



Für ein Land
in dem für immer
Frühling ist

22 Strategien, wie sich Diversity Manager*innen für den Schutz der Demokratie einsetzen können – denn ohne Demokratie keine Vielfalt!

HERAUSGEBER:

Institut für Diversity Management
Bucher Straße 10
90408 Nürnberg

info@diversity-institut.de
www.diversity-institut.de

1. Auflage April 2024

© 2024 Institut für Diversity Management

Das Institut für Diversity Management ist der Anbieter neuer Konzepte für das Management personeller Vielfalt. Wir unterstützen Unternehmen, soziale Einrichtungen, öffentliche Verwaltungen und Wissenschaftsorganisationen mit Beratung, Training und innovativen Lösungen bei ihrer Entwicklung zu einer diversity-bewussten Organisation. Mit vielfältigen Belegschaften wollen wir unsere Kunden im demografischen Wandel zukunftsfähig machen.

Frühling 2024.

Der Winter ist dabei sich zu verabschieden, die Temperaturen werden milder. Das erste Eis in der Hand und den Ohrwurm von »*Soffie* im Ohr könnte man kurz denken, alles sei gut. Aber wir wissen, dass dem nicht so ist. Die Demokratie und damit das Fundament für Vielfalt, Freiheit und ein friedliches Miteinander ist ernsthaft in Gefahr und wenn es schlecht läuft, können wir gar nicht so schnell schauen wie sie vaporisiert wird - durch rechtsextreme Rassist*innen mit ihren völkischen Ideologien, ihrer schamlosen Desinformations-Maschinerie und konservativen Politiker*innen, die ernsthaft meinen, die AfD ließe sich „inhaltlich entzaubern“ und gleichzeitig unkritisch-verantwortungslos ein rechtsextremes Narrativ nach dem anderen bedienen.

Ein paar Wochen nach dem Correctiv-Schock verblasst die Empörung langsam, die Demofrequenz nimmt ab und mit ihr die Anfangseuphorie, getragen von einem wiedererstarkten Gefühl von Selbstwirksamkeit und der Hoffnung, dem Rechtsruck tatsächlich etwas entgegensetzen zu können. Aber was kommt danach? Und überhaupt reicht der Demo-Besuch ja nicht aus und verändert noch kein Wahlverhalten, zumindest nicht bei einer ausreichenden Menge an Menschen.

Deshalb haben wir uns Gedanken gemacht. Wie es gelingen kann, die vielleicht bald schon wieder schweigende Mehrheit nachhaltig zu mobilisieren, das Momentum aufrecht zu erhalten und den Veränderungswillen bis zu den nächsten Wahlen und darüber hinaus zu bewahren.

Unsere freiheitlich demokratische Grundordnung ist darauf ausgelegt, eine pluralistische und vielfältige Gesellschaft zu ermöglichen. Wer diese nicht will, weil sie dem eigenen Weltbild nicht entspricht, muss in der Konsequenz die Verfassung beschneiden, um dieses Nebeneinanderbestehen von Werten, Ideen, Lebensweisen und Identitäten zurückdrängen zu können. Diversity Manager*innen sind demnach auch und ganz besonders Demokratie-Beauftragte (wie wir alle), und die Verantwortung für Diversity geht auch mit der Verpflichtung einher, Maßnahmen zum Schutz der Demokratie zu ergreifen, wenn diese beschädigt zu werden droht.

Wie Ihr, liebe Diversity Manager*innen, Beauftragte für Chancengleichheit oder Gleichstellungsbeauftragte, Eure Position für diese Aufgabe nutzen könnt, haben wir in dieser Publikation zusammengetragen.

Enstanden ist viel Text und eine eigentlich unzumutbare To-Do-Liste für alle, die als Einzelkämpfer*innen oder in kleinen Teams unterwegs sind und ohnehin zu wenig Ressourcen haben für die Aufgaben, die dieses große und komplexe Thema mit sich bringt. Aber es ist zu wichtig, um sich dafür von Schreibkonventionen einengen zu lassen. Es ist zu wichtig, als dass es nicht auf Eurer Prio-Liste ganz weit nach oben rücken sollte, um alle Energien darauf zu richten, dass sich in den nächsten Monaten noch mehr bewegt – im Kleinen wie im Großen. Fühlt Euch bitte, jede*r Einzelne, verantwortlich! Wenn wir alle nur zusehen, haben Demokratiefeind*innen allzu leichtes Spiel.

So gut wir können, unterstützen wir Euch dabei. Denn wir träumen von einem Land in dem für IMMER Frühling ist.



Unsere Ideen im Überblick

1. Klärt auf über das Wesen der Demokratie	6
2. Nehmt die menschenverachtenden Pläne der #NoAfD auseinander	7
3. Teilt Wissen über Desinformation	9
4. Gebt Euren Kolleg*innen starke Stimmen	12
5. Empowert Eure Belegschaften	14
6. Regt zur Vernetzung an	15
7. Liefert entlarvende Argumente	15
8. Setzt als Unternehmen Zeichen	17
9. Nutzt den Diversity Tag 2024	19
10. Macht Engagement leicht	20
11. Unterstützt lokale Initiativen	22
12. Werbt für die Unterstützung demokratiefördernder Strukturen	23
13. Zeigt auf, was noch alles geht	24
14. Haltet die Aufmerksamkeit hoch	25
15. Nutzt Social Media aktiv und bewusst	26
16. Regt zum kritischen Widerspruch an	27
17. Stärkt Eure Führungskräfte	29
18. Schafft Euch einen Informationsvorsprung	30
19. Öffnet Türen zurück in die Welt	32
20. Vernetzt Euch selbst	33
21. Schafft Sichtbarkeit für Betroffene	33
22. Werbt für's Wählen gehen	35
Zum Abschluss	36

1 Klärt auf über das Wesen der Demokratie

Der Verfassungsrechtler Carlo Schmid, einer der Mitverfasser des Grundgesetzes, hat im September 1948 gesagt:

„Demokratie ist nur dort mehr als ein Produkt einer bloßen Zweckmäßigkeitentscheidung, wo man den Mut hat, an sie als etwas für die Würde des Menschen Notwendiges zu glauben. Wenn man aber diesen Mut hat, dann muss man auch den Mut zur Intoleranz denen gegenüber aufbringen, die die Demokratie gebrauchen wollen, um sie umzubringen.“

Die Diskussionen rund um das mögliche Verfahren zur Prüfung eines AfD-Verbots zeigen, dass viele das Wesen der Demokratie missverstehen. Meinungsfreiheit bedeutet nicht, dass Verfassungsfeindlichkeit geduldet werden muss und Sicherheitsmechanismen wie die Prüfung eines Parteiverbots machen die

Demokratie zu einem zahnlosen Tiger, wenn sie nicht angewendet werden. Natürlich würde ein solcher Prozess nicht unwidersprochen hingenommen werden. Aber alles, was die AfD anrichten will, ist schlimmer als das, was ein Verbotsverfahren auslösen könnte.

Was mit einer Demokratie passiert, die sich nicht wehrt, hat »*Die Anstalt* 10. Oktober 2023 nur allzu plastisch vor Augen geführt. Sie zeigt, auf Basis der verfassungsrechtlichen Simulationen des Verfassungsblogs, dass die AfD völlig verfassungskonform das Bundesverfassungsgericht und damit die Gewaltenteilung als wichtigsten Kontrollmechanismus aushebeln könnte, sollte sie bei der Bundestagswahl mit einfacher Mehrheit in den Bundestag einziehen. Auch ein weiterer »*Blogbeitrag* zur Rolle der*s zukünftigen Landtagspräsidenten*in im Rahmen eines juristischen »*Forschungsprojektes* deckt auf, wie leicht es wäre, trotz der Ablehnung der demokratischen Parteien, einen AfD-Ministerpräsidenten durchzusetzen, wenn die AfD in Thüringen stärkste Kraft würde. Es braucht daher auch in den Unternehmen mehr politische Bildung und Aufklärung über institutionelle Schwachstellen des Grundgesetzes, um die Demokratie argumentativ verteidigen zu können.

Deswegen: Vermittelt gut recherchierte Informationen dazu, wie Demokratie funktioniert. Was sie wehrhaft macht, wieso die Verfassung Sicherheitsmechanismen eingebaut hat, die sie gegen Verfassungsfeinde schützen soll, was die Urheber der Verfassung bezwecken wollten und welche Lehren sie aus den Erfahrungen von 1933 gezogen haben. Ein besseres Demokratieverständnis brauchen alle im Unternehmen – von der CEO bis hin zu den Azubis. Bietet Factsheets, Intranet-Artikel, Lunch & Learns, Impulsvorträge, Workshops, Teamgespräche – das ist die Basis für alles Weitere.



„Es braucht die gesamtgesellschaftliche Erkenntnis, dass Demokratie etwas ist, was wir »alle gemeinsam schützen müssen.“

Nicole Broder, Pädagogische Leitung Bildungsstätte Anne Frank

2 Nehmt die menschenverachtenden Pläne der #NoAfD auseinander

Dass immer noch kontrovers diskutiert wird, ob die Prüfung eines AfD-Verbotsverfahrens eingeleitet werden sollte und sich auch die Empörung über ihre Positionen jenseits der Pläne zur Deportation

von – willkürlich – als Nicht-Deutsch-angesehenen Menschen bislang in Grenzen hält, liegt vermutlich aber auch an dem, was Nicole Broder, Pädagogische Leitung der Bildungsstätte Anne Frank, beschreibt:

„Ein breites bürgerliches Lager hat nicht verstanden und versteht zum Teil bis jetzt nicht, dass die AfD eine rechtsextreme Partei ist.“

Dabei reicht eigentlich schon der Blick ins Parteiprogramm, um zu verstehen, wie die AfD Deutschland verändern will: Frauen werden, ganz im Sinne ihres völkischen Antifeminismus, zurück in ihre »Rolle als Mutter und Hausfrau« gedrängt, das Recht auf Schwangerschaftsabbruch soll weitgehend eingeschränkt werden, sie ist gegen die Verankerung des Schutzes von Kinderrechten im Grundgesetz, ihre Steuerpläne würden massiv zu einer »weiter steigenden Ungleichheit« und sozialen Spaltung in Deutschland beitragen – anders als sie sich nach außen darstellt ist sie eine Partei der Besserverdienenden -, ihre Arbeitsmarktpolitik würde die »Situation von Beschäftigten« kein Stück verbessern und auch sonst ist das Parteiprogramm ein „mit Rassismus, Frauenfeindlichkeit und Hass auf Minderheiten gespicktes Sammelsurium der »Ausgrenzung und Spaltung«“. Monitor, das Politikmagazin des WDR, hat diese düsteren Aussichten in einer mit Hilfe von Chat GPT verfassten »Dystopie«



leider sehr anschaulich auf den Punkt gebracht.

Um sich von Chiffren und Euphemismen wie „Remigration“ nicht mehr blenden zu lassen, hilft auch ein besseres Verständnis dafür, wo die AfD ideologisch herkommt.

Die Ideengeschichte der »ethnisch-völkischen AfD-«

Denke nachvollziehen zu können, macht

ihre Aktionen leichter durchschaubar und gleichzeitig vorhersehbar. Wer versteht, wo die gedanklichen Ursprünge von Antisemitismus und Rassismus liegen, wer versteht, dass es in der Geschichte trotz unzähliger „Erklärungsversuche“ von Philosophen, Wissenschaftlern und Geistlichen (ja, primär Männer!) keinen einzigen Beweis für die Ungleichwertigkeit aufgrund von Religion, Hautfarbe oder zugeschriebener kultureller Zugehörigkeit gibt, sondern dass das nur eine haltlose, wirre Idee ist, die aber genau so den Kern des Parteiprogramms der AfD ausmacht, kann ihre Gefährlichkeit viel besser verstehen und einordnen.

Deswegen: Erklärt! Selbst oder mit Hilfe von Expert*innen. Die Correctiv-Recherche hat der AfD die Maske vom Gesicht gerissen und das hat bei Einigen zu einem Umdenken geführt. Damit müssen wir weitermachen! Macht Euch die Mühe, diese

komplexen Inhalte anschaulich aufzubereiten, in Gesprächsrunden, mit Plakataktionen, auf Infoscreens – es wird sich lohnen! Denn aufgeklärte Kolleg*innen werden leichter zu Mitstreiter*innen.

3 Teilt Wissen über Desinformation

Es wäre ein Kampf gegen Windmühlen, wenn Ihr im Unternehmen aufklärt aber die Mitarbeitenden draußen von der nächste Fake-News-Welle mitgerissen werden. Befasst man sich näher mit dem Thema Desinformation, wird schnell deutlich, wie groß der Einfluss von Medien – den sozialen wie die etablierten – darauf ist, wie leicht sich durch versehentliche Verbreitung, schlechtes journalistisches Handwerk oder gezielte Streuung von Desinformation gesellschaftlich Stimmung machen und die Grenzen des »Sag- und Denkbaren« verschieben lassen. Deswegen liegt einer der größten Hebel vermutlich darin, Desinformation das Wasser abzugraben, indem möglichst viele die Mechanismen dahinter verstehen.

Schafft Formate, in denen ihr ...

a) ... die Psychologie hinter Desinformation analysiert: Menschen fallen auf Fake News herein, weil sie sie für wahr halten. Und Menschen halten etwas eher

für wahr, wenn es in ihr Weltbild passt. Unconscious Biases wie der Bestätigungsfehler lassen uns dazu tendieren, Informationen, die unseren bisherigen Überzeugungen widersprechen, auszublenden oder weniger Gewicht zu schenken.

„Wenn Du einer Ideologie anhängst, die Wissenschaft ablehnt, und deren zentrale Thesen zum Beispiel über ‚Rassen‘, Migration und Klima einfach längst widerlegt sind und mit der Realität kollidieren, brauchst Du »Desinformation und Propaganda wie die Luft zum Atmen.«

Thomas Laschky, Gründer des Desinformations-Blogs Volksverpetzer.

b) ... zentrale populistische und rechtsextreme Narrative erklärt, um sie leicht erkennbar zu machen, denn es ist schlicht nicht möglich, jede einzelne Fake News mit einem Faktencheck zu entkräften: Erklärt, wie Populist*innen komplexe Probleme *irreführend vereinfachen* und mit einem spalterischen „Wir gegen Die“ die Basis dafür legen, in den „Anderen“ immer die Schuldigen finden zu können. Zeigt auf, wie Täter-Opfer-Umkehr funktioniert. Entlarvt, wie häufig das Märchen von den „bösen mächtigen Medien“ Hass und Misstrauen schürt und regelmäßig für den Versuch der Opfer-Inszenierung missbraucht wird. Nehmt die Geschichte „Bis 2015 war alles gut, danach kamen die Flüchtlinge und danach wurde alles schlecht“ auseinander und zeichnet differenzierte Bilder. Öffnet die Augen dafür, wie geschichtliche Ereignisse sprachlich verdreht oder relativiert werden, um die eigene politische Agenda salonfähig zu machen. Deckt die unwürdigen Motive und die *Ideologien dahinter* auf, um Eure Kolleg*innen zu befähigen, Desinformation leichter zu erkennen, ihr Agenda-Setting nicht mitzumachen und sie nicht mehr weiter zu verbreiten oder wirksam widerlegen zu können. Oder stattdessen einfach mal auf die positiven Themen ohne Empörungsgelbst zu fokussieren.

c) ... vermittelt, weshalb die etablierten Medien ein Teil des Problems sind, sofern sie Desinformation durch ihre Wiederholung ungewollt verstärken, selbst bei dem Versuch sie zu widerlegen. Weshalb sie die

Meinungsbildung verzerren, sofern sie rechtsextremen und populistischen Positionen als Minderheitenmeinungen überproportional viel Raum und Sendezeit geben (die so genannte *false balance*). Ja, guter Journalismus sollte alle Seiten beleuchten, aber das heißt nicht, dass, um diesem Anliegen nachzukommen, Menschen, die rechtsextreme Positionen vertreten, in Talkshows eingeladen werden müssen, wo ihnen meist unzureichend widersprochen wird und sie so ihre Positionen normalisieren können. So gibt es etwa in Wallonien (Belgien) seit den 1990ern einen Pakt unter Medienschaffenden, den *„cordon sanitaire médiatique“* (ein „medialer Sperrgürtel“): Menschen, die rassistischen, demokratiefeindlichen Gruppen nahestehen, werden nicht live interviewt, kontextlos zitiert oder in Talkshows eingeladen. Laut Politologin Léonie de Jonge ein wichtiger Grund, warum es dort bislang keine starke rechtspopulistische Partei gibt. Man kann Talkshows durch Abschalten auch Quote entziehen, wenn Vertreter*innen rechter Parteien dort eingeladen werden

Kratzt notfalls Euer letztes Budget zusammen und organisiert Vorträge von Expert*innen zu diesem Thema, beispielsweise wie Eltern, Großeltern, Tanten, Onkel, ... ihre Kinder davor schützen können, auf Tiktok radikalisiert zu werden, startet einen Wettbewerb zum Desinformations-Debunking auf Eurem Unternehmensblog und verlost als Anreiz oder auch einfach so das Buch *„Werbung für die Wahrheit“*, erstellt Factsheets zu den perfidesten Desinforma-



tions-Strategien oder nutzt zumindest Eure Reichweite, um die Social-Media-Kanäle von *Volksverpetzer* oder *Correctiv* oder die Arbeit von *Übermedien* vorzustellen.

Schließlich: geht auf Eure interne und externe Kommunikation zu, tauscht Euch aus, gebt Infos weiter und erarbeitet Aktionspläne. Denn dort braucht oder gibt es vielleicht schon besondere Expertise dazu, wie mit Desinformation in Unternehmensmedien um-

zugehen ist. Wie sieht eine gute Reaktion zu einem ideologisch motivierten, trans*feindlichen Kommentar unter einem Beitrag auf dem Unternehmensblog zum CSD aus? Wie antwortet man auf LinkedIn, wenn ein Kommentar Inhalte wiedergibt, die den Klimawandel leugnen – und zwar ohne die dahinterliegenden Narrative zu verstärken und die Desinformation damit noch stärker in den Köpfen aller zu verankern? Denn wie wir aus der Kognitionspsychologie wissen: Wir neigen dazu, Dingen eher Glauben zu schenken, je öfter wir sie hören.

4 Gebt Euren Kolleg*innen starke Stimmen

Der Eindruck des Schweigens der Mehrheit entsteht auch, wenn keine Möglichkeit (mehr) besteht, die eigene Haltung sichtbar kundzutun, weil beispielsweise gerade keine Demos mehr organisiert werden. Aus der Protestforschung gibt es jedoch Hinweise, dass es Sichtbarkeit und starke Zeichen braucht, um Diskurse zu beeinflussen und politische Veränderung zu bewirken. Erst dadurch mobilisiert ein „moral shock“ über eine Entwicklung oder ein Ereignis, wie das von Correctiv aufgedeckte Geheimgespräch in Potsdam, die Menschen und stärkt damit auch die eigene Selbstwirksamkeit.

Stattet Eure Kolleg*innen daher mit weiteren Ressourcen aus, die es ihnen leicht machen, ihre Haltung sichtbar zu zeigen: Stofftaschen, T-Shirts, Aufkleber für den Laptop die Bürotür, für's Auto, für's Fahrrad, Buttons für den Rucksack, Hintergründe für Video-Konferenzen, LinkedIn-Banner, Mail-Signaturen mit #niewiederistjetzt, #WirSindDieBrandmauer #VielfaltBrauchtDemokratie oder anderen, sich positiv für die Demokratie aussprechenden Statements – es muss ja nicht gleich das „FCK AFD“-Shirt sein, das Rapper Bausa in der Gameshow „Schlag den Star“ zur besten Sendezeit trug und damit sehr viel positive Zustimmung erhalten hat ...

Wenn ihr dem Ganzen noch mehr Reichweite und Sichtbarkeit verschaffen wollt, organisiert Ihr eine Aktion, bei der sich Eure Mitarbeitenden mit dem Hashtag #TeamDemokratie in einer Fotobox fotografieren lassen können und postet eine Collage davon auf Euren Social-Media-Kanälen, grabt ein bisschen Marketing-Budget ab und lasst einen riesigen Banner davon drucken, den Ihr gut sichtbar für die Stadtgesellschaft an der Außenfassade Eures Firmengebäudes aufhängt oder was Euch sonst noch möglich scheint.

Diese Sichtbarkeit ist deswegen so wichtig, weil sie auf die sozialen Normen einzahlt. Dabei handelt es sich um all das, was Menschen in einer Gesellschaft großteils übereinstimmend denken, fühlen und voneinander erwarten. Kurz gesagt wäre ein „Sorry, aber das kannst Du echt nicht bringen!“ als Reaktion auf ein Verhalten Ausdruck einer bestimmten sozialen Norm und dessen, was als angemessen gilt oder eben jenseits der Norm liegt.

Laut Pia Lamberty, einer Sozialpsychologin, die zu Verschwörungserzählungen forscht, hat sich die Soziale Norm, dass Rechtsextremismus immer gefährlich ist und so weit wie möglich eingeschränkt gehört,

mittlerweile verschoben. Nicht nur in unserer Gesellschaft, auch global ist er akzeptierter. Sie schreibt

„Die soziale Norm muss wieder zurückgeschoben werden“ – durch Widerspruch, Sichtbarmachen, Poster, Plakate, T-Shirts... Je sichtbarer die Norm, desto stärker ist der Effekt.“

Das unterstreichen auch mehrere Studien, die sich mit den Wirkungen der Proteste gegen Rechtsextremismus in anderen Ländern befassen. „Vor allem finden wir suggestive Hinweise darauf, dass die Zahl der Teilnehmer an den Protesten eine soziale Norm unterstreicht, wonach die Stimmabgabe für



die extreme Rechte gesellschaftlich unerwünscht ist. Umgangssprachlich könnte man das auch so formulieren: Je größer die Menge der Protestierenden in einer Umgebung ist und je stärker sie die Mehrheit der Bevölkerung zu repräsentieren scheint, desto mehr stellen sich Menschen, die von dieser ‚Norm‘ abweichen, die Frage, ob sie vielleicht nicht doch lieber wieder ‚zu den mehreren‘ gehören wollen.“

Außerdem zeigen Studien aus den USA, dass die Politik den Anteil von Konservativen in der Bevölkerung deutlich überschätzt, weil Konservative häufiger Kontakt suchen – auch zu anderen, die nicht die gleichen politischen Ansichten teilen. Dana Buchzik, Journalistin und Autorin des Ratgebers „Warum wir Familie und Freunde an radikale Ideologien verlieren – und wie wir sie zurückholen können“ kommt zu dem Schluss

„Wir müssen uns die gleiche Attitüde aneignen: „Wir sind wichtig, wir müssen gehört werden – und zwar jetzt!“

Also: Vermittelt die Botschaft, dass wir keineswegs in der Rolle von Bittstellenden sind. Wir brauchen mehr von der Haltung, dass wir Verteidiger*innen und Sprachrohr der Demokratie sind und unser Anliegen ein verdammt Wichtiges ist!

5 Empowert Eure Belegschaften

Werdet aktiv gegen die Ratlosigkeit: Viele wollen etwas tun, erleben teilweise auch Radikalisierung in ihrem eigenen Umfeld, aber wissen nicht, wie sie dem begegnen sollen. Wissen vermitteln ist dabei der eine Schritt. Zu erkennen, dass man nicht alleine ist mit den eigenen Sorgen, Gedanken und Zweifeln vielleicht aber der andere und vor allem der, der zuerst gegangen werden müsste. Menschen zusammenbringen ist daher die Devise, und Austausch ermöglichen.

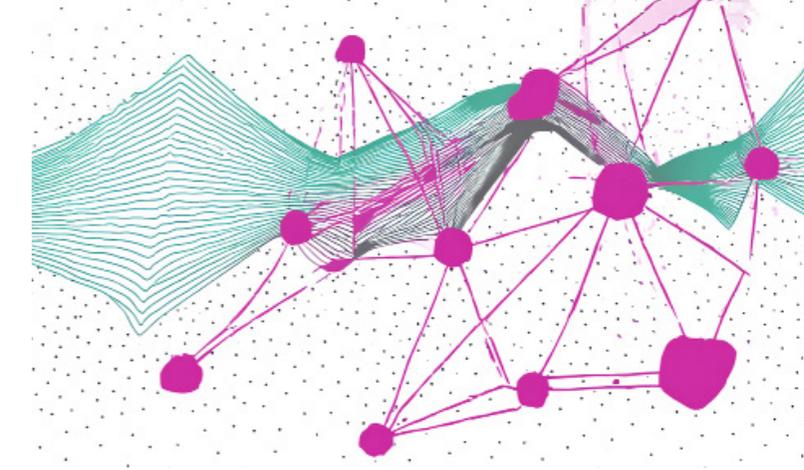
Vielleicht organisiert Ihr dafür Aktionstage zur Demokratieförderung in Eurer Organisation, ganz oldschool in Präsenz, mit Talkrunden, Vorträgen, Workshops, Ideenwerkstätten. Versucht, ein Gemeinschaftsgefühl all derer zu schaffen, die sich ansonsten vielleicht alleine fühlen, stärkt sie, regt sie zum Austausch und zum Zusammenschluss an und schafft den Rahmen, um gemeinsam etwas entstehen zu lassen – vielleicht ist es ein Stammtisch oder Coffee-Talk, um Erfahrungen beispielsweise von Demobesuchen zu teilen, ein monatlicher Teams-Call, der gemeinsame Stadtspaziergang zum Entfernen von Aufklebern mit rechten Parolen, eine kleine Workshop-Reihe von Mitarbeitenden für Mitarbeitende, eine Beratungs- oder Anlaufstelle für Mitarbeitende, die demokratiefeindliche Aussagen in ihren Teams wahrnehmen und Unter-

stützung für den Umgang damit suchen, Konfliktlösungstrainings für den konstruktiven Umgang mit Meinungsverschiedenheiten – eben genau das, was sich im Austausch als hilfreich nötig für die Menschen in Eurer Belegschaft herausstellt.



6 Regt zur Vernetzung an

Es gibt wirklich viel zu tun – dafür braucht Ihr Mitstreiter*innen! Außerdem gibt es vermutlich viele, die gerne etwas tun würden, aber nicht so richtig wissen wie, außer auf Demos zu gehen. Ladet dazu ein, ein Mitarbeitenden-Netzwerk Gegen Rechtsextremismus zu gründen, das sich mit Demokratieförderung und Aufklärung auseinandersetzt, Informationen bündelt und Aktionen organisiert. Außerdem kann sich das Netzwerk weiteren lokalen Bündnissen und Initiativen anschließen, von deren Erfahrungen profitieren und sie gleichzeitig selbst promoten, um gemeinsam noch mehr Impact zu erzielen.



Aber legt Wert darauf – wie bei allen Netzwerken im Kontext von Diversity, dass das Netzwerk über Ressourcen verfügt, die Mitglieder Know-how zum Thema aufbauen können und das Netzwerk einflussreiche Sponsor*innen findet.

Für das Diversity Management ist das vielleicht sogar eine Chance, Mitstreiter*innen zu gewinnen, die bislang vielleicht noch keinen starken Bezug zum Thema hatten.

7 Liefert entlarvende Argumente

In unserer Beratungsarbeit zu Diversity Management haben wir immer wieder die Erfahrung gemacht, dass Menschen den konkreten Bezug zum eigenen Arbeitskontext benötigen, um die Relevanz des Themas adäquat einschätzen zu können. Insofern führt vermutlich

kein Weg daran vorbei, sich die Mühe zu machen, einmal durchzuspielen, welche Konsequenzen ein Machtzuwachs der AfD für das eigene Unternehmen ganz konkret hätte.

Vielleicht habt Ihr die Ressourcen für eine interne Posterkampagne, die plakativ aber gut recherchiert und mit fundierten Argumenten, die nicht leicht auszuhebeln sind, aufzeigt, weshalb Euer Unternehmen auf Fachkräfte mit Migrationsgeschichte und weitere Zuwanderung aus dem Ausland angewiesen ist. Zeigt klar auf, was es für die eigene Belegschaft bedeuten würde, sollte die AfD ihre Deportationspläne durchsetzen können. Wer wäre alles nicht mehr da? Was würde nicht mehr funktionieren? Vielen ist nicht klar, dass selbst ohne die AfD an der Regierung das eigene Unternehmen aufgrund des demografischen Wandels, dem baldigen Ausscheiden vieler Baby-Boomer und dem Wettbewerb um Fachkräfte mit anderen Unternehmen auf ausländische Expertise angewiesen ist. Was würde es für Produktivität, Umsatzpotenzial und Wettbewerbsfähigkeit Eurer Organisation bedeuten, wenn noch die „*wirtschaftspolitischen Wahnideen*“ der AfD dazukämen? Letztlich könnt Ihr auch den Diversity Management



Business Case ausbreiten – rückwärts gedacht. Also was passiert, wenn Vielfalt plötzlich fehlt?

Und wenn Euch Zeit und Budget für größere Kampagnen fehlten, spült wenigstens auch hier wieder Informationen und Wissen in die Organisation und teilt Artikel wie *diesen hier* von Marcel Fratzscher. Damit könntet Ihr auch aufzeigen, was die AfD nicht nur für Euer Unternehmen selbst sondern auch die Wirtschaft als Ganzes bedeuten würde und seid dabei möglichst klar und bringt die Zusammenhänge auf den Punkt. Christian Stöcker hat es in seiner *absolut lesenswerten Spiegel-Kolumne* sehr treffend formuliert:

„Die Abschiebungsphantasien, die in diesen Kreisen als Utopie gehandelt werden, sind nicht nur menschenverachtend, sondern auch irrational: Ein Viertel der deutschen Bevölkerung hat einen Migrationshintergrund. Setzen sich die Rechtsextremen mit ihren rassistischen und völkischen Ideen durch, brähe dieses Land zusammen. Rassismus ist keine begründbare Position, er ist emotional und irrational. Ein ‚arisches‘ Deutschland gab es nie, kann und wird es nie geben.“

Die mediale Dominanz der AfD-Positionen vor allem im Kontext von Zuwanderung richtet bereits *schon heute Schaden* an. Globale Unternehmen stellen Investitionen infrage, und die Beliebtheit Deutschlands bei ausländischen Fach- und Arbeitskräften geht deutlich zurück – dabei war sie ohnehin noch nie sonderlich groß. Das verringert die Attraktivität, in Deutschland zu arbeiten, schwächt die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen und gefährdet damit auch Arbeitsplätze.

Die AfD würde außerdem den Austritt aus der EU anstreben und dass das volkswirtschaftlich fatal wäre, zeigen die Folgen des Brexits in Großbritannien mehr als deutlich. Als es dort um die Abstimmung ging, waren die Unternehmen jedoch *viel zu leise*. Sensibilisiert also auch – erneut – Euer Top-Management dafür, dass es unmissverständlich Haltung zeigen und sich positionieren muss.

8 Setzt als Unternehmen Zeichen

Glücklicherweise haben die ersten Social Media Posts nach den Veröffentlichungen von Correctiv nicht lange auf sich warten lassen und es waren sehr viele inspirierende, auch erkennbar persönliche Worte von Top-Manager*innen und Unternehmensvertretungen zu lesen. Die Feeds waren geflutet von Demo-Selfies und ganz sicher hat das Vorbild vieler Vorständinnen oder Geschäftsführer dazu geführt, dass ihre Mitarbeitenden selbst mutiger wurden, Gesicht zu zeigen beziehungsweise nachdrücklich vermittelt, dass es keine Bagatelle ist, aus Protest bei der nächsten Wahl das Kreuz bei der AfD zu machen.

Allerdings rutschen Postings und Stellungnahmen im Feed schnell nach hinten, verblassen im täglichen Informationsgrundrauschen – und schon ist die Aufmerksamkeit wieder bei anderen Themen. Zwar war die Correctiv-Recherche offenbar endlich der hinreichend bedeutsame Anlass, um die eigene Haltung öffentlich zu kommunizieren. Die daraus freigesetzte Empörung und der Augenöffnungseffekt nutzen sich aber schnell ab. Dabei gäbe es viele weitere Aufreger, um immer wieder einen Anlass für die Kommunikation zu finden – nach innen und nach außen. Die AfD beschäftigt *mehr als 100 Rechtsextreme* im

Bundestag? Das Oberverwaltungsgericht NRW in Münster muss ihr Urteil über die die Einstufung der AfD als rechtsextremer Verdachtsfall vertagen, weil die AfD mit dem Ziel, die staatlichen Institutionen zu delegitimieren, den Prozess verschleppt? Sprecht anlässlich solcher Nachrichten immer mit Eurem Top-Management, lasst Euch das Go für weitere Aktionen geben, holt weitere O-Töne ein und werbt dafür, weiter laut zu bleiben.

Reinhold Würth, erfolgreicher Unternehmer und Inhaber des gleichnamigen Handelsunternehmens für Montage- und Befestigungsmaterial, macht vor, wie ein klares Bekenntnis aussehen kann, wenn man es ernst meint. Ein Schreiben an 25.000 Beschäftigte vom obersten Chef, in dem er mit deutlichen Worten vor der AfD warnt und sich dafür ausspricht, die Demokratie zu verteidigen - ganz sicher wirkt eine solche Geste nicht nur in Familienunternehmen, wo Stimmen des Inhabers oft noch ein besonderes Gewicht und eine gewisse Autorität haben.

Deswegen, liebe Diversity Manager*innen: Dream Big! Warum sollte eine ähnliche Aktion wie bei Würth nicht auch bei Euch möglich sein? Geht auf Euer Top-Management zu, erklärt die Bedeutung sozialer Normen und wie wichtig es ist, dass diese auch in den Unternehmen klar und deutlich sichtbar werden. Dass Führungskräfte und Mitarbeitende erkennen können müssen, was Menschen, die ihnen auch sonst als Orientierung dienen, erwarten und wofür sie einstehen. Und wenn es nicht der Brief an alle

ist, sind es vielleicht Dialogformate, Kaminabende, Gesprächsrunden in der Kantine, über die auch die Fürsorge für diejenigen deutlich wird, die mit sich hadern und in wirtschaftlich schweren Zeiten echte Sorgen haben.



Sobald die Haltung der Führungsebene kommuniziert ist, lassen sich auch andere Kampagnen glaubhaft nach außen tragen. In der Lokalzeitung inserieren mit einem Statement für die Demokratie, sich gemeinsamen Kampagnen mit anderen anschließen, zum Beispiel Apotheker*innen gegen rechts, #zusammenland, #LiveGegenRechts, die eigene Haltung auf der Unternehmenshomepage veröffentlichen wie die Leibniz Gemeinschaft oder Social-Media-Posts weiterer Meinungsführer*innen im Unternehmen. Nutzt außerdem (Werbe-)kampagnen für klare Bekenntnisse gegen Rechts – inspirierende Beispiele gibt es mittlerweile so viele!

9 Nutzt den Diversity Tag 2024

Am 28. Mai ist Diversity Tag – nicht einmal zwei Wochen vor der Europawahl am 09.06.2024. Das ist DER wichtige Termin noch vor den sächsischen, thüringischen und brandenburgischen Landtagswahlen im Herbst, und es ist davon auszugehen, dass vielen die Bedeutsamkeit dieser Wahl nicht klar ist.

Dabei geht es um so viel! Eine Studie der Denkfabrik „European Council on Foreign Relations“ (ECFR) prognostiziert auf Basis einer statistischen Analyse von Meinungsumfragen aus allen 27 EU-Staaten Zugewinne für Ultrarechte im EU-Parlament – konkret 40 Sitze mehr. Mit diesem Mandatszuwachs wäre eine „Koalition der „populistischen Rechten““ gemeinsam mit Christdemokrat*innen und bisher Fraktionslosen möglich mit dem Potenzial zur absoluten Mehrheit. Sie würden sich den Klimaschutzbestrebungen entgegenstellen, die EU in eine Festung verwandeln, die Nähe zu Russland verstärken und die Bindung zum Westen schwächen oder sogar aufheben.

Man muss nicht lange nachdenken um zu erkennen, dass damit auch das Fundament für Diversity wanken würde, selbst wenn sich AfD-Mehrheiten in Deutschland verhindern ließen. Stellt den DiversityTag 2024 daher unter das Motto „Diversity braucht Demokratie“ und nutzt alle Ressourcen, die Euch dafür zur Verfügung stehen, um aufzuklären, weshalb die

Europawahlen genauso wichtig sind wie Landtags- oder Bundestagswahlen. Zeigt auf, was auf dem Spiel steht, werdet plakativ. Zitiert Höcke und seine Haltung zur EU. Auf dem AfD-Europaparteitag im Juni 2023 sagte er: „Diese EU muss sterben, damit Europa leben kann“ - um sie dann auseinanderzunehmen. Der „Umbau der EU“ ist ein vorgeschobenes AfD-Argument, um die eigene Radikalität zu verschleiern. Denn: „Den Austritt hat die Partei als Ziel aber beibehalten, falls sich – was absehbar ist – dieser Umbau der EU nicht bewerkstelligen lässt.“

Macht unmissverständlich klar, weshalb jede Stimme auch bei der Europawahl zählt:

„Das Europa, für das die AfD kämpft, wäre eine humanitäre, kulturelle und auch wirtschaftliche Katastrophe. Die EU hat viele Fehler. Doch was die AfD will, würde den Rückbau ihrer gesammelten Errungenschaften bedeuten.“



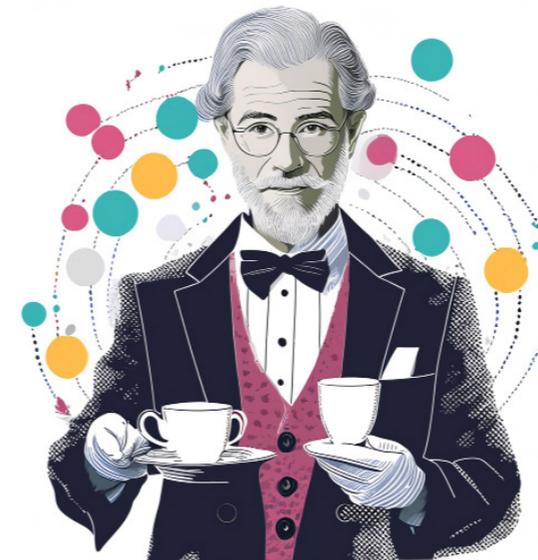
Nutzt die Aufmerksamkeit, die Ihr durch die Aktivitäten rund um den Diversity Tag bekommen könnt. Verteilt kleine Save-the-Date- Flyer, ermutigt Eure Kolleg*innen dazu, im Sinne einer Schneeballwirkung in ihren Familien- und Freundeskreisen für diese Wahl zu werben, stattet sie mit Materialien und Argumenten aus und sensibilisiert dafür, was Nichtwählen anrichten kann.

10 Macht Engagement leicht

Machen wir uns nichts vor: Wir alle haben oft viel zu viel zu tun, so dass proaktives Engagement und Gesicht zeigen immer wieder im Alltag untergehen, weil schlichtweg die Zeit dafür fehlt. Deswegen braucht es Menschen, wie Euch, liebe Diversity Manager*innen, die zusammen mit ihren Unterstützer*innen und Netzwerken die Voraussetzungen dafür schaffen, dass Bekenntnisse gegen Rechtsextremismus und zumindest kleine aber wirksame Aktivitäten trotzdem einigermaßen leicht und ohne großen Aufwand möglich werden. Versteht Euch hier wirklich als Dienstleistende:

- Erarbeitet mit Eurer Kommunikationsabteilung Kacheln, Banner, Profilsymbole für Social Media, die Eure Mitarbeitenden benutzen können und kommuniziert Hashtags für Fotos von der Demoteilnahme (z. B. #TeamDemokratieUnternehmensname)
- Stellt Vorlagen für Demoplakate, die sich für den Schutz der Demokratie aussprechen, zur Verfügung oder, wenn Ihr gar keine Ressourcen habt, verlinkt z. B. auf typographicdesign.de/product/font-fckafd-icon-font/
- Informiert darüber, wie man einer demokratischen Partei beitreten kann

- Teilt Petitionen wie z. B. die [WeAct-Petition zur Grundrechtsverwirkung für Höcke](#), die [Sperrung der AfD-Konten auf TikTok](#), den [offenen Brief](#) von brandnewbundestag an PayPal oder leitet sie über einen Mail-Verteiler an Interessierte weiter
- Etabliert einen „Diversity-braucht-Demokratie-Newsletter“, über den ihr regelmäßig relevante



Infos versendet

- Veröffentlicht lokale Demotermine im Intranet, bietet Euch als zentrale Stelle an, um Fahrgemeinschaften zu bilden oder Mitarbeitengruppen zu koordinieren, die gemeinsam hingehen möchten – viele fühlen sich auch in der Gruppe sicherer und gehen nur deswegen nicht

- auf Demos, weil sie keine Begleitung haben
- Startet eine Mini-Serie über Social Media, wie man sich auch mit [wenig Zeitaufwand](#) für die Demokratie einsetzen kann, beispielsweise indem man Sticker mit rechten Parolen nicht am Laternepfahl kleben lässt

Stellt Mail- oder Briefvorlagen zur Verfügung, die Mitarbeitende an Abgeordnete schicken können, beispielsweise um deutlich zu machen, dass man mit bestimmten Positionen nicht einverstanden ist oder um Fragen zu stellen wie „Wo sehen Sie Ihre Rolle in der Bekämpfung von antidemokratischen Strömungen und Radikalisierung?“

11 Unterstützt lokale Initiativen

Manches Engagement scheitert nicht so sehr an Zeitmangel, sondern eher an finanziellen Ressourcen. Demos zu organisieren kostet Geld und braucht auch materiellen Support sowie Know-How. Viele Unternehmen aus der Event-Branche haben sich der Initiative #LiveGegenRechts angeschlossen und *einige unterstützen auch aktiv* die Durchführung von Veranstaltungen. Aber auch große Unternehmen aus anderen Branchen könnten hier etwas beitragen, wenn sie Mitarbeitenden aus dem Eventmanagement bezahlte Freistellungen gewähren, um lokale Initiativen mit Know-how, Kontakten und evtl. auch Equipment zu unterstützen. Als Diversity Manager*innen könnt Ihr ausloten, was möglich ist, inspirieren und vernetzen.

Besonders wichtig ist das in kleinen Städten und Dörfern. Wir wissen einerseits, dass Proteste besonders wirken, wenn sie im ländlichen Raum stattfinden. Gerade dort gibt es jedoch oft großen Gegenwind. Pia Lamberty schreibt dazu auf ihrem Instagram-Account:



„Wenn man Rechtsextremismus eindämmen will, sollte man dringend die Leute vor Ort stärken, die sich für den Erhalt der Demokratie einsetzen – teilweise ohne jegliche Finanzierung und dafür mit der Gefahr, bedroht zu werden.“

Also: #SupportYourLocalHinterland.

12 Werbt für die Unterstützung demokratiefördernder Strukturen



Eigentlich ist die Demokratie darauf ausgelegt, sich selbst schützen zu können, indem beispielsweise zivilgesellschaftliches Engagement und Projekte zur politischen Bildung auch finanziell unterstützt werden. Aus diesem Grund soll das Demokratiefördergesetz über häufig nur zeitlich begrenzte Projekte hinaus eine größere Planungssicherheit, weniger Bürokratie und *langfristige Perspektiven für Projektträger*innen* ermöglichen. Aktuell liegt das Gesetz jedoch auf Eis – weil es von Union, AfD und FDP kritisiert wird. Angesichts des Zeitdrucks aufgrund der wachsenden Bedrohung von Rechts, weil kleine Initiativen oder freie journalistische Strukturen eventuell gar keine Kapazitäten haben, um Förderung zu beantragen oder eben auch unabhängig bleiben wollen und weil gerade diese Initiativen auch immer wieder hohe Gerichtskosten zu tragen haben, wenn sie von rechten Akteur*innen verklagt oder behindert

werden, braucht es auch finanzielle Unterstützung von anderer Stelle.

Informiert über Spendenmöglichkeiten in Eurem Newsletter, im Intranet oder verbindet Veranstaltungen im Unternehmen mit eigenen Spendensammelaktionen.

Hier eine erste Liste an möglichen Initiativen, die wir gerne noch um Eure Hinweise ergänzen:

- [*Correctiv*](#)
- [*Amadeu Antonio Stiftung*](#)
- [*Volksverpetzer*](#)
- [*Exit Deutschland*](#)
- [*brandnewbundestag*](#)
- [*Verfassungsblog*](#)

13 Zeigt auf, was noch alles geht



Rechtsextreme suchen gezielt nach Lücken in der Zivilgesellschaft. Sie organisieren Dorffeste oder engagieren sich im Sportverein. Als 2023 in Deutschland 60.000 neue Schöff*innen gesucht wurden, riefen rechte Netzwerke ihre Mitglieder auf, sich auf die Ämter zu bewerben. Vielen Menschen ist jedoch nicht klar, dass auch über diese Wege die Gesellschaft mit demokratiefeindlichem Gedankengut immer wieder in Kontakt gebracht und Strukturen unterwandert werden.

Informiert also auch darüber, in welchen Bereichen, die zunächst unpolitisch erscheinen, man genauso ein Gegengewicht gegen Rechtsextremismus bilden kann: den Aufbau beim Stadtteilstfest übernehmen, Essen kochen bei der Wohnungslosenhilfe oder eben ein Schöffenamtsamt am Gericht antreten. Wenn diese Ämter nicht mehr von Demokraten besetzt würden, gerate eine Gesellschaft in Schiefelage, *sagt die Sozialpsychologin Pia Lamberty.*

Stellt eine Infoseite zusammen und zeigt auf, wieso dieses Engagement ebenso wichtig ist wie der Demo-Besuch und wo Eure Mitarbeitenden weitere Informationen dazu erhalten können. In vielen Städten und Gemeinden gibt es Freiwilligenagenturen, die den Überblick haben, wo ehrenamtliche Unterstützung gerade gesucht wird.

14 Haltet die Aufmerksamkeit hoch



„Die Grundlage allen Engagements ist Aufmerksamkeit für ein Problem oder eine Fragestellung. Egal ob rechtsextreme Umtriebe, Demokratieentleerung, Diskriminierung oder sonstige Schief-lagen: Aufmerksamkeit sorgt dafür, dass die Gesellschaft nichts »unter den Teppich kehren« kann. Und sie hilft, Debatten anzustoßen und Gleichgesinnte zu finden.“

Aufmerksamkeit braucht aber auch Aufhänger. Gestaltet ein Programm, das genau diesen Zweck verfolgt – über die nächsten Wochen und Monate hinweg, mindestens bis zur nächsten Bundestags-

wahl. Organisiert Themenwochen zur Demokratieförderung, Aktionen wie den Besuch eines Vereins, der sich für Dialog oder unabhängigen Journalismus einsetzt, veranstaltet immer wieder Vorträge, Lesungen, Challenges. Plant dabei so, dass Ihr Eure Energien und Ressourcen für diesen Marathon gut einsetzen könnt und erarbeitet Euch auch hierfür dauerhafte Unterstützung, beispielsweise von Eurem Mitarbeitendennetzwerk zur Demokratieförderung und der Unternehmenskommunikation.

15 Nutzt Social Media aktiv und bewusst

Der Umgang mit rechtsextremen Beiträgen oder Kommentaren auf Social Media ist eine Gratwanderung. Einerseits ist es eine explizite rechtsextreme Strategie, mit Desinformation, Opfer-Inszenierung oder anderen Taktiken die Aufmerksamkeit für eigene Themen zu erhöhen und sie dadurch zu normalisieren. Insofern gilt zunächst einmal „Don't feed the troll“.

Andererseits wissen wir um die sogenannte „Schweigespirale“. Die Forschung dazu sagt aus, dass Menschen sich weniger trauen, ihre Meinung zu vertreten, wenn sie sich damit in der Minderheit wähnen. Schon dies wäre ein ausreichender Grund, dagegenzuhalten und klarzumachen, welche eigene Meinung man vertritt, um damit andere zu ermutigen, ihre Meinung ebenfalls zu äußern.

Dazu kommt: Ein *virtuelles Experiment* eines interdisziplinären Teams der Universität Duisburg-Essen (UDE) hat herausgefunden, dass bereits eine geringe Anzahl von 2 bis 4 % Bots in einer kontroversen virtuellen Debatte, bei der die Hälfte der Diskutierenden Pro, die andere Contra ist, dazu führen, dass sich die von den Bots vertretene Meinung durchsetzt. Es entsteht ein falscher Eindruck der Stimmungslage.

Wann welche Strategie die bessere ist, lässt sich wohl nur *im Einzelfall* entscheiden. Welchen Schaden würde es anrichten, wenn ein Post oder eine Nach-



richt durch einen eigenen Kommentar gepusht wird, und wo könnte es sich hingegen lohnen, klare Kante zu zeigen und dagegenzuhalten? Jedenfalls solltet Ihr beide Mechanismen kennen und darüber aufklären.

Über dieses individuelle Abwägen hinaus solltet Ihr vor allem die folgenden drei Strategien verfolgen:

Die Amadeu Antonio Stiftung empfiehlt, menschenverachtende Posts und Kommentare an Meldestellen wie *HateAid* oder *REspect!* weiterzugeben. In den meisten Fällen reiche es, anonym eine URL-Adresse anzugeben oder einen Screenshot zu machen. Anschließend prüfen Jurist*innen die Beiträge.

Verleiht vor allem Posts, die sich für die Demokratie aussprechen, die guten Nachrichten in den Mittelpunkt stellen, gute Recherchearbeit betreiben und Desinformationen entlarven, ohne ihre Narrativ zu wiederholen, durch Likes, Kommentare und andere Interaktion Aufmerksamkeit und vermittelt ihnen Zuspruch.

Richtet die Content-Strategie Eurer Diversity-Kanäle darauf aus, Posts zu teilen, die das Engagement

gegen Demokratiefeindlichkeit sichtbar machen und andere ermutigen. Inspiriert, spricht über Lösungen oder ruft zu Candy-Storms für Accounts auf, die im Kreuzfeuer rechter Kritik stehen oder die der Algorithmus wegen politischer Inhalte in die Unsichtbarkeit spült. Baut Euch gleichzeitig eine verlässliche Community auf, die auch Euch bei möglichen Shitstorms schnell unterstützen kann.

Um diese Strategien auch weiterzuerweitern, startet Ihr vielleicht eine – ganz analoge – Postkartenaktion in der Kantine: „Wie gehe ich mit rechten Posts im Netz und in den Sozialen Medien um, ohne FakeNews ungewollt zu verbreiten und ihnen Reichweite zu geben?“ Und teilt die Motive natürlich auch unternehmensweit über digitale Kanäle.

16 Regt zum kritischen Widerspruch an

Für die analoge Welt gilt: Liefert Ideen, an welchen Stellen Gegenrede etwas bringt und in welcher Form. Einer *Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung* zufolge haben 8% der Deutschen ein geschlossenes rechtsextremes Weltbild, sind also mit Argumenten gar nicht mehr erreichbar. Eine deutlich größere Gruppe,

etwa 20%, bewegt sich im Graubereich, ist nicht klar demokratisch orientiert und zeigt sich empfänglich für rassistische Parolen. „Genau bei diesen Menschen lohne es sich, mit Worten für demokratische Überzeugungen einzustehen, *sagt Pia Lamberty.*“ Konkret bedeutet das: wir können und müssen mit



jedem 5. Menschen ins Gespräch gehen und versuchen. Das erfordert viel Zeit und viel Geduld, aber ist gleichzeitig auch eine riesige Chance. Auch potenzielle Protestwähler*innen sind laut Nicole Broder, Pädagogische Leitung der Bildungsstätte Anne Frank, noch erreichbar. Ihnen aufzuzeigen, welches Weltbild die AfD hat und dass sie demokratische Rechte beschneiden möchte, ist durchaus erfolgversprechend. Vermittelt Euren Kolleg*innen daher auch unbedingt, wie über ein echtes Interesse am Gegenüber und seinen Beweggründen sowie nicht belehrenden, aber bestimmten Erklärungen und einer geduldigen Haltung ein Lernprozess angestoßen werden kann.

Mit dem Wissen um die Wirkung sozialer Normen ist es aber genauso wichtig, Widerspruch klar zu machen statt zu schweigen, auch wenn möglicherweise schon

klar ist, dass die Person nicht mit Argumenten erreichbar ist. Ein antisemitisches Narrativ ins Gespräch in der Kantine eingeflochten, das N-Wort im Teams-Call, nur als Illustration dafür, was man „früher“ noch sagen durfte - so bekommen verletzte und menschenverachtende Äußerungen eine Plattform. „Hier gilt es, argumentativ dazwischenzugehen, zurückzufragen: Weißt du, was das N-Wort eigentlich bedeutet? Hast du eine Ahnung, was das bei Betroffenen auslöst?“, *sagt Pia Lamberty*. Es dürfe nicht der Eindruck entstehen, man könnte immer alles sagen, nur weil der Rest schweigt ...

Es geht aber nicht nur darum, demokratiefeindliche oder rassistische Positionen zu verurteilen. Es ist mindestens auch genauso wichtig, diejenigen in die Schranken zu weisen, die sie hoffähig machen – auch wenn der Ursprung aus dem demokratischen Spektrum kommt. Populistische Aussagen dürfen nicht un widersprochen bleiben, denn sie haben erst die Grenzen des Sagbaren verschoben. Widerspricht daher auch den Aussagen von rechts-konservativen Politiker*innen, die meinen, mit populistischen Aussagen könnten Sie der AfD Wähler*innen entziehen. Dass diese Strategie aufgeht, wurde jedoch schon längst widerlegt.

Gebt für diese drei unterschiedlichen Strategien doch ein MiniBooklet heraus, verteilt es an alle Abteilungen im Unternehmen, und beantwortet darin die wichtigsten Fragen:

17 Stärkt Eure Führungskräfte

- Wie argumentiere ich erfolgversprechend bei Menschen, die noch kein geschlossenes Weltbild haben?
- Wie reagiere ich auf rechtsextreme, demokratiefeindliche und rassistische Äußerungen in meinem beruflichen und privaten Umfeld?

- Wie weise ich Menschen aus dem demokratischen Spektrum, die mit populistischen Äußerungen, dennoch die Grenzen des Sagbaren verschieben, auf ihre Verantwortungslosigkeit hin?

Wie bei allen Themen sind Führungskräfte hier besonders in der Verantwortung.

Führungskräften erwartet wird und welche Äußerungen sowie welches Verhalten nicht geduldet und wie sanktioniert werden.

„Eigentum und Führungsverantwortung verpflichtet – auch für einen Einsatz gegen Populismus und für den gesellschaftlichen Zusammenhalt.“

Sie müssen Haltung zeigen und Vorbilder sein, also stärkt und ermutigt sie unbedingt. Und ihnen muss absolut bewusst sein, dass das Unternehmen antidemokratische Haltungen nicht duldet. Dafür braucht es klare Botschaften nach innen – von ganz oben, mit Überzeugung vorgetragen, flankiert von Code of Conducts und Leitlinien, was von Mitarbeitenden und



Gleichzeitig gilt es vor allem, mit den Mitarbeitenden in den Dialog zu gehen, und der ist vermutlich besonders herausfordernd, wenn man beispielsweise bemerkt, dass im eigenen Team rechtsextreme oder populistische Meinungen vorherrschen.

Versorgt Eure Führungskräfte mit umfassenden Informationen und Materialien. Weist sie darauf hin, dass

sie bei Euch eine Anlaufstelle haben, wenn sie mit ihren Teams zum Thema Demokratieförderung arbeiten wollen. Und geht auch mit ihnen in den Dialog, um genau die Unterstützung liefern zu können, die ihnen am meisten weiterhilft. Führungskräfte sind hier – wie beim Thema Diversity auch – Eure wichtigsten Verbündeten.

18 Schafft Euch einen Informationsvorsprung

Bildet Euch weiter, denn für herausfordernde Diskussionen braucht es fundiertes Wissen. Bereitet Euch vor auf Argumente, die Euch glauben lassen wollen, dass sich Unternehmen politisch zurückhalten sollten, weil sich etwa angeblich der gesellschaftliche Wind drehe. Lernt zu erläutern, warum Toleranz das Dulden von Intoleranz nicht beinhaltet und weshalb sich gerade jetzt auch Unternehmen für Demokratie und Diversity aussprechen müssen.

Bleibt daher auf dem Laufenden über die verfassungsrechtlichen Diskurse rund um ein mögliches Verbotsverfahren. Abonniert den Newsletter des Verfassungsblogs, lasst Euch von buzzard ein breites Spektrum von Perspektiven liefern oder lest schlicht

eine gute Wochenzeitung für mehr Analyse und Zusammenhänge. Das Thema Diversity Management ist fachlich schon breit genug, aber jetzt braucht Ihr noch weitere politikwissenschaftliche, soziologische, sozialpsychologische, geschichtliche und verfassungsrechtliche Blickwinkel dazu.

Als ob das nicht schon genug wäre, solltet Ihr aber auch zu den weiteren Vorhaben von AfD & Co. informiert sein und ein Gefühl dafür bekommen, wie und was in diesen Kreisen diskutiert wird. Ein erster guter Augenöffner ist die *Doku „Wir waren in der AfD“* über ehemalige Parteimitglieder, die eine erschreckende Innensicht liefert. Folgt Correctiv und Volksverpetzer auf den sozialen Medien, um die neuesten



Fake-News zu kennen, noch bevor sie Euch im Alltag begegnen, schaut hin und wieder auf den Kanälen der *Recherchegruppe DieInsider* vorbei (regelmäßig erfordert starke Nerven) oder lest auch mal die Kommentarspalten in populistischen oder einschlägig rechtsextremen Medien.

Konfrontiert Euch mit der unschönen Realität, denn nur dann seid Ihr in der Lage, selbst gut aufzuklären und ohne großes Überraschungsmoment auf Entwicklungen zu reagieren. Seht es als Teil Eurer Stellenbeschreibung als Diversity Manager*innen: Fundierte

Kenntnis von rechtsextremen Positionen und Strategien mit dem Ziel, diese aushebeln zu können, gehört nun leider auch dazu.

Nutzt Informationen, um vorbereitet zu sein – z. B. wenn nach der Landtagswahl in Thüringen die CDU oder BSW mit der AfD doch gemeinsame Sache machen wollen. Dann gilt es schnell zu reagieren, Protest zu organisieren, wieder laut zu werden. Ein Notfallplan in der Hinterhand kann da nicht schaden, um mit klarem Kopf die richtigen Entscheidungen treffen zu können.

19 Öffnet Türen zurück in die Welt

Was wir bei allen Informations- und Aufklärungsversuchen, dem Wirken der Sozialen Norm, den Statements und den Appellen an Haltung nicht vergessen dürfen: Radikalisierung geschieht selten aus kognitiven Überzeugungen heraus, sondern meist aus einem emotionalen oder moralischen Bedürfnis. Und auch nur über diese Brücke können wir Menschen wieder zurückholen, die nach rechts abdriften oder rechtsextremen Ideologien verfallen sind. Dafür braucht es eine Beziehungsebene, auf der

man aufbauen kann, Geduld, Gesprächstechniken, die nicht werten und argumentativ überzeugen wollen, sondern zuhörend Verständnis anstreben, Emotionen spiegeln und Gemeinsamkeiten suchen, aber gleichzeitig auch Grenzen setzen und Respekt für die eigenen Perspektiven einfordern. Das ist in den seltensten Fällen mit komplett fremden Menschen möglich. Aber mit Menschen aus der eigenen Familie, mit Freund*innen, Kolleg*innen.

Der Abschied von Überzeugungen ist ist schmerzhaft und es braucht eine gute, verständnisvolle Begleitung, um diese Leerstellen wieder zu füllen. Dana Buchzik vermittelt in ihrem Ratgeber *„Warum wir Familie und Freunde an radikale Ideologien verlieren – und wie wir sie zurückholen können“*, wie eine solche Begleitung aussehen kann. Und welche Haltung man selbst dafür braucht. Nehmt Euch also dieser Aufgabe an – im eigenen Unternehmen und außerhalb. Und unterstützt Andere mit Eurem Wissen dazu und Eurer Erfahrung.



20 Vernetzt Euch selbst

Diversity Management als Einzelkämpfer*in ist schwer genug. Gleichzeitig das komplexe Thema Demokratieförderung zu bedienen, noch schwerer. Im Unterschied zu originären Diversity Management Strategien braucht es hier jedoch nur in wenigen Fällen ganz unternehmensindividuell ausgestaltete Aktionen. Also vernetzt Euch, schließt Euch zusammen mit anderen Diversity Manager*innen, geht arbeitsteilig vor, tauscht Materialien, Informationen und Erfahrungen aus und werdet vielleicht auch im Zusammenschluss mehrerer Organisationen gemeinsam aktiv.
#DiversityManager*innenFürDieDemokratie :-)



21 Schafft Sichtbarkeit für Betroffene

Schon vor der Veröffentlichung der *Deportationspläne* im Zuge der Correctiv-Recherche hatten Posts von BIPOC in den Sozialen Medien immer wieder für Erschütterung bei Weißen geführt: Die Posts zeigten Koffer, die viele bereits gepackt im Schrank stehen haben, um schnell das Land verlas-

sen zu können, sollte sich die politische Lage für sie verschlechtern. Wer sich nicht täglich mit Rassismus und Diskriminierung auseinandersetzen muss, hat schlichtweg kein Gefühl dafür, wie massiv diese Angst sein kann und was es mit Menschen macht, wenn ihre Existenz nicht nur von einer Minderheit

in Frage gestellt wird, sondern wenn gleichzeitig die Mehrheit gleichgültig bleibt und den Ernst der Lage verkennt.

Aber genau auf dieses "Das geht uns doch nichts an" setzen Rechtsextreme und die AfD. Nutzt Eure Position und Eure Reichweite, um denjenigen Gehör und Sichtbarkeit zu verschaffen, die Angst vor den Plänen der AfD haben und von ihrer Politik betroffen wären. Denn die „bürgerliche Mitte“ hat oft noch nicht verstanden, wie sich die Lebensrealität für viele Menschen verändern würde – weder hinsichtlich des schieren Ausmaßes, noch wie eine Vertreibung aus Deutschland dann aussehen könnte. Die AfD spricht ganz offen von *bis zu 25 Millionen (!!!)*, auf die man „verzichten“ könnte. Das ist mehr als alle Einwohner*innen von Bayern und Baden-Württemberg zusammengekommen! Konkret umfasst dies laut *Correctiv* drei Gruppen: Asylbewerber*innen, Ausländer*innen mit Bleiberecht und so genannte „nicht assimilierte Staatsbürger*innen“ – was auch immer das heißen soll. Ein Vehikel dabei soll der Entzug der deutschen Staatsbürgerschaft sein. Und darüber hinaus sollen Menschen mit der vermeintlich falschen Hautfarbe oder Herkunft einfach auch aus Regionen oder Deutschland „rausgeekelt und -gemobbt“ werden.



Gebt Betroffenen aus diesen Gruppen (und weiteren, so wie der LGBTIQ*-Community oder Menschen mit Behinderung) ein Gesicht, interviewt sie, fragt sie, was die aktuellen politischen Aussichten mit ihnen machen und was sie sich von ihren Kolleg*innen unterstützend wünschen würden. Vielleicht weckt dies etwas Empathie bei denjenigen, für die die Bedrohung immer noch zu abstrakt und weit weg ist und führt über diesen Weg zu einem Umdenken.

22 Werbt für's Wählen gehen

Die Demokratie zu schützen ist eigentlich ganz einfach. Letztlich braucht es dafür keine 10 Minuten Zeiteinsatz, wenn man sich für die Briefwahl entscheidet. Also ist der ganze Aufwand vielleicht gar nicht gerechtfertigt, wenn sich am Ende ohnehin alles an der Wahlurne kristallisiert?

Vielen Menschen ist jedoch leider nicht bewusst, dass eine nicht abgegebene Stimme für die Demokratie *genauso schädlich* ist, wie das Wählen demokratiefeindlicher Parteien. Die Unzufriedenheit mit der aktuellen politischen Lage kann eben neben der Protestwahl auch dazu führen, der Wahlurne fernzubleiben.

Die Wahlbeteiligung in Deutschland sinkt seit den 70er Jahren. Damals lag die Beteiligung in der BRD noch bei 90%. Bei der letzten Bundestagswahl 2021

blieben *14,2 Millionen Wahlberechtigte* zu Hause – das ist 1 von 4 Personen!!! Die Wahlbeteiligung betrug damit nur noch 76,6%. Die Landtagswahlen in Bayern und Hessen lagen mit 73,3% bzw. 65,6% noch weiter darunter.

Doch je weniger Menschen wählen, desto mehr Gewicht hat eine Stimme für die AfD. Eine ganz einfache Rechnung verdeutlicht das vielleicht. 5 Personen stellen die wahlberechtigte Bevölkerung dar. 1 Person wählt SPD, 1 Person CDU und 1 Person AfD. 2 wählen nicht. Damit hat die SPD 33% der Stimmen, die CDU hat 33% und die AfD ebenfalls. Wählen die beiden Nichtwähler*innen jedoch auch jeweils SPD und CDU, haben diese jeweils 40% der Stimmen und die AfD nur noch 20%.

Vielleicht druckt Ihr diese Rechnung auf Postkarten und Plakate, bittet Euer Top-Management zu einem persönlichen Statement, das zu Wahl aufruft, feiert im Vorfeld der Wahl ein Fest zu Ehren der Demokratie im Unternehmen – was auch immer Euch einfällt! Werdet jedoch nicht müde, immer wieder darauf hinzuweisen, dass jede abgegebene Stimme **IMMER** einen Einfluss hat.



Zum Abschluss

Die Politik- und Sozialwissenschaftlerin Naika Foroutan hat im Kulturmagazin „ttr – titel, thesen, temperamente“ gesagt:

„Wenn es der AfD gelänge, mit 30% die stärkste Kraft zu sein, dann ist das etwas, was unaufhaltsam tatsächlich die Demokratie zur Erosion bringen kann. Jetzt geht es darum, dass das demokratische Spektrum der sogenannten schweigenden Mehrheit rauskommt und sich auch als Mehrheit beweist, und das auch über die Grenzen ihrer eigenen Positionalitäten hinweg.“

Auch wenn das alles nach sehr viel Anstrengung und Arbeit klingt – wir sind so unfassbar privilegiert, dass wir diese Arbeit tun dürfen! Vielleicht

haben wir jedoch vergessen, dass es Demokratie nicht zum Nulltarif gibt. Dass alle Menschen in Deutschland jeden neuen Tag in Freiheit und relativer Sicherheit beginnen dürfen, scheint uns ein so selbstverständliches Geschenk, dabei klebt daran ein Preisschild, das nicht nur einfach vergessen wurde abgekratzt zu werden. Aber wenn wir wollen, dass es uns nicht weggenommen wird, müssen wir die Ärmel hochkrempeln. Oder wie es Carolin Emcke, Trägerin des Friedenspreises des deutschen Buchhandels, ausdrückt:

„Eine Demokratie ist kein fertiges Ding – sondern ein un-abgeschlossenes Projekt, das sich permanent erweitern und vertiefen muss. Eine Demokratie ist nichts, was wir besitzen, sondern etwas, woran wir arbeiten.“



INSTITUT FÜR
DIVERSITY
MANAGEMENT



Bucher Straße 10
90408 Nürnberg

Telefon: +49-(0)911-14886820
Telefax: +49-(0)9122-868 71

info@diversity-institut.de
www.diversity-institut.de