

## Unternehmen sehen Verantwortung für Demokratie, scheuen aber oft eigene Positionierung

PETER SCHUBERT · DAVID KUHN

# MONITOR UNTERNEHMENS- ENGAGEMENT 2025

Farbe bekennen, in Notlagen helfen,  
Mehrwerte generieren: Gesellschaftliches  
Engagement von Unternehmen im Wandel

ZiviZ im Stifterverband veröffentlicht neue Studie zum gesellschaftlichen Engagement der deutschen Wirtschaft. Die Ergebnisse des aktuellen Monitor Unternehmensengagement 2025 zeigen, die Unternehmen in Deutschland sehen die Verantwortung der Wirtschaft für den Erhalt demokratischer Werte. Allerdings scheuen sie eigene politische Positionierungen und aktives Demokratieengagement.

Das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen verändert sich - sowohl inhaltlich als auch in seiner strategischen Verankerung. Das zeigt der aktuelle Monitor Unternehmensengagement 2025 von ZiviZ im Stifterverband, eine Befragung von Unternehmen in Deutschland zu den Motiven, Formen und Rahmenbedingungen ihres Engagements.

### Demokratie als Verantwortung der Wirtschaft: Zwischen Zustimmung und Zurückhaltung

Vor dem Hintergrund zunehmender gesellschaftlicher Polarisierung kommt dem Engagement von Unternehmen für demokratische Werte besondere Bedeutung zu. Rund drei Viertel der befragten Unternehmen befürworten, dass sich die Wirtschaft öffentlich zu demokratischen Werten bekennen sollte. Konkrete Aktivitäten im Sinne der sogenannten Corporate Political Responsibility - etwa öffentliche Statements, Beteiligung an Kampagnen oder interne Formate zur Förderung demokratischer Kultur - bleiben jedoch die Ausnahme. Fast die Hälfte der Unternehmen betrachtet politische Positionierungen als potenziell geschäftsschädigend.

"Demokratie braucht Mitstreiter aus der Wirtschaft - gerade in Zeiten, in denen Räume für Austausch und Dialog schrumpfen", sagt Peter Schubert, Studienleiter bei ZiviZ im Stifterverband. "Viele Unternehmen zögern, weil sie politische Stellungnahmen als Risiko für ihr Geschäft sehen. Es braucht eine neue Balance zwischen unternehmerischem Wertebekennnis, klarer Haltung und offenen Dialogräumen."

## Themen und wahrgenommene Mehrwerte des Engagements verändern sich

Der Monitor Unternehmensengagement 2025 zeigt darüber hinaus: Abseits des Demokratieengagements verändern sich auch die inhaltlichen Schwerpunkte unternehmerischen Engagements. Zwar bleibt der Sport das am weitesten verbreitete Engagementfeld, doch in den vergangenen Jahren verlagerten viele Unternehmen ihre Aktivitäten zunehmend in den Bereich Bevölkerungs- und Katastrophenschutz - nicht zuletzt als Reaktion auf akute Krisen wie den Ukrainekrieg. Auch der Klimaschutz hat sich als eigenständiges Handlungsfeld etabliert. Gleichzeitig ist das Engagement im Bildungs- und Erziehungsbereich spürbar zurückgegangen, insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen.

Parallel dazu gewinnt gesellschaftliches Engagement aus Sicht vieler Unternehmen an personalpolitischer Bedeutung. Immer häufiger wird es mit der Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität, der Bindung von Beschäftigten und der Kompetenzentwicklung verknüpft. In Zeiten des Fachkräftemangels wird Engagement damit zunehmend als strategisches Instrument, gerade für größere Unternehmen.

## Hemmnisse: Bürokratie, Unsicherheit und fehlende Anerkennung

Trotz hoher Bereitschaft berichten viele Unternehmen von strukturellen Hürden: Aufwendige Kooperationsvereinbarungen, steuerliche Unsicherheiten etwa bei Sachspenden, und ein Mangel an öffentlicher Wertschätzung behindern das Engagement, insbesondere kleiner und mittlerer Betriebe.

"Neben diesen strukturellen Hürden mangelt es vielen Unternehmen an Orientierung und praktischer Unterstützung. Gerade kleinere Betriebe wünschen sich mehr Transparenz über bestehende Projekte, niedrigschwellige Einstiegsmöglichkeiten und Beispiele gelungener Praxis", so Schubert.

## Hintergrund zur Studie:

Der Monitor Unternehmensengagement 2025 untersucht das gesellschaftliche Engagement der deutschen Wirtschaft. Grundlage ist eine Befragung von knapp 4.500 kleinen, mittleren und großen Unternehmen im gesamten Bundesgebiet. Im Fokus stehen die inhaltliche Ausgestaltung, Beweggründe und Herausforderungen unternehmerischen Engagements - sowie die Veränderungen seit der ersten umfassenden Erhebung durch ZiviZ im Stifterverband im Jahr 2018 (CC-Survey). Unter Unternehmensengagement versteht die Studie alle gemeinwohlorientierten Aktivitäten von Unternehmen, die über ihre originären Geschäftsaufgaben und gesetzliche Verpflichtungen hinausgehen - also freiwillige Beiträge zum Gemeinwohl.

Download des Hauptberichts unter:

<https://ziviz.de/publikationen/monitor-unternehmensengagement-2025>