

Nachbericht zur DNWE-Podiumsdiskussion ?Verantwortung für die liberale Demokratie ? Unternehmen in der Pflicht?? am 11. Dezember 2025

Verantwortung für die liberale Demokratie - Unternehmen in der Pflicht?
Online-Podiumsdiskussion | 11. Dezember 2025 | 16:00 - 18:00 Uhr

Claudia Oeking
Airbus Deutschland

Sylvia Pfefferkorn
Initiative für ein weltoffenes Sachsen e.V.

Prof. Dr. Stephan Grüninger
DNWE, Konstanz Institut für Corporate Governance

Dr. Andreas Möller
TRUMPF SE und Co. KG

Prof. Dr. Markus Scholz
TU Dresden

Patrick Späth
DNWE, HWCL
Compliance & Legal

dnwe DEUTSCHES NETZWERK WIRTSCHAFTSETHIK
EUROPEAN BUSINESS ETHICS NETWORK DEUTSCHLAND E.V.

Sind Unternehmen gefordert, sich aktiv für den Schutz der liberalen Demokratie einzusetzen? Wo liegen die Grenzen legitimen politischen Engagements und wie ist dieses rechtlich einzuordnen? Angesichts zunehmender politischer Polarisierung, wachsender populistischer Bewegungen und eines wachsenden Vertrauensverlusts in politische wie wirtschaftliche Institutionen stehen diese Fragen im Fokus aktueller Debatten. In unserer Online Podiumsdiskussion beleuchteten wir diese Fragen aus unterschiedlichen Perspektiven aus Praxis, Wissenschaft und Zivilgesellschaft.

Spannungsfelder unternehmerischer Verantwortung im gesellschaftlichen Diskurs]

Prof. Dr. Stephan Grüninger (Vorstandsvorsitzender des DNWE) eröffnete die Veranstaltung mit einer Einordnung des zentralen Spannungsfeldes zwischen parteipolitischem Engagement und unternehmerischer Verantwortung und betonte die Notwendigkeit einer begrifflichen wie normativen Klärung dessen, was unter Corporate Political Responsibility (CPR) zu verstehen sei. So verwies er auf das seit Jahren begrenzte Vertrauen der Bevölkerung in die Wirtschaft, insbesondere in Großkonzerne, wie es unter anderem der Edelman Trust Barometer dokumentiert. Vor diesem Hintergrund stelle sich die Frage, ob öffentliche, politische Stellungnahmen von Unternehmenslenkern tatsächlich die intendierte Wirkung entfalteten. Könne der Appell eines prominenten Unternehmers wie Reinhold Würth, seine Mitarbeitenden zur Ablehnung rechtsextremer Parteien aufzurufen, nicht möglicherweise gegenteilige Effekte hervorrufen und bestehende Skepsis gegenüber wirtschaftlichen Eliten eher verstärken als abbauen? Es sei zu unterscheiden zwischen parteipolitischem Engagement, welches demokratische Prinzipien untergraben könnte und einem Einsatz für den Schutz unserer freiheitlich demokratischen Grundordnung. Konkret gefragt: Sollte man sich mit der AfD und deren Vertretern persönlich an einen Tisch setzen und sich auseinandersetzen oder doch lieber gehörigen Abstand wahren? Prof. Dr. Grüninger verweist auf die Erfahrungen des Verbands der Familienunternehmer und deren Chefin Marie-Christine Osterman, die massiv angegriffen wurde, weil zu einem "Parlamentarischen Abend" auch AfD-Vertreter eingeladen wurden. Das Handelsblatt titelte "Die AfD spaltet die Wirtschaft". Diese von Prof. Dr. Grüninger skizzierten Spannungsfelder dienten damit als inhaltlicher Rahmen für die anschließenden Keynotes und Diskussion.

Keynote: "Wirtschaft mit Werten" - Prof. Dr. Markus Scholz]

In seiner Keynote stellte Prof. Dr. Markus Scholz (TU Dresden) die Frage nach der politischen Verantwortung von Unternehmen bewusst grundlegend. Ausgehend von aktuellen Beispielen, etwa dem Umgang deutscher Unternehmen mit Einladungen oder Kooperationen im Umfeld populistischer Parteien, problematisierte er das klassische wirtschaftsliberale Verständnis, nach dem sich Unternehmen auf Wertschöpfung, Arbeitsplätze und Steuern beschränken sollten ("the business of business is business"). Diese Arbeitsteilung, so Scholz, gerate in Zeiten tiefgreifender gesellschaftlicher Transformation an ihre Grenzen. Er plädiert dafür, dass sich Unternehmen für den Schutz der liberalen Demokratie konsistent und kohärent engagieren müssten, denn die Gefahr populistischer und extremistischer Bewegungen liege nicht primär in deren Programmen, sondern vielmehr in deren Herrschaftstechniken, wie die Einschränkung der Medienfreiheit und der Rechtsstaatlichkeit, Vereinnahmung des Staates, Klientelpolitik und Vetternwirtschaft sowie Unterdrückung der Zivilgesellschaft und Diskreditierung der Opposition. Kann man das als Unternehmen wollen? Unternehmen verfügten über erhebliche Rechte und Einflussmöglichkeiten und könnten sich daher nicht auf politische Neutralität zurückziehen. Demokratie brauche wachsame Akteure, auch aus der Wirtschaft. Untätigkeit könne zur stillschweigenden Komplizenschaft werden. Gleichzeitig warnte Scholz vor dem "Geist, den man aus der Flasche gelassen habe", einem CEO-Aktivismus im Sinne einer Gesinnungstyranei. Auch moralisch aufgeladene Top-down-Appelle von Top Managern ("von der Kanzel predigen") haben laut Studien bislang kaum positive Effekte. Stattdessen seien konsistente, kohärente und governance-seitig verankerte Formen des Engagements gefragt, etwa durch Mitbestimmung, Aufsichtsräte, Gewerkschaften und eine Stärkung bottom-up-orientierter Diskursformate.

Keynote: Rechtliche Aspekte der Political Corporate Social Responsibility - Patrick Späth]

Die Debatte wurde von Patrick Späth (DNWE-Vorstand, Rechtsanwalt und Partner, HWCL Compliance & Legal, Berlin) um eine juristische Perspektive ergänzt. Späth betonte, dass wir alle als Staatsbürgerinnen und Staatsbürger Verantwortung für die freiheitlich-demokratische Grundordnung tragen und es unsere Aufgabe sei, uns aktiv an der Willensbildung zu beteiligen. Aus verfassungsrechtlicher Sicht sei politische Teilhabe primär Bürgerinnen, Bürgern und Parteien vorbehalten. Unternehmen verfügten jedoch über Meinungsfreiheit und dürften sich politisch äußern, Lobbyarbeit betreiben und Parteien unterstützen. Sie seien aber nicht wahl- oder stimmberechtigt. Lobbyregister und Regelungen zu Parteispenden dienten der Transparenz und Chancengleichheit. Späth wies darauf hin, dass Unternehmen juristisch nicht mit natürlichen Personen gleichzusetzen seien, sondern als juristische Personen zu betrachten seien. Juristische Personen seien selbst nicht handlungsfähig; lediglich bestimmte Personen, wie insbesondere die Mitglieder der Geschäftsführung, seien befugt, im Namen des Unternehmens zu handeln und sich politisch zu äußern. Auch gebe es relevante Unterschiede entsprechend der Rechtsform des Unternehmens, etwa als Aktiengesellschaft oder GmbH: Bei einer GmbH könne die Geschäftsführung stärker an Vorgaben der Gesellschafter gebunden sein, während der Vorstand einer Aktiengesellschaft grundsätzlich frei von Weisungen handeln dürfe.

Gesellschaftsrechtlich äußerten Unternehmen sich durch ihre Leitungsorgane. Öffentliche politische Stellungnahmen müssten sich an der Sorgfaltspflicht zu einer ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsführung messen lassen und auf einer angemessenen Informationsgrundlage beruhen. Zwei Kriterien seien dabei zentral: Erstens müsse die Informationsgrundlage hinreichend recherchiert sein. Zweitens müsse die Äußerung zum Wohl des Unternehmens erfolgen. Dies sei stets eine Frage des Einzelfalls. Es bestehe keine rechtliche Verpflichtung von Unternehmen beziehungsweise ihrer Leitungsorgane, das Gemeinwohl zu wahren. Es lasse sich aber auch im eigenen Interesse des Unternehmens eine soziale Verantwortung für seine Stakeholder begründen: Unternehmen seien "interessenpluralistische Akteure", die die Interessen von Investoren, Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und des Gemeinwesens in die Abwägung einbeziehen dürften.

Stimmen aus Praxis und Zivilgesellschaft]

Die darauffolgende, lebhaft Podiumsdiskussion verdeutlichte diese unterschiedlichen Ausgangsbedingungen und Handlungslogiken. **Claudia Oeking (Airbus Deutschland)** betonte, dass Unternehmen wie Airbus als europäisch geprägte Akteure in zivilen wie militärischen Bereichen eine besondere Verantwortung für demokratische Stabilität und europäische Zusammenarbeit tragen und sieht ganz klar eine gesellschaftliche Verantwortung. Eine gesunde Demokratie sei keine moralische Kür, sondern eine

wirtschaftliche Voraussetzung für stabile Rahmenbedingungen, Diskursfähigkeit und Innovation. Öffentliches Auftreten müsse dabei respektvoll bleiben, um Polarisierung nicht weiter zu verschärfen.

Sylvia Pfefferkorn schildert die Entstehung der Initiative für ein weltoffenes Sachsen als wirtschaftlich motivierte Reaktion auf die Ausschreitungen gegen geflüchtete Menschen 2016 in Sachsen und betont, dass Demokratiestärkung für viele Unternehmen zunächst aus Standort- und Wettbewerbsinteressen relevant geworden sei. Die Initiative sei weniger aus moralischen Gründen, sondern primär als Form der Standortwerbung entstanden. Inzwischen verstehe man Demokratieförderung als Investition in den eigenen wirtschaftlichen Erfolg. Ziel sei es, nicht zu moralisieren, sondern rational zu argumentieren und aufzuzeigen, dass Weltoffenheit und demokratische Stabilität zentrale Standortfaktoren seien. Gleichzeitig verweist Frau Pfefferkorn auf eine Diskrepanz in der Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung: Während rund 28 Prozent der deutschen Wirtschaft von Unternehmen eine klare Positionierung gegen den Rechtsruck erwarteten, sähen sich selbst nur etwa 1 Prozent der Unternehmen in dieser Rolle. Der Appell laute daher, in den Spiegel zu schauen und die eigene Verantwortung ernst zu nehmen.

An diese eher strategisch-ökonomische Perspektive schließt **Dr. Andreas Möller (TRUMPF)** mit einer deutlich stärker auf die betriebliche Realität und die individuelle Gemengelage in den Unternehmen ausgerichteten Position an. Er verweist darauf, dass TRUMPF mit großen Standorten in Bautzen und Neukirch präsent sei und sich das Unternehmen bekennend christlich-demokratischen Werten verpflichtet fühle. Gleichzeitig gehe er davon aus, dass etwa ein Drittel der Belegschaft dieser Standorte vermutlich die AfD wähle. Diese Ausgangslage verdeutliche, dass pauschale Positionierungen zu kurz griffen und die jeweilige Situation vor Ort stärker berücksichtigt werden müsse. Er geht auf die Situation in beispielsweise Sachsen-Anhalt und die kommenden Wahlen ein. Dort befinde sich ein energieintensives Werk, dessen Wettbewerbsfähigkeit gesichert werden müsse. Das gesamte Themenfeld sei hochgradig emotional aufgeladen, was die Debatte erschwere, wenn man die Augen vor den Motiven und Sorgen der Menschen verschließe. Vielmehr brauche es Angebote, die den Beschäftigten das Gefühl vermittelten, dass ihre konkreten Probleme ernst genommen und thematisiert würden. Als zentrale Ursachen für die politische Verschiebung benennt Möller eine zunehmende Strangulierung des deutschen Mittelstands. Diese sei nicht zuletzt Ergebnis politischer Entscheidungen auf Bundes- und EU-Ebene: Staat und Brüssel hätten ein regulatorisches Korsett geschaffen, das die Wettbewerbsfähigkeit erheblich einschränke, besonders spürbar in ländlich geprägten Regionen. Vor diesem Hintergrund stelle sich die Frage, wie sich erklären lasse, was Menschen in die Arme der AfD treibe. Insbesondere in der produzierenden Wirtschaft beobachte Möller unterschiedliche, teils besorgniserregende Entwicklungen. In diesem Kontext werde Wirtschaft zunehmend zu einem zentralen Identifikationspunkt, da sich traditionelle soziale Milieus auflösten. Für die notwendige Auseinandersetzung sowohl in der Öffentlichkeit als auch innerhalb der Unternehmen, sei entscheidend, dass diese nicht top-down geführt werde. Der Umgang mit politischen Parteien müsse klar vom Umgang mit deren Wählerinnen und Wählern unterschieden werden. Nur so könne ein konstruktiver Dialog gelingen, der Polarisierung abbaut, statt sie weiter zu verstärken.

In der weiteren Diskussion bestand Einigkeit darüber, dass die aktuellen ökonomischen Rahmenbedingungen ausgesprochen herausfordernd seien. Zugleich wurde davor gewarnt, die wirtschaftliche Lage hysterisch als drohenden Untergang zu dramatisieren. Eine solche Zuspitzung, so der Tenor, spiele populistischen Akteuren in die Hände und stärke die politischen Ränder. Gerade hier komme Unternehmerinnen und Unternehmern eine besondere Verantwortung zu: Sie könnten und sollten eine Stimme der Mäßigung sein.

Vor diesem Hintergrund fragte Prof. Dr. Stephan Grüninger erneut nach konkreten Handlungsoptionen. Am Beispiel des Verbands der Familienunternehmer wurde diskutiert, ob deren wechselhafte Haltung gegenüber der AfD - zunächst klare Distanzierung, dann Annäherung, zuletzt erneutes Zurückrudern - Ausdruck übermäßiger Proaktivität im politischen Austausch gewesen sei.

Prof. Dr. Markus Scholz differenzierte in diesem Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Formen des Austauschs. Ein "parlamentarischer Abend" mit Häppchen und Wein ermögliche keinen ernsthaften inhaltlichen Diskurs, anders als gut vorbereitete, moderierte Podien, auf denen gezielt Gegenargumente eingebracht würden. Es gehe nicht um Diskursverweigerung, sondern um eine klare Abgrenzung zwischen notwendigem Austausch und einer Normalisierung problematischer Positionen. Frau Pfefferkorn stellte dazu Best-Practice-Erfahrungen im Umgang mit der AfD vor. In moderierten Diskussionsrunden habe man AfD-Vertreter bewusst eingeladen, um ihnen wie auch anderen Parteien kritische Fragen zu stellen.

Herr Dr. Möller lenkte den Blick auf wirtschaftliche Probleme, die keine Hysterie seien, sondern Realität, die bei vielen Menschen zu Verunsicherung und damit zu erhöhter Anfälligkeit für populistische Angebote führe. Er verwies darauf, dass zwar einige prominente Unternehmen wie Flix, Vorwerk oder Rossmann aus dem Verband der Familienunternehmer ausgetreten seien, viele andere jedoch nicht. Zudem plädierte er für Rücksprache mit der Verbandsführung statt vorschneller Austritte. Inhabergeführte Unternehmen verfügten über größere Freiheitsgrade im politischen Engagement als börsennotierte Konzerne. Ergänzend warf er einen Blick in die USA als warnendes Beispiel zunehmender Polarisierung.

Patrick Späth unterstrich nochmals, dass jedes Unternehmen unter eigenen Bedingungen agiere und es keine einheitliche Unternehmerposition gebe. Es sei Pflicht der Geschäftsführung, diese Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Begriffe wie Corporate Political Responsibility seien vorsichtig zu verwenden, da sie normativ unterschiedlich aufgeladen würden; treffender sei es, von politischer Teilhabe zu sprechen - nicht von einer rechtlichen Pflicht.

Frau Oeking berichtete über das CPR-Programm von Airbus. Das Unternehmen verstehe sich als Akteur mit besonderer Verantwortung für europäische Souveränität in zivilen, militärischen und raumfahrtbezogenen Bereichen. Airbus führe zahlreiche politische Debatten und bilde dabei die gesamte gesellschaftliche Vielfalt ab. Die Unternehmensverfassung betone gegenseitigen Respekt und europäische Zusammenarbeit. Zugleich warnte sie vor dystopischen Erzählungen und einer Eskalation externer Kommunikation: Kritik an der Politik könne hinter den Kulissen geäußert werden, öffentlich sei ein respektvoller Ton entscheidend. Unternehmen sollten nicht nur Krisen erzählen, sondern auch die Erfolgsgeschichten Europas, seine technologischen Spitzenleistungen und die Errungenschaften, für die es sich zu kämpfen lohne.

In der Publikumsdiskussion wurde auf mögliche Inkonsistenzen hingewiesen, etwa zwischen der Warnung vor Hysterie und gleichzeitigen Appellen zu verstärktem Engagement. Abschließend stellte Prof. Dr. Scholz klar, dass es nicht um Aktivismus gehe, sondern um den Einsatz für die Aufrechterhaltung demokratischer Strukturen. Neutralität könne in bestimmten Situationen faktisch zur Komplizenschaft werden. Unternehmen seien mächtige gesellschaftliche Akteure, und es komme in der aktuellen Transformationsphase auf alle gesellschaftlichen Player an.

Ein Fazit:]

Die Podiumsdiskussion machte deutlich, dass es keine einfachen Antworten auf die Frage nach der politischen Verantwortung von Unternehmen gibt. Zwischen rechtlichen Grenzen, ökonomischen Zwängen und gesellschaftlichen Erwartungen bewegen sich Unternehmen in einem komplexen Spannungsfeld. Einigkeit bestand darin, dass demokratische Stabilität eine zentrale Voraussetzung wirtschaftlichen Erfolgs ist und Unternehmen sich ihrer Rolle als gesellschaftliche Akteure nicht vollständig entziehen können. Zugleich wurde vor moralischem Aktivismus, Alarmismus und top-down verordneten Positionierungen gewarnt. Gefragt sind vielmehr differenzierte, kontextsensible und dialogorientierte Formen politischer Teilhabe, die rechtlich reflektiert, governance-seitig verankert und auf die Stärkung demokratischer Diskursfähigkeit ausgerichtet sind. Corporate Political Responsibility erweist sich damit weniger als Pflichtenkatalog denn als anspruchsvolle Gestaltungsaufgabe in Zeiten gesellschaftlicher Transformation.