

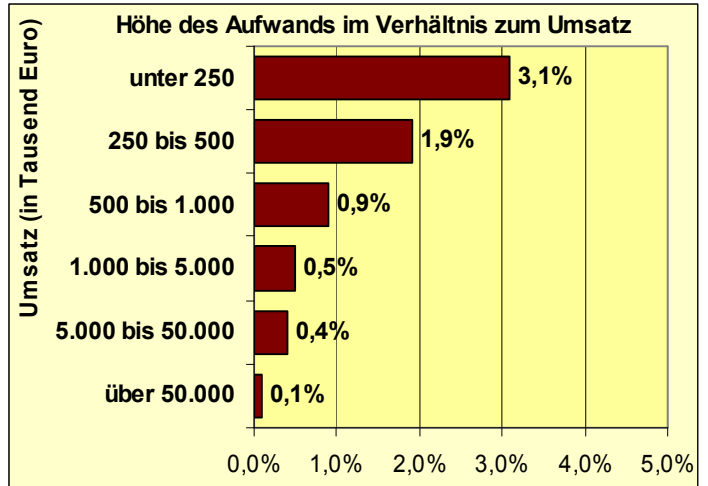


Zehn Milliarden Euro geben Unternehmen für ihr soziales Engagement aus

Nach einer Studie der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) über "Corporate Social Responsibility (CSR)" geben die Firmenchefs jährlich 10,3 Milliarden Euro für gemeinnützige Zwecke aus. Größter Einzelposten sind mit 4,6 Milliarden Euro Geld- und Sachspenden. Auf einen Betrag von 3,1 Milliarden Euro summieren sich die ehrenamtlichen Tätigkeiten der Unternehmer. Weitere rund 1,6 Milliarden Euro ergeben sich unter anderem aus Kooperationen mit dem Staat und eine Milliarde Euro als Ertrag aus Stiftungen. Der Gesamtbeitrag von 10,3 Milliarden Euro entspricht rund drei Fünfteln der jährlichen Staatsausgaben in Höhe von 17,9 Milliarden für Jugendhilfe (z.B. in Tageseinrichtungen, der Sozialarbeit und Erziehungshilfe).

Die Studie zeigt, daß insbesondere ehrenamtlich tätig. 22 Prozent der Unternehmenschefs mittelständischer, inhabergeführter Unternehmen übernehmen. 70 Prozent der Unternehmen setzen beim sozialen und kulturellen Engagement auf Firmenspenden. 56 Prozent spendeten aus der Privatschatulle. 38 Prozent der Befragten engagierten sich über Sachspenden. Jeder Dritte war in den zurückliegenden zwölf Monaten

ehrenamtlich tätig. 22 Prozent der Unternehmen überließen Organisationen



Dienstleistungen ohne Berechnung, 18 Prozent stellten kostenlos Firmeneinrichtungen zur Verfügung, 16 Prozent stellten Mitarbeiter für gemeinnützige Projekte frei.

Wie das Forsa-Institut im April und Mai 2005 bei den 1.000 (Mit-)Inhabern repräsentativ ausgewählter Unternehmen mit einem Mindestumsatz von 100.000 Euro für die bislang umfassendste Studie ermittelte, springen die Unternehmer ganz bewußt für den zunehmend finanzschwachen Staat in die Bresche, weil dieser sich nach der Meinung von 83 Prozent der befragten Unternehmer immer mehr aus seiner Verantwortung für Gemeinschaftsaufgaben zurückziehe. Gut drei Viertel von ihnen sehen auch ihre im Vergleich zu anderen gesellschaftlichen Gruppen größere Verantwortung. Deshalb hat fast jeder Vierte in den vergangenen Jahren sein Engagement für öffentliche Aufgaben verstärkt, bei fast zwei Dritteln blieb es gleich.

Die Hauptmotive für das gesellschaftliche Engagement der Unternehmer entspringen gleichermaßen dem unternehmerischen Eigeninteresse wie dem Wunsch, der Gesellschaft zu nutzen: So nannten 74 Prozent der Befragten als Motiv den Imagegewinn für das eigene Unternehmen, 73 Prozent nannten persönliches Engagement für bestimmte öffentliche Aufgaben. 72 Prozent der Befragten wollen so ihre Kundenbeziehungen verbessern, 65 Prozent ihre Mitarbeiter motivieren. 44 Prozent gaben an, mit ihrer Hilfe staatliche Defizite ausgleichen zu wollen

Quelle:

Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft

