



## Pressemitteilung

Bonn, 14.02.2025

# Unternehmen werben für Wahl-O-Mat und hohe Wahlbeteiligung

**Bundesweit werben zahlreiche Unternehmen und Konzerne für das überparteiliche Informationsangebot Wahl-O-Mat und rufen zur Wahlbeteiligung auf // Wahl-O-Mat zur Bundestagswahl seit 6. Februar online // aktuell über 18 Mio. Nutzungen**

Im Vorfeld der Bundestagswahl 2025 rufen zahlreiche Unternehmen aus ganz Deutschland ihre Mitarbeiter/-innen und die Kundschaft auf, sich mit dem überparteilichen Wahl-O-Mat über die Positionen der politischen Parteien zu informieren und ihr Stimmrecht am 23. Februar 2025 zu nutzen.

Mit dabei sind u.a. das Medienhaus **Ströer Media Deutschland GmbH**, das eine bundesweite Kampagne unterstützt. Der Wahl-O-Mat wird in digitalen und analogen Medien präsent sein, darunter in Zügen der Deutschen Bahn, auf Großflächen, Mega-Lights und Public Video-Screens. Zum Engagement äußert sich Alexander Stotz, CEO Ströer Media Deutschland GmbH:

*„Als Medienunternehmen sehen wir es als unsere Verantwortung, Räume für Demokratie zu schaffen und die politische Teilhabe zu fördern. Der Wahl-O-Mat ist ein wichtiges Instrument zur politischen Bildung und Entscheidungsfindung. Mit unserer reichweitenstarken Unterstützung möchten wir dazu beitragen, dass möglichst viele Bürgerinnen und Bürger dieses Angebot nutzen und sich gut informiert an der Bundestagswahl beteiligen.“*

**McDonalds**, die in allen Restaurants in Deutschland auf den Instore-TV- Geräten sowie auf den Ein- und Ausgangsscreens einen Spot zur Bewerbung des Wahl-O-Mat ausstrahlen:

*„McDonald's ist der Ort, an dem Menschen mit den unterschiedlichsten Lebenshintergründen zusammenkommen und miteinander eine gute Zeit verbringen – und zwar sowohl vor als auch hinter dem Tresen. Wir sind quasi das demokratischste Restaurant der Welt. Daher ist es uns wichtig, dass wir dem Wahl-O-Mat als Instrument zur Entscheidungsfindung eine Fläche bieten“, sagt Markus Weiß, Unternehmenssprecher bei McDonald's Deutschland. „Wir wollen unsere Reichweite nutzen, um so vielen Leuten wie möglich zu helfen, gut informiert bei der Bundestagswahl abzustimmen.“*

Auch der **Automobilbauer BMW Group** hat sich frühzeitig mit der Bundeszentrale für politische Bildung ausgetauscht. Unter dem Motto „Nutze Deine Stimme“ ruft das Unternehmen seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an allen deutschen Standorten dazu auf, vom Stimmrecht Gebrauch zu machen und an der Bundestagswahl teilzunehmen. Konzernsprecher Frank Wienstroth:

*„Wir haben klar gemacht, dass die Bundestagswahl für uns als international agierendes Unternehmen, das sich klar zum vereinten Europa bekennt, von großer Bedeutung ist. Wir haben den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern empfohlen, sich vor der Wahl gut zu informieren und dafür auch den Wahl-O-Mat zu nutzen, um eine fundierte Wahlentscheidung zu treffen.“*

**Pressekontakt:**

Bundeszentrale für politische Bildung  
Daniel Kraft  
Bundeskanzlerplatz 2  
53113 Bonn

Tel. +49 (0)228 99515-200  
Fax +49 (0)228 99515-293  
[presse@bpb.de](mailto:presse@bpb.de)  
[www.bpb.de/presse](http://www.bpb.de/presse)

Pressemitteilungen der bpb abonnieren/abbestellen:  
[www.bpb.de/presse/IDTORL](http://www.bpb.de/presse/IDTORL)



Auch die **Dating-App Tinder** ist mit von der Partie:

„Für die Generation Z ist Tinder mehr als eine Dating-App – sie begleitet sie in entscheidenden Lebensmomenten. Dazu gehört auch die erste Bundestagswahl. Unsere Umfrage zeigt: Über 30 % der Tinder-Nutzer:innen sehen es als Dealbreaker, wenn ihr Date nicht wählen geht, und 27 % diskutieren gerne über politische Themen. Wir freuen uns, mit der bpb zusammenzuarbeiten und mit dem Wahl-O-Mat in der App noch mehr junge Menschen zur Wahl zu motivieren.“ So Juliane Leupold, Senior Communications Manager Tinder DACH.

Personalvorstand Dr. Thomas Ogilvie von der **DHL Group** stellt für das Engagement seines Unternehmens fest:

*„Deutschland ist ein starkes Land mit freien und unabhängigen Wahlen. Das Wichtigste ist, dass wir alle von unserem Wahlrecht Gebrauch machen, um mitzuentcheiden, in welche Richtung sich Deutschland morgen und in den kommenden Jahren entwickeln soll. Es ist deshalb wichtig, sich zu informieren und zu vergleichen, wie sich die Parteien in ihren Positionen zur Entwicklung von Demokratie, Wirtschaft und Gesellschaft in unserem Land unterscheiden. Der Wahl-O-Mat hilft dabei, neutral und faktenbasiert.“*

Neben weiteren großen Unternehmen wie der Deutschen Bahn oder Spotify kommen zahlreiche kleinere Mittelständische Unternehmen hinzu, von Friseursalons bis Buchhandlungen, die im Rahmen der **bpb-Kampagne „Raum für Demokratie“** ihre Geschäftsräume zum offenen Austausch über die Bundestagswahl geöffnet haben.

40 Medienpartner spielen den Wahl-O-Mat auf zahlreiche Seiten aus. U.a. die Süddeutsche Zeitung, DER SPIEGEL, tagesschau.de, welt.de, das ZDF, t-online.de und das RND Redaktionsnetzwerk Deutschland und der Tagesspiegel sowie n-tv.de, stern.de, rtl.de und viele mehr.

Weitere Informationen unter [www.bpb.de/raum-fuer-demokratie](http://www.bpb.de/raum-fuer-demokratie) und [www.wahl-o-mat.de](http://www.wahl-o-mat.de)

**Pressekontakt:**  
Bundeszentrale für politische Bildung  
Daniel Kraft  
Bundeskanzlerplatz 2  
53113 Bonn

Tel. +49 (0)228 99515-200  
Fax +49 (0)228 99515-293  
[presse@bpb.de](mailto:presse@bpb.de)  
[www.bpb.de/presse](http://www.bpb.de/presse)

Pressemitteilungen der bpb abonnieren/abbestellen:  
[www.bpb.de/presse/IDTORL](http://www.bpb.de/presse/IDTORL)