) münden.

Empirisches Vorgehen

Voruntersuchung

Eine erste Untersuchung soll die Verbreitung von Corporate Citizenship unter großen deutschen Unternehmen klären. Dazu wurden aktuell bereits 50 Firmen schriftlich um Auskunft gebeten.

Bei einer Rücklaufquote von mehr als 50 Prozent zeichnet sich bereits ab, dass das Konzept zwar hinreichend bekannt ist, aber erst zögernd umgesetzt wird. Erwartungsgemäß wird der Begriff des Corporate Citizenship unscharf und in vielen Varianten gebraucht, in einigen Fällen gemeinsam mit Aktivitäten des Umweltschutzes dem Aufgabebereich bzw. dem Ziel Corporate Sustainability zugeordnet. Viele Unternehmen berichten von Aktivitäten, die eher dem Bereich Sponsoring oder Corporate Giving zuzuordnen sind. Dieser Eindruck entspricht der Einschätzung von MUTZ (2001), dass zwar deutsche Unternehmen wie auch die öffentliche Diskussion das Konzept entdeckt haben, aber in der Anwendung auf Sponsoring und Spenden reduzieren. Die Rezeption in Deutschland bleibt in einer ausschließlich wirtschaftlichen Sicht verhaftet, zivilgesellschaftliche Elemente spielen keine Rolle.

Auch lassen sich schon erste Unterscheidungen von globalem und regionalem bzw. lokalem Engagement ablesen, und zwar mitunter in ein und dem gleichen Unternehmen. Dies wird zum einen mit der globalen Aktivität des Konzerns begründet, zum anderen mit der Verbundenheit zum traditionsreichen Stammsitz.

Bei der systematischen Auswertung der Antworten und Informationsmaterialien sollen auch Items für eine standardisierte Befragung gewonnen werden, sowie möglicherweise Fach-

leute für begleitende Expertengespräche identifiziert werden.

Sowohl die laufende Voruntersuchung als auch die aktuellen Veröffentlichungen bestätigen zum einen die Aktualität des Themas, zum anderen den Bedarf weiterer Diskussion und Forschung, um Anwendungsmöglichkeiten und möglicherweise Nutzen des zur Zeit noch erklärungsbedürftigen Phänomens des Corporate Citizenship zu kommunizieren.

Befragung

Die oben genannten Forschungsfragen sollen mit einer empirischen Untersuchung geklärt werden. Vorgesehen ist eine Befragung von Unternehmen in der Rhein-Main-Region bzw. von Interessensvertretern der regionalen Wirtschaft. Diese werden als explorative, leitfadengestützte Interviews mit ausgewählten Unternehmensvertretern des IHK-Bezirks Frankfurt am Main oder des IHK-Forums Rhein-Main durchgeführt.

Kontext unternehmerischen Engagements

Historischer Hintergrund

Die Einflussnahme von privatwirtschaftlichen Akteuren auf die Stadt- und Regionalentwicklung ist kein neues Phänomen. In der industriellen Gründerzeit in Europa lassen sich dafür bereits vielfältige Formen und Beispiele finden. Die frühen Erfolge des industriellen Kapitalismus machten Investitionen von privaten Unternehmen für die Gesellschaft, für Städte und Regionen möglich. Zur historischen Einordnung gehören hier auch die Konzepte des Liberalismus und Kapitalismus als gesellschaftliche und ökonomische Rahmenbedingungen. Schon damals jedenfalls gab es offensichtlich ausreichende Motivation und gute Argumente für derartiges unternehmerisches Engagement.

Das Engagement der Unternehmerpersönlichkeiten des 19. Jhd. kann als Stiftung oder Mäzenatentum eingeordnet werden. Als Beispiele, die sich auch in der Region Rhein-Main gefunden werden, sind Werkwohnungen, Museen, Oper, Waisenhäuser, und viele andere Einrichtungen aus der Wissenschaft, Kunst und Kultur sowie aus dem karitativen Bereich zu nennen.

Gegenwärtige Situation

Im Zuge der Entwicklung von privaten Personengesellschaften zu Aktiengesellschaften ging dieses Engagement nicht verloren, an die Stelle individueller Stifter traten zum einen kollektive Stiftungen, oft aus dem persönlichen Erbe einzelner Unternehmerpersönlichkeiten gebildet. Zum anderen engagieren sich Unternehmen zunehmend als neue Akteure in Aufgabenbereichen, die traditionell in der öffentlichen Hand waren:

In die gleiche Richtung wirkt der Trend der Privatisierung staatlicher Institutionen und Aufgaben, besonders deutlich in den Bereichen Schienenverkehr, Post und Telekommunikation in den 90er Jahren. Auch in den Kommunen lässt sich beobachten, dass ehemalige Verwaltungsaufgaben in neu geschaffenen Unternehmen ausgegliedert werden, zum Beispiel in den Bereichen ÖPNV, Ver- und Entsorgung (z.B. die Mainova GmbH in Frankfurt am Main). Die Begründung liegt meistens darin, dass die öffentlichen Haushalte immer weniger Mittel zur Verfügung haben.

In den 1980er Jahren setzten sich auch in Europa neue Formen privater und öffentlicher Zusammenarbeit durch, die als „Public-Private-Partnerships“ bezeichnet werden. Public-Private-Partnerships sind heute als institutionalisierte Zusammenarbeit zu werten und damit zum fest etablierten Instrument der Stadt- und

Regionalentwicklung geworden.

Aus diesen Entwicklungen ergibt sich heute ein komplexes und ausdifferenziertes Bild von verschiedenen Formen der Zusammenarbeit privater und öffentlicher Akteure im Bereich der Stadt und Regionalentwicklung. Das Engagement der Privatwirtschaft nimmt heute weiter zu. Die besondere Ausgangssituation besteht in dem gleichen grundsätzlichen Interesse von privatwirtschaftlichem Engagement und staatlichem Handeln: Beide haben zum Ziel, die wirtschaftliche Entwicklung der jeweiligen Stadt oder Region zu verbessern. Aus dieser Ausgangslage können sich produktive „Win-Win“-Konstellationen entwickeln. Das heißt, dass beide oder mehrere Parteien von der Zusammenarbeit profitieren.

Allerdings können auch unproduktive Konflikte entstehen, wenn sich zwei Akteure zwar über ein gemeinsames Ziel einig sind, über ein gemeinsames zielführendes Handeln aber Differenzen bestehen. Der Handlungsdruck zum gemeinsamen Handeln ergibt sich aus der eingangs beschriebenen Konkurrenzsituation, der sich Städte und Regionen zunehmend ausgesetzt sehen. Bei der Diskussion gemeinsamer Win-Win-Effekte muss auch die Kritik berücksichtigt werden, dass solche privat-öffentlichen Kooperationen nicht demokratisch legitimiert sind bzw. die öffentliche Hand in ihrem Handlungsspielraum eingeengt wird.

Projektpartner:

Für das regionale Projekt METROPOLITANA ist die Frage des bürgerschaftlichen Engagements von Unternehmen für Stadt und Region ist von großer anwendungspraktischer Bedeutung. Aufgrund der gemeinsamen Interessen wurde bereits eine enge Kooperation mit dem geschäftsführenden Vorstand des METROPO-

LITANA FrankfurtRheinMain e.V. vereinbart. Als weiterer Partner wird die Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main einbezogen.

Durch die Kooperation mit externen Partnern soll eine enge Verzahnung der wissenschaftlichen Arbeit mit der anwendungsorientierten Praxis gewährleistet werden.

Ziele und gemeinsame Interessen

Nach der Phase der Machbarkeitsstudie (LUTZKY, FISCHER, 2001) befindet sich das Projekt METROPOLITANA FrankfurtRheinMain in einem frühen Stadium der Implementierung. Die Wirkung der angestrebten Maßnahmen und des gesamten Projektes wird wegen des beabsichtigten langfristigen Wirkungszeitraums erst nach Jahren abschließend zu evaluieren sein. Deshalb wird eine Form der Begleitforschung vereinbart, die während des Projektablaufes bereits Hinweise zum Nachsteuern liefert.

Im Interesse des Vereins METROPOLITANA FrankfurtRheinMain soll erforscht werden, in welcher Weise sich die Unternehmen für Ziele des Gemeinwesens engagieren, wie weit das Konzept des Corporate Citizenship bekannt und verbreitet ist. Ebenso soll eruiert werden, wie groß die Bereitschaft zum Engagement bei entsprechenden Projekten in der regionalen Wirtschaft ist und welche Motivationen ausschlaggebend sind.

Die Kooperation soll konkretisiert werden mit Fachgesprächen und Diskussionen mit den externen Partnern, durch Abstimmung von Forschungszielen und Befragung, finanzielle und technische Unterstützung bei der Durchführung von Befragungen und Veröffentlichung von Zwischen- und Endergebnissen (Sachmittel).

Literatur

- BATHELT, Harald und Johannes GLÜCKLER, 2000: Netzwerke, Lernen und evolutionäre Regionalentwicklung. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie (Jg. 44) 167-182
- BATHELT, Harald und Johannes GLÜCKLER, 2002: Wirtschaftsgeographie. Stuttgart: Ulmer
- BLOTEVOGEL, Hans Heinrich, 2001: Die Metropolregionen in der Raumordnungspolitik Deutschlands – ein neues strategisches Leitbild? in: Geographica Helvetica Jg. 56, Heft 3, S. 157-168
- ESSER, Josef und Eike W. SCHAMP (Hg.), 2001: Metropolitane Region in der Vernetzung Campus Verlag: Frankfurt am Main, New York
- FORSCHUNGSJOURNAL NEUE SOZIALE BEWEGUNGEN, 2000: In Amt und Ehren? Zukunft bürgerschaftlichen Engagements, Jg. 13, Heft 2
- FORSTMANN, Wilfried, 1991: Frankfurt am Main in Wilhelminischer Zeit 1866-1918. Frankfurt am Main: die Geschichte der Stadt in neun Beiträgen, Hg. von der Frankfurter Historischen Kommission. Sigmaringen)
- FRANKFURTER RUNDSCHAU (Hg.), 2002: Metropolitana. –Artikelserie/Online-Dokumentation unter <http://www.fr-aktuell.de/fr/spezial/regionale/index.htm> (aktualisiert am 07.02.2002)
- GIDDENS, Anthony, 1999: Der dritte Weg. Frankfurt: Suhrkamp
- GRANOVETTER, Mark, 1985: Economic Action and Economic Structure: The Problem of Embeddedness. In: American Journal of Sociology (Vol. 91), 481-515
- HABISCH, André, 1998: Social Capital Investments, Property Rights and the Ethics of Win-Win - Why Multinational Enterprise Management Should Engage in Institution Building of their Host Countries, in Brij Nino Kumar und Horst Steinmann (Hg.), Ethics in International Management, Berlin u.a.
- HABISCH, André, H.-P. Meister, Schmidpeter (Hg.), 2001: Corporate Citizenship as Investing in Social Capital, Berlin: Logos-Verlag
- HALLEY, David, 1999: Employee Community Involvement - Gemeinnütziges Arbeitnehmerengagement. Köln: Fundus
- HANSERT, Andreas, 1992: Bürgerkultur und Kulturpolitik in Frankfurt am Main. Frankfurt am Main (=Studien zur Frankfurter Geschichte Bd. 33)
- HUNDT, Dieter: Der Verantwortung verpflichtet: Gemeinwohlorientierung und Unternehmensstrategie. Rede zur Verleihung des Preises „Freiheit und Verantwortung“ am

- 18.12.2001 in Berlin
 INSTITUT FÜR KULTURGEOGRAPHIE;STADT
 UND REGIONALFORSCHUNG (Hg.), 2000:
 Regionalatlas Rhein-Main (=Rhein-Mainische
 Forschungen Heft 120)
 The JOURNAL OF CORPORATE CITIZENSHIP, A
 quarterly Journal, First Issue January 2001,
 ISSN: 1470-5001
 KOERBER, Eberhard von: Die Unternehmer – von
 Lottokönigen zu Hoffnungsträgern. Die
 ganzheitliche Verantwortung der Unternehmen
 als Globale Ordnungsfrage. In: Neue Züricher
 Zeitung vom 26.01.2002
 LAMBERT, Klaus Dieter, 2000: Handlungstheorie
 zwischen Kommunitarismus und Rational
 Choice. Dissertation an der Universität
 Mannheim.
 LIEBL, Franz: Moral als Markt. In:
 Wirtschaftsmagazin brand eins, Ausgabe
 05/2000
 LUTZKY, Nikolai und Robert FISCHER, 2001:
 METROPOLITANA FrankfurtRheinMain –
 unveröffentlichte Machbarkeitsstudie.
 McINTOSH, Malcolm et al., 1998: Corporate
 Citizenship.
 METROPOLITANA FrankfurtRheinMain e.V.:
 Dokumentation der Auftaktveranstaltung am
 16.01.2002: Reden, Projektpräsentationen und
 Presseberichte
 METZLER, Friedrich von, 2001: Public Private
 Partnership im 21. Jahrhundert. In: SCHEMBS,
 Hans-Otto, 2001: Georg und Franziska Speyer
 – Stifter und Mäzene für Frankfurt am Main.
 Frankfurt am Main
 MUTZ, Gerd, 2001: [Corporate Citizenship in
 Deutschland – Annäherungen an ein
 zivilgesellschaftliches Konzept?](#) Erscheint in:
 Politische Psychologie, Sonderheft
 Bürgerengagement.
 REGELBRUGGE, Laurie (ed.), 1999: Promoting
 Corporate Citizenship. Opportunities for
 Business and Civil Society Engagement.
 Washington: Civicus.
 SCHAMP, Eike W., 2001: Der Aufstieg von
 Frankfurt / Rhein-Main zur europäischen
 Metropolregion in: Geographica Helvetica Jg.
 56, Heft 3, S. 169-178
 SCHÖFFMANN, Dieter, 2000: Bürgerschaftliches
 Engagement durch Unternehmen und ihr
 personal – eine Chance für soziale Verbände
 und Einrichtungen. Bank für Sozialwirtschaft.
 SCHÖFFMANN, Dieter (Hg.), 2001: Wenn alle
 gewinnen, Bürgerschaftliches Engagement von
 Unternehmen. Hamburg: Edition Körber-
 Stiftung
 SEDLACEK, Peter und Benno WERLEN, 1998:
 Texte zur handlungstheoretischen Geographie.
 Jenaer geographische Manuskripte Bd. 18
 STIFTERVERBAND für die Deutsche Wissenschaft
 e.V., o. J.: Stiftungen 2000
 TISCHER, Martin, 2001: Unternehmenskooperation
 und nachhaltige Entwicklung der Region.
 Marburg: Metropolis Verlag. (= Theorie der
 Unternehmung, Bd. 12, Diss. an der Universität
 Trier)
 VIS-A-VIS Agentur, o. J.: Unternehmen und
 Gesellschaft. Praxisbeispiele vom
 unternehmerischen Bürgerengagement mittels
 Personaleinsatz bis zur Projekteinsätzen in
 sozialen Aufgabenfeldern als Teil der
 Personalentwicklung. Dokumentation im
 Auftrag des BM für Familie, Senioren, Frauen
 und Jugend. Köln
 WERLEN, Benno, 1987: Gesellschaft, Handlung
 und Raum, Grundlagen handlungstheoretischer
 Sozialgeographie. Stuttgart
 WESTEBBE, Achim und David LOGAN, 1995:
 Corporate Citizenship - Unternehmen im
 gesellschaftlichen Dialog. Wiesbaden, Gabler.
 WILLMOTT, Michael, 2001: Citizen Brands. John
 Wiley and Sons