

Wie Unternehmen Verantwortung für Gesellschaft und Demokratie übernehmen können



Hallo,

IW Medien ist eine Kommunikationsagentur für Ministerien, Unternehmen, Arbeitgeber- und Unternehmensverbände sowie Stiftungen.

- ↪ Beratung und Unterstützung unserer Kunden in allen Stufen des Kommunikationsprozesses von der Entwicklung crossmedialer Kampagnen bis zur Umsetzung und Optimierung
- ↪ 100%-ige Tochter des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln
- ↪ Schwerpunkt: wirksame, verständliche und zielgruppengerechte Ansprache und Aufbereitung bei Strategie, Marketing, Content und Design
- ↪ Jahrzehntelange Erfahrungen in der Entwicklung von Marketingkonzepten für die Fachkräftesicherung

IW Medien – Kommunikationsagentur für Zukunfts-, Gesellschafts- und Wirtschaftsthemen.

Kommunikationsagentur für Zukunfts-, Gesellschafts- und Wirtschaftsthemen

iWMEDIEN

STANDORTE

Köln

Hauptstadtbüro: Berlin

Außenredaktion:
München, Stuttgart, Hamburg

GRÜNDUNG

1951

Später kam eine
PR-Agentur hinzu



MITARBEITENDE

150

MISSION

Wir machen komplexe Zusammenhänge greifbar und ermöglichen es Menschen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel zu bewältigen.

LEITGEDANKE

Die Macht des Verstehens.

JAHRESUMSATZ

25,7 Millionen Euro
in 2022

Unser Netzwerk

iW MEDIEN



iW AKADEMIE

iW CONSULT

iW JUNIOR



TRANSFORMATION



TYP03
GOLD
MEMBER

f:mp.
fachverband
medienproduktioner

BVDW

Google
Partner

ZAW
Die Werbewirtschaft



Dr. Knut Bergmann

Leiter Kommunikation und Hauptstadtbüro,
IW



Stephan Cloots

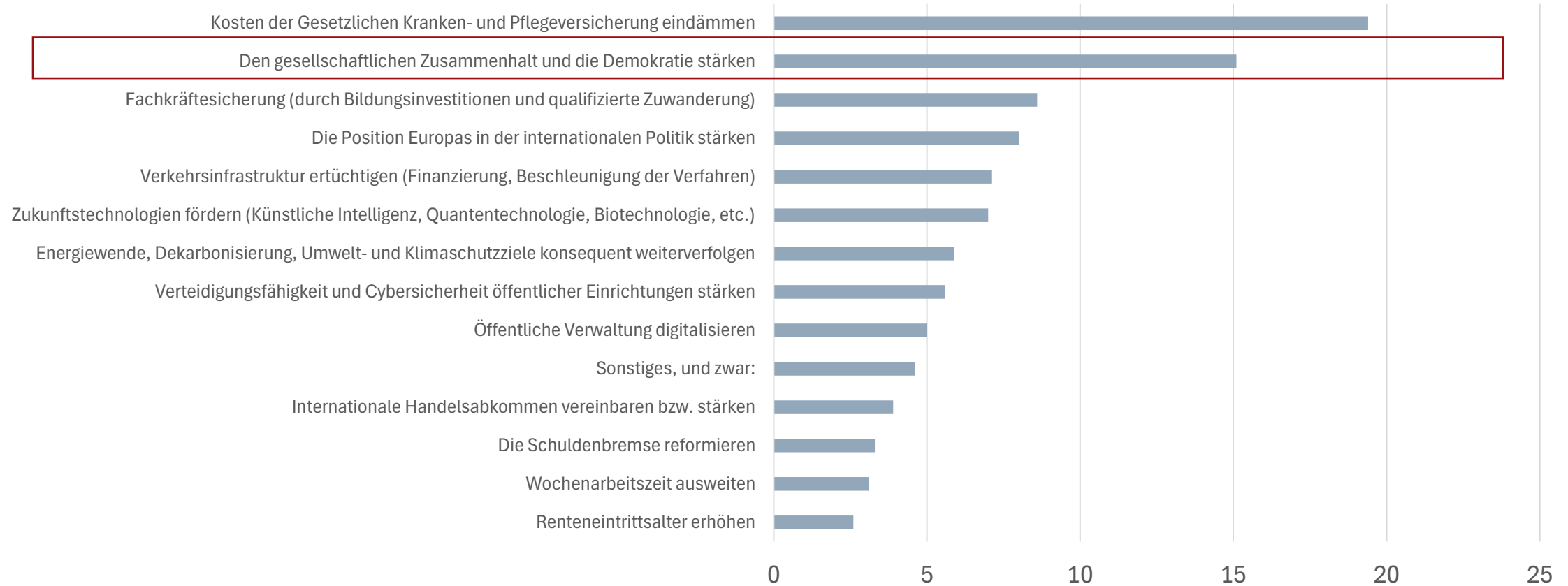
Leiter Business Development,
IW Medien GmbH



POLARISIERUNG ALS ÖKONOMISCHES RISIKO

Warum wir uns mit dem Thema beschäftigen

Unternehmensbefragung: Wichtigste Maßnahmen zur Wohlstandssicherung, in Prozent



Quelle: IW-Zukunftspanels Winter/Frühjahr 2025. An der Befragung vom 15.01. bis 13.02.2025 (1.076 Befragte Geschäftsführerinnen und -führer von Unternehmen)

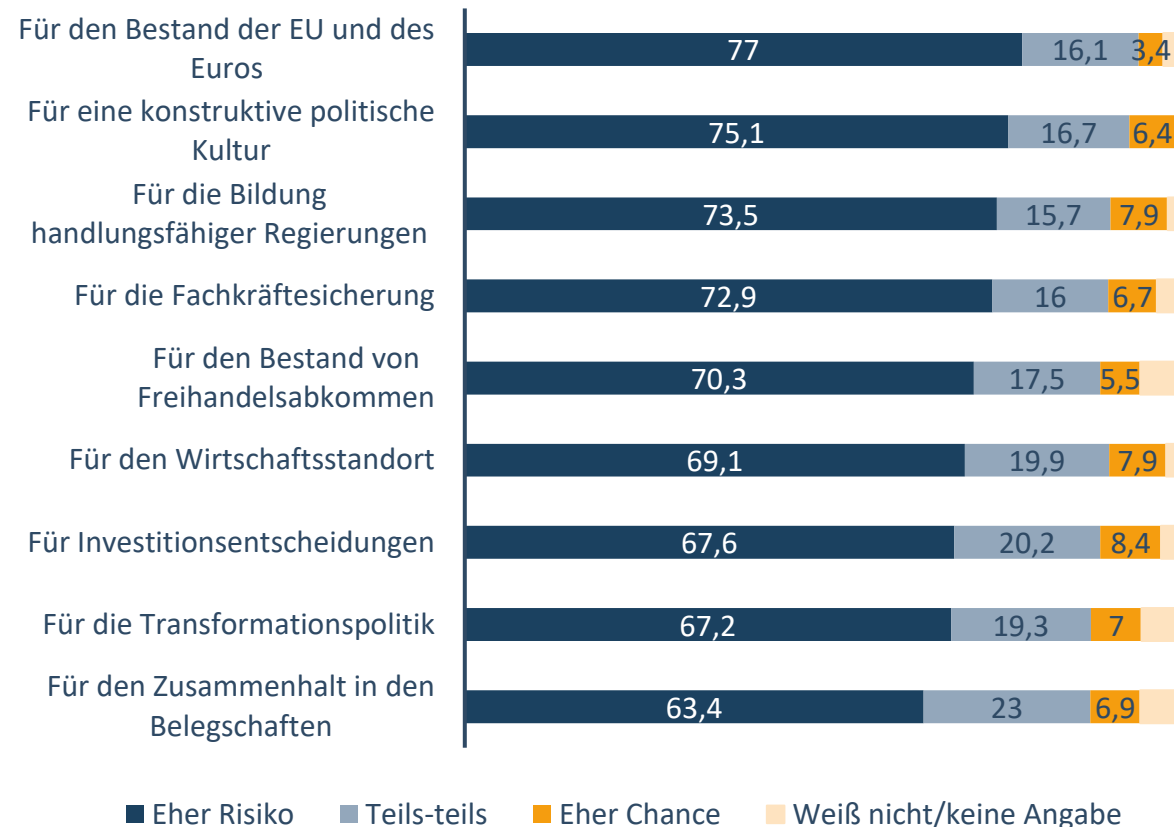
Polarisierung untergräbt Stabilität

AfD: Risiko oder Chance? (Anteile in Prozent)



92 % der börsennotierten Unternehmen in Deutschland sehen im politischen Populismus vor allem einen Nachteil für den Wirtschaftsstandort Deutschland

Quelle: Studie der Professur für Responsible Management der TU Dresden-IHI Zittau, 2025, Unternehmen, Populismus und Verantwortung



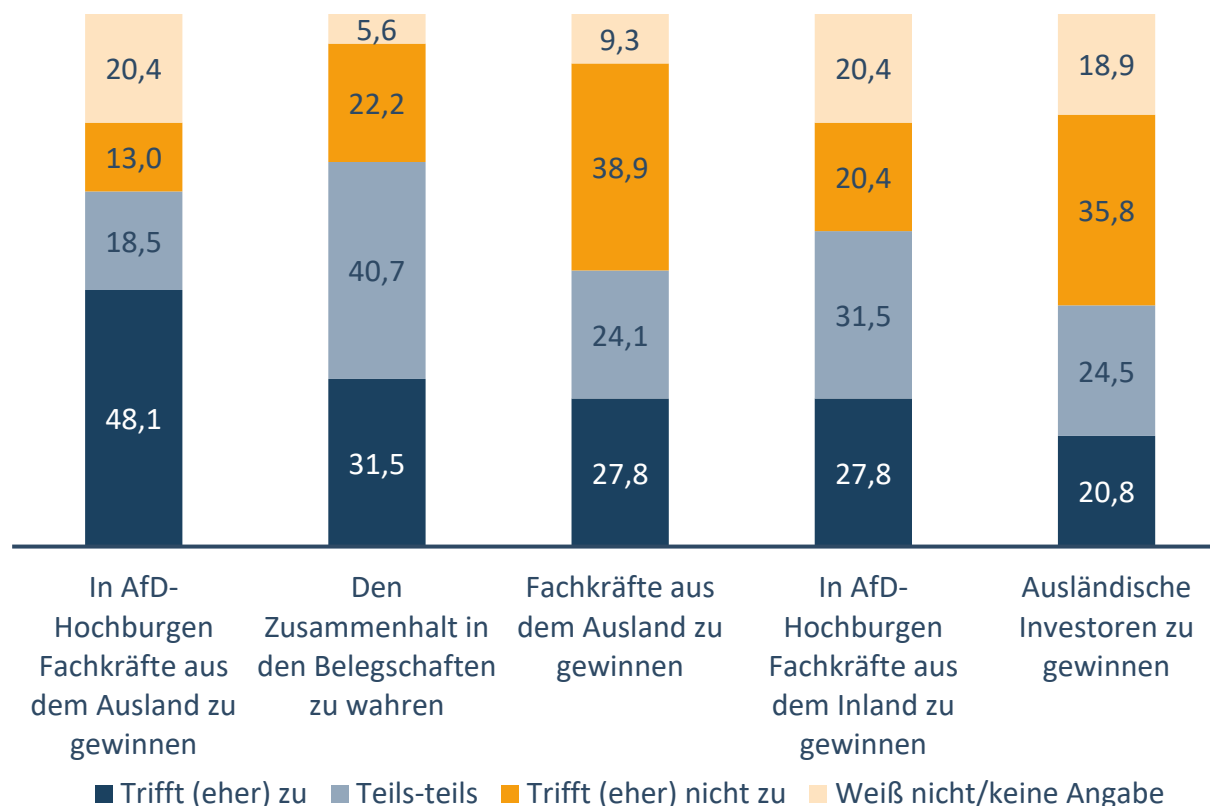
N=905, gewichtet mit Anzahlgewichten;

Fragetext im Original: „Sehen Sie in einem langfristigen Erstarken der AfD eher Risiken oder Chancen für die folgenden Aspekte?“, Befragungszeitraum: 8.3.2024 bis 30.4.2024.

Quelle: Bergmann/Diermeier, 2024b; Datenquelle: IW-Zukunftspanel, Welle 47, 2024

Polarisierung dringt in Unternehmen ein

HGF-Befragung: „akute betriebliche Auswirkungen“ (in Prozent, 2023)



N=54

Frageformulierung im Original: "Wenn Sie an die akuten betrieblichen Auswirkungen des Erstarkens der AfD auf die deutsche Wirtschaft denken: Wie stark treten die folgenden Auswirkungen Ihrer Einschätzung nach zu Tage?"

Quelle: Bergmann/Diermeier, 2024b; Datenquelle: IW-Zukunftspanel, Welle 47, 2024, Befragungszeitraum: 9.8.2023 bis 30.08.2023.



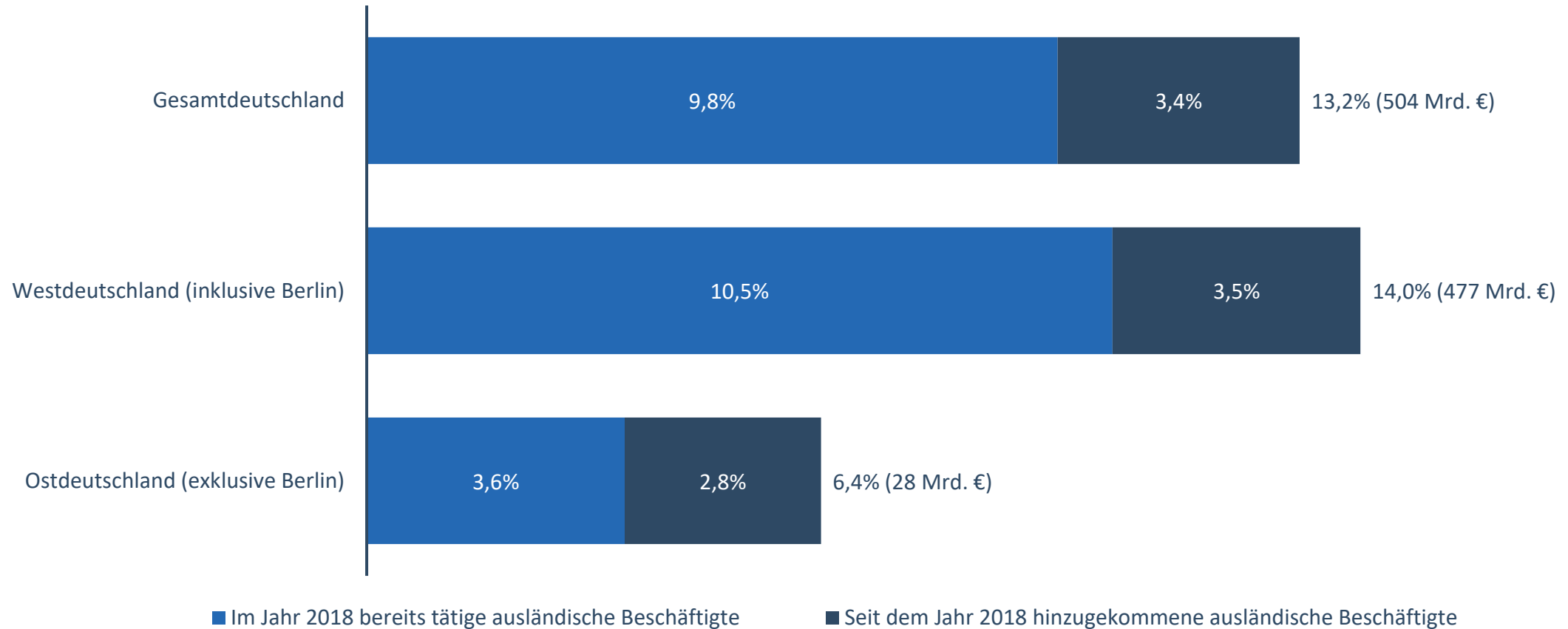
57,3 % der abhängig Beschäftigten sehen eine Gefährdung des Betriebsklimas in deutschen Unternehmen durch Rechtsextremismus am Arbeitsplatz

N=2.500, Befragungszeitraum: 25.1.2024 bis 1.2.2024

Quelle: united – Gemeinsam gegen Rechtsextremismus, 2024, Unternehmen in Verantwortung,

Bedeutung multikultureller Belegschaft nimmt zu

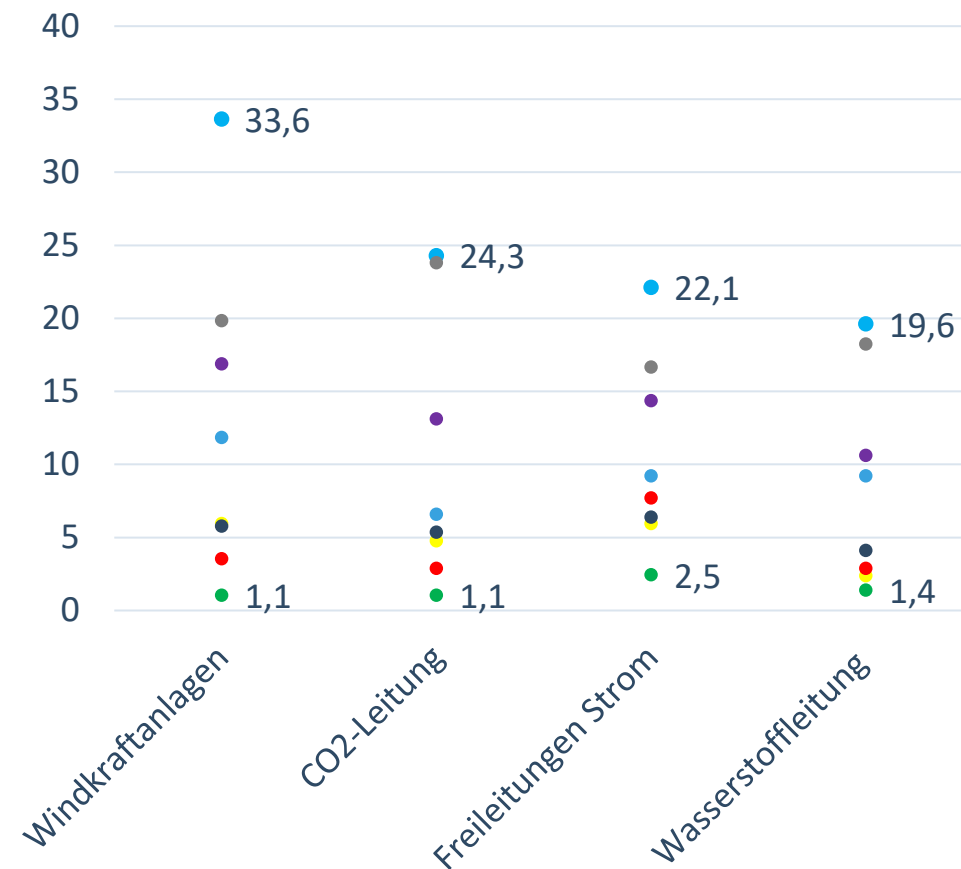
Direkte Wertschöpfungsbeiträge in Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung, 2023



Quelle: Bundesagentur für Arbeit (BA, 2024); Destatis (2024); eigene Berechnungen

Polarisierung lähmt Zukunftsfähigkeit

Ablehnung Transformationsinfrastrukturen im eigenen Wohnumfeld (in Prozent)

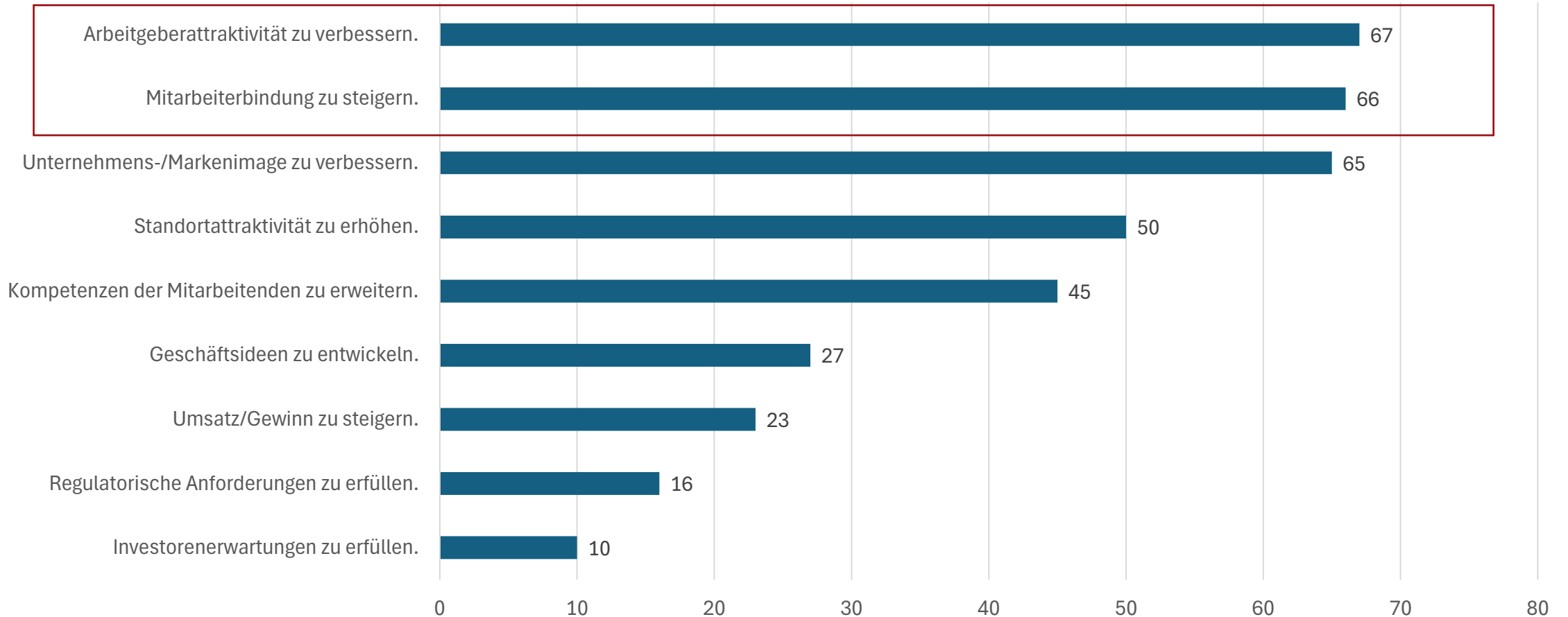


Quelle: Bergmann, Knut / Diermeier, Matthias, 2024, AfD: Unternehmen sehen hohes Risiko – Alternative fällt durch, IW-Kurzbericht, Nr. 29, Berlin / Köln

Diermeier, Matthias / Mertens, Armin, 2025, Gebraucht, aber gehasst. Infrastrukturen der industriellen Transformation, in: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), Aus Politik und Zeitgeschichte, Heft 10-11/2025,

Polarisierung entgegenwirken kann sich auszahlen

Unternehmensbefragung, „Durch unser gesellschaftliches Engagement zielen wir darauf ab“



Quelle: Stifterverband Monitor Unternehmensengagement 2025

Frage im Original: „Worin liegt der Mehrwert des gesellschaftlichen Engagements für Ihr Unternehmen selbst?“

Mitbestimmung unter Druck

Strategischer Angriff auf Betriebsräte

2026 wählen Millionen Beschäftigte ihre Betriebsräte. Für rechte Netzwerke ist das eine strategische Gelegenheit: Gruppen wie *Zentrum* – mit Verbindungen zur AfD, Pegida und Compact – wollen diese Gremien unterwandern.

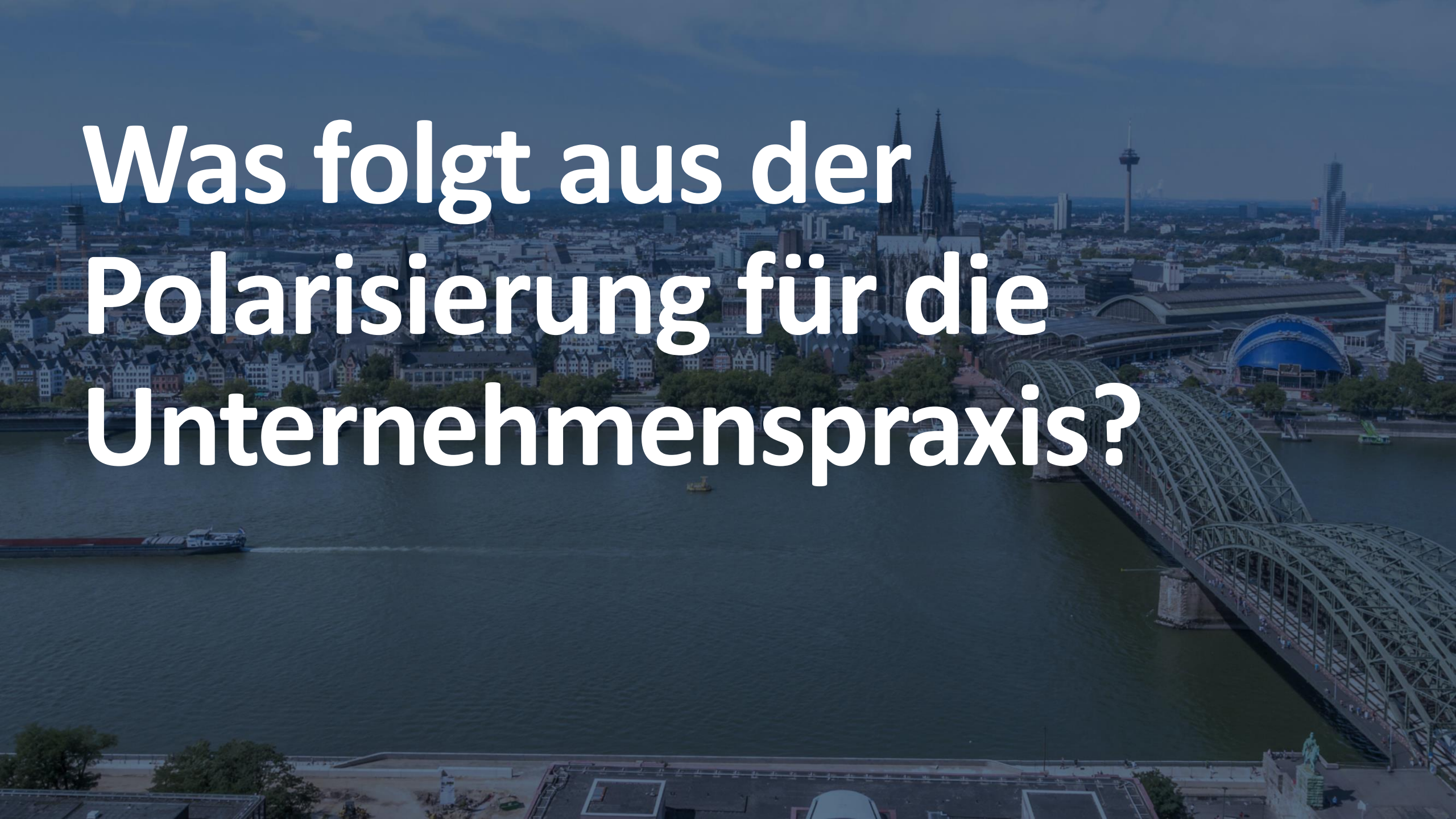


“
Ohne dieses Vorfeld
werden wir nicht
durchbrechen.’
Zitat Björn Höcke
”

Politische Polarisierung wirkt in Gesellschaft und Wirtschaft

- Seit dem Rechtsaußen-Erstarken treibt die Fragen des gesellschaftlichen Zusammenhalts und der Demokratie die deutsche Wirtschaft um
 - Sorgen um die politische Kultur und ein weiteres Entkoppeln der Wahrnehmungen und der Einstellungen der AfD-Anhängerschaft vom Rest der Gesellschaft sind angebracht
 - Mit einem grundverschiedenen Verständnis der aktuellen Situation ist Lagerbildung vorprogrammiert
 - Wer Zukunft gestalten will, muss Brücken bauen: zwischen Meinungen, Milieus, Generationen
- Unternehmen sind kein wertfreier Raum
 - Belegschaften mit unterschiedlichen Perspektiven und Meinung prallen längst aufeinander
 - Diesen Spannungen kann man proaktiv begegnen
 - Vermeiden sollten Unternehmen dabei, belehrend zu wirken oder zu weit aus dem eigenen „Kompetenzrahmen“ herauszutreten

Was folgt aus der Polarisierung für die Unternehmenspraxis?

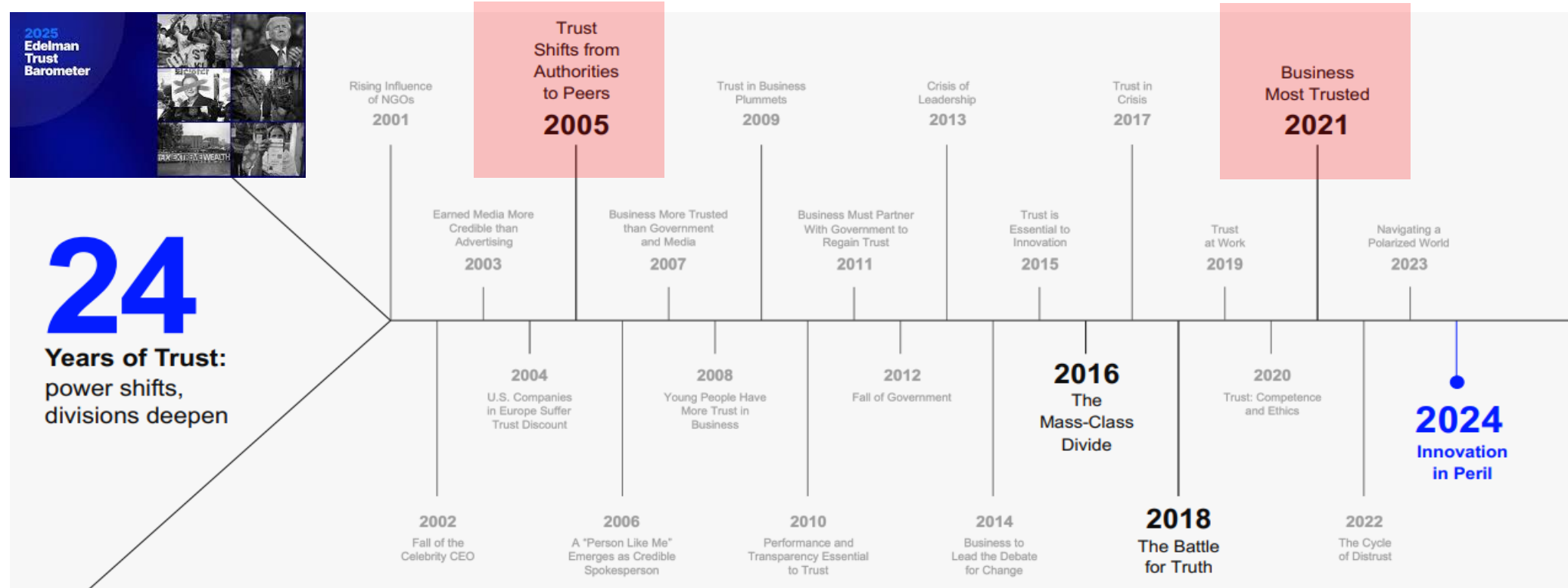


Gesellschaftliche Erwartungen an Unternehmen – zwischen Vertrauen und Verantwortung

Vertrauen verlagert Verantwortung

Vertrauen wandert – und mit ihm die Erwartungen an CEOs

Seit zwei Jahrzehnten verschiebt sich das institutionelle Vertrauen der Bürger von Politik, Medien und NGOs hin zu Unternehmen. Diese Dynamik erweitert die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen substantziell.

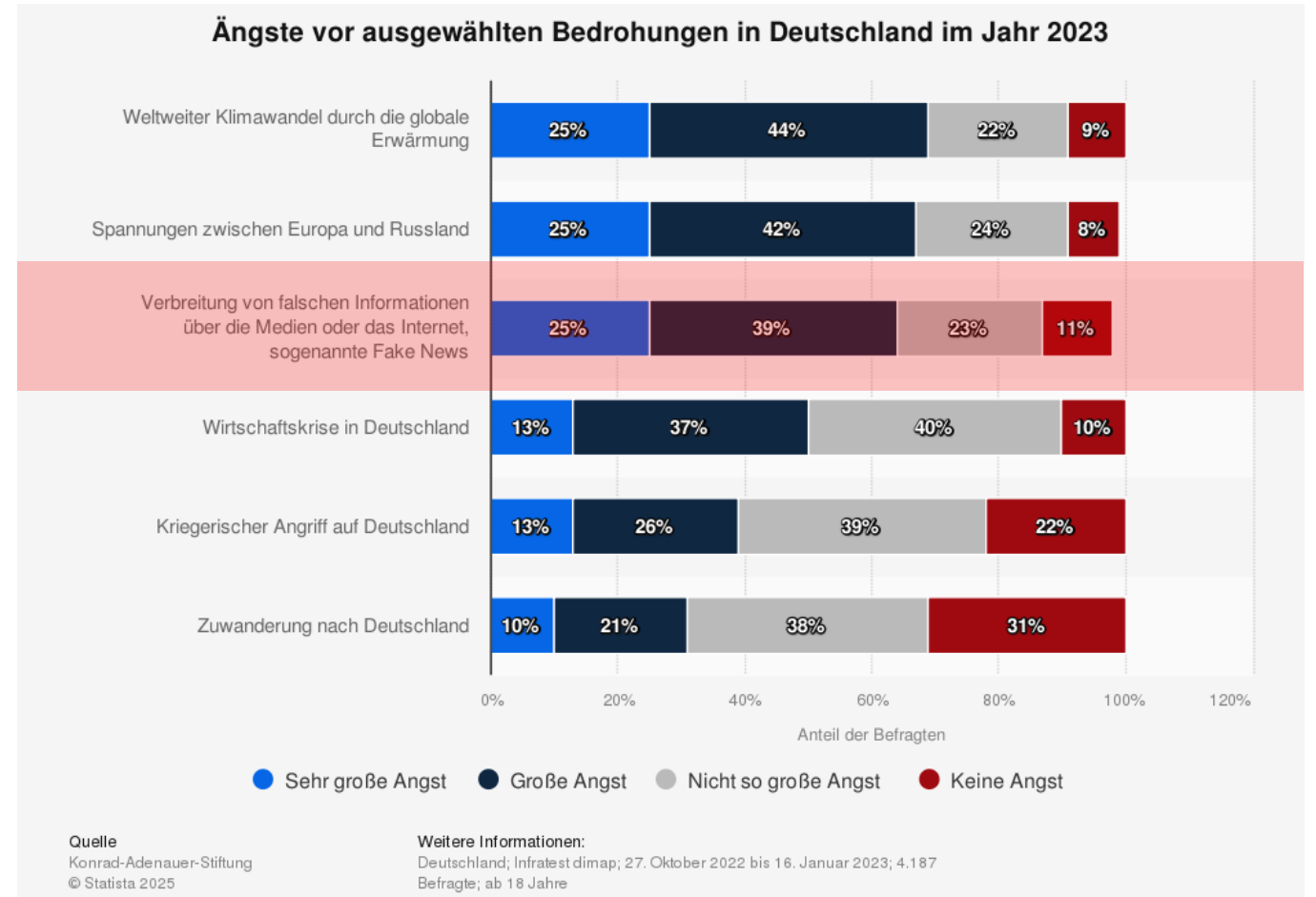


Gefährdungen für Gesellschaft und Unternehmen

Fakten zählen – doch bereits heute übernehmen in Kantine und Chats verkürzte Narrative

64 %

haben große Angst vor
Falsch-Informationen



Erwartungen der jungen Generation

Demokratische Werte werden zum Teil des Arbeitgeberversprechens

Für viele unter 40
sind demokratische Werte
Teil Ihre beruflichen
Zukunftsbildes.



CEOs sind gefordert

Menschen vertrauen Unternehmen – und fordern von deren Spitze klare gesellschaftliche Positionierung

71 %

erwarten gesellschaftliche
Positionierung von CEOs



Was Unternehmen jetzt tun – und lassen sollten

Was tun ...

- Klare Position zeigen – und mit Werten führen
- Gesellschaftliche Themen in die Unternehmensstrategie integrieren
- Demokratie und Diskurs als Erfolgsfaktor begreifen

Was vermeiden ...

- Nicht belehrend auftreten – sondern einladen
- Keine parteipolitische Vereinnahmung riskieren



Handlungsfelder

6 Hebel für glaubwürdige Positionierung und Wirkung.





Best Practice

Das Juwel Demokratie

Würth

Ausgangssituation

2024 veröffentlichte Reinhold Würth einen offenen Brief an 25.000 Mitarbeitende – mit klarer Warnung demokratiefeindlichen Kräften. Parallel lief eine aufmerksamkeitsstarke Anzeigenkampagne

Strategie und Umsetzung

Persönliches Statement des Gründers

Ergebnisse

Stolz und hohe Identifikation bei Mitarbeitenden
Bis heute positives Echo bei Bewerber:innen
Temporärer Umsatzrückgang (~1,5 Mio. €), aber:
→ Mehr Sympathiekunden als Verluste



Ein Unternehmen bezieht Position

Vaude

Ausgangssituation

2024: Rechtspopulismus und Intoleranz nehmen zu. VAUDE fragt sich: Welche Verantwortung tragen Unternehmen in einer offenen Gesellschaft?

Strategie und Umsetzung

Statement: „Nie wieder ist jetzt – mit Weitblick für Demokratie, Vielfalt und Menschenrechte“

Öffentliche Beteiligung an Demos, gezielte Kommunikation

Engagement in Bündnissen für Menschenrechte und Rechtsstaatlichkeit

Ergebnisse

Sichtbarer Teil der demokratischen Bewegung

Breite mediale Resonanz, positive Wahrnehmung

Stärkere Mitarbeiterbindung und Bewerberinteresse

Vorbild für andere Unternehmen: Mut zur Haltung wird Markenzeichen



Hinschauen, analysieren, handeln

IW Studie – Chemieverbände Rheinland-Pfalz

Ausgangssituation

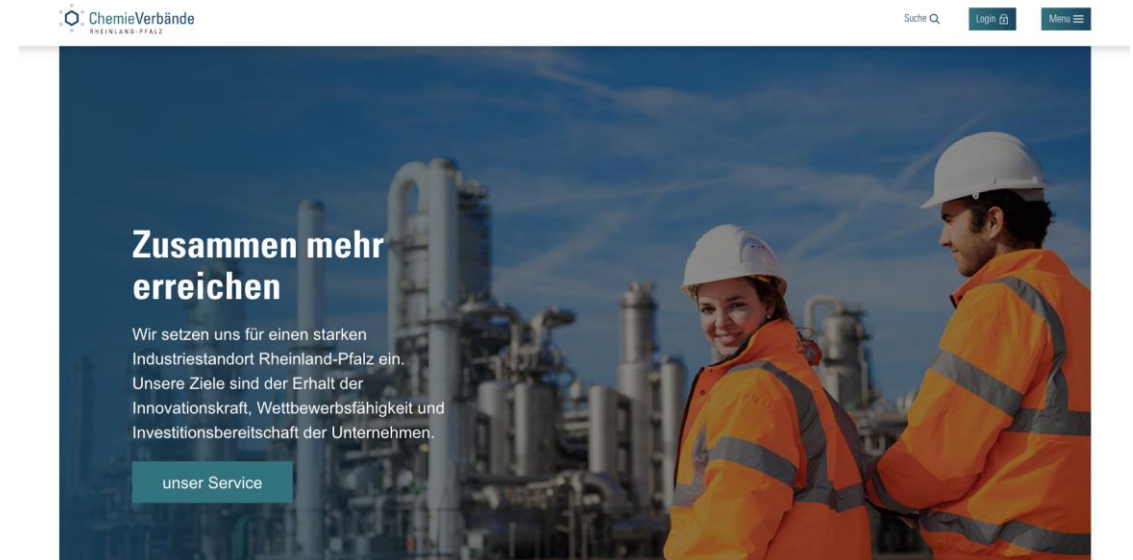
Polarisierung und gesellschaftlicher Druck stellen die Chemiebranche vor die Frage: Wie können demokratische Kompetenzen gestärkt und sichtbar gemacht werden?

Strategie und Umsetzung

Beauftragung einer branchenspezifischen Studie zur Demokratiekompetenz – mit Fokus auf Kommunikation, Führung und Unternehmenskultur. Ziel: konkrete Handlungsempfehlungen für Mitgliedsunternehmen.

Ergebnisse

Veröffentlichung geplant für Q3 2025 – mit anschließender Umsetzungshilfe im Verband.



Aktuelles



Demokratie im Arbeitsalltag verankern

IW Medien – Interne Kommunikation für einen Mittelständler

Ausgangssituation:

Ein gutes Miteinander braucht mehr als Prozesse:
Es braucht Werte wie Respekt, Fairness und Vielfalt.
Doch die interne Kommunikation steht vor der
Herausforderung, diese Themen sensibel und wirksam
zu vermitteln – ohne Moralkeule, aber mit Klarheit.

Strategie & Umsetzung:

Was zählt, sind nicht Leitbilder an der Wand, sondern
das tägliche Miteinander. Demokratische Werte
werden durch konkrete Beispiele, Impulse und
Dialogformate Teil des Arbeitsalltags.
So entsteht ein offeneres Miteinander – als
Fundament für Zusammenarbeit, Innovation und
Veränderung.



So funktioniert's:

Interne Kommunikation kann mehr als informieren.

Sie schafft Verbindungen, fördert Beteiligung – und macht Werte erlebbar.

Informieren:

leicht verständliche Einblicke in Regeln des Zusammenlebens

Involvieren:

Feedback, Quizformate, Umfragen und Mitmachaktionen

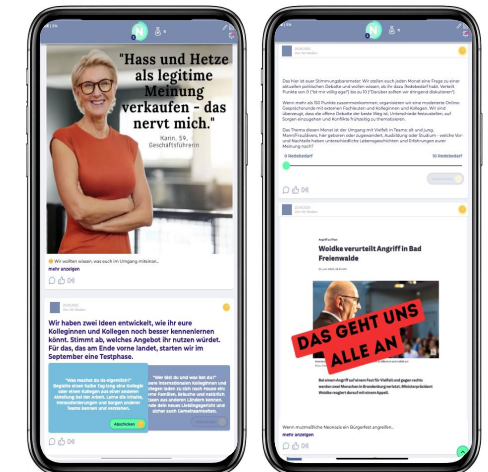
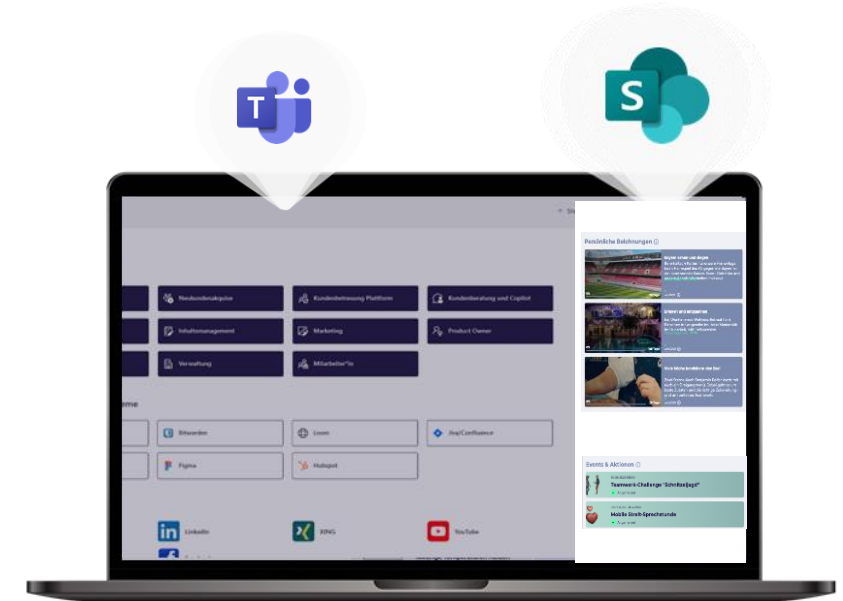
Motivieren:

positives Framing – Demokratie als Basis für gutes Miteinander

Anleiten:

einfache, situationsnahe Handlungsideen für den Arbeitsalltag

Kommunikation ist nicht Maßnahme, sondern Impuls.



(Pilotstart 2025)

Angebot des IW-Verbunds

Umfassende Bausteine für Demokratie-Kompetenz



GESELLSCHAFTS
FORSCHUNG
gGmbH

Studien & Analysen

Faktenbasierte
Analysen zum Umgang
mit gesellschaftlicher
Polarisierung und
Populismus



Fortbildungen

Maßgeschneiderte
Workshops zu
Werteorientiertes
Wirtschaften und
Führung



Coaching

Coaching zur Stärkung
demokratischer
Führungskompetenzen
und Kommunikation



Kommunikation

Entwicklung interner
Kommunikation,
Dialogformaten
und Kampagnen,
die demokratische
Kompetenz und
Kultur stärken

Demokratie-Kompetenz zahlt sich aus!

Wer heute investiert, gewinnt morgen – an
Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Zukunftssicherheit.

Eure Gedanken?
Eure Fragen?

Vielen Dank!

Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH

Postfach 10 18 63, 50458 Köln
Konrad-Adenauer-Ufer 21
50668 Köln

Telefon +49 221 4981-0
iwmedien@iwkoeln.de

Sämtliche Inhalte der vorliegenden Präsentation sind marken- und urheberrechtlich geschützt. Jegliche Nutzung, Verfremdung, Verbreitung oder Verwertung enthaltener Texte, Abbildungen oder Modelle bedarf der schriftlichen Zustimmung durch IW Medien.

Geschäftsführung: Axel Rhein, Dinah Erdmann, Sitz der Gesellschaft ist Köln, eingetragen im Handelsregister Köln HRB 1449 USt-IdNr: DE123052388

