



PHI
NEO

Unternehmen für Demokratie

**Best Practices und Tipps
für Unternehmen**



Aktuelle Studienergebnisse

Rechtsextremismus ist ein Thema am Arbeitsplatz. Die im Juni 2024 veröffentlichte repräsentative Studie "Unternehmen in Verantwortung" des Vereins **Gesicht Zeigen! Für ein weltoffenes Deutschland** kommt zu folgenden Ergebnissen:

Rechtsextreme Einstellungen vergiften das Arbeitsklima!

Eine Mehrheit der Mitarbeitenden sorgt sich um das Betriebsklima (57,3 %) und den kollegialen Zusammenhalt (54,6 %), sollten sich rechtsextreme Einstellungen am Arbeitsplatz verbreiten.

Maßnahmen sind hochgradig erfolgreich, werden allerdings viel zu selten getroffen! In nicht einmal einem von fünf Fällen wurden bei rechtsextremen Vorfällen im Arbeitskontext Maßnahmen ergriffen (17 %) und das, obwohl getroffene Maßnahmen von einer großen Mehrheit als erfolgreich eingeschätzt werden (74,6 %).

Vielfältiges Engagement ist gefragt! Eine Mehrheit der Beschäftigten, die ein stärkeres Engagement ihrer Arbeitgeberin / ihres Arbeitgebers gegen Rechtsextremismus befürworten, wünschen sich öffentliche Statements und eine klare Positionierung (56 %). Auf Platz zwei landen die Verankerung von demokratischen Werten im Leitbild (45,9 %) sowie die Entwicklung eines Verhaltenskodexes (45,8 %). Knapp 40 % der Beschäftigten wünschen sich außerdem Fortbildungen und Trainings.

Die Studie **Unternehmen in Verantwortung! Umfrageergebnisse zu Rechtsextremismus in der Arbeitswelt – Herausforderungen und Handlungsbedarf** von Gesicht Zeigen! ist auf folgender Webseite abrufbar:
www.unternehmen-zeigen-gesicht.de

**Gemeinsam für
eine starke Demokratie
in Deutschland**

Unternehmen für Demokratie

Warum dieser Ratgeber?

Als Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber sind Sie Teil der Gesellschaft. Und die Gesellschaft braucht Sie jetzt, um unsere Demokratie zu schützen und zu stärken.

Mit dieser Publikation möchten wir Ihnen Tipps und Anregungen geben, wie Sie sich engagieren können – von der öffentlichen Positionierung, über den Wahlauf Ruf bis hin zum gemeinsamen Wirken in Allianzen und Bündnissen. Und wir zeigen anhand von konkreten Beispielen von Unternehmen, zum Beispiel der Drogeriemarktkette dm oder dem Süßwarenhersteller Viba, wie die Tipps in der Praxis umgesetzt werden können.

Wir hoffen, dass wir Sie inspirieren können und freuen uns, bald von Ihren Beispielen zur Stärkung der Demokratie zu hören.

Sich klar positionieren

Wir leben in Zeiten, in denen auch Schweigen politisch ist. Viele Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeitende erwarten von Unternehmen eine klare Haltung, insbesondere wenn gesellschaftliche Diskurse die Unternehmenswerte berühren.

Unternehmen zeigen Haltung, indem sie öffentliche Aufrufe für die Demokratie unterzeichnen oder sich mit Unternehmens-Statements und Aussagen des/der CEO umfassend inhaltlich äußern und positionieren, sei es zu einer politischen Forderung oder im Rahmen eines Corporate Political Responsibility-Leitbildes. Um glaubwürdig zu sein, ist es wichtig, dass die gezeigte Haltung authentisch ist und zu den Werten sowie sonstigen Handlungen des Unternehmens passt.

Best Practice

Die Landratswahl im thüringischen Sonneberg sorgte 2023 bundesweit für Aufsehen. Der AfD-Kandidat holte in der ersten Abstimmung die meisten Stimmen. Allerdings lag die Wahlbeteiligung bei nur 49 Prozent.

Der Süßwarenhersteller Viba schaltete daraufhin Anzeigen. „Sonneberg, Du hast die Wahl“ und „Wir sind stolz, in einem demokratischen und weltoffenen Thüringen zu produzieren.“ Für jedes Prozent mehr Wahlbeteiligung sollte es am Folgetag ein Prozent Rabatt auf den Nougat der Firma geben. Der AfD-Kandidat gewann, die Wahlbeteiligung aber stieg erfreulicherweise auf 60 % und es gab intern wie extern viel Zustimmung für die Kampagne.

Corinna Wartenberg,
Geschäftsführerin
Viba sweets GmbH



Unsere Marke steht für Genuss
... und Vielfalt, Miteinander, Toleranz,
Geschichte und Kultur in Europa.

Wir sind stolz, in einem demokratischen
und weltoffenen Thüringen zu produzieren.

Sonneberg, Du hast die Wahl!



Für jeden Prozentpunkt über 49% Wahlbeteiligung
am 25.6.2023 gibt es am Folgetag 1% Rabatt
auf die Classic Nougatstange im Viba Shop Sonneberg.

100% Wahlbeteiligung = 51% Rabatt

Nougat vernaschen,
nicht die Demokratie.

www.viba.de

”

Es ist Zeit, das Gute
gemeinsam zu stärken.
Das liegt in unser aller
Hand. Im Sinne
unserer Unternehmen
und im Sinne unserer
Kinder!

Zum Wählen aufrufen

Ob Europa-, Bundestags- Landtags- oder Kommunalwahl, eine einfache Form für Unternehmen, die Demokratie zu stärken, ist es, ihre Mitarbeitenden, Kundinnen und Geschäftspartner zur Teilnahme an Wahlen aufzurufen. Beim „Wie“ gibt es große Unterschiede, sowohl hinsichtlich der Form, des Absenders und der Kanäle, als auch in der Frage, wie weit sich Unternehmen politisch aus dem Fenster lehnen möchten.

Einige Unternehmen rufen parteipolitisch neutral zur Wahl auf oder schließen sich größeren Wahlaufrufen an. Bei anderen werben die Vorstände und CEOs persönlich dafür, sich gegen Hass und Hetze zu entscheiden oder sie sprechen sich sehr eindeutig gegen die AfD aus.

Best Practice



Der Mobilitätsanbieter Flix wirbt auf TikTok für die Teilnahme an den Europawahlen: **“Europeans, go vote to keep your travel freedom alive”**. Die Kampagne betont – passend zum Unternehmenskern – wie schön es ist, mit dem Bus durch ein freies Europa zu reisen. Position beziehen auch die Flix-Topmanager. Bereits Wochen vor der Wahl erklären sie, was sie persönlich an Europa schätzen und warum sie zur Wahl gehen.

Daniel Krauss,
Gründer Flix

”

Als Unternehmen sehen wir es als unsere gesellschaftliche Verantwortung, uns für die Demokratie und ihre Institutionen stark zu machen. Mit unserem unternehmerischen Engagement unterstützen wir Initiativen, die Demokratie erlebbar machen, Impulse setzen und aufklären.

Sich im Kerngeschäft engagieren

Büromaterialien kaufen, Catering anbieten, Räumlichkeiten vermieten oder Investorenkapital annehmen – Unternehmen können aktiv entscheiden, keine Geschäfte mit Vertreterinnen und Vertretern rechtsextremen Gedankenguts zu machen. Darüber hinaus können Unternehmen gezielt mit ihren Produkten oder Dienstleistungen den Zusammenhalt stärken und die Demokratie fördern. Mit konkreten Handlungen gewinnen Unternehmen gegenüber der Kundschaft und den Mitarbeitenden an Glaubwürdigkeit. Erst recht, wenn sie an anderer Stelle auf Werte wie Toleranz oder Offenheit verweisen oder auch aktuell eine klare Position für Vielfalt sowie gegen Hass und Hetze beziehen.

Best Practice



[Link zur Broschüre ↗](#)

Als Anfang des Jahres durch die CORRECTIV-Recherche das „Geheimtreffen“ rechtsradikaler Kräfte bekannt wird, entsteht bei dem WAS IST WAS-Team im TESSLOFF-Verlag der Wunsch, etwas zu tun. Das Verlags-Team macht das, was es am besten kann: Sachwissen spannend verpacken! In nur 16 Tagen entsteht eine kostenlose **WAS IST WAS**

Demokratie-Broschüre für Kinder und Jugendliche, die an das Thema Demokratie heranführt und aufklärt. Die Broschüre trifft einen großen Bedarf: So wurde die Online-Version seit Januar 2024 rund 1 Mio. Mal aufgerufen.

Katja Meinecke-Meurer,
Geschäftsführerin
TESSLOFF Verlag



Es liegt uns am Herzen, dass Kinder auch in Zukunft freiheitlich aufwachsen und selbstwirksam handeln können. Daher möchten wir ihnen mit der Broschüre die Demokratie und ihre Bedeutsamkeit näherbringen.

Mitarbeitende schulen

Schulungen zur Arbeitssicherheit oder fachliche Weiterbildungen sind selbstverständlich. Schulungen zu demokratischen Werten und zur demokratischen Kultur sollten es sein. Argumentationstrainings gegen rechtsextreme Parolen, Gedenkstättenfahrten, Workshops zu Vielfalt- und Toleranzförderung oder Weiterbildungen zum Umgang mit Desinformation und Hate Speech, wie sie beispielsweise seit Jahren vom Business Council for Democracy angeboten werden, sind gute Möglichkeiten, die Mitarbeitenden weiterzubilden.

Best Practice



Politische Debatten finden auch in der Kantine oder im Intranet statt. Um das Kollegium innerhalb des Unternehmens für Vielfalt und Demokratie zu sensibilisieren sowie die Beteiligung an Wahlen, hat die HypoVereinsbank den **Democracy Hub** gegründet. Dabei soll der Hub ein Ort sein, an dem sich die Teilnehmenden sicher fühlen, ihre persönlichen Erfahrungen zu teilen und Experteninput von außen zu erhalten. In regelmäßigen, hybriden Events und Live-Diskussionen zu aktuellen politischen Themen oder demokratischen Werten nehmen 200-300 Mitarbeitende aus allen Bereichen der Bank teil. Der bunte Mix an Teilnehmenden verbindet. Positives Feedback und die aktive Nachfrage nach neuen Sessions bestätigen zudem den Erfolg des Democracy Hubs.

Marion Höllinger, Sprecherin
der Geschäftsführung (CEO)
der HypoVereinsbank



Die HypoVereinsbank steht für Vielfalt und Demokratie. In dieser Zeit geopolitischer Unsicherheit und lauter Stimmen in der Öffentlichkeit wollen wir mit unserem Democracy Hub Brücken bauen und Wissen verbreiten.

Cause Related Marketing nutzen

Mit jedem verkauften Produkt etwas Gutes tun? Das ist die Idee von Cause-Related-Marketing. Diese Gründe sprechen dafür:

Von jedem verkauften Produkt geht eine definierte Summe an eine Spendenorganisation. Diese profitiert finanziell und von der Aufmerksamkeit infolge der Werbe-Aktion. Damit die Aktionen auch wirken, kommt es auf die Umsetzung an. Marketingausgaben sollten in einem sinnvollen Verhältnis zu den Einnahmen der Organisationen stehen und sie müssen zu dem Unternehmen sowie seinen Werten passen. Natürlich kann so eine Aktion nur stattfinden, wenn das Unternehmen glaubwürdig agiert, andernfalls droht der Vorwurf des Greenwashings.

Best Practice



Der Bio-Lebensmittelhersteller followfood kreiert zwei neue Pizza-Sorten. Mit der **Pizza Antirassisti** positioniert sich das Unternehmen klar gegen Rechtsextremismus. 1 Prozent des Verkaufserlöses spendet Followfood an **EXIT-Deutschland**. Das Projekt unterstützt Menschen dabei, aus der rechtsextremen Szene auszusteigen. Bei der **Pizza Diversi** leistet das Unternehmen einen wichtigen Beitrag zur Stärkung queerer Menschenrechte. 1 Prozent des Erlöses wird an **Queeramnesty** gespendet. Insgesamt hat das Unternehmen bisher 180.000 Pizen verkauft.

Julius Palm, Leitung
Strategie und Marketing
followfood

”

Wie in der Lebensmittelwelt ist auch in der Gesellschaft Diversität der Nährboden für eine gesunde Zukunft. Und da wir alle Teil dieser Gesellschaft sind, setzen wir uns auch hier für mehr Vielfalt und gegen rechten Hass ein.

Corporate Volunteering einsetzen

Unternehmen können ihre Mitarbeitenden darin unterstützen, sich für die Demokratie zu engagieren (Corporate Volunteering). Es gibt verschiedene Formate und Möglichkeiten.

Corporate Volunteering vom Unternehmen initiiert und gesteuert: Unternehmen können das Fachwissen und die Kompetenzen der Mitarbeitenden in der Arbeitszeit pro bono zur Verfügung stellen. Designer können Plakate für Demokratiefeste gestalten und Controllerinnen die Buchhaltung einer Organisation modernisieren. Dieses skills based Volunteering ist wirkungsvoll, aber auch anspruchsvoll umzusetzen. Corporate Volunteering als privates Engagement der Mitarbeitenden anerkennen, unterstützen und fördern: Organisieren Mitarbeitende beispielsweise Feste, können Unternehmen den Druck von Flyern finanzieren oder mit Sachspenden für die Tombola helfen. Unternehmen können auch Mitarbeitenden Zeit schenken oder gute Rahmenbedingungen schaffen, die das politische Engagement in demokratischen Parteien unterstützen.

Best Practice

Christoph Werner, dm-Chef, erfährt von einer Oberbürgermeisterin, dass auf kommunaler Ebene Helfer für die Wahlen fehlen. Kurzerhand startet dm einen Aufruf an seine 50.000 Mitarbeitenden, sich als **Wahlhelferinnen und Wahlhelfer** zu melden. Die Stunden im Wahllokal werden als geleistete Arbeitszeit angerechnet.

Christoph Werner,
dm-Geschäftsführer



Die Stärkung der liberalen Demokratie ist uns ein großes Anliegen, deshalb haben wir entschieden, die geleisteten Stunden unserer Mitarbeitenden, die als Wahlhelfer in ihren jeweiligen Wahlkreisen zum Gelingen der Wahl beitragen, als geleistete Arbeitszeit anzurechnen.

Selber demokratisch sein

Was hat die Art, wie Unternehmen ihre Mitarbeitenden in operative oder strategische Entscheidungen des Unternehmens einbinden, mit der Demokratie unserer Gesellschaft zu tun? Eine ganze Menge. Die Forschung zeigt, dass sich demokratische Prozesse in Unternehmen auch auf das private Leben der Mitarbeitenden auswirken. Die Mitarbeitenden interessieren sich mehr für Politik, sind stärker gesellschaftlich engagiert und übernehmen eher Verantwortung (so genannter Spillover-Effekt).

Best Practice



Der nachhaltige Outdoor-Ausrüster VAUDE hat im Zuge eines Transformations-Prozesses seine Strukturen so verändert, dass Mitarbeitende über Hierarchiegrenzen hinweg auf Augenhöhe zusammenarbeiten. **So werden beispielsweise Teammitglieder bei der Besetzung von Führungspositionen und Personaleinstellungen eingebunden.** Generell legt VAUDE großen Wert auf Diversität, denn durch die Perspektivenvielfalt werden bessere Entscheidungen im Unternehmen getroffen. Mitarbeitende werden dazu ermutigt, selbstwirksam zu agieren, ihr Verhalten zu reflektieren und eigenständig Entscheidungen zu treffen – dadurch wird sehr lösungsorientiert gearbeitet und Konflikte eskalieren seltener. Ein gutes Training für die Demokratie.

Antje von Dewitz,
Geschäftsführerin VAUDE



Eine starke Vertrauenskultur, aufbauend auf Reflektion und Selbstwirksamkeit, ist das Handwerkszeug für eine leistungsstarke Wirtschaft und eine stabile Demokratie. Menschen auf Augenhöhe zu bringen und Verantwortung für sich selbst, aber auch für die Gesellschaft zu übernehmen, darum geht es uns.

Für Projekte spenden

Unternehmen können im Rahmen ihres Unternehmensengagements (Corporate Citizenship) die Demokratie stärken und Non-Profit-Organisationen finanziell unterstützen (Corporate Giving).

Direkt spenden, Spenden von Mitarbeitenden aufstocken oder die Kunden beim Bezahlen für den guten Zweck aufrunden lassen, das sind drei Beispiele von vielen Möglichkeiten. Damit die Spende auch wirklich etwas verändert, sollten Unternehmen einerseits wirkungsvolle Projekte unterstützen und andererseits wirkungsvoll spenden (u.a. flexibel und projektunabhängig). Unternehmen können sich auch mit anderen zusammentun und gemeinsam spenden, wodurch sich Aufwand reduzieren und die Wirkung steigern lässt. Der "Vereint für Demokratie Fonds", initiiert von der Allianz Foundation und ProjectTogether, fördert beispielsweise ausgewählte Demokratieprojekte.

Best Practice

AKTION
ZIVILCOURAGE

Der Verein **Aktion Zivilcourage** setzt sich für gesellschaftliche und politische Bildungsarbeit mit Kindern und Jugendlichen im ländlichen Raum ein. **Die 1st Mould GmbH, Werkzeugbaubetrieb im sächsischen Pirna, unterstützt seit einigen Jahren als zahlendes Mitglied diesen Verein.** Das stärkt den Rücken der Engagierten und trägt zur Planungssicherheit bei. Neben monetären Zuwendungen beteiligen sich die rund 50 Mitarbeitenden jährlich an Corporate-Volunteering-Aktionen für den Verein.

Bärbel Wünsche,
Geschäftsführerin,
1st Mould

”

Demokratie,
Frieden, Zusammenhalt
– sind nicht
selbstverständlich.
Dafür unterstützen
wir Kinder- und
Jugendarbeit.

Interne Anlaufstellen schaffen

Klare Regeln zum Umgang mit Rassismus sollten auch intern bestehen – inklusive der Gewährleistung, dass diese eingehalten werden.

Unternehmen können ein Awareness-Team gründen oder einzelne Awareness-Personen ernennen, die entsprechend geschult werden.

So können demokratiefeindliche Vorgänge besser erfasst und verfolgt werden. Eine weitere Möglichkeit ist das Einrichten einer Anlauf- bzw. Beschwerdestelle für Betroffene von Diskriminierung. Nach außen können Unternehmen speziell zivilgesellschaftliche Initiativen unterstützen, die Anlaufstellen für Opfer von Diskriminierung und Menschenfeindlichkeit bieten.

Best Practice



Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) kooperiert mit dem **Verband Queere Vielfalt e. V.**, die größte Bürgerrechts- und Selbsthilfe-Organisation der queeren Gemeinschaft in Deutschland. **Für den DFB fungiert der Verein mit dem Projekt team out and proud als Anlaufstelle und berät von Diskriminierung betroffene Personen.** Zudem hilft der Verein dem DFB dabei, sich selbst weiterzuentwickeln. So wurde 2022 eine Regelung für den Amateurfußball zum Spielrecht trans*, inter* und nicht-binärer Personen verabschiedet, um queere Menschen stärker zu unterstützen und ihre Anerkennung im Breiten- und Spitzensport zu steigern.

Christian Rudolph,
Leiter Kompetenz- und Anlaufstelle
für sexuelle und geschlechtliche
Vielfalt im Fußball

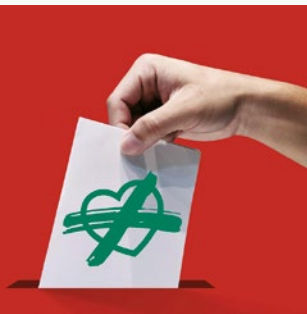


Demokratie ist Vielfalt und andersherum. Mit unserer Arbeit geben wir queeren sowie von Diskriminierung betroffene Menschen eine Anlaufstelle und eine Stimme.

Sich mit anderen vernetzen

Unternehmen können sich mit anderen Akteuren zu Bündnissen und Allianzen zusammenschließen und gemeinsam für Demokratie und Vielfalt eintreten. In der Praxis gibt es unterschiedliche Ausprägungen in Form und Inhalt. Öffentliche Bekenntnisse: Unternehmen zeichnen gemeinsame Erklärungen und Statements. Netzwerke mit breitem Angebot: Unternehmen führen gemeinsame Veranstaltungen durch oder bieten Schulungen für teilnehmende Unternehmen an. Regionale Zusammenschlüsse: Viele Unternehmen engagieren sich gemeinsam am Standort, in der Region oder im Bundesland. Branchenspezifische Initiativen: Unternehmen einer Branche oder deren Verbände werden gemeinsam aktiv. Sektorübergreifende Bündnisse: Unternehmen schließen sich mit zivilgesellschaftlichen Organisationen oder anderen Institutionen zusammen.

Best Practice



Über 50 Unternehmen und Institutionen haben sich zum **Wormser Wirtschaftsbündnis für Demokratie** zusammengeschlossen. Die Unternehmen unterschreiben eine Charta, mit der sie sich verpflichten, demokratische Werte, Meinungsfreiheit, Diversität und Vielfalt im eigenen Unternehmen zu leben. Mitarbeitende werden in Argumentationstrainings darin geschult, rechtsextreme Parolen zu kontern. Dieses Wissen tragen sie anschließend zurück in die Belegschaft.

Prof. Dr. Karl-Rudolf Korte,
Universität Duisburg

”

Demokratiebotschafter stehen für Veränderungszuversicht. Die Demokratiearbeit lohnt sich für die individuelle Sicherheit am Arbeitsplatz: Nur Wahlen in der moderaten politischen Mitte sichern Arbeitsplätze am Standort.

Zum Weiterlesen

Infopaket zum Business Council for Democracy



**Corporate Volunteering – Der Praxis-Ratgeber
für Unternehmen** von PHINEO



Linksammlung **Demokratieprojekte mit Impact**



Debattenbeitrag der Bertelsmann Stiftung und des BC4D:
**Werdet politisch! Wie Unternehmen die Demokratie
stärken können – zum eigenen Vorteil**





PHI NEO

Impressum

Herausgebende:

Business Council for Democracy
Französische Straße 48
10117 Berlin
Tel. +49 30 220 56 03 – 20

PHINEO gAG
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2
10178 Berlin
Tel. +49 30 520065 - 400

1. Auflage, Juni 2024

Redaktion: Wiebke Gülcibuk, Thalissa-J. Klaps, PHINEO gAG

Gestaltung: Elke Wolf, PHINEO gAG

Druck: Pinguindruck, Berlin

Papier: gedruckt auf 100 % Recycling Naturpapier, FSC-zertifiziert

Bildnachweise

Seite 3: Viba sweets

Seite 4: Flix

Seite 5: TESSLOFF Verlag

Seite 7: HypoVereinsbank

Seite 8: followfood

Seite 10: VAUDE/Moritz Attenberger

Seite 12: LSVD/out and proud

Seite 13: Wormser Wirtschaftsbündnis
für Demokratie



Best Practices



PHI NEO

Über BC4D

Der Business Council for Democracy (BC4D) ist ein Gemeinschaftsprojekt der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, der Robert Bosch Stiftung und des Institutes for Strategic Dialogue (ISD Germany). Seit 2021 bringt der BC4D Unternehmen in einem Netzwerk zusammen, die sich für die liberale Demokratie in Deutschland einsetzen. Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nehmen an Schulungen zur Stärkung ihrer digitalen Medienkompetenzen teil und fördern so eine bessere Bürgerkultur.

bc4d.org



Über PHINEO

Die gemeinnützige PHINEO AG stärkt strategisches gesellschaftliches Engagement und begleitet all jene, die einen positiven gesellschaftlichen Impact erreichen wollen – Unternehmen, Stiftungen, Non-Profits und die öffentliche Hand.

phineo.org

