



3WIN

innovativer Weg

Kommune

Neue Kooperation

Branchenentwicklung

Wirtschaftsförderung
Unternehmensverantwortung

kommunale Finanzkraft Wohlfahrtsmaximierung

Wirtschaft und Gesellschaft Kooperation

gesellschaftlicher Trend Regionalentwicklung

Unternehmen Innovationsförderung

Clustermanagement **Kreisangeh. Gemeinden**

Corporate Social Responsibility

Unternehmensengagement

Wirtschaftsförderer

Corporate Citizenship

Zusatznutzen **Kreisfreie Städte** Stadtentwicklung

Unternehmensengagement

Fachkräftesicherung

gemeinsam wirken

Wirtschaft

Sozialunternehmen

Problemlösung

Netzwerke

Wirtschaftsförderung und
gesellschaftliche

Unternehmensverantwortung

Ergebnisse einer Erhebung bei

Wirtschaftsförderern in Nordrhein-Westfalen

Impressum

Herausgeber: 3WIN e.V. Institut für Bürgergesellschaft, Köln

Konzeption, Durchführung & Auswertung:
VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH (visavis-wirkt.de) -
Dieter Schöffmann (verantwortlich) und Lisa Desai

Zeitraum der Erhebung: Februar - März 2013

Titelbild: Erstellt mit wordle.net - ©3WIN

Veröffentlichung: Köln, Juni 2013

3WIN e.V. - Institut für Bürgergesellschaft
Johannisstr. 79
50668 Köln
Tel. 0221 42 06 07 34
Fax 0221 42 06 07 39
E-Mail info@3win-institut.de

Schutzgebühr: 10 €

Spendenkonto: 1109800 - Bank für Sozialwirtschaft (BLZ 370 205 00)

„Gesellschaft ist nicht nur der Ort, wo soziale Probleme entstehen, sondern auch der Ort, wo soziale Kräfte zu ihrer Lösung gefunden und mobilisiert werden können.“ (Warnfried Dettling)

In diesem Sinne will 3WIN zur Stärkung und Belebung der Bürgergesellschaft und des Bürgerengagements beitragen.

Inhalt

Zusammenfassung	5
Ausgangslage und Erkenntnisinteresse	6
Ergebnisse der Onlinebefragung	8
Wirtschaftsförderung und Corporate Social Responsibility / Corporate Citizenship	10
Thema „Sozialunternehmen“	12
Teilauswertung nach Kommumentypus:	
Kreisangehörige Gemeinden	13
Kreise	14
Kreisfreie Städte	15
Merkmale, Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Befassung mit CSR bzw. CC	17
Vertiefende Interviews	20
Die Bedeutung von CSR bzw. CC für die Wirtschaftsförderung	20
Interne und externe Vernetzungsstrukturen	22
Reaktionen von Unternehmensseite	22
Warum „CSR“?	23
Quellen	24
Anhang	26
Online-Fragebogen	26
Interviewleitfaden	29
Anzeige 3WIN e.V. Institut für Bürgergesellschaft	31
Anzeige VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH	32

Zusammenfassung

Inwieweit spielen für kommunale Wirtschaftsförderer in NRW die Themen „Gesellschaftliche Unternehmensverantwortung“ (CSR) und „bürgerschaftliches Unternehmensengagement“ in ihrem Alltag eine Rolle? Dies war die Leitfrage für die Studie, deren Ergebnisse auf den folgenden Seiten vorgestellt werden.

Unsere Vorrecherchen hatten ergeben, dass Wirtschaftsförderern aus unterschiedlichen Perspektiven eine wichtige Funktion zugeschrieben wird bei der Entwicklung und Verbreitung verantwortlichen Unternehmenshandelns und bürgerschaftlichen Engagements. Mit einer Onlineerhebung und vertiefenden wollten wir erkunden, wie die Wirtschaftsförderer selbst ihre Aufgabe und Praxis in diesem Themenfeld sehen. Hierzu haben wir alle Wirtschaftsförderer in NRW per E-Mail angeschrieben. Rund ein Fünftel von ihnen hat unseren Onlinefragebogen beantwortet. Acht Wirtschaftsförderer waren darüber hinaus zu einem vertiefenden Telefoninterview bereit.

Für immerhin 45% der antwortenden Wirtschaftsförderer gehören CSR bzw. gesellschaftliches Unternehmensengagement in der einen oder anderen Weise zu den von ihnen bearbeiteten Themen. Ob eine Wirtschaftsförderung sich mit diesen Themen aktiv befasst, scheint weniger mit der Mitarbeiterzahl oder Größe der Kommune zu tun zu haben. Die Antworten lassen sich dahin gehend interpretieren, dass es hier vor allem auf das Selbstverständnis ankommt, mit dem die Wirtschaftsförderungen arbeiten: handeln sie (nur) auf Anfrage von Unternehmen oder sehen sie es auch als ihre Aufgabe an, proaktiv Themen zu setzen und zu bearbeiten, die evtl. erst in (näherer) Zukunft für die Unternehmen relevant werden könnten.

Auf den folgenden Seiten finden Sie nach einer Beschreibung der Ausgangslage und unseres Erkenntnisinteresses die quantitativen Ergebnisse der Onlinebefragung. Anschließend fassen wir die qualitativen Ergebnisse der vertiefenden Interviews zusammen.

Im Anhang finden Sie den Wortlaut des Onlinefragebogens sowie den Interviewleitfaden.

Köln, im Juni 2013

3WIN e.V. Institut für Bürgergesellschaft