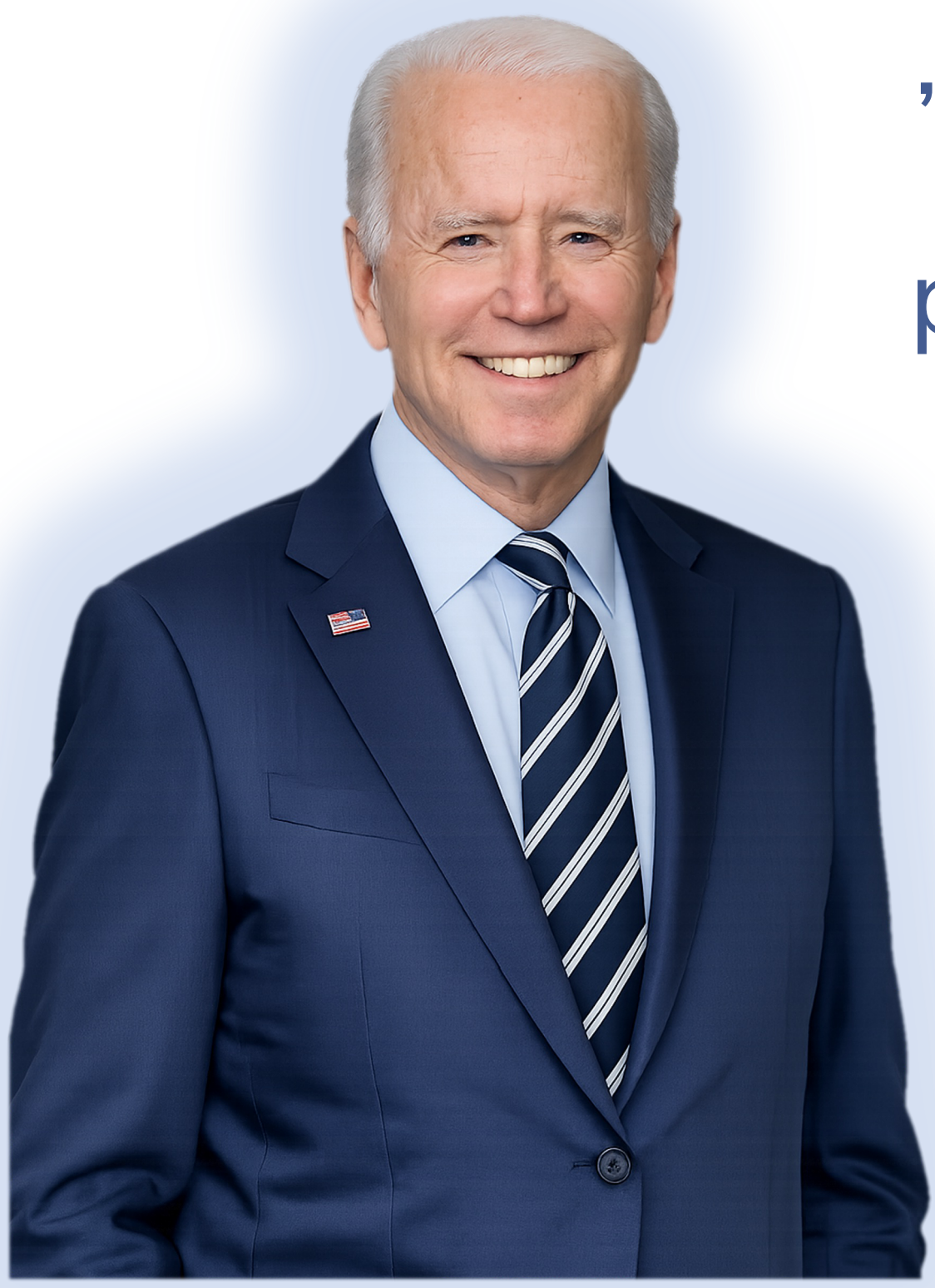




„The values of diversity, equity and inclusion are the core strength of America. That’s why I’m proud to have the most diverse administration in history.“



„We will terminate every diversity, equity, and inclusion program across the entire federal government.“

Von Haltung zu Zurückhaltung?

Haltungskommunikation US-amerikanischer Unternehmen im Spannungsfeld politischer Machtwechsel

Forschungsstand: Wenn Politik die Sprache der Wirtschaft verändert

Kaum ein Thema polarisierte die US-amerikanische Politik so stark wie DEI - Diversity, Equity und Inclusion. Während die Biden-Administration DEI aktiv förderte, leitete Trump 2025 mit einer Reihe von Executive Orders den gezielten Abbau aller staatlichen DEI-Programme ein. **Wie reagieren Unternehmen, wenn politische Signale gegensätzlicher kaum sein könnten?** Genau diese Frage fehlte bisher in der Forschung. Obwohl längst belegt ist, dass Regierungswechsel in den USA das Verhalten von Unternehmen messbar beeinflussen.

Ergebnisse: Was die Zahlen verraten

DEI-Bezüge in Pressemitteilungen: 42,9 % (2021) → 27,5 % (2025) = **–15,4 Prozentpunkte**

Diversity am stärksten betroffen: Gender, Race & Ethnizität **–14,1 PP**

Equity & Inclusion rückläufig, aber statistisch nicht signifikant

Apple als einziges Unternehmen mit messbarem, signifikantem Rückgang

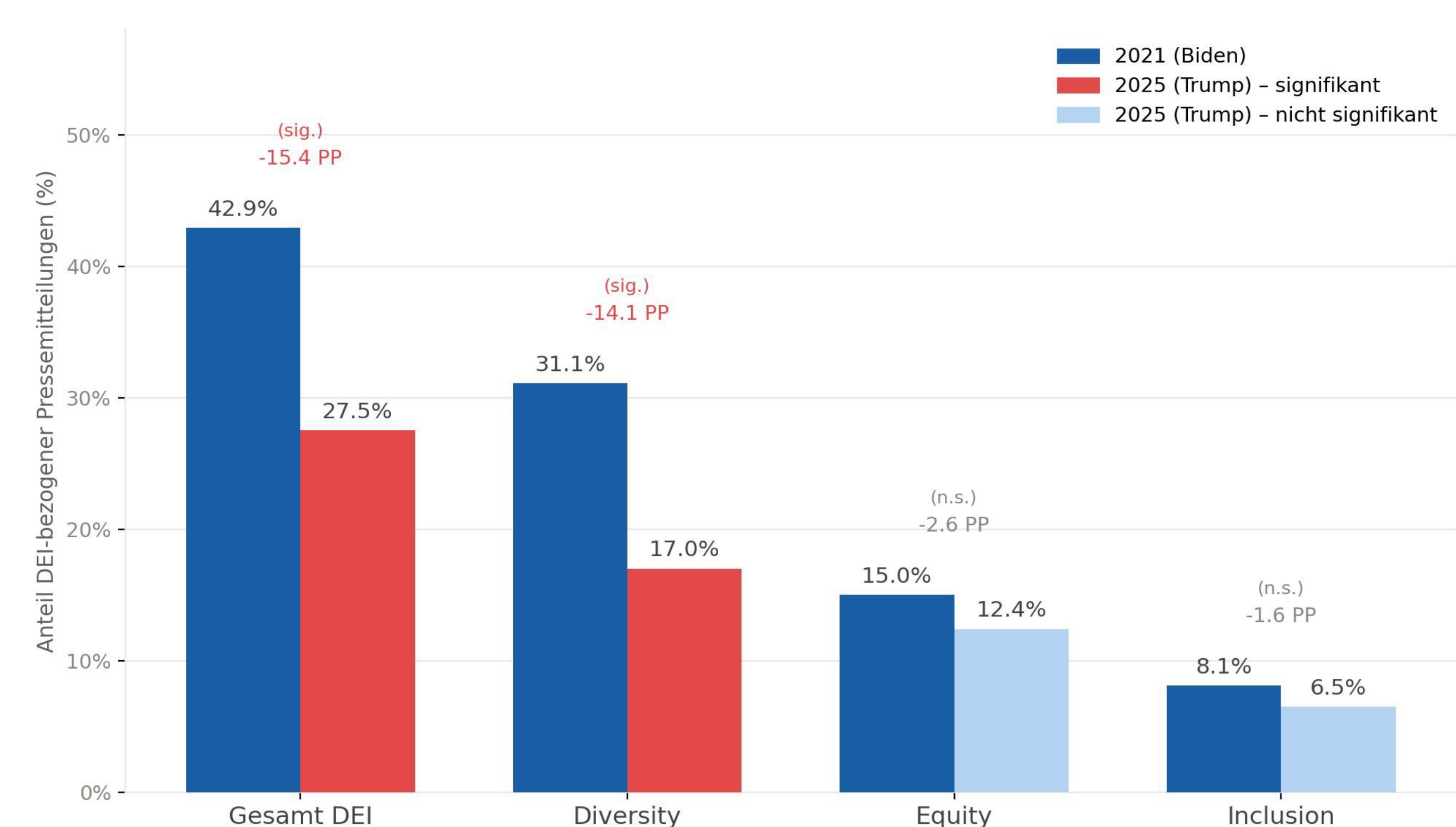
Methodik: Was wurde untersucht?

Untersuchte Unternehmen: Die 5 umsatzstärksten US-Firmen laut Fortune 500 (2021 & 2025): Amazon, Apple, Walmart, CVS Health, UnitedHealth Group

Untersucht auf: DEI-Bezüge in der Unternehmenskommunikation (Diversity, Equity, Inclusion)

Datenbasis: 426 Pressemitteilungen aus den ersten **100 Amtstagen** beider Präsidentschaften

Methode: Quantitative Inhaltsanalyse (MAXQDA, z-Test, t-Test)



Kernbotschaft & Handlungsempfehlungen: Was das bedeutet und was jetzt gefragt ist

Die Ergebnisse zeigen deutlich: Unternehmen passen ihre DEI-Kommunikation dem politischen Klima an, nicht aus Überzeugung, sondern aus Risikoabwägung. Trumps Executive Orders vom Januar 2025 wirkten als direktes politisches Signal, auf das die US-Konzerne messbar reagierten. DEI-Kommunikation ist damit kein stabiler Ausdruck von Unternehmenswerten, sondern ein Spiegel politischer Machtverhältnisse.

Für Unternehmen folgt daraus: Wer Diversität nur kommuniziert, solange es politisch opportun ist, riskiert langfristig seinen Glaubwürdigkeitsverlust gegenüber Mitarbeitenden, Investoren und der Öffentlichkeit.

Für Politik und Gesellschaft stellt sich eine konkretere Frage: **Welche gesetzlichen Schutzräume für unternehmerisches DEI-Engagement existieren in Deutschland und reichen sie aus?** Die USA zeigen, was passiert, wenn diese Räume politisch geschlossen werden: Privatwirtschaftliches Engagement zieht sich schnell und messbar zurück. **Wer Chancengleichheit langfristig stärken will, muss heute mitbedenken, welche Rahmenbedingungen er dafür schafft – oder preisgibt.**



Video zum Poster

