Neue Allianzen für ein digitales Zeitalter

#BC4D
BUSINESS COUNCIL
FOR DEMOCRACY

Inhalt

Grußwort 5
Teilnehmende Arbeitgeber 6
Interview: Sarah Shiferaw, Institute for Strategic Dialogue 8
Reportage: Es kommt was in Bewegung 10
Interview: Markus Langer, Evonik Stiftung 14
Der BC4D: Zahlen, Daten, Fakten 16
Ein Programm, das wirkt: Die BC4D-Evaluation 18
Demokratie stärken im Unternehmen – aber wie? Eine Checkliste. 22
Medien 24
Nach der Schulung ist vor dem unternehmenseigenen Programm 28
Impressum 30

Der Business Council for Democracy hat rund 40 digitale und analoge Veranstaltungen gestaltet oder mitgestaltet, davon sechs Netzwerktreffen in Frankfurt, München, Hamburg, Essen, Stuttgart und Berlin.

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitglieder, Freunde, Förderer und Partner,

als im Frühjahr 2021 erstmals sechs Pilotunternehmen an den Kursen des „Business Council for Democracy" teilnahmen, musste noch genau erklärt werden, welches Ziel das Projekt verfolgte. Dass die Stärkung der Demokratie auch eine Aufgabe für Unternehmen sein könnte, noch dazu eine, die sich nicht in klassischem Mäzenatentum oder kommunalpolitischem Engagement in der Heimatstadt niederschlägt – das war neu. Demokratie im Unternehmen? Dabei dachten viele an Mitbestimmung oder Betriebsräte.

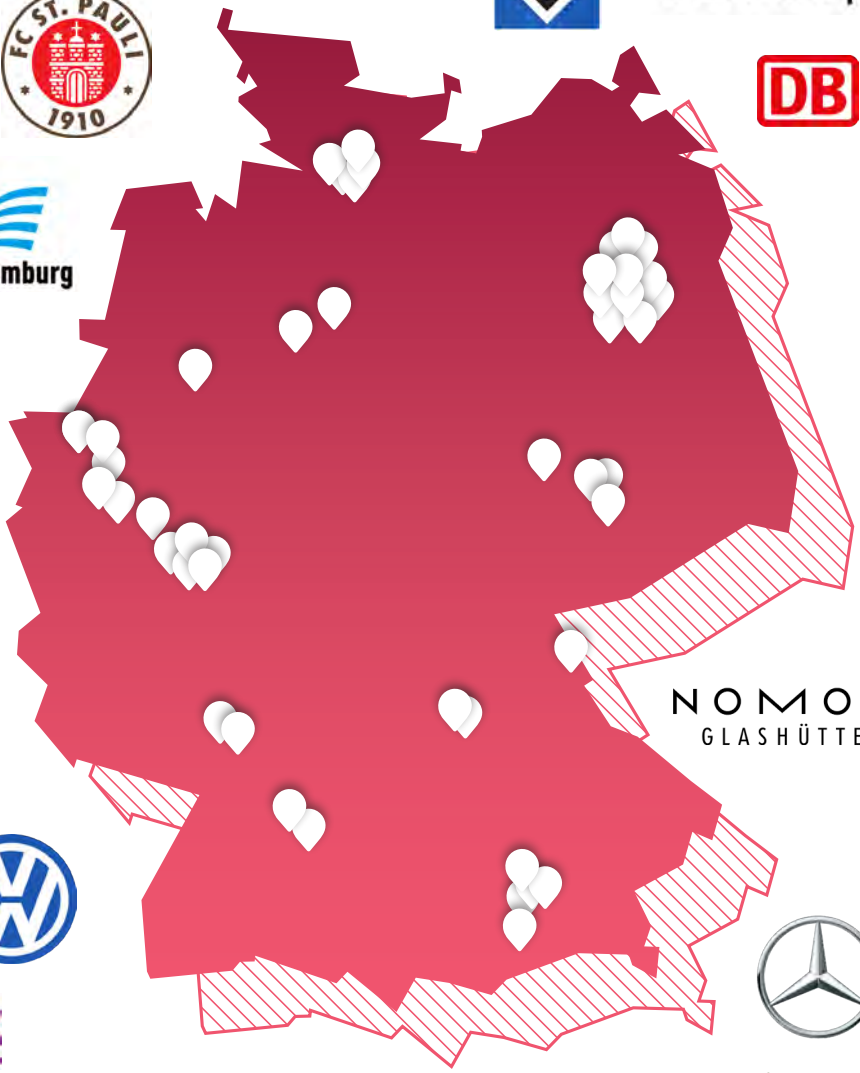
Im Wahljahr 2024 ist das anders. Nach den Pilotunternehmen Kion Group, Evonik Industries, Volkswagen AG, Nomos-Glashütte, UFA GmbH und Alba Group haben sich mittlerweile 140 Arbeitgeber an 200 meist achtwöchigen BC4D-Schulungen beteiligt, oft mehrfach. Viele Unternehmen starten zudem eigene Formate, wie die UniCredit in München mit einem Democracy Hub – einem Gesprächsformat für ihre Beschäftigten. Regionale Wirtschaftsbündnisse wollen mit Dialogformaten die Demokratie stärken, etwa in Worms, wo sich mehr als 30 Arbeitgeber mit ihren Betriebsräten vor der Europawahl für die Demokratie engagieren.

In kurzen Abständen entstehen zudem ganz unterschiedliche Initiativen wie etwa *Zusammenland*, die Kampagne großer Medienhäuser für Demokratie und Vielfalt. Den Grundgedanken, der die Gemeinnützige Hertie-Stiftung, die Robert-Bosch-Stiftung und das Institute for Strategic Dialogue seinerzeit umtrieb, teilen viele: Weil Arbeitgeber erwiesenermaßen viel Vertrauen bei ihren Beschäftigten genießen, haben sie auch besondere Möglichkeiten, etwas für die Demokratie zu tun (s. Checkliste Seite 22). Und: Weil sich am Arbeitsplatz unterschiedlich denkende Menschen treffen, können hier auch Fähigkeiten wie ein respektvoller Umgang mit Andersdenkenden und Pluralismus geübt und reflektiert werden. Das stärkt die gesamte Demokratie.

Der Business Council for Democracy wird sich in Zukunft noch stärker um eine Vernetzung der Akteure bemühen, die in seinem Themenbereich arbeiten. Gleichzeitig gilt allen großer Dank, die seine Entwicklung bisher ermöglicht haben: Förderern und Partnern, die regionale Events mit dem BC4D durchgeführt und beim Aufbau der Community geholfen haben. Vor allem aber den vielen Menschen, die in ihren Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Einrichtungen mit uns für die Demokratie eintreten.

Herzliche Grüße,
ihr BC4D-Team

Teilnehmende Arbeitgeber



BAYER
HHLA
Hapag-Lloyd
INEOS
CHARITÉ
UNIVERSITÄTSMEDIZIN BERLIN
KONECRANES
AOK PLUS
ver.di
SCHAEFFLER
mainova
ALBA Group
LAT
share
EWE
Leipziger
Verkehrsbetriebe
VCI
OPER
LEIPZIG
ALLIANCE
AUTOMOTIVE GROUP
KION
GROUP
sdw
Stiftung der Deutschen Wirtschaft
Wir stiften Chancen!
KASSECKER
ROBERT KOCH INSTITUT
GlobalFoundries
HELM
LichtBlick
SAP
NATIXIS
forto
HOCHTIEF
COMMUNICO
Stadtwerke
Düsseldorf
Bayern LB
WÜRTH ELEKTRONIK
Lufthansa
Boehringer
Ingelheim
Diakonie
Hochfranken
finetech
STADT HOF
covestro
otto group
ORAFOL
DAIMLER TRUCK
MUEHLMEIER
ENGINEERS OF BODYSHAPING
ZVEI
EDEKA
Continental
gsk
GlaxoSmithKline
UFA

SARAH SHIFERAW ist Senior Educator beim Institute for Strategic Dialogue und Trainerin für den BC4D. Ihr Ziel: den größten Mehrwert für die Teilnehmenden schaffen.

„Unternehmen tragen Verantwortung für die Demokratie“

Frau Shiferaw, wieviele Trainings haben Sie für den BC4D schon gegeben?
Ich habe in meiner Zeit im Programm in acht Staffeln Teilnehmende aus rund 30 Unternehmen geschult.

Wer sitzt da in den Online-Kursen vor Ihnen?
Das sind zum Teil Menschen, die sich, auch beruflich, schon mit dem Thema Demokratiestärkung befasst haben und dort Gefahren sehen. Sie setzen sich mit den Themen auf einer Metaebene auseinander. Andere sind im Netz direkt von Hass und Hetze betroffen. Wir haben aber auch Teilnehmende, die damit noch gar nichts zu tun hatten oder allenfalls im privaten Raum. Da ist etwa die Mutter während der Corona-Krise ein verschwörungsideologisches Milieu abgedriftet oder der Freund verbreitet Desinformation. Sie alle suchen nach Tools und Lösungen. Sie stellen sich die Frage, wie sie damit umgehen können, wollen vorbereitet sein für die nächste Diskussion oder ihre Familie und Freunde unterstützen.

Können Sie diese Tools liefern?
Wir liefern theoretische Kenntnisse und praktische Kompetenzen. Wir beschäftigen uns mit den wichtigen Fragen: Was bedeutet es, wenn wir von Verschwörungserzählungen sprechen? Wo beginnt das eigentlich? Was für Auswirkungen hat das? Was ist Desinformation? Wo beginnt Hass im Netz? Dann schauen wir: Was kann ich tun? Welche technischen Tools gibt es, wie funktionieren die? Wie kann ich zum Beispiel ein Bild überprüfen oder eine Quelle? Und dann geht es darum, wie ich in einer konkreten Gesprächssituation reagieren kann. Kommt Gegenrede in Frage? Wann ist das nicht mehr sinnvoll? Was kann ich alternativ tun?

Werden diese Themen innerhalb der Gruppen unterschiedlich diskutiert?
Ja. Ich würde sagen, dass Jüngere sensibilisierter sind, dass bei Ihnen die Toleranz des Sagbaren nicht ganz so groß ist wie bei älteren Menschen. Es stellt sich immer die Frage: Was wollen wir als Gesellschaft zulassen an Meinungsäußerung und wo würden Grenzen überschritten? Auch der Umgang mit der Technik unterscheidet sich. Unser Ziel ist es ja, auch stark die nicht so Jungen zu erreichen, die eben nicht mit Social Media und digitaler Technik großgeworden sind. Wir sehen da in den Kursen immer eine große Spannbreite und sehr unterschiedliche Kompetenzen – das aufzufangen und alle mitzunehmen, ist unser Anspruch.

Gibt es Unternehmen, in denen das einfacher ist als in anderen?
Ich würde sagen, es hat mit der Größe des Unternehmens zu tun: Sehr große Unternehmen haben natürlich andere Kapazitäten, für unsere Themen auch Stellen und Verantwortlichkeiten zu etablieren als sehr kleine. Es kommt auch darauf an, wie engagiert der Vorstand oder die Geschäftsleitung sind. Und ich muss sagen, dass ich gerade in ostdeutschen Unternehmen ein wahnsinnig starkes Engagement sehe. Man versucht dort auch in kleinen Unternehmen, sich mit den Themen Hassrede oder Desinformation auseinander zu setzen und die Mitarbeitenden zu schulen und zu sensibilisieren. Es gibt dort ein sehr starkes Bewusstsein, dass Unternehmen Verantwortung tragen, wenn es um die Bekämpfung demokratiegefährdender Phänomene geht.

Was ist die größte Herausforderung in Ihrer Arbeit für den BC4D?
Eindeutig die politische Entwicklung. Weil wir das Curriculum immer wieder anpassen und an dem orientieren, was gesellschaftlich debattiert wird. Erst gab es die Pandemie, dann kamen die Klimaproteste, schließlich der Angriffskrieg auf die Ukraine. Das sind wichtige Themen für die Teilnehmenden, also müssen wir immer wieder genau schauen: Was bewegt sie, was brauchen sie, womit schaffen wir für sie den größten Mehrwert?

Hand aufs Herz: Was können Sie in den Kursen ausrichten?
Wir machen keine Deradikalisierung, das ist nicht Ziel dieses Projekts. Wir wollen Menschen dabei unterstützen, sich gegen demokratiegefährdende Phänomene zu engagieren. Die Evaluation zeigt uns, dass das funktioniert. Es gibt Unternehmen, die eigene Strukturen für diese Themen schaffen. Uns wird zurückgemeldet, dass die Sensibilität steigt. Die Teilnehmenden schreiten bei Hassrede früher ein, schauen bei Kommentaren genauer hin und überlegen, wie sie reagieren können. Ich glaube schon, dass all das nicht nur Auswirkungen im Kleinen hat, sondern auch auf unsere gesellschaftliche Debattenkultur.

Was würden Sie sich für die nächsten Staffeln wünschen?
Ich denke über Module zum Thema Antisemitismus und Rassismus nach – also Themen, die gerade gesellschaftlich intensiv debattiert werden. Ich wünsche mir natürlich, dass die Unternehmen ihr Engagement weitertragen und unser Angebot noch niedrigschwelliger nutzbar wird. Dass die Angebote noch besser für Menschen passen, die ihren Arbeitstag nicht vor dem Computer verbringen, sondern vielleicht als Schichtarbeiter in der Industrie sind. Es wäre großartig, wenn wir diese Zielgruppe noch besser erreichen würden.

Es kommt was in Bewegung

Immer mehr Unternehmen wollen beitragen zur Stärkung der Demokratie. Zu den ersten, die tätig wurden, gehörten die BC4D-Pilotunternehmen.

Dass sie Fähigkeiten im Umgang mit Hassrede mal in ihrem Job brauchen würde: Darauf wäre Sandra Rathmann lange nicht gekommen. „Im privaten Umfeld hatte ich mit Kindern im Teenageraltern da schon Berührung, die bewegen sich ja sehr selbstverständlich im Bereich der sozialen Medien. Aber im Job war mir das Thema schlicht nicht präsent." Dennoch war die Betriebswirtin bei Bosch aufgeschlossen, als im Sommer für ein Projekt Teilnehmende gesucht wurden. Das Angebot: Teilnahme an einer Online-Schulung des BC4D, des gemeinsamen Schulungsprogramms gegen Hassrede und Desinformation der gemeinnützigen Hertie-Stiftung, des Institute for Strategic Dialogue und der Robert Bosch Stiftung.

Sandra Rathmann, Betriebswirtin bei Bosch

Die Sorge um das gesellschaftliche Klima wächst

„Das, was ich jetzt weiß, hätte ich gern schon viel früher gewusst." Ihr sei klargeworden, wie wichtig die Debattenkultur in Unternehmen sei, sagt Rathmann, „und wie entscheidend es ist, dass alle Mitarbeitenden sich klar positionieren und bei Hassrede deutlich einschreiten. Dass jemand sagt: „Stopp, hör auf damit!" Inzwischen ist Rathmann bei Bosch zuständig dafür, die BC4D-Inhalte in den Unternehmensalltag zu implementieren. Gemeinsam mit einer Kollegin treibt sie das Thema voran, bietet Workshops und Beratung, ermuntert Mitarbeitende aus allen Bereichen, an den Schulungen teilzunehmen. Erst im April 2023 hat sie eine Weiterbildung zur „Beauftragten für digitale Debattenkultur und Demokratie" gemacht - und ist froh, dass immer mehr Unternehmen erkennen, dass auch sie eine Verantwortung für das Klima im Land und den Zustand der Demokratie tragen. „Ich glaube, dieses Bewusstsein ist in den Branchen und Regionen unterschiedlich stark verwurzelt. Aber im Moment wächst es überall."

Bosch
Die Robert Bosch GmbH ist ein international führendes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen mit Sitz in Baden-Württemberg und weltweit rund 428.000 Mitarbeitenden. Beim BC4D ist Bosch seit Oktober 2021 Mitglied.

Mit klarer Haltung

Dass dem so ist, dafür ist die Entwicklung des BC4D ein guter Gradmesser. 2020 mit sechs Unternehmen als Pilotprojekt gestartet, gehören dem Netzwerk heute mehr als 140 Unternehmen an. Sie alle haben ihren Mitarbeitenden die Teilnahme an den Online-Schulungen ermöglicht und viele die darüber hinaus gehenden Weiterbildungen angenommen. Viele von ihnen finden eigene Wege, um die Inhalte selbst weiterzutragen und so auf verschiedenen Ebenen das Wissen um Desinformation zu mehren und die Handlungskompetenzen im Umgang mit Hassrede on- und offline zu vergrößern. Im ganzen Land hat das Thema Einzug in die Unternehmen gefunden. Während Evonik, Ineos, Nokia und SAP eigene Beauftragte zum Thema etabliert haben, haben VW und KION die Inhalte zum Bestandteil ihrer regulären Azubi-Ausbildungen gemacht. Die Leipziger Gruppe stellt eigene Lernvideos als dauerhaftes Angebot für Mitarbeitende und Auszubildende zur Verfügung. Es ist spürbar etwas in Bewegung gekommen.

Nomos Glashütte
Die Uhrenmanufaktur Nomos Glashütte hat ihren Sitz im sächsischen Glashütte. 1990 gegründet hat sie heute 220 Mitarbeitende und gehört zu den BC4D-Pilotunternehmen.

Wenn Judith Borowski über das Klima bei Nomos Glashütte spricht, dann hat sie mehr im Sinn als die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit der Betriebskantine oder der Parkplatzsituation. Es geht ihr dann um die großen Fragen. Um einen Umgang in Toleranz und Offenheit, um ein demokratisches Miteinander. Wer sich mit der Geschäftsführerin darüber unterhält, merkt schnell: Es ist ihr ernst. Und deshalb ist die Tatsache, dass Nomos Glashütte zu den sechs Pilotunternehmen gehörte, mit denen der BC4D an den Start gegangen ist, auch kein Zufall, sondern eine logische Folge ihrer Haltung.

Judith Borowski, Geschäftsführerin NOMOS Glashütte

Judith Borowskis Unternehmen befindet sich im sächsischen Glashütte, rund 30 Kilometer südlich von Dresden. Bei Nomos Glashütte werden Uhren gefertigt, in Handarbeit und hoher Qualität. Die Gebäude des Unternehmens sind über die Kleinstadt mit rund 6.600 Einwohnern verteilt, die so ticken, wie viele ostdeutsche Kleinstädte im ländlichen Raum eben ticken. Mit hohen Zustimmungsraten zu rechtspopulistischen oder rechtsextremen Positionen und deutlich weniger Vertrauen in Staat und Demokratie als anderswo. Es war deshalb nicht selbstverständlich, dass Nomos 2015, als im Zusammenhang mit der Flüchtlingskrise gegen eine geplante Flüchtlingsunterkunft demonstriert wurde, ein großes Transparent aufhängte, in dem sich das Unternehmen klar gegen rechtes Gedankengut und für Weltoffenheit positionierte.

Es gebe, davon ist Judith Borowski bis heute überzeugt, eine Verantwortung von Unternehmen für die Demokratie; sie seit existentiell dafür, „dass wir hier in diesem Land gut wirtschaften können“. Die Co-Geschäftsführerin musste deshalb nicht überzeugt werden, die Teilnahme am BC4D von der

ersten Staffel an war für sie eine Selbstverständlichkeit. „Wir hatten vorher in Eigenregie schon Veranstaltungen gemacht. Natürlich haben wir dann das professionelle Angebot gern genutzt, unseren Mitarbeitenden Experten-Schulungen etwa zu den Themen Desinformation oder Hassrede anzubieten." Bis heute ist Nomos Glashütte dabei, stellt Metallarbeiter, Uhrmacherinnen oder PR-Mitarbeitende wöchentlich eine Stunde frei, damit sie an den Kursen teilnehmen können. Und begründet immer wieder, warum das wichtig ist: „Wir wollen nicht wissen, welche Partei unsere Mitarbeitenden wählen, das geht uns nichts an. Aber wir wollen, dass sie sich bei Hass und Hetze im Internet wehren können", sagt Borowski. „Und natürlich geht es uns auch darum, dass wir alle gemeinsam in einen guten und respektvollen Austausch kommen. Heute geht kaum noch jemand zum Stammtisch, statt in den Sportverein geht man allein ins Fitness-Studio, Kirchen und Gewerkschaften spielen für viele keine Rolle mehr. Die Betriebe sind gewissermaßen die letzten Orte, an denen Menschen aus völlig unterschiedlichen Blasen, mit unterschiedlichen Bildungsabschlüssen und Meinungen aufeinander treffen. Hier wird Gesellschaft im Kleinen gelebt. Unternehmen sind auch ein bisschen Trainingscamps für Demokratie."

Lasse Osteneck, Strategic Planning & Executive Communications Specialist bei VW

Die großen Player sind dabei

Judith Borowski sagt, sie sei „unglaublich froh", dass sich immer mehr Unternehmen dem BC4D anschließen würden. „Ich finde es wirklich enorm wichtig, dass da so große Player wie die Lufthansa, VW, die Deutsche Bank oder BMW dabei sind - das zeigt, dass immer mehr Unternehmen sich ihrer Verantwortung bewusst sind und und dass es für dieses Bewusstsein eine breite Mehrheit gibt." Für Nomos Glashütte, mit insgesamt 220 Mitarbeitenden insgesamt eher klein, sei es als inhabergeführtes Unternehmen „sicher einfacher als für andere, wenn es darum geht, sich auch politisch klar zu positionieren. Da hat es ein angestellter Geschäftsführer in einem großen Konzern oft schwerer." Umso dankbarer sei sie, wenn sie sehe, wie es in großen Unternehmen wie etwa VW gelinge, die Inhalte des BC4D fest zu etablieren: „Das ist ein riesiger Erfolg des Programms."

Volkswagen
Die Volkswagen AG beschäftigt weltweit rund 200.000 und in Deutschland 120.000 Mitarbeitende. Zum Volkswagen Konzern gehören mehr als 675.000 Mitarbeitende. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Wolfsburg gehört zu den BC4D-Pilotunternehmen.

Wenn Judith Borowski über VW spricht, hat sie dabei Menschen wie Lasse Osteneck im Kopf. Die Geschäftsführerin und der Strategic Planning & Executive Communications Specialist beim Wolfsburger Konzern kennen sich sich seit geraumer Zeit. Sie verkörpern die unterschiedlichen Wege, die das Programm gehen kann. Wirkt Judith Borowski bei Nomos Glashütte aus der Geschäftsführung in ihr Unternehmen, treibt Lasse Osteneck seit Programmstart eine Graswurzelbewegung voran. Zwei Wochen Zeit habe er zum Start gehabt, um 20 Teilnehmende zusammenzubekommen, erinnert

sich Osteneck, und dann sehr schnell gemerkt, „dass das Programm wirklich einen Nerv trifft“. Dass zwei Stiftungen dafür gesorgt haben, dass mit Hilfe renommierter Experten ein umfassendes Curriculum erstellt und dieses den Unternehmen kostenlos angeboten wurde und wird, sei ein ideales Procedere: „Das macht den Einstieg sehr leicht, weil die wichtige Vorarbeit schon geleistet wurde. Die Hürde für solche Dinge ist viel höher, wenn Unternehmen erst einmal selbst Geld in die Hand nehmen und Zeit freischaufeln müssen.“

Spürbare Veränderung dauert – aber sie passiert

Der Wunsch, die BC4D-Angebote für den Konzern anzupassen, sei schnell gewachsen. „Uns war klar: Selbst wenn wir 20 Leute in jede Staffel schicken, haben wir insgesamt immer noch 676.000 Mitarbeitende insgesamt im Konzern – und wenn wir wollen, dass wir so viele wie möglich von ihnen erreichen, müssen wir uns etwas einfallen lassen.“ So ein Konzern sei manchmal langsam, sagt Osteneck, „und wenn man neue Dinge etablieren will, wird in der Konzernlogik immer erst einmal gefragt, ob es dafür Personal und Geld gibt - und dann wandert auch der tollste Masterplan für ein paar Jahre in die Schublade. Das wollten wir nicht und haben deshalb bewusst entschieden, mit einem ganz kleinen Freiwilligenprojekt zu schauen, wie weit wir kommen.“ Inzwischen gebe es eigene Workshops und Diskussionsveranstaltungen, einen Werkzeug- und Methodenkoffer - und einen guten Bekanntheitsgrad des Teams im Unternehmen. Der Trick dabei? „Wenn jemand zu mir kommt und tätig werden möchte, frage ich ganz pragmatisch und konkret: Wo haben Sie persönlichen Schmerz zu einem bestimmten Thema, sei es Desinformation, sei es Hassrede bei Ihnen in der Belegschaft? Was sind Ihre Kanäle, die wir einbeziehen müssen?“ Dann könne ein konkretes Angebot gemacht werden - für die Bedarfe der Community Manager genauso passgenau wie für die Mitarbeitenden in der Produktion oder im Marketing. Inzwischen gehören Themen wie Hassrede oder Desinformation auch zu den Angeboten der Volkswagen Group Academy, der unternehmseigenen Weiterbildungsinstitution. Sie werden auch routinemäßig in den Grundlagenseminaren der Auszubildenden besprochen, gehören genauso zu den Schulungen, die alle Ausbildungsbeauftragten absolvieren, und zur Schülerakademie des Konzerns.

Wie all das nach inzwischen vier Jahren auf die Unternehmenskultur wirkt? Osteneck lässt die Frage einen Moment lang sacken. „Wir haben dazu natürlich keine empirische Erhebung. Und bei mehr als 120.000 Menschen im Unternehmen allein in Deutschland muss schon viel passieren, damit man eine Wirkung messen kann. Aber ich bekomme immer wieder die Rückmeldung, dass wir den Leuten mit den Workshops und anderen Angeboten eine wirkliche Hilfe sind und dass wir inzwischen im Konzern wirklich Sichtbarkeit erreicht haben. Wirklich spürbare Veränderung dauert Jahre. Aber ich bin mir ziemlich sicher, dass wir dabei auf einem guten Weg sind.“

MARKUS LANGER, Geschäftsführer der Evonik Stiftung, über seine Erfahrungen mit dem BC4D und warum Unternehmen in der Verantwortung stehen, etwas gegen die Ausbreitung von Hassrede, gezielter Desinformation und Verschwörungserzählungen zu tun.

„Der Austausch im Netzwerk ist wertvoll“

Evonik gehörte zu den ersten Unternehmen in Deutschland, die beim BC4D mitmachen, inzwischen haben Sie ein halbes Dutzend Kurse belegt. Warum engagiert sich das Unternehmen so stark für gesellschaftliche Belange?
Uns überzeugt die inhaltliche Analyse, die der Business Council for Democracy vorgenommen hat: Nämlich, dass Verschwörungsmythen und Desinformationen – vor allem online – die große Herausforderung für liberale Demokratien in unserer Zeit sind. Wir halten es wie der BC4D außerdem für wichtig, die Zivilgesellschaft in die Pflicht zu nehmen und die Arbeitgeber zu ermutigen, sich zu engagieren. Unser Vorstandsvorsitzender Christian Kullmann hat erst kürzlich gesagt: „Es gibt kein Wirtschaftsunternehmen außerhalb der Gesellschaft.“ Das bedeutet, dass Unternehmen eine Mitverantwortung haben für die gesellschaftliche Entwicklung in ihrem Land.

Wie setzt Evonik das Programm im Haus konkret um?
Unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen können sich für das Programm bewerben. Wir starten im Intranet eine Ausschreibung für die interaktiven Schulungen des Business Council for Democracy. Pro Staffel stehen 20 Plätze zur Verfügung, die wir möglichst repräsentativ vergeben. Das bedeutet, wir berücksichtigen Geschlecht, Alter, Standort und Art des Arbeitsplatzes, also ob jemand eher im Büro tätig ist oder in der Produktion.

Es handelt sich um ein freiwilliges Programm für Ihre 20.000 Mitarbeitenden in Deutschland. Wie erreichen Sie diejenigen, die sich selbst nie bewerben würden, das Wissen aber vielleicht gut gebrauchen könnten?
Das ist natürlich eine Herausforderung. Wir halten es für keine gute Idee, Menschen dazu zu zwingen, das Programm zu absolvieren. Wer nicht die Offenheit mitbringt, dazuzulernen, zieht nur die ganze Gruppe runter. Wir konzentrieren uns darauf, die Starken zu stärken – also diejenigen, die bereit sind, am Arbeitsplatz oder in ihrem persönlichen Umfeld für die Demokratie einzustehen.

Wie ist die Resonanz der Mitarbeitenden, die sich bei dem Programm des BC4D mit Hassrede, Desinformation und Verschwörungserzählungen im Netz beschäftigen?
Die Resonanz ist sehr gut, das Programm ist für die meisten wirklich ein Augenöffner in Sachen Medienkompetenz. Viele erfahren erstmals, wie trickreich Fake News heutzutage eingesetzt werden, und dass sie selbst die Möglichkeit haben, den Wahrheitsgehalt einer Infor-

mation oder auch eines Fotos im Netz zu überprüfen. Da gibt es viel Handwerkszeug, das vermittelt wird. Der Erfolg einer Schulung hängt natürlich stark von den Referentinnen und Referenten ab. Je mehr ein Referent über das weiß, was er vermittelt, desto größer die Motivation der Teilnehmenden. Man muss wirklich sagen: Großes Lob an die Hertie-Stiftung und ihre Projektpartner. Sie haben immer exzellente Dozenten und Dozentinnen ausgesucht, da sind unsere Erfahrungen und Rückmeldungen sehr gut.

Können Sie bereits beobachten, dass sich die Erfahrung der Teilnehmenden in die Breite des Unternehmens vervielfältigt hat – oder ist es doch eher Einzelwissen?
Wir sind gerade dabei, mit unserem BC4D-Wissen eigene Kompetenz im Hause aufzubauen. Dazu gibt es beim Business Council for Democracy ein Train-the-Trainer-Konzept, durch das Mitarbeitende zu digitalen Experten für Debattenkultur und Demokratie weitergebildet werden. Wir haben mittlerweile mehrere Mitarbeiter, die daran teilgenommen haben und in der Lage sind, eigene Seminare zu dem Thema zu veranstalten. Sie waren zum Beispiel im Rahmen unserer „MUTausbruchtage“ im Einsatz, an denen sich jedes Jahr mehr als 400 Auszubildende mit der NS-Geschichte unserer Vorgängergesellschaften beschäftigen. Da bieten wir verschiedene Workshops an, und ein Workshop zu klassischen BC4D-Themen wurde von einem unserer eigenen Mitarbeiter gestaltet. Dadurch stärken wir das Thema Debattenkultur und Demokratieförderung bewusst über die jeweils 20 Mitarbeitenden hinaus, die an dem Programm teilnehmen.

Wie erleben Sie den Austausch mit anderen Wirtschaftsakteuren des BC4D, zum Beispiel bei den Netzwerktreffen?
Diese Kontakte sind sehr wichtig, weil sie uns neue Impulse geben. Wie gehen andere Unternehmen mit diesen Themen um? An welchen Stellen ist das Programm dort aufgehängt? Bei manchen ist es Teil der Kommunikation oder der Human Resources, bei anderen gehört es zur Compliance und zu den Juristen. Dadurch ergeben sich innerhalb der Unternehmen unterschiedliche Schwerpunkte, unter denen die Themen des BC4D behandelt werden können. Im Netzwerk entsteht dadurch ein bereichernder Austausch, auch zum Stimmungsbild in den anderen Unternehmen und damit natürlich auch zum Stimmungsbild deutschlandweit.

2020: Idee und Konzeption
Das ISD Germany, die Gemeinnützige Hertie-Stiftung (GHST) und die Robert Bosch Stiftung (RBSG) gründen ein gemeinsames Projekt, um Arbeitgeber in die Stärkung der Demokratie einzubinden. Sie entwickeln ein Curriculum für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, um ihre digitalen Medienkompetenzen zu trainieren.

Frühjahr 2021: Start der Pilotphase
Sechs Pilotunternehmen (Alba Group, Evonik Industries, die Kion Group, Nomos-Glashütte, UFA und VW AG) testen das Curriculum als Online-Schulung mit bis zu 20 Mitarbeitenden pro Unternehmen.

Oktober 2021: Erste Schulungsstaffel
unter anderem mit Akquinet, Bosch, dem Bundespresseamt, Deutsche Bahn, Evonik Industries AG, Nokia, Nomos Glashütte, Stadtwerke und der Volkswagen AG.

Dezember 2021: Digitales Netzwerktreffen
aufgrund von Covid-Restriktionen. Zu Gast: Bundesgesundheitsminister Karl Lauterbach.

Februar 2022: Zweite Staffel
unter anderem mit der Bertelsmann Stiftung, Jugend debattiert, der Mercedes Benz Group, der Otto Group und der Sparda-Bank Berlin eG.

März 2022: Digitale Veranstaltung
mit Renate Künast zum Thema Hass gegen Frauen im Netz.

April 2022: Erstes physisches Netzwerktreffen
in Berlin.

Mai 2022: Dritte Schulungsstaffel
unter anderem mit AOK Plus, Boehringer Ingelheim, der Charité, INEOS, SAP, Schaeffler und Trumpf.

Juni 2022: Veranstaltung gemeinsam mit Wirtschaft für ein weltoffenes Sachsen
in der Gläsernen Manufaktur in Dresden. Zu Gast war u.a. Carsten Schneider, Ostbeauftragter der Bundesregierung.

Juli 2022: Netzwerktreffen in Berlin
bei der Robert Bosch Stiftung. Die stellvertretende Regierungssprecherin Christiane Hoffmann gibt Einblicke, wie die Bundesregierung gegen Desinformationen kämpft.

September 2022: BC4D Leadership Roundtable Demokratie
Führungskräfte im Gespräch mit Chef des Bundeskanzleramts Wolfgang Schmidt im Hotel Adlon.

September 2022: BC4D auf dem BDA-Arbeitgebertag
Elisabeth Niejahr spricht auf einem Panel darüber, wie wichtig es ist, dass Unternehmen sich für die Demokratie engagieren.

Oktober 2022: Vierte Schulungsstaffel
unter andere mit Airbus, Fraport, GlobalFoundries, Glaxo Smith Kline, Mercedes Benz Group und TUI (bzw. Robinson).

Oktober 2022: Veranstaltung in Hof
gemeinsam mit „Demokratie leben! In der Mitte Europas“, mit einer Rede von Ilse Aigner.

Oktober 2022: Verleihung des Medienpreises Digitale Aufklärung – BC4D Sonderpreis zu „Desinformation“.

November 2022: Netzwerktreffen in Stuttgart
mit dem Finanzminister des Landes Baden-Württemberg Danyal Bayaz.

Februar 2023: 5. Schulungsstaffel
startet unter anderem mit der Daimler Truck AG, Dürr, gematik, der Gemeinde Erzhausen, der Helmholtz Gemeinschaft, Lufthansa und Würth Elektronik.

März 2023: Netzwerktreffen in Essen
Es wird diskutiert, welche Rolle die Wirtschaft bei der Stärkung des demokratischen Miteinanders einnimmt. In einer inspirierenden Keynote ruft Dr. Aylin Karabulut Unternehmen dazu auf, sich ehrlich und konsequent für Vielfalt und Teilhabe einzusetzen.

April 2023: Gemeinsame Veranstaltung mit der Bertelsmann Stiftung im Rahmen der Stiftungswoche in Berlin
Zum Thema „Mit Grüßen aus Moskau – Desinformation und Destabilisierung der Demokratie im Zuge des Kriegs in der Ukraine“ diskutierten wir mit der stellvertretenden Regierungssprecherin Christiane Hoffmann, der Journalistin, Politologin und Historikerin Dr. Susanne Spahn sowie der Sozialpsychologin Pia Lamberty.

Mai 2023: Start der 6. Schulungsstaffel
mit einem Fokus auf den Ausbau des Hamburger Netzwerks. Start der Kooperation mit der ZEIT Stiftung Bucerius, die gemeinsam mit uns die Initiative „Mut zur Gegenrede – Hamburger Unternehmen für eine starke Zivilgesellschaft“ ins Leben gerufen hat.

Juli 2023: Netzwerktreffen in der Bucerius Law School
Keynote von Dr. Julia Ebner vom ISD. Paneldiskussion zum Thema Hass im Netz mit Julia Ebner; Marieke Patyna, Chief Strategy, People & Sustainability Officer, HSV; Kübra Gümüşay, Autorin und Netzaktivistin; und Dr. Felix W. Zimmermann, Medienrechtsexperte, Legal Tribune Online.

August 2023: Evaluation
Die wissenschaftliche Evaluation der ersten vier BC4D-Staffeln durch den Sozialwissenschaftler Professor Tim Engartner (Universität zu Köln) belegt: Der BC4D wirkt - und erfüllt die Erwartungen von Unternehmen und Teilnehmenden. Der BC4D leiste einen für eine wehrhafte Demokratie „überaus bedeutsamen Beitrag“.

Oktober 2023: Start 7. Schulungsstaffel
unter anderem mit der Bayer SB (Partner der Diversity Konferenz), Bfw (Diakonie Michaelshoven Berufsförderungswerk Köln), Bonprix, Continental (Azubis), DIHK (Deutsche Industrie- und Handelskammer) und dem Verband Deutscher Unternehmerinnen.

November 2023: Netzwerktreffen in Frankfurt am Main
in Kooperation mit der Deutschen Bank und der Alfred Herrhausen Gesellschaft thematisierten wir die Rolle von KI im Superwahljahr 2024.

Im Sommer 2023 wurde das Programm durch den Sozialwissenschaftler Professor Tim Engartner (Universität zu Köln) evaluiert. Dafür wurden sowohl Teilnehmende, Trainerinnen und Trainer als auch die Programmpartner befragt.

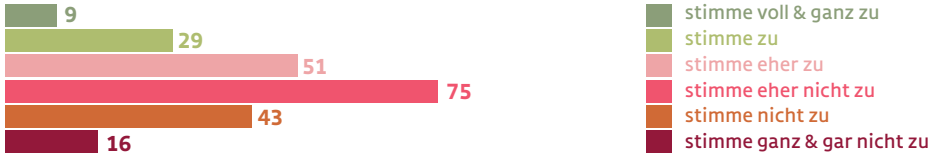
> *„Tatsächlich hat das Programm ein Umdenken bewirkt. Ich habe lange geglaubt, dass ich den Gegenüber ohnehin nicht von seiner Position abbringen kann, aber mittlerweile würde ich mich schon allein äußern, um mich mit den Betroffenen zu solidarisieren."*

Nahezu alle Teilnehmenden (bis zu 99 % in Staffel 3) würden den Kurs „in jedem Fall" oder „tendenziell" Kolleginnen und Kollegen empfehlen. Nach Abschluss des Programms schätzen die Teilnehmenden ihre Kenntnisse zu Hassrede (zwischen 96 % und 98 %), Desinformationen (zwischen 93 % und 98 %) und Verschwörungserzählungen (zwischen 91 % und 97 %) als „gut" oder „hervorragend" ein. Dieser Anstieg von durchschnittlich 35 Prozentpunkten ist beachtlich, zumal vier von fünf Teilnehmenden angeben, dass sie ein Verständnis von digitaler Bürgerkultur gewonnen hätten. Sowohl die Befunde aus der quantitativen Erhebung wie auch die per Interviews gewonnenen Rückmeldungen zeigen, dass den Teilnehmenden erfolgreich Möglichkeiten vermittelt werden konnten, sich und andere vor Hassrede, Desinformationen und Verschwörungserzählungen im Netz zu schützen. Dass bis zu 63 % der Teilnehmenden (Staffel 4) schon vor der Teilnahme an dem Programm die Aussage trafen, den Kurs auch außerhalb der Arbeitszeit besuchen zu würden, lässt ebenfalls positive Rückschlüsse auf die Akzeptanz des Angebots zu.

Wirkung des Programms

Vor der Schulung

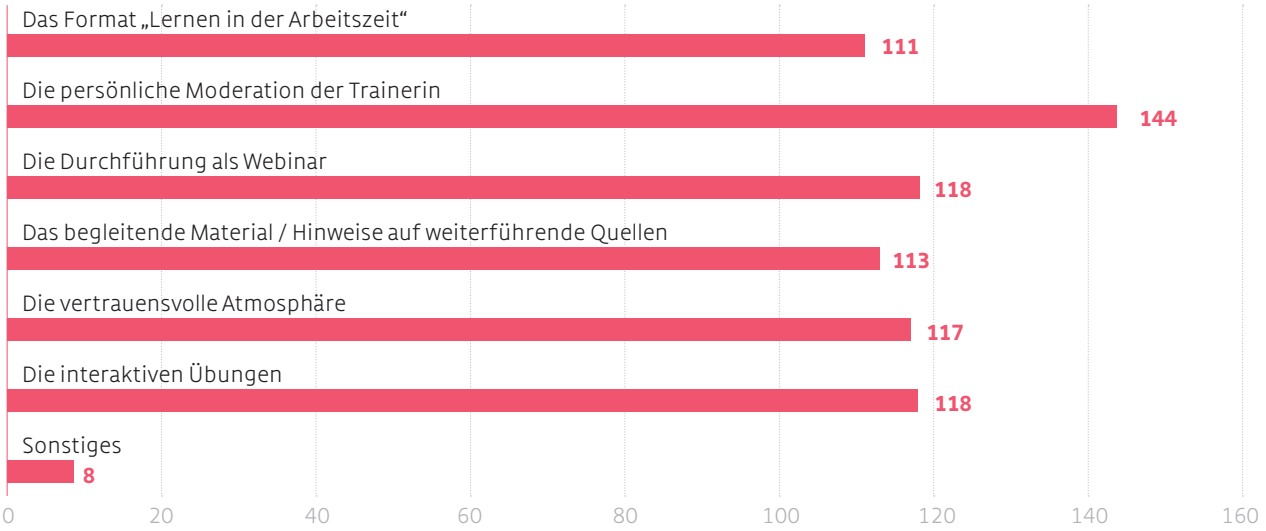
Deutlich über die Hälfte der Teilnehmenden sagt, dass sie über wenig bis keine Kenntnisse hinsichtlich Hassrede (60 %), Desinformationen (58 %) und Verschwörungstheorien (55%) verfügt



Nach der Schulung

Die Teilnehmenden schätzen ihre Kenntnisse zu Hassrede (96 %), Desinformationen (93 %) und Verschwörungserzählungen (91 %) als „gut“ oder „hervorragend“ ein.

Positive Aspekte



Was hat Ihnen an der Schulung gut gefallen? (Mehrfachnennungen möglich) I | Quelle: Institute for Strategic Dialogue (2022): Dossier Evaluation Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Abschluss der BC4D-Staffel 2.

Fazit von Teilnehmenden:

Andreas Doehring, der als Senior IT Consultant bei SAP tätig ist, betont, dass die Existenz des Programms schon der größte Vorzug sei und hebt weiterhin hervor, dass dadurch „Teilnehmende nun ermutigt worden sind, Verschwörungstheorien und Hassreden im Netz aktiv zu begegnen". Im Rahmen der vom BC4D evozierten Handlungsabsichten erwähnt er auch den emotionalen Wandel von Hilflosigkeit hin zu „verhaltenem Optimismus". Ähnlich wie andere Teilnehmende spricht er über den organisatorischen Vorzug der Veranstaltungseingliederung in die Arbeitszeit und artikuliert in dem Zuge auch seine Präferenz für das Online-Format. Mit Blick auf die zukünftige Ausgestaltung des Programms wünscht er sich, dass „noch sehr viel mehr Unternehmen und damit Menschen erreicht" werden. Zudem sähe er es gerne, wenn den Veranstaltungen mehr Zeit eingeräumt würde, da er diese als „zu stark komprimiert" wahrgenommen hat.

Frank Peter, Chief Information Security Officer und Vorsitzender des Betriebsrates der Leipziger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft, zeigt sich überaus zufrieden mit dem Programm und sagt, dass dieses „den Nerv der Zeit" treffe. Es helfe dabei, die „Unternehmensleitlinien und die Nachwuchsrekrutierung neu aufzustellen." Ferner stellt er die besondere Expertise der Dozierenden und das sehr angenehme Gruppenklima als Pluspunkte heraus: „Es herrschte von Beginn an ein großes Vertrauensverhältnis." Einen Verbesserungsvorschlag unterbreitet er mit Blick auf den zeitlichen Umfang des Seminars. Neben der „zu knapp bemessen[en]" Zeit wäre aus seiner Sicht eine ausführlichere einführende Vorstellung der Social Media-Plattformen sinnvoll. Bezüglich des Formats bezeichnet er „die Symbiose aus digitalen Veranstaltungen verbunden mit Präsenzterminen" als „extrem gelungen".

Sara Gärtner studiert an der DHBW Stuttgart dual BWL-Dienstleistungsmanagement und ist in diesem Rahmen bei Nokia Solutions und Networks GmbH tätig. Im Einklang mit den Stimmen anderer Teilnehmender zeigt sie sich sehr zufrieden mit der Vermittlung von Grundlagen und weiterführenden Informationsmöglichkeiten. Insgesamt bewertet sie die Veranstaltung als „sehr zielführend und kurzweilig" und findet, dass „Interaktion in Form von Diskussionen und Austausch in Kleingruppen [...] sehr bereichernd" war.

AGVBANKEN #BC4D BUSINESS COUNCIL FOR DEMOCRACY ver.di

An die
- Mitgliedsunternehmen im Arbeitgeberverband des privaten Bankgewerbes (AGV Banken)
- Mitglieder der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) im privaten Bankgewerbe

Berlin, 1. Dezer

Sozialpartner-Initiative zur Demokratiestärkung
Bitte um Unterstützung und Mitwirkung

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

unsere Demokratie steht vor Herausforderungen. Krisen und Veränderungen verunsichern die Menschen. Im Internet und in den sozialen Medien haben Desinformation, Hassrede und Verschwörungserzählungen Konjunktur. Das kann zur Destabilisierung demokratischer Strukturen und Institutionen beitragen. Dem wollen wir entschieden entgegenwirken und bitten Sie dabei um Ihre Unterstützung und Mitwirkung.

Die Sozialpartner haben den grundgesetzlich verankerten Auftrag, die Wirtschafts- und Arbeitsbedingungen zu wahren und zu fördern. Dazu gehört, die Demokratie als Grundlage der sozialen Marktwirtschaft zu verteidigen und zu festigen. Der Arbeitgeberverband des privaten Bankgewerbes (AGV Banken) und die Fachgruppe Bankgewerbe der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) haben deshalb am heutigen Tag eine **Sozialpartner-Initiative zur Demokratiestärkung** ins Leben gerufen.

Dabei kooperieren die Sozialpartner mit dem **Business Council for Democracy** (BC4D, www.bc4d.org), der von drei Projektpartnern getragen wird: dem Institute for Strategic Dialogue (ISD, www.isdglobal.org), der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung (www.ghst.de) und der Robert Bosch Stiftung (www.bosch-stiftung.de). Der BC4D bietet kostenfreie Schulungen für Beschäftigte an, in denen sie mehr über die Ausbreitung von Hassrede, gezielter Desinformation und Verschwörungserzählungen erfahren und lernen, etwas dagegen zu tun. In acht einstündigen Schulungen werden Gruppen von jeweils 20 Beschäftigten von professionellen Trainerinnen und Trainern zu Fragen der digitalen Kommunikation geschult – interaktiv und anhand von konkreten Beispielen und Übungen.

Arbeitgeberverband des
Bankgewerbes e.V (AGV
Burgstraße 28
10178 Berlin
+49 30 5900112-70
service@agvbanken.de
www.agvbanken.de

ver.di - Vereinte
Dienstleistungsgewerks
Fachbereich Finanzdien
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin
+49 30 6956-0
info@verdi.de
www.verdi.de

Business Council for De
c/o Gemeinnützige Hert
Grüneburgweg 105
60323 Frankfurt am Mai
+49 69 66 07 56-0
info@ghst.de
www.bc4d.org

AGVBANKEN #BC4D BUSINESS COUNCIL FOR DEMOCRACY ver.di

Im Frühsommer 2023 haben Multiplikatoren der Sozialpartner im privaten Bankgewerbe die Schulungsreihe durchlaufen und als sehr professionelle und wertvolle Unterstützung empfunden. **Der AGV Banken und ver.di empfehlen deshalb den Geschäfts- und Personalleitungen und den Arbeitnehmervertretungen im privaten Bankgewerbe, den BC4D in ihren Unternehmen bekannt zu machen (bestenfalls mit gemeinsamer Kommunikation), möglichst viele Beschäftigte für die Teilnahme an den Schulungen zu motivieren und ihnen diese während ihrer Arbeitszeit zu ermöglichen.**

Darüber hinaus freuen wir uns, wenn Unternehmen dem Beispiel der Sozialpartner folgen und sich dem BC4D als Unterstützer anschließen – und damit auch dauerhaft ein Bekenntnis zur Förderung einer offenen und liberalen Demokratie abgeben. Je mehr Unternehmen sich beteiligen, desto stärker ist das Signal in die Gesellschaft.

Wenn Sie sich für die Teilnahme an den BC4D-Schulungen interessieren oder unsere Initiative anderweitig unterstützen wollen, wenden Sie sich bitte an **Sophia Becker**, Leiterin des BC4D in der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung (+49 30 220 5603-27, sophia.becker@bc4d.org).

Bei Fragen oder für den Austausch zum Thema kommen Sie gerne auch auf die Geschäftsstellen unserer Organisationen zu.

Helfen Sie mit, der großen Mehrheit der demokratisch gesinnten Menschen in unserem Land eine stärkere Stimme zu verleihen. Wir freuen uns über Ihre Unterstützung.

Mit herzlichem Dank und besten Grüßen

Dr. Thomas A. Lange	**Dr. h.c. Frank-J. Weise**	**Christoph Schmitz**
Vorsitzender	Vorsitzender	Bundesvorstandsmitglied
Arbeitgeberverband des privaten Bankgewerbes e.V.	Gemeinnützige Hertie-Stiftung	ver.di - Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft

Im Herbst 2023 haben der Arbeitgeberverband des privaten Bankgewerbes (AGV) und die Dienstleistungsgewerkschaft ver.di gemeinsam Pionierarbeit geleistet: Sie haben Führungskräfte in eine gemeinsame BC4D-Schulung entsandt und anschließend ihren Mitgliedsunternehmen die Teilnahme empfohlen. Für den Business Council for Democracy mit seinem Schwerpunkt bei digitaler und analoger Debattenkultur macht die Zusammenarbeit mit Tarifpartnern viel Sinn. Für eine starke Demokratie ist es wichtig, Meinungen Andersdenkender auszuhalten und einen Interessenausgleich mit ihnen herbeizuführen - das ist das Kerngeschäft von Tarifpolitik.

Demokratie stärken im Unternehmen – aber wie? Eine Checkliste.

Die Arbeitgeber, die sich dem BC4D angeschlossen haben, teilen eine Haltung: Sie wollen und können zur Stärkung der Demokratie beitragen. Das kann im Unternehmen in unterschiedlicher Weise stattfinden. Wie? Für die Orientierung gibt es eine BC4D-Checkliste mit den wichtigsten To dos:

Position beziehen
Unternehmen tragen eine Mitverantwortung für die Demokratie, weil auch sie gesellschaftspolitische Akteure sind. Es braucht daher eine klare Haltung gegen rassistische und menschenverachtende Positionen und das Bekenntnis zu einer demokratischen und gewaltfreien Debattenkultur - idealerweise aus der Geschäftsführung heraus und im gesamten Unternehmen verankert und gelebt.

Informationen zugänglich machen
Worum geht es, wenn wir über Hassrede, Desinformation und Verschwörungserzählungen sprechen? Wie lassen sich diese Phänomene erkennen, wie kann die Fähigkeit zur Gegenrede gestärkt werden? Dazu kann es Informationsveranstaltungen und Workshops geben - initial von externen Experten, zum Beispiel vom BC4D, langfristig auch aus der eigenen Expertise im Unternehmen heraus.

Inhalte verankern
Viele BC4D-Unternehmen bieten ihren Mitarbeitenden nicht nur die Teilnahme an den Workshop-Staffen an, sondern übernehmen Inhalte auch kontinuierlich für die interne Weiterbildung oder die Schulung der Auszubildenden. So werden Demokratiethemen und Kompetenzen für digitale Bürgerkultur dauerhaft in den Unternehmen etabliert.

Verantwortliche benennen
Themen können dann die größte Wirkung entfalten, wenn sie gut verankert sind und kontinuierlich vorangetrieben werden. Sinnvoll ist, im Unternehmen Verantwortliche zu benennen, die ein Auge darauf haben, wie eine gesunde Debattenkultur in allen Bereichen erreicht werden kann. Diese Beauftragten können im Austausch mit dem BC4D-Team Jours Fixes, Workshops, Seminare oder Fortbildungen für die Belegschaft anbieten.

Grenzen kommunizieren und durchsetzen
Sowohl in der internen wie der externen Kommunikation braucht es klare Regeln für den Umgang mit Hassrede: Wie wird moderiert, kommentiert oder geblockt? Wie ist der interne Umgang mit rassistischen Kommentaren oder diskriminierendem Verhalten? Wie finden Betroffene Schutz und Unterstützung?

Zeit oder Geld spenden
Engagierte Arbeitgeber haben schon immer Zeit und Geld für das demokratische Gemeinwohl gegeben. Nie gab es aber so viele verschiedene Möglichkeiten dafür: Vom Impact Investment über Crowdfunding bis hin zu Volonteerprogrammen für Beschäftigte kann ein Unternehmen viel tun, um mit modernem Mäzenatentum die Demokratie resilienter und krisenfester zu machen.

Vorbilder schaffen
Last but not least: Gute Führungskräfte sind eine Inspiration für ihre Teams – das gilt auch für Demokratiethemen. Vom ehrenamtlichen Engagement in der Kommunalpolitik bis zum Mäzenatentum etwa für Lesepatenprogramme können engagierte Chefs als Role Models eine Strahlkraft weit über ihren engeren Mitarbeiterkreis hinaus entfalten.

Wirkung entfaltet der BC4D nicht nur durch seine Schulungen und Veranstaltungen, sondern auch dadurch, dass Arbeitgeber intern rund um die neuen Angebote kommunizieren. Im Intranet, über Newsletter, Blogs oder Magazine erreichen sie damit teilweise Zehntausende in ihren Unternehmen. Ein Beispiel ist der Pharmakonzern Boehringer-Ingelheim: Hier wurde mit der Information zum BC4D-Kursangebot auch in die Problematik von Desinformation, Verschwörungserzählungen und Hate Speech eingeführt.

Comspace

Boehringer Ingelheim

CORPORATE NEWS

Hass und Desinformation in der digitalen Welt

Perlejewska,Marta (Corp Affairs) BICC-DE-I

Wenn vor unseren Augen etwas Ungerechtes geschieht, ist es selbstverständlich, dass wir eingreifen und damit Zivilcourage zeigen. Online sieht das oft anders aus. Hassrede und Beleidigungen im Internet lassen viele davor zurückschrecken, ihre Meinung öffentlich zu vertreten. Da ein respektvoller Umgang untereinander ein wichtiger Teil unserer Unternehmenskultur ist, wollen wir als Mitarbeitende von Boehringer Ingelheim auch in der digitalen Welt dazu beitragen, dass Meinungsaustausch konstruktiv und fair bleibt. Christian Kroneberg-Klein, Ethics & Compliance Officer, spricht mit uns über Hass im Netz, über Falschinformationen und darüber, wie wir online Verantwortung übernehmen können.

Christian Kroneberg-Klein, Ethics & Compliance Officer

Herr Kroneberg-Klein, diese Kommentare unter Social Media Posts von BI zeigen nur wenige, vergleichsweise harmlose Beispiele von bösartigen Kommentaren. Ist das schon mit Hassrede gleichzusetzen und wo fängt diese eigentlich an?

Ganz so harmlos sind diese Beispiele nicht, denn je nach Zielperson können solche Kommentare unterschiedlich empfunden werden und teilweise emotionale Folgen beim Empfänger haben. Eine einheitliche Definition für den Begriff Hassrede gibt es nicht. Die aufgeführten Beleidigungen sind eher mit Cybermobbing gleichzusetzen. Hassrede hingegen richtet sich tendenziell gegen ganze Personen- und Bevölkerungsgruppen, Ethnien oder Religionen. Darunter fallen unter anderem Sexismus, Rassismus und Antisemitismus. Ziel des Absenders ist es dabei, die entsprechenden Gruppen herabzusetzen oder auszugrenzen. Zum Glück kommt Hassrede auf unseren BI-Plattformen eher selten vor, aber vermutlich ist jeder Mitarbeitende im privaten Umfeld schonmal damit in Berührung gekommen. Und das hat oft Auswirkungen.

Inwiefern?

Hassreden vergiften den Dialog im Netz und sorgen dafür, dass sich weniger Menschen an Diskussionen beteiligen. Dies belegen auch einige Studien, aus denen hervorgeht, dass zahlreiche Menschen aus Angst vor aggressiven Reaktionen Standpunkte vorsichtiger formulieren oder eben gar darauf verzichten etwas zu posten oder zu kommentieren. Unsere demokratische Gesellschaft und auch unsere Unternehmenskultur, basiert aber unter anderem darauf, dass wir unseren Standpunkt vertreten, Wissen austauschen und sachliche Diskussionen führen – und das mit möglichst viel Beteiligung.

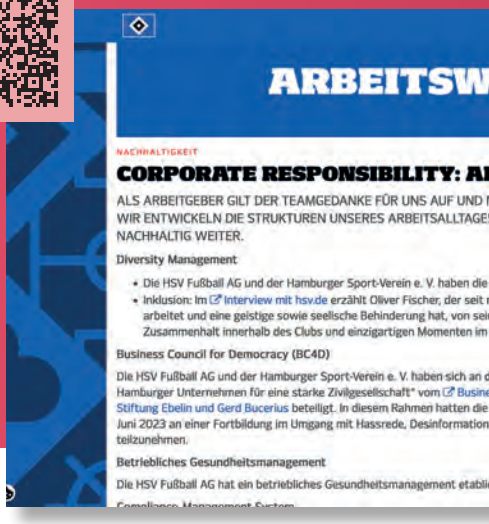
Laut einer Bevölkerungsumfrage der der Universität Leipzig gaben 42 Prozent der Befragten an, aus Angst vor Hassreden eigene Beiträge vorsichtiger zu formulieren oder ganz aufs Posten verzichten.

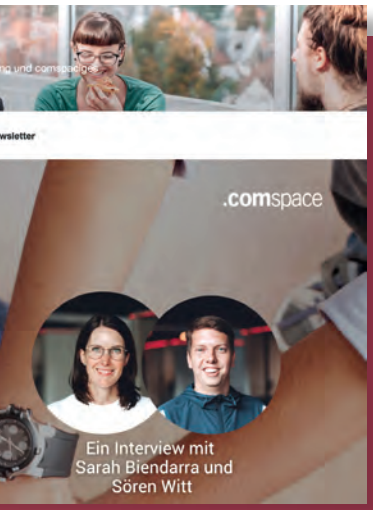
Was können wir konkret tun, wenn wir Hassrede begegnen?

Generell ist die beste Strategie zu Hass im Netz die Gegenrede. Häufig reicht schon eine simple Nachfrage oder ein "Ich sehe das anders." Unser Verhaltenskodex besagt, dass wir Kolleginnen, Kollegen und Dritte stets respektvoll behandeln und Solidarität zeigen. Dies beinhaltet auch, dass wir unangebrachte Kommentare, die sich gegen andere richten, nicht stillschweigend mitlesen, sondern Verantwortung füreinander übernehmen. Wenn man selbst nicht öffentlich aktiv werden möchte, gibt es die Möglichkeit, Posts zu melden. Für BI-interne Vorfälle haben wir hierfür unser Speak-Up Portal. Für unsere externen BI-Plattformen, Beispielsweise LinkedIn oder Twitter, sollten Hasskommentare und Beleidigungen immer an unser Channels and Engagement Team im Newsroom (hello@boehringer-ingelheim.com) gemeldet werden, welches solche Fälle nach klaren Kriterien beurteilt, ggf. löscht oder versteckt und öffentlich Stellung bezieht, wenn nötig.

Evonik

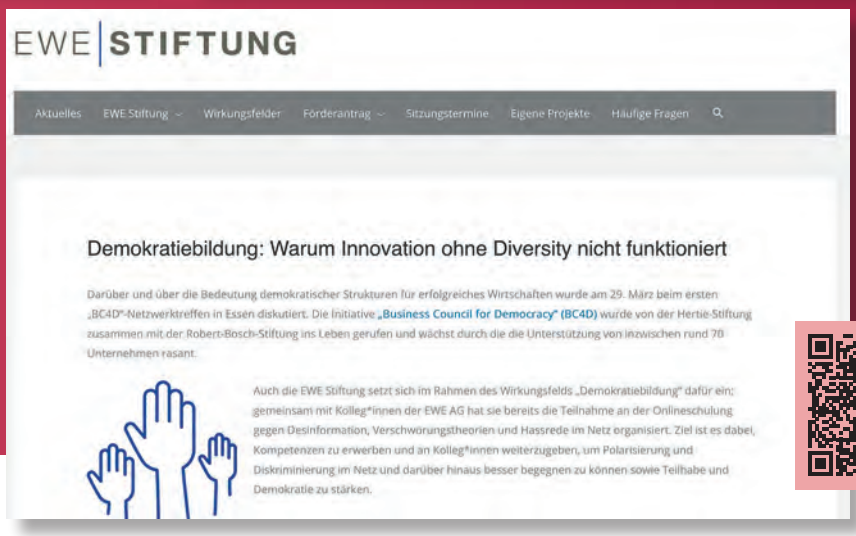
HSV





Akquinet

INEOS



EWE Stiftung

RHEINISCHE POST

Auch in NRW

Immer mehr Unternehmen kämpfen gegen rechte Hetze

Berlin · Mehr als 125 deutsche Unternehmen, darunter namhafte wie Evonik, DHL oder VW, stellen sich gegen Rechts: Sie haben sich einer Initiative angeschlossen, die Desinformation, Hetze und Verschwörungstheorien im Netz bekämpfen will. Wie das funktionieren soll.

03.03.2024 , 11:34 Uhr · 3 Minuten Lesezeit

Rheinische Post

New York Times

The New York Times | https://www.nytimes.com/2023/10/29/world/europe/businesses-civics-education.html

A New Place to Learn Civics: The Workplace

Fearing that rising distrust could spell doom for businesses, some companies are offering employees lessons in democracy.

By Melissa Eddy

Oct. 29, 2023

A peaceful end to the war in Ukraine. That was the wish behind a post that Simge Krüger made on LinkedIn in March.

In response, people began posting their wishes that her husband, father and brother be killed in combat. Seeing that she lived in Germany, they called her a Nazi.

"I was just talking about peace and I'm suddenly a Nazi," Ms. Krüger, a Turkish citizen who lives in Hamburg, said in an interview.

Weeks later, sitting in a workshop led by a pro-democracy organization, she came to understand what happened in that dizzying moment. The insults had nothing to do with her ethnic background or political leanings. The people targeting her comment were trying to whip up emotion and further polarize a world torn over issues like Russia's war in Ukraine, gender identity and climate change.

The best way to resist, she was taught in the class, was not by trying to explain her position or defend herself, but by asking probing questions.

e conspiracy theories usually just have one line of argumentation, but there's nothing behind it," she said. "When o their iceberg, you quickly realize that it has no depth."

from an eight-week program offered by her employer, Hays, a multinational recruitment firm with 3,500 ny. The company said the project dovetailed its own aim of strengthening democratic values and making their ilient.

veral hundred companies have taken part in such workshops, and similar classes are being held in other Western the United States. Businesses are finding they need to bolster their employees in the face of increasingly vitriolic inars on civics and democratic principles — such as the importance of voting or recognizing the dangers of piracy theories and hate speech — have become a way to ensure healthier relationships at the workplace, and in ddition, reports show that economic growth is higher in stable democracies, and liberal border policies allow skilled immigrants.

ring that Ms. Krüger took part in, Hays has trained more individual employees and incorporated elements of the ompanywide mandatory training, said Mimoza Murseli, a project coordinator for diversity and inclusion at Hays.

A demonstration led by a right-wing group in Germany in 2018. Dpa Picture Alliance/Alamy

Being schooled in how to recognize and respond to hate speech and misinformation has made employees more self-assured in doing their jobs, Ms. Murseli said.

"We gained confidence in standing our ground."

US Edition | The Pioneer | Log In | JETZT PIONEER WERDEN

Podcasts | Briefings | Graphics | Mehr | Suchen

Der Achte Tag | Abonnieren

Der 8. Tag

Demokratie lernen am Arbeitsplatz

Jan-Jonathan Bock über den Job als Trainingsort für demokratische Kultur

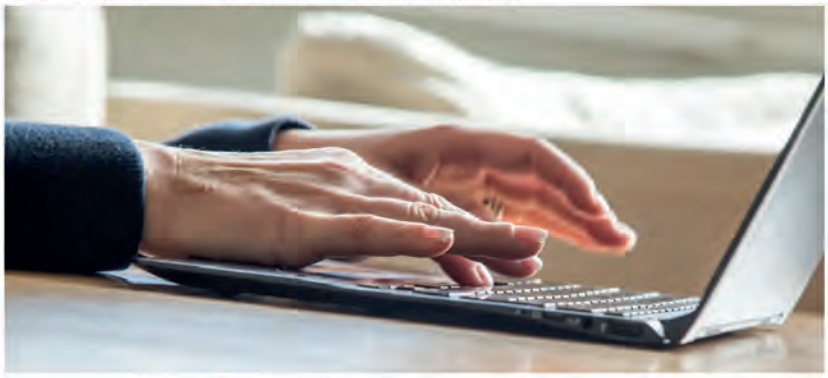
Podcast | 17:49 vom 14.01.2023

The Pioneer

tagesschau

Sendung verpasst?

Startseite › Wirtschaft › Unternehmen › Unternehmen schulen Mitarbeiter in Demokratie



HINTERGRUND "Business Council for Democracy"

Demokratie-Schulungen in Unternehmen begehrt

Stand: 29.02.2024 15:56 Uhr

Mit BC4D, dem "Business Council for Democracy", können Unternehmen ihre Mitarbeiter in Medienkompetenz und Demokratie schulen. Die angebotenen Kurse sind zunehmend begehrt.

Die Idee zu dem Projekt wurde schon vor ein paar Jahren geboren. 2020 überlegten sich Mitarbeiter der gemeinnützigen Hertie-Stiftung zusammen mit dem Institute for Strategic Dialogue (ISD) und der Robert Bosch Stiftung,

tagesschau.de

SPIEGEL Wirtschaft

Fake News am Arbeitsplatz

Aufklärung in der Mittagspause

Sie leugnen die Gefahr durch Corona oder hetzen gegen Flüchtlinge: Verschwörungstheorien und Populismus verbreiten sich oft über den Kollegenkreis am Arbeitsplatz. Ein neues Bündnis will nun gegensteuern.

Von **Christian Reiermann**
03.11.2020, 14.53 Uhr

Demonstration gegen Corona-Schutzmaßnahmen (im August in Dortmund) Foto: Anja Cord / Cord / IMAGO

Das Phänomen ist vielen Menschen von Familientreffen bekannt. Irgendwann

ANZEIGE

Der Spiegel

Nach der Schulung ist vor dem unternehmenseigenen Programm

Wie die BC4D-Partner die Inhalte des Programms in ihren Unternehmen verstetigen und weiterentwickeln

The business of business is business? Diesem alten Glaubenssatz des Ökonomen Milton Friedman mögen immer weniger Unternehmer folgen. Zu eindringlich ist die Erkenntnis, dass auch die Wirtschaft bedroht ist, wenn die Grundfesten der liberalen Demokratie angegriffen werden. Nach den Schulungen zu Hassrede, Desinformation und Verschwörungserzählungen soll deshalb nicht Schluss sein: Viele der Arbeitgeber, die Mitglied im BC4D-Netzwerk sind, arbeiten daran, Demokratiethemen und Kompetenzen für eine digitale Bürgerkultur dauerhaft in ihren Unternehmen zu verankern. Die Methoden, die dafür gewählt werden, sind so unterschiedlich wie die Unternehmen. Eine Auswahl.

Ansprechpartner im Team

Die Erfahrung zeigt, dass Themen vor allem dann weitergetragen werden, wenn es in den Unternehmen Menschen gibt, die sich dafür zuständig fühlen. Solche „Beauftragten für digitale Debattenkultur und Demokratie" (B3D) können in einer BC4D-Weiterbildung ausgebildet werden. Nach dem viertätigen Kurs sind sie in der Lage, Jour Fixes, Workshops, Seminare oder Fortbildungen anzubieten.
Bisher haben fast 80 Personen unsere Weiterbildung besucht aus 34 Unternehmen wie zum Beispiel **Boehringer Ingelheim**, **Deutsche Bank**, **Evonik**, **Fraport**, **Hays**, **SAP** und die **Telekom**.

Verankerung der Inhalte in Azubi-Programmen

Die politische Kultur eines Unternehmens sollte schon von Anfang an klar kommuniziert werden. Deshalb möchten Unternehmen wie **KION** und **Roche** die Inhalte der BC4D-Schulungen in ihren Azubi-Programmen verankern. Auch bei **Volkswagen** wird das praktiziert: Hier wurde ein internes Trainingsprogramm für die Auszubildenden entwickelt, für das Teilnehmende der Schulungen und B3D-Absolventen inhaltliche Inputs geben.

Bereitstellung von Material

Einige der Unternehmen haben sich entschieden, Materialien und Lernvideos der BC4D-Schulungen für ihre Mitarbeitenden im Intranet zur Verfügung zu stellen - etwa **Hays** und **Konecranes**.

Eigene Veranstaltungen

Viele Unternehmen haben nach absolvierten BC4D-Staffeln damit begonnen, eigene Formate zu den Themen Desinformation und Debattenkultur zu entwickeln - so etwa die **EWE Stiftung** und die **Robert Bosch GmbH**. **Nokia** hat einen Jour Fixe für die Absolventen der Kurse eingerichtet, bei denen es einen monatlichen Austausch zu relevanten Themen und Erfahrungen

gibt. Die **Leipziger Gruppe** plant regelmäßige Seminare und Workshops zu Themen digitaler Bürgerkultur sowie die Erstellung eigener Lernvideos für Auszubildende und Mitarbeitende.
Bei **Nokia** haben bisher drei Online-Sessions zu den drei Hauptthemen des BC4D stattgefunden, an denen jeweils etwa 250 Personen teilgenommen haben - von ca. 3.000 im Unternehmen. Dabei haben Mitarbeitende von ihren persönlichen Erfahrungen mit Hassrede, Desinformation und Verschwörungserzählungen berichtet, Fragen beantwortet und Handlungsempfehlungen gegeben. Die Sessions fanden in einem Interviewformat statt mit anschließender Möglichkeit für Fragen.
Begleitend zu den Schulungen hat **Hypovereinsbank - UniCredit - Deutschland** ein eigenes Format gelauncht: den Democracy Hub. Basierend auf dem Motto „Democracy is our business" finden hier regelmäßig hybride Events mit internen und externen Referenten zum Thema Demokratie statt, die Informationen vermitteln und Kolleginnen und Kollegen in den Austausch bringen sollen.

Auch wenn der BC4D zu den Pilotprojekten für Demokratieförderung in Unternehmen gehört: Die Anstrengungen, die im Moment unternommen werden, um demokratische Werte in der Kommunikation, im Umgang und auf allen Ebenen des gesellschaftlichen Lebens zu stärken, sind vielfältig.

- Verschiedene große Medienhäuser haben sich zusammengeschlossen und die Kampagne **#zusammenland** auf den Weg gebracht, die inzwischen von mehr als 500 Unternehmen (darunter auch viele BC4D-Netzwerkpartner), Stiftungen, Verbänden und Wissenschaftseinrichtungen unterstützt wird.
- Bisher mehr als 5000 Unternehmen haben die **Charta der Vielfalt** unterzeichnet, die sich zu einer offenen und vielfältigen Gesellschaft bekennt. Sie stellt einen Praxisleitfaden für den Einsatz für Demokratie & Vielfalt am Arbeitsplatz zur Verfügung, hat eine Online-Toolbox Antirassistische Bewusstseinsbildung entwickelt und ruft jährlich zur Diversity-Challenge auf und organisiert eine Fachkonferenz für Vielfalt in der Arbeitswelt.
- Die gemeinnützige Plattform **Phineo** hat Beispiele gesammelt, wie Unternehmen das gesellschaftliche Engagement ihrer Beschäftigten fördern können: in dem online bereitgestellten Ratgeber Corporate Volunteering.
- Der Politikwissenschaftler Karl-Rudolf Korte hat die „**Charta Wormser Wirtschaftsbündnis für Demokratie**" initiiert, der sich mehr als 30 führende Unternehmen der Region Worms angeschlossen haben. Alle Unterzeichnenden haben sich dazu verpflichtet, die Grundsätze der Charta aktiv zu unterstützen. Vor diesem Hintergrund werden engagierte Mitstreiterinnen und Mitstreiter aus dem Unternehmen zu Demokratiebotschafterinnen und Demokratiebotschaftern geschult.

Der BC4D ist eine Initiative von

www.bc4d.org

Redaktion: Dr. Susanne Kailitz-Kunz/lilazwei GmbH

Fotonachweise:
AGV Banken/Torsten Silz
Bertelsmann Stiftung
Isabel Reda
Tom Reindel
Zeit Stiftung Bucerius