

Kriminalität

Standortfaktor für betriebliche Entscheidungen?

■ Kai-D. Bussmann/Markus Werle

Rechte Gewalt und Fremdenfeindlichkeit wenden sich auch gegen ausländische und nicht-deutsche Mitbürger, um Deutschen die Arbeitsplätze zu sichern bzw. zu schaffen. Anhand einer repräsentativen Befragung von 600 mittleren und Großunternehmen in Deutschland zeigt sich exakt das Gegenteil, Arbeitsplätze werden hierdurch keinesfalls geschaffen, sondern eher verhindert. Die Wirtschaft beobachtet sensibel soziale Probleme, seien es Kriminalität oder Fremdenfeindlichkeit und Rechtsextremismus. Letztere wirken sich besonders negativ auf das Image und die Attraktivität eines Betriebs- oder Unternehmensstandortes aus. Gemeinsam beeinflussen sie direkt und indirekt Unternehmensentscheidungen.

Unternehmerisches Engagement und wirtschaftlicher Erfolg gedeihen vortrefflich in einem innovationsfreundlichen, zukunftsorientierten und toleranten gesellschaftlichen Klima. Nicht nur innovative Unternehmen in den Bereichen der Biotechnologie und der Informations- und Kommunikationstechnologie sind ständig auf der Suche nach Standorten, die ihre weichen Bedürfnisse und die ihres hochqualifizierten Personals auch qualitativ befriedigen können. Sie bewerten anhand verschiedener Kriterien die Eignung bestimmter Regionen für ihre wirtschaftlichen Interessen, insbesondere treffen sie Investitionsentscheidungen. Ähnliches geschieht auf Seiten der Stellenbewerber. Auch sie taxieren die Attraktivität einer Region. In Zeiten eines schwachen Wirtschaftswachstums und steigender Konkurrenz zwischen attraktiven Standorten wiegen weiche Standortfaktoren jedoch besonders. Die Studie zeigt, wie stark Kriminalität, Fremdenfeindlichkeit und insbesondere rechte Gewalt das Bild ganzer Städte und Wirtschaftsregionen nachhaltig zu beeinträchtigen vermögen. Sie stellen eindeutig bislang allenfalls intuitiv beachtete Standortfaktoren dar.

Insbesondere aus der Ferne können mit Fremdenfeindlichkeit und rechter Gewalt leicht auch Intoleranz und Innovationsfeindlichkeit assoziiert werden. Wenn sich hierzu eine auch nur leicht erhöhte Kriminalitätsbelastung und andere Standortschwächen gesellen, dann droht das Image in der subjektiven Wahrnehmung von Unternehmen Schaden zu nehmen. Diffuse Wechselwirkungen in der Bewertung der Standortnachteile vertiefen die ohnehin vorhandenen Differenzen zusätzlich.

Die Neuen Länder scheinen an diesen vielschichtigen und miteinander verwobenen Auswirkungen besonders zu tragen. Gerade für entwicklungsbedürftige Regionen kann daraus ein ernsthaftes, weil zirkuläres Handikap, erwachsen. Liegt doch der Nährboden für Rechtsradikalismus gerade in der Abkopplung von der wirt-

schaftlichen Entwicklung. »Modernisierungsverlierer« drohen den Graben weiter zu vertiefen, indem sie in Gestalt von Fremdenfeindlichkeit und rechter Gewalt alles andere als eine weltoffene und tolerante Atmosphäre schaffen. Gerade internationale Großunternehmen und Unternehmen mit Forschung und Entwicklungsabteilungen sind hier besonders empfindlich. Darin mag auch ein Grund für die immer noch sehr kleine Zahl ausländischer Headquarters in den fünf neuen Bundesländern liegen.

Die Problematik wird zweifelsohne nicht dadurch kleiner, dass es sich naturgemäß nur um subjektive Eindrücke von Unternehmen handeln kann, die in die Bewertungen der Standortfaktoren einfließen. Sie wird vielmehr unkalkulierbarer. Paradoxien einer Medienwelt erschweren bekanntermaßen die Arbeit: Das Image einer Region kann auch dann für lange Zeit beschädigt sein, wenn die Ursachen bereits erfolgreich eingedämmt werden konnten. Es kann sogar zur Verkehrung der Verhältnisse kommen: Nach Sebnitz, welches nach dem Tod des kleinen Josephs fälschlich zur Hochburg Rechtsextremer stilisiert wurde, pilgerten rechte Rowdys zum Fototermin, um durch die dort präsente Presse zu zweifelhaftem medialen Ruhm zu gelangen.

Dem zu begegnen ist eine nicht geringe Herausforderung für Regionalpolitiker und das regionale Standortmarketing. Eines scheint jedoch klar, jegliches Tabuisieren der Problematik kann keine Lösung sein. Hier hilft nur eine aktive und offene Öffentlichkeitsarbeit, die sich gerade nicht durch etwaige kommunale oder landespolitische Ängste in die Defensive abdrängen lässt. Überregional fordern Vertreter aus Politik und Wirtschaft ohnehin seit langem eine wirksamere Bekämpfung von Fremdenfeindlichkeit und rechter Gewalt. Immerhin wurde die hier vorgestellte Studie erst durch die finanzielle Unterstützung von Unternehmen der Wirtschaftsregion Halle-Dessau und der Industrie- und Handelskammer Halle möglich. Ein positives Signal für die häufig eingeforderte Corporate Social Res-

ponsibility mit dem Ziel der Enttabuisierung einer gesellschaftlichen Problemlage. Das zuständige Wirtschaftsressort des Landesministeriums dagegen verhielt sich gegenüber unseren Anfragen ablehnend. Wirtschaftsförderung wird eben noch nicht kriminalpolitisch buchstabiert.

Der kritische Blick der Wirtschaft auf Sicherheit und Fremdenfeindlichkeit

Es überrascht nicht, wenn sich die Wirtschaft angesichts der heiklen Sicherheitslage in vielen Ländern sehr aufmerksam an den dortigen Risiken interessiert zeigt. Zahlreiche globale Surveys sammeln zu einzelnen Ländern »Governance Indicators«, die nicht nur Informationen zu »Government Effectiveness«, »Political Stability« und »Regulatory Quality« erheben und bewerten, sondern in der Gruppe »Rule of Law« auch Daten zu verschiedensten Deliktsarten einbeziehen; Beispiele:

- street crime, organized crime (Business Environment and Enterprise Performance Survey, BEEPS)¹
- street violence; direct financial fraud, money laundering, organized crime, mentality incl. xenophobia, nationalism, corruption nepotism (Business Environment Risk Intelligence, BERI)²
- armed conflict, violent demonstrations, social unrest, violent crime, organized crime (The Economist Intelligence Unit, EIU)³
- common crime imposes on business, organized crime, money laundering, insider trading, frequency of bribery in the economy (World Economic Forum, GCS)⁴,
- personal security, private property, insider trading (Institute for Management Development, PRS)⁵
- kidnapping, extortion, street crime, burglary (World Markets Online, WMO)⁶
- threat of terrorism, corruption of bankers, organized crime, street crime (The World Business Environment Survey, WBS, WDR)⁷

Obwohl wir in Deutschland im weltweiten Vergleich eine niedrige und relativ homogene Kriminalitätsbelastung haben,⁸ finden sich gleichwohl in den Medien immer wieder Statements von Politikern und Managern, dass *Rechtsextremismus* und *Fremdenfeindlichkeit* auch in Deutschland wirtschaftliche Engagements und möglicherweise sogar verhindern. Ausländerfeindlichkeit und rechte Gewalt könnten der Akzeptanz der so genannten Green Card für hochqualifizierte ausländische Fachkräfte im Bereich der Informationswirtschaft und Telekommunikation schaden, warnte im Oktober 2000 der damalige Bitkom Präsident Volker Jung (*Frankfurter Rundschau*, 17.10.2000).

In die gleiche Richtung weisen die Ergebnisse der WIK-Sicherheits-Enquête von 1998/99 und 2000/2001⁹, von deren 200 Befragten sich 55% mit dem Problem der Gewaltkriminalität, 33% mit Ausländerextremismus (2001: 33%) und immerhin noch 21% mit Rechtsextremismus (2001: 27%) »konfrontiert« sahen. Hochrangige Polizeibeamte in den Neuen Ländern berichteten zudem in Gesprächen mit den Autoren von ausländischen Investoren, die vor der geplanten Betriebsansiedlung über das Ausmaß von Fremdenfeindlichkeit und rechtsextremen Bedrohungen informiert werden wollten. So verglich die BMW AG bei ihrer Suche nach einem neuen Werkstandort auch die jeweiligen regionalen Kriminalitätsraten miteinander.¹⁰

Kriminalität scheint somit ein Thema zu sein, für das sich Unternehmen interessieren, das aber empirisch weithin unerforscht ist. »The effects of fear on business and the collateral effects of this on urban population remain underexplored empirically and conceptually, (...) The business context of crime and fear in urban space has been neglected in criminological research, (...)« (*Levi 2001, 866*).

Die Hallenser Unternehmensumfrage

Aus diesem Grund führten die Autoren im Herbst 2001 eine deutschlandweite schriftliche Befragung von 4.000 Unternehmen durch. Knapp 600 Unternehmen antworteten.¹¹ Die Studie richtete sich an Führungskräfte in Unternehmen, die mit Standort- oder Personalentscheidungen zu tun haben, wie Arbeitsdirektor, Personalchef und geschäftsführender Vorstand.

Um die mittelbaren und die unmittelbaren standortrelevanten Auswirkungen von Kriminalität betrachten zu können, haben wir aus zahlreichen Studien insgesamt 15 klassisch zu nennende harte und weiche Standortfaktoren ausgewählt (*Diller 1991: 38ff.*; *Grabow et al. 1995: 67ff.*; *171ff.*) und zusätzlich um 9 Kriminalitätsformen (hier: als Standortmerkmale) ergänzt. Wir fragten u. a. danach, »wie wichtig die einzelnen Faktoren für den eigenen Betrieb sind.« In weiteren Fragen

konzentrierten wir uns dann auf rechtsextreme Kriminalität und Fremdenfeindlichkeit. Phänomene, deren Deliktsraten regional stark variieren können. Die erhobenen abweichenden Verhaltens- bzw. Kriminalitätsformen sind:

- illegale Beschäftigung, »Schwarzarbeit«
- Massenkriminalität: Diebstahl, Sachbeschädigung
- Belästigung, Vandalismus
- öffentlich sichtbarer Drogenhandel bzw. -konsum
- Raub- und Gewaltkriminalität
- rechtsextreme Kriminalität und Fremdenfeindlichkeit
- linksextreme Kriminalität
- Bestechung, Korruption, Erpressung
- Organisierte Kriminalität

Mitarbeiter, Manager und ihre Familien sind betroffen

Unsere Studie ergab sicherlich auch angesichts der medialen Neigung zur Dramatisierung, dass nicht nur große Teile der Bevölkerung, sondern auch 47% der befragten Unternehmen eine Verschlechterung der allgemeinen inneren Sicherheitslage in Deutschland sehen. Allerdings schwinden die Ängste – ähnlich wie in der Kriminalitätsfurchtforschung –, wenn konkret nach der Situation in der Nachbarschaft gefragt wird. In unserer Umfrage waren nur noch 30% der Unternehmen der Ansicht, in der Region des eigenen Betriebsstandortes habe es einen Anstieg der Kriminalität gegeben. Gleichwohl heißt dies, dass Kriminalität von Unternehmensvertretern durch eine zweifellos massenmedial gefärbte Brille beobachtet wird. Kriminalität könnte deshalb für vielfältige unternehmerische Entscheidungen eine Art Standortfaktor sein.

Als *harte Standortfaktoren* gelten beispielsweise finanzielle Anreize, Verkehrsanbindung und Verfügbarkeit von Arbeitskräften während zu den *weichen Standortfaktoren* Image, Attraktivität, Umweltqualität und soziale Infrastruktur der Stadt / Region zu zählen sind. Sie gelten im Verhältnis zu den harten Standortfaktoren als weniger objektivierbar und quantifizierbar. Immerhin belegen vor allem neuere Forschungen eine Zunahme der Relevanz weicher Standortfaktoren für unternehmerische Entscheidungen (*Diller 1991: 29f.*; *Grabow 1995: 63f.*), da Unternehmen auch als kollektive Akteure agieren. Auf diese Weise erhalten Aspekte wie Lebensqualität, ein gutes soziales Klima oder Image der Region eine Relevanz für Unternehmen und deren Betriebe, weil sie für die im Unternehmen Beschäftigten von hohem Wert sind. Ehemalige Managementleitsätze wie »if you can't measure it, you can't manage it« haben heute ihre Gültigkeit verloren.

Die Standortforschung kennt somit durchaus eine Koppelung zwischen den Interessen der Beschäftigten und denjenigen des Unternehmens als Organisation. Sie unterscheidet deshalb zwischen den so genannten *unternehmens-* und *per-*

sonenbezogenen weichen Standortfaktoren (*Grabow 1995, 63ff.*). Aufgrund der besonders engen Beziehung zwischen Organisation und Person sind personenbezogene Faktoren zumindest mittelbar für das Unternehmen relevant. Qualifikation, Bereitschaft zur Mobilität und Zufriedenheit der Beschäftigten sind die moderierenden Merkmale für die unternehmerische Relevanz weicher personenbezogener Standortfaktoren. Sie wächst insbesondere dann, wenn Unternehmen ihr Personal im Bereich der sogenannten *high potentials*, also hochqualifizierter Fach- oder Führungskräfte verstärken.

Von hier ausgehend liegt die These nahe, dass auch soziale Probleme und speziell Kriminalität die Relevanz von *weichen Standortfaktoren* besitzen. Diese Phänomene dürften bereits über das bloße subjektive Empfinden des vorhandenen oder potentiellen Personals einen negativen Einfluss haben, der das Image und die Attraktivität einer Region beeinträchtigt. Für Unternehmen folgt die Relevanz aus der Betroffenheit ihrer Beschäftigten, im Falle von *Fremdenfeindlichkeit* und *Rechtsextremismus* besonders derjenigen ausländischer Herkunft oder fremdländischen Aussehens. Dementsprechend dürften gerade Unternehmen mit hohem Bedarf an hochqualifiziertem ausländischen Personal, insbesondere multinationale Unternehmen, für derartige Problemlagen besonders sensibel sein.

Unternehmen antworteten auf unsere offene Frage nach Gründen für die (zunehmende) Bedeutung von Fremdenfeindlichkeit und rechter Gewalt für Standortfragen beispielsweise: »Im Zuge der Globalisierung ist jede Region darauf angewiesen, die fähigsten Menschen aus aller Welt auszuwählen (...). Diesen Menschen muss Schutz vor rechter Gewalt gewährt werden (...).« Dabei geht es nicht nur um Sicherheit, sondern auch um die »negativen Auswirkungen auf die Motivation der Mitarbeiter im Betrieb.« (Originalzitate)

Dabei wird es nicht nur um die individuelle Betroffenheit eines ausländischen Managers oder Mitarbeiters gehen, sondern um seine gesamte Familie. Die chinesische oder italienische Partnerin, die fremd aussehenden Kinder, die sich ebenfalls in der Stadt, Nachbarschaft, Schule und Kindergarten bewegen müssen, sind durch Fremdenfeindlichkeit direkt betroffen. Auf diese Weise dehnt sich der Kreis der Betroffenen wie auch bei anderen klassischen personenbezogenen weichen Standortfaktoren erheblich aus. Herkunft und fremdes Aussehen werden zu weiteren moderierenden Merkmalen für die unternehmerische Relevanz von Fremdenfeindlichkeit und Rechtsextremismus.

Gerade *personengebundene Standortfaktoren* entfalten ihre Relevanz somit nicht nur für Unternehmensangehörige, sondern immer auch für ihr gesamtes familiäres Umfeld. Es kann als gan-

keit von Arbeitskräften nicht automatisch als Standortvorteil werten (vorletzter Rang), wiewohl die Existenz von *qualifiziertem Personal* mit Abstand den höchsten Rang einnimmt. Das Bild ist somit differenziert. Hinweise auf methodische Effekte auf das Antwortverhalten fanden sich auch im Übrigen nicht. Kriminalität verfügt hier nach nachweislich über eine ähnliche Relevanz wie auch die meisten anderen Standortfaktoren, sie ist damit keinesfalls marginal. Dies ist der erste zentrale Befund unserer Untersuchung.

Bereits die Verteilung der Mittelwerte lässt vermuten, dass zwischen der Wahrnehmung einzelner Kriminalitätsformen und den klassischen Standortfaktoren sowohl indirekte als auch direkte Zusammenhänge bestehen. Das in fast allen Standortstudien untersuchte *Image einer Region* korreliert signifikant mit Delikten wie *Sachbeschädigung*, *Belästigung / Vandalismus*, *Raub* und *Gewalt* sowie *rechtsextreme Kriminalität* auf dem Niveau von $r = .20$. Die *indirekte* Wirkungsweise über personenbezogene weiche Faktoren liefert hier noch stärkere Zusammenhänge, beispielsweise zwischen *Attraktivität der Region / Lebensqualität* auf der einen Seite und *Drogenhandel* und *Drogenkonsum*, *Raub-Gewalt* und *Fremdenfeindlichkeit / rechtsextreme Kriminalität* auf der anderen Seite ($r = .21$ bis $.26$). Ähnlich hohe Korrelationen bestehen für *soziales Klima* ($r = .23$ und $.34$) und allen *Kriminalitätsformen* (ausgenommen illegale Beschäftigung). Die stärkste Beziehung besteht jedoch zwischen *Fremdenfeindlichkeit / rechtsextreme Kriminalität* und *Attraktivität der Region / Lebensqualität* sowie *soziales Klima*.

Die Antworten auf unsere *offene Frage* zu den Auswirkungen von *Fremdenfeindlichkeit* und *rechter Gewalt* bestätigen diese Korrelationen. Unternehmen sprachen vom »Abfärben« (Originalität) eines beschädigten Images des Standortes auf die Attraktivität, das Image und die »Glaubwürdigkeit« des eigenen Unternehmens. Die »Unternehmensattraktivität bei Topunternehmen soll erhalten bleiben«. Viele meinten, Investitionen und Geschäftsbeziehungen werden durch die bereits genannten Problembereiche tangiert. Unternehmen antizipieren Kosten, die ihnen durch die genannten Probleme entstehen (könnten) z. B. wegen Sicherheitsmaßnahmen für ausländische Mitarbeiter, aber auch aufgrund »der Angst von Geschäftspartnern vor Besuchen am Standort«. Ein weiterer Aspekt war das befürchtete Ausbleiben weiterer Unternehmensansiedlungen am Wirtschaftsstandort. Insbesondere Großunternehmen bangen um die »Integration in [die] globale Wirtschaft [ihrer] Kunden« (Originalzitate). *Fremdenfeindlichkeit* und *rechte Gewalt* beschädigen folglich nachweislich das *Image* und die *Attraktivität einer Region* für die Wirtschaft.

Kriminalität als eigenständiger Standortfaktoren

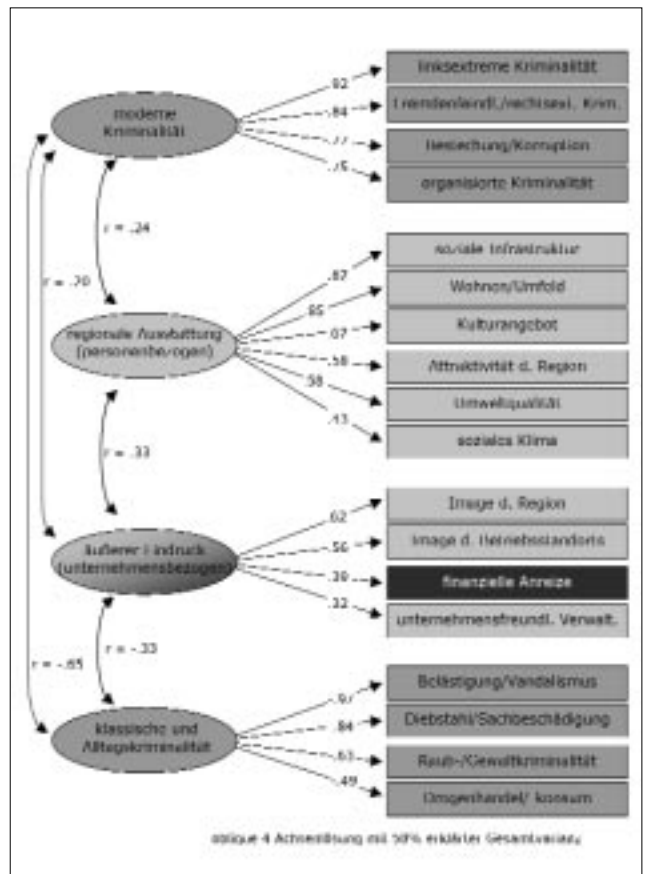
Dieses Ergebnis legte die Vermutung nahe, dass Kriminalität nicht nur andere Faktoren zu beeinflussen, sondern zugleich einen *eigenständigen* Faktor zu bilden vermag, der neben anderen Faktoren steht und eine Reihe von einzelnen regionalen Merkmalen bündelt, wie es das Konzept des Standortfaktors verlangt. Zur Überprüfung wurde eine *Hauptkomponentenanalyse* durchgeführt. Zunächst ließ sich die klassische Unterscheidung zwischen personen- und unternehmensbezogenen weichen Standortfaktoren sowie harten Standortfaktoren bestätigen. Bemerkenswert war jedoch, dass wie vermutet acht *Kriminalitätsformen* (Ausnahme: illegale Beschäftigung) zusammen einen eigenständigen Standortfaktor »Kriminalität« bilden, der zudem mit 33% Varianzaufklärung den weit überwiegenden Teil der durch das Modell zu erklärenden Variation übernimmt. Insgesamt erklären fünf Komponenten zusammen 68% der Varianz im obliquen Modell (ohne Grafik).

Weitere Komponenten werden gebildet von *weichen personenbezogenen* (16% Varianzaufklärung), *weichen unternehmensbezogenen* (8%), *harten* (6%) und *beschäftigungsrelevanten Standortfaktoren* (5%).

In früheren Untersuchungen dürfte deshalb die Einschätzung der regionalen Delinquenz unerkannt die klassischen weichen Standortfaktoren mitbeeinflusst haben. Insbesondere zeigt die Analyse, dass dieser »neue« Standortfaktor nicht isoliert neben anderen weichen Standortfaktoren steht. Er korreliert mit der Komponente *weiche personenbezogene* (Zusammenhang $r = .22$) ebenso wie auch mit *unternehmensbezogene Standortfaktoren* signifikant ($r = .15$).¹³ Für unsere Fragestellung nach dem Einflusspotential und dem Weg der Beeinflussung unternehmerischer Entscheidungen bedeutet dies, dass es durch den eigenständigen Standortfaktor *Kriminalität* neben mittelbaren auch *direkte* Effekte auf die Bewertung einer Region gibt.

Da der neue Standortfaktor *Kriminalität* immerhin acht teilweise recht heterogene Delikte enthält, wurde zusätzlich in einem zweiten Analyseschritt überprüft, ob die Komponente *Kriminalität* nicht noch mehrere Dimensionen enthält. In der Hauptachsenanalyse wird die Komponente *Kriminalität* in zwei hoch miteinander korrelierte Achsen ($r = -.65$ ¹⁴) aufgespalten

Abbildung 2: Standortfaktorenmodell



(vgl. Abbildung 2). Die erste Achse lässt sich begrifflich mit »Moderne Kriminalitätsformen«¹⁵ umschreiben und bündelt die Kriminalitätsformen: *linksextreme Kriminalität*, *Fremdenfeindlichkeit / rechtsextreme Kriminalität*, *Bestechung*, *Korruption* und *organisierte Kriminalität*. Mit diesem Faktor lässt sich erneut gut ein Drittel der Varianz in diesem Modell erklären. Es folgen analog der Komponentenanalyse eine Achse mit *weichen personenbezogenen* (15% Varianzaufklärung) und eine mit *unternehmensbezogenen Faktoren* (6%). Letztere nimmt zusätzlich den letzten im Modell verbliebenen *harten Standortfaktor* finanzielle Anreize auf. Beide Achsen korrelieren signifikant miteinander ebenso wie mit den beiden Kriminalitätsachsen.

Marginal erscheint dagegen die Bedeutung der zweiten Kriminalitätsachse mit klassischen Formen der *Massen- und Alltagskriminalität* von *Belästigung / Vandalismus* über *Diebstahl / Sachbeschädigung*, *Raub-/ Gewaltdelikte* bis zu *Drogenhandel*. Ihr Beitrag zur Erklärung der Varianz liegt bei nur 3%. Zwar verfügen im Mittelwertvergleich fast alle untersuchten Kriminalitätsformen über eine relativ hohe Relevanz, aber gerade diese Delikte erklären in multivariaten Analysen nur einen Bruchteil der Beziehungen. Sie sind jedoch von Bedeutung für die in unserer Studie ausgeblendeten kleinen und kleinsten Einzelhandels-

Gastronomie- und andere Betriebe, da sie deren Existenz gefährden können.

Detaillierte Analysen zeigen somit ein sehr differenziertes Bild. Dagegen ergeben rechtsextreme und linksextreme Gewalt zusammen mit organisierter Kriminalität, Bestechung und Korruption einen eigenen Standortfaktor mit einem hohen Eigenwert.¹⁶ Wir können daher von zwei neuen weichen Standortfaktoren ausgehen, die die bisherigen klassischen Faktoren ergänzen und aus betrieblicher Sicht wohl schon immer zusätzliche Kriterien für die Bewertung einer Region waren.

Je kleiner das Unternehmen desto sensibler für Kriminalität

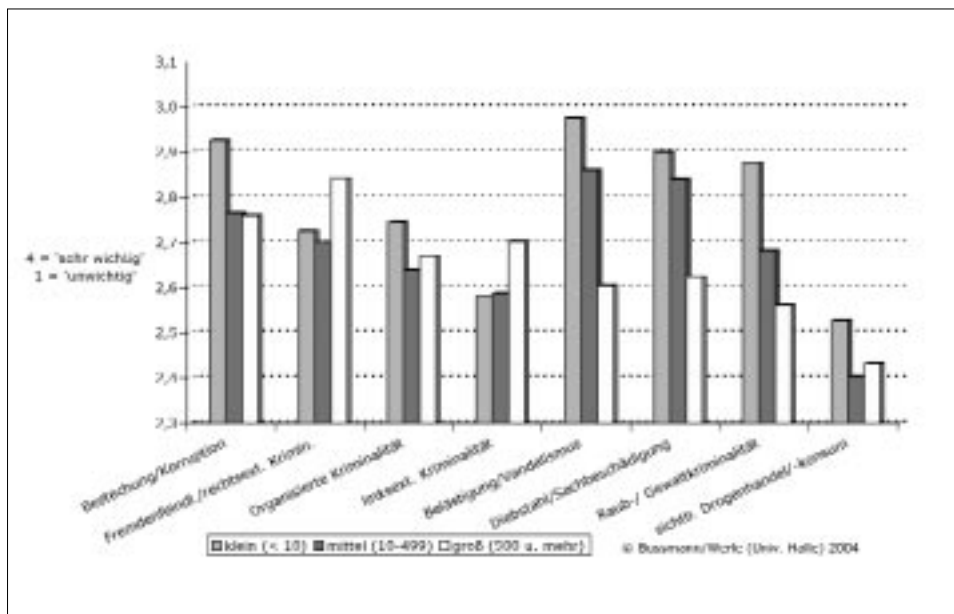
Bemerkenswert sind die spezifischen Eigenschaften dieser »neuen« Standortfaktoren. Ähnlich wie in der Verbrechensfurchtforschung hängt die Sensibilität gegenüber sozialen Problemen auch bei Unternehmen von ihrer »Vulnerabilität« ab. Differenziert man wiederum klassisch zwischen drei Unternehmensgrößen, besitzen nahezu alle Kriminalitätsformen für kleine Unternehmen die höchste Relevanz (vgl. Abbildung 3). Dies gilt insbesondere für Alltagsdelinquenz wie Belästigung / Vandalismus, Diebstahl / Sachbeschädigung, aber auch Raub und Gewaltdelikte. Derartige Delikte scheinen kleinere Unternehmen stärker zu tangieren. Die zuvor zitierte Studie der Handelskammer Hamburg (1999) zielte vor allem auf diese Gruppe, wenn sie die Ansiedlung und den Bestand vor allem kleiner Handels- und Gewerbebetriebe in problematischen Regionen als gefährdet betrachtet (s.a. Levi 2001). Eine besondere Verletzbarkeit offenbaren die kleinen und mittelständischen Unternehmen außerdem bei Bestechung / Korruption und Erpressung, die eine zunehmend öffentliche Aufmerksamkeit erfahren haben.

Für die höhere Vulnerabilität kleiner Unternehmen können verschiedene Gründe verantwortlich sein, die, wie zuvor beschrieben, sowohl das Sicherheitsgefühl ihrer Kunden beeinträchtigen als auch dasjenige des Geschäftsinhabers. Für das Kleingewerbe bedeutet Kriminalität ein zusätzliches Geschäftsrisiko, das es vermutlich im Wettbewerb mit den Großen am wenigsten ausgleichen kann. Großunternehmen sind gegenüber regionalen sozialen Belastungsfaktoren offenkundig indifferenter, da sie über bessere Kompensationsmöglichkeiten verfügen.

Aber Großunternehmen scheuen Fremdenfeindlichkeit am stärksten

Allerdings zeigt der Vergleich auch, dass für Großunternehmen ihre »Achillesverse« im Bereich *rechtsextremer Kriminalität* und *Fremdenfeindlichkeit* liegt. Sie weisen im Vergleich zu kleinen und mittelständischen Unternehmen

Abbildung 3: Bedeutung ausgewählter Kriminalitätsformen nach Unternehmensgröße

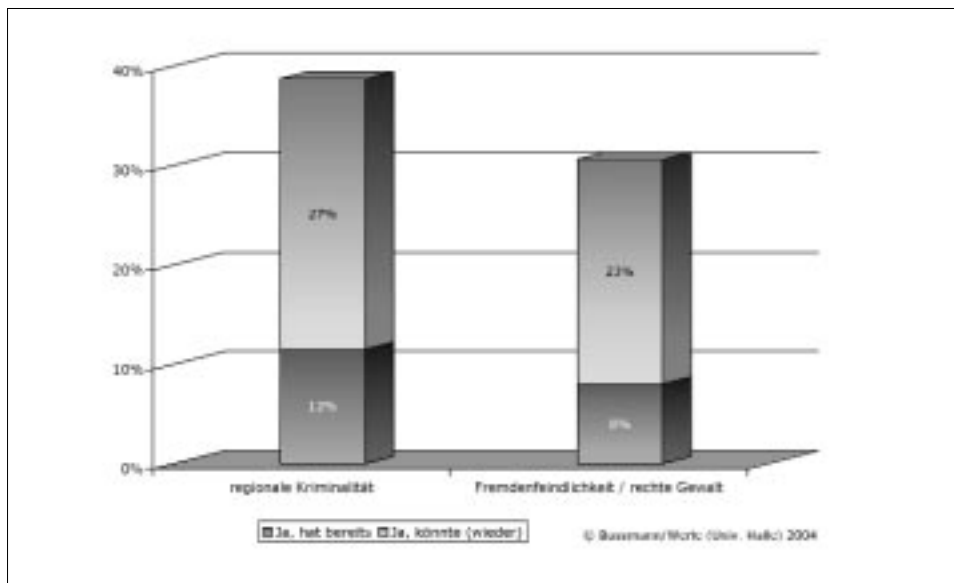


(KMU) gegenüber diesen Verhaltensformen die höchste Sensibilität auf. Dies spricht für die Richtigkeit der These, dass gerade Großunternehmen aufgrund ihrer höheren multikulturellen und multinationalen Personalzusammensetzung für derartige Probleme am Standort besonders empfindlich sind. Die eingangs erwähnte Beunruhigung von Vertretern aus Wirtschaft und Politik über negative Auswirkungen von Fremdenfeindlichkeit und Rechtsextremismus in Deutschland findet somit eine weitere empirische Bestätigung. Derartige soziale Probleme haben die Qualität eines eigenen Standortfaktors und größere Unternehmen fühlen sich von diesen am stärksten tangiert. Daher steht vermutlich hinter den

Presseberichten eine Besorgnis, die vor allem multinationale Großunternehmen hegen.

Unsere Studie erhebt des Weiteren die Auswirkungen von Kriminalität und insbesondere von Fremdenfeindlichkeit und rechtsextremer Kriminalität auf betriebliche Entscheidungen. Wir fragten zunächst ganz allgemein danach, ob Kriminalität in der Region bereits *konkrete* Entscheidungen des Unternehmens beeinflusst habe. Immerhin bejahten dies 12% der Unternehmen und weitere 27% halten es für möglich, dass betriebliche Entscheidungen hierdurch (wieder) beeinflusst werden könnten (siehe Abbildung 4).

Abbildung 4: Kann Kriminalität Unternehmensentscheidungen mit beeinflussen?



Dies ist aus zwei Gründen ein unerwartet hoher Wert. Zum einen haben wir in Deutschland eine im Weltmaßstab relativ homogene Verteilung der Kriminalität, aber Unternehmen beobachten offenbar die Regionen auch in dieser Hinsicht sehr viel genauer als angenommen. Zum anderen darf man nicht übersehen, dass Kriminalität und Fremdenfeindlichkeit sowie rechte Gewalt mit einer Vielzahl anderer weicher und harter Standortfaktoren konkurrieren.

Die KMU zeigen sich in dieser Beziehung erneut weniger »belastbar«. 14% der Kleinbetriebe und 16% der mittleren Betriebe sahen in der Vergangenheit bereits Unternehmensentscheidungen beeinflusst, etwas über 30% halten dies in der Zukunft für möglich. Zum Vergleich: bei den Großbetrieben berichten nur 7% eine Beeinflussung in der Vergangenheit, 21% halten sie für möglich. Die These von der höheren »Vulnerabilität« kleiner und mittlerer Unternehmen gegenüber diesem Standortfaktor bestätigt sich somit erneut.

In einer weiteren Frage wurde konkret die Relevanz regionaler Fremdenfeindlichkeit oder rechter gewalttätiger Übergriffe für betriebliche Entscheidungen untersucht. Zwar sahen nur 8% der Unternehmen in der Vergangenheit ihre Entscheidungen tangiert, aber 23% hielten dies künftig (wieder) für möglich. Fragt man zusätzlich gezielt nach den Auswirkungen auf Standortentscheidungen des eigenen Betriebes, so bejahten dies 13% und für 23% besaß das Auftreten von Fremdenfeindlichkeit oder rechter Gewalt in einer Region immerhin einen teilweisen Einfluss. Nur bei knapp 41% spielte das Auftreten von Fremdenfeindlichkeit oder rechter Gewalt in einer Region für Standortentscheidungen überhaupt keine Rolle, die verbleibenden 23% tendieren dazu. Allein der Umstand, dass bei der Mehrheit der Unternehmen die Einschätzung regionaler Kriminalität und hier konkret das Auftreten von Fremdenfeindlichkeit / Rechtsextremismus in unternehmerischen Entscheidungen zumindest mit-schwingen könnte, stimmt besorgt.

Stolperstein bei der Personalgewinnung: Rechte Gewalt

Weitere Fragen fokussierten zusätzlich die Erfahrungen, die Unternehmen bei der Personalgewinnung gemacht haben. Wir wollten wissen, welche regionalen Aspekte Bewerber in Gesprächen thematisieren. Wenig überraschend ist zumindest für Deutschland, dass das Image und soziale Klima einer Region, die Lebensqualität sowie Wohnen und Umwelt relativ häufig, während Kriminalitätsprobleme eher selten angesprochen werden. Allerdings werden nach den Erfahrungen von 30% der Unternehmen die Kriminalitätsbelastung sowie Fremdenfeindlichkeit und rechte Gewalt in Bewerbergesprächen thematisiert. Diese Standortfaktoren schwingen somit auch in Personalgesprächen mit.

Die direkten negativen Auswirkungen der Kriminalität auf das Unternehmen werden zwar im Durchschnitt als schwächer angesehen als beispielsweise das Image der Region, deren soziales Klima oder die Lebensqualität. Denn Bewerber nehmen die regionale Kriminalitätsbelastung nicht isoliert wahr, was angesichts der relativ homogenen und geringen Kriminalitätsbelastung in Deutschland zu erwarten war. Allerdings gaben über 6% der Unternehmen an, dass von ihren Bewerbern auch Fremdenfeindlichkeit und rechte Gewalt explizit als Absagegrund genannt wurden und 9% der Befragten vermuteten solche Gründe bei einigen Bewerbern. Darunter befanden sich auch entsprechend begründete Absagen von Green Card Bewerbern wie eine Zusatzfrage ergab. Diese Probleme entfalten somit bei insgesamt etwa 15% der Unternehmen bei ihrer Personalgewinnung eine konkretisierbare Relevanz. Wiederum kein vernachlässigbarer Wert. Alarmierend sind außerdem die Erwartungen der Unternehmen für die Zukunft, wenn fast 41% von einer wachsenden Zunahme der Bedeutung von Fremdenfeindlichkeit oder rechter Gewalt hinsichtlich Standortfragen ausgehen.

Fazit

Die Sicherheitslage ist in Deutschland sicherlich kein Grund, die Unternehmen von Investitionen abhalten würde. Dennoch zeigt unsere Studie, dass Kriminalität und andere benachbarte Probleme wie Fremdenfeindlichkeit durchaus aufmerksam beobachtet werden. Kriminalität ist ein eigenständiger Standortfaktor, der in den bisherigen einschlägigen Untersuchungen übersehen wurde. Die subjektiv wahrgenommene Kriminalitätsbelastung einer Region sowie insbesondere Fremdenfeindlichkeit und rechtsextreme Gewalt schwingen in unternehmerischen Entscheidungen eindeutig mit; sie können sogar konkrete Auswirkungen auf Standortentscheidungen von Unternehmen und Nachteile bei der Personalgewinnung zur Folge haben.

Legitimieren rechte Gewalttäter und ihr gewaltbereites Umfeld ihr Handeln gern mit dem populistischen Argument, ausländische Arbeitnehmer würden Deutschen den Arbeitsplatz streitig machen, so offenbaren unsere Ergebnisse ihre rückwärtsgewandte und wirtschaftsfeindliche Orientierung. Der Imageschaden für bestimmte Regionen gefährdet die wirtschaftliche Attraktivität und somit auch die Ansiedlung neuer Arbeitsplätze im Bereich prosperierender Wirtschaftszweige. Vor allem Großunternehmen sind gegenüber Fremdenfeindlichkeit und rechtsextremem Gewalt besonders sensibel; sie stellen somit in jeder Hinsicht ein nicht zu unterschätzendes Entwicklungsproblem für eine moderne Wirtschaftsgesellschaft dar.

Literatur

- Diller, Christian. 1991. Weiche Standortfaktoren. Arbeitshefte des Instituts für Stadt- u. Regionalplanung der TU-Berlin 43.
 Grabow, Busso et al. 1995. Weiche Standortfaktoren. Stuttgart et al.: Kohlhammer.
 Handelskammer Hamburg (Hg.). 1999. Innere Sicherheit – eine Gemeinschaftsaufgabe. Hamburg.
 Levi, Michael. 2001. »Business, Cities and Fears about Crimes«, in: Urban Studies 38, S. 849-868.

Fußnoten:

- 1 <http://info.worldbank.org/governance/beeps2002/>; 01.07.2004.
- 2 <http://www.beri.com>; 01.07.2004.
- 3 <http://www.eiu.com>; 01.07.2004.
- 4 <http://www.weforum.org>; 01.07.2004.
- 5 <http://www.prsgroup.com>; 01.07.2004.
- 6 <http://www.worldmarketsanalysis.com/servlet/pub?pageContent=authform>; 01.07.2004.
- 7 http://www.worldbank.org/privatesector/ic/ic_ica_resources.htm; 01.07.2004.
- 8 Hiermit sollen weder das vorhandene Stadt-Land noch Nord-Süd oder Ost-West Gefälle bestritten werden. Die vorhandenen Unterschiede sind vielmehr im globalen Vergleich der Regionen relativ gering.
- 9 WIK – Zeitschrift für die Sicherheit der Wirtschaft, herausgegeben von der Arbeitsgemeinschaft für die Sicherheit der Wirtschaft e.V. (ASW).
- 10 Süddeutsche Zeitung, 164 (19.7.01), S. 23, »Wie aus 250 Städten ein Standort wurde.«
- 11 Geschichtete Stichprobe nach Region, Betriebsgröße und Branche. Die bereinigte Rücklaufquote betrug knapp 20%, die im Vergleich zu anderen Unternehmensbefragungen als durchschnittlich bis gut bezeichnet werden kann. Der Schwerpunkt lag auf mittleren und Großunternehmen. Weitgehend ausgeklammert wurden kleine Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe.
- 12 Vgl.: <http://www.empirica-delasasse.de/pdf/hoerzu-staedtetests.pdf>; 01.07.2004.
- 13 Die Komponenten personen- und unternehmensbezogene Standortfaktoren korrelieren ihrerseits miteinander ($r = .26$).
- 14 Die tatsächliche Korrelation ist positiv, da die einzelnen Indikatoren negativ auf den Faktor laden.
- 15 Der Begriff »moderne« Kriminalität wurde in Abgrenzung zu klassischen Deliktformen gewählt, mit denen üblicherweise zuerst Kriminalität assoziiert wird.
- 16 Allen Delikten dieses Faktors »moderne« Kriminalität ist insbesondere gemeinsam, dass ihre Wahrnehmung besonders von massenmedialen Darstellungen abhängig ist.