



Global Compact
Netzwerk Deutschland

Hintergrundpapier: Gefährdet Populismus die Wirtschaft?

Februar 2025



GOVERNANCE

Inhalt

1 HINTERGRUND	3
2 WIRTSCHAFT UND POPULISMUS	4
3 HANDLUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND	5
3.1 „LOUD VOICE“-ANSÄTZE	6
3.1.1 Klare Positionierung	6
3.1.2 Gemeinsam Haltung zeigen	7
3.2 „SOFT VOICE“-ANSÄTZE	8
3.2.1 Vielfalt und Toleranz nach innen stärken	8
3.2.2 Zivilgesellschaftliche Initiativen unterstützen	9
4 AUSBLICK	10
IMPRESSUM	11

Hintergrund

1

Eine resiliente Wirtschaft profitiert von stabilen Institutionen, einer offenen und pluralistischen Gesellschaft, Frieden und Rechtsstaatlichkeit; sie benötigt Fachkräfte, Kooperation und Partnerschaften, um Arbeitsplätze zu sichern, Innovationen voranzutreiben und die Transformation hin zu nachhaltigen Geschäftsmodellen zu gestalten. Auch die Sustainable Development Goals (SDGs) unterstreichen mit SDG 16 die Bedeutung von Frieden, Gerechtigkeit und starken Institutionen als essenziellen Teil der Agenda 2030.

Populistische Strömungen stellen diese Ordnung vermehrt infrage. Sie stehen in radikaler Opposition zu den herrschenden politischen und gesellschaftlichen Eliten und reklamieren für sich selbst, den „wahren“ Volkswillen zu erkennen und zu vertreten.

Auch in Deutschland gewinnen populistische Kräfte zunehmend an Einfluss und Sichtbarkeit. Sie plädieren für Ab- und Ausgrenzung, treffen unvorhersehbare Entscheidungen und fordern demokratische Grundprinzipien wie die Menschenwürde heraus. Zudem stellen sie eine Gefahr für rechtstaatliche Institutionen dar, die das Rückgrat unserer Demokratie sind.

Als prinzipienbasierte Initiative setzt sich der UN Global Compact für eine inklusive und nachhaltige Wirtschaft sowie für Wohlstand und Frieden im Sinne der SDGs ein. Aus diesem Grund möchte das UN Global Compact Netzwerk Deutschland (UN GCD) der Frage nachgehen, welche Risiken sich durch Populismus für die deutsche Wirtschaft ergeben könnten und was in Deutschland ansässige Unternehmen selbst tun können (oder sollten), um Populismus zu entgegenen. Als Kern dieses Hintergrundpapiers wurden Handlungsoptionen identifiziert, die Unternehmen dabei helfen können, sich diesem komplexen Thema anzunähern.

Wirtschaft und Populismus

Die Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Populismus – insbesondere die negativen Folgen von Populismus für die Wirtschaft – sind Gegenstand einer wachsenden Zahl an Studien. Im Folgenden werden einige der zentralen Argumente thematisiert, ohne dabei den Anspruch auf eine abschließende oder detaillierte Abbildung des Diskussionsstandes zu erheben:

- Abschottung und Protektionismus:** Eine breit angelegte Untersuchung des Instituts für Weltwirtschaft in Kiel¹ ergab, dass in Ländern mit (rechts- oder links-) populistischen Regierungen bereits wenige Jahre nach Regierungsantritt ein Rückgang des realen Bruttoinlandsproduktes zu verzeichnen war, was u.a. auf protektionistische Maßnahmen wie höhere Zölle und wirtschaftliche Abschottung zurückgeführt wurde. Für die hochvernetzte und stark exportorientierte deutsche Wirtschaft hätte beispielsweise eine Abkehr vom EU-Markt potenziell schwerwiegende Folgen. Ferner können staatliche Eingriffe in Marktmechanismen und freien Handel Kosten für Unternehmen und Verbraucher*innen erhöhen.
- Wettbewerb um Fachkräfte:** Deutsche Unternehmen sind auf ausländische Fachkräfte angewiesen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und Personalbedarfe zu decken. Um das Arbeitskräfteangebot auch im Hinblick auf die demographische Entwicklung langfristig zu stabilisieren, ist laut einer Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung von 2021² eine jährliche Nettozuwanderung von 400.000 Personen erforderlich. Populistische Kräfte verfolgen jedoch oftmals eine restriktive und polarisierende Einwanderungspolitik, was den Zugang zu internationalen Arbeitskräften erschweren und Deutschland als Standort für Zuwanderer*innen unattraktiv machen kann. Im internationalen Wettbewerb um Talente und Fachkräfte kann dies zum Nachteil für deutsche Unternehmen werden.
- Politische Unvorhersehbarkeit:** Unternehmen profitieren von einem stabilen Umfeld, das langfristige Planung und Investitionen ermöglicht und schützt. Populistische Kräfte können diese Stabilität durch polarisierende und/oder kurzfristig orientierte Politiken, unvorhersehbare Markteingriffe oder häufige Kurswechsel gefährden. (Empfundene) politische Instabilität reduziert die Planungssicherheit für Unternehmen und verringert die Attraktivität für Investitionen.
- Schwächung von Institutionen:** Populistische Strömungen neigen dazu, zentrale (rechts-) staatliche Institutionen infrage zu stellen – sei es in der Judikative, Exekutive oder Legislative. Dies kann das Vertrauen in sowie die Finanzierung und damit langfristig auch die Stabilität von entsprechenden Strukturen untergraben. Daten des Corruption Perception Index von Transparency International³ zeigen, dass Länder mit schwachen Institutionen und Rechtsstaatlichkeit stärker von Korruption betroffen sind. Die resultierende Rechtsunsicherheit, ineffiziente Verwaltung und mögliche Wettbewerbsverzerrungen wiederum können negative Auswirkungen auf die lokale Wirtschaftsleistung haben.
- Stockende Transformation:** Populistische Parteien neigen stärker als andere politische Akteure dazu, Nachhaltigkeitsziele zu vernachlässigen oder die zugrundeliegenden, wissenschaftlichen Erkenntnisse grundsätzlich abzulehnen. Ebenso sind sie häufiger kritisch gegenüber neuen Technologien und schüren Skepsis gegenüber Fortschritt. Hierdurch können bereits angestoßene Transformationsprozesse verlangsamt und entsprechende Förderprogramme gefährdet werden. Das stellt für Unternehmen, die z.B. bereits umfassende Investitionen in die Entwicklung klimaschonender Technologien oder in die Gestaltung einer „Just Transition“ getätigt haben, ein Risiko dar.

¹Die wirtschaftlichen Folgen von Populismus | Kiel Institut für Weltwirtschaft

²Nur mit einer jährlichen Nettozuwanderung von 400.000 Personen bleibt das Arbeitskräfteangebot langfristig konstant | IAB – Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

³CPI | Transparency International Deutschland e.V.

Handlungsmöglichkeiten für Unternehmen in Deutschland

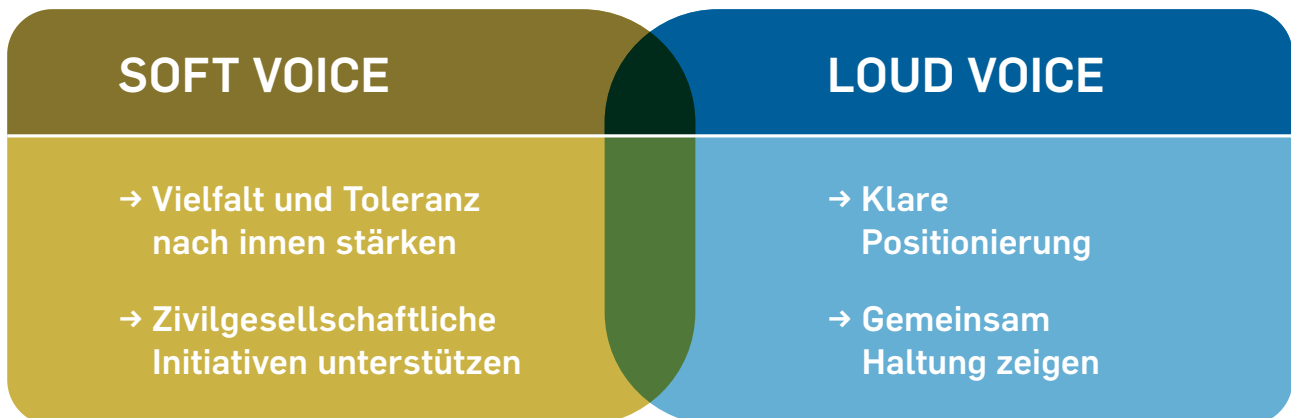
3

Immer mehr Unternehmen in Deutschland, darunter auch zahlreiche Unterzeichner des UN Global Compact, engagieren sich gegen Populismus und für eine offene Gesellschaft. Dieses Engagement kann dabei verschiedene Formen annehmen: Es kann nach innen gerichtet sein oder nach außen, expliziter oder impliziter Natur sein, individuelle Aktivitäten umfassen oder gemeinschaftlich mit anderen umgesetzt werden, angesichts aktueller Entwicklungen neu angestoßen oder in bereits bestehende Programme einbettet sein.

Im Folgenden werden anhand von Beispielen konkrete Handlungsmöglichkeiten für Unternehmen in den folgenden Bereichen skizziert:

- **Klare Positionierung**
- **Gemeinsam Haltung zeigen**
- **Vielfalt und Toleranz nach innen stärken**
- **Zivilgesellschaftliche Initiativen unterstützen**

Angelehnt an ein Diskussionspapier des Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB)⁴, das Strategieoptionen für den Umgang mit Rechtsaußenparteien unter anderem als **Soft Voice** (nicht-öffentlicher Widerspruch im Sinne von impliziter Positionierung) und **Loud Voice** (öffentlicher Widerspruch im Sinne von expliziter Positionierung) klassifiziert, können die oben aufgeführten Bereiche anhand ihrer Wirkungsrichtung klassifiziert werden:



Die dargestellten Handlungsoptionen und Fallbeispiele unternehmerischen Engagements sind exemplarischer Natur und stellen keine abschließende Betrachtung dar.

⁴Germany still divided? | WZB

3.1 „Loud Voice“-Ansätze

„Loud Voice“ Ansätze zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Intention direkt erkennbar ist. Die Ziele und Positionen des Unternehmens werden klar benannt, z. B. in Form von Stellungnahmen, und dadurch sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens explizit kommuniziert.

3.1.1 Klare Positionierung

Weil Unternehmen und ihre Führungskräfte laut Umfragen⁵ ein vergleichsweise hohes - wenngleich abnehmendes - Vertrauen genießen, können sie viele Menschen erreichen. Zugleich sind Unternehmen selbst Teil politischer Debatten und Orte des politischen Diskurses. Sie können daher nicht „nicht“ Haltung zeigen, so das Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik⁶, denn: Schweigen kann stets auch als impliziter Zuspruch interpretiert werden. Daher sollten Unternehmen, ausgehend von ihren Werten, mindestens die wirtschaftlichen Konsequenzen populistischer Forderungen aufzeigen. So könnten Unternehmen auch jene Menschen erreichen, die sich von bloßen moralischen Argumenten eher abwenden.

Nach innen können Unternehmen kommunizieren, indem sie sich in Briefen oder auf internen Plattformen direkt an ihre Mitarbeitenden wenden und dabei die Bedeutung freiheitlich-demokratischer Grundprinzipien bekräftigen. Einer Umfrage des Institutes der Deutschen Wirtschaft⁷ aus dem Frühjahr 2024 ergab, dass mehr als die Hälfte der 900 befragten Unternehmen sich intern gegen die AfD positioniert hatte. Konkrete Beispiele umfassen:

- Reinhold Würth, Vorsitzender des Stiftungsaufsichtsrats der Würth-Gruppe, beispielsweise brachte in einem Brief an die Belegschaft⁸ des Unternehmens seine Sorgen hinsichtlich des Erstarkens der AfD zum Ausdruck. Normalerweise, so Würth im Interview⁹, mache man im Unternehmen keine Politik – „im Fall der AfD ist das eine Ausnahme, weil eben das Grundgesetz angegriffen wird.“
- Außerdem können Unternehmen interne Leitlinien entwickeln, um Orientierung zum Verhalten im Sinne der Unternehmenswerte und -ziele zu geben. In einem Interview erklärte beispielsweise Christian Kullmann, Vorstandsvorsitzender von Evonik, dass AfD-Vertreter*innen nicht zu Werksbesuchen empfangen würden.¹⁰ Hilfestellung für solche Leitlinien können Compliance-Abteilungen liefern, die sich auch sonst mit wertebezogenen Fragestellungen befassen und zudem die langfristige Gültigkeit sicherstellen können. Wichtig bei nach innen gerichteten Initiativen ist auch die Identifikation von Multiplikator*innen auf den unterschiedlichen Unternehmensebenen und ihre (rechtzeitige) Einbindung.

Nach außen haben zahlreiche Unternehmen in den vergangenen Wochen und Monaten in Pressestatements oder Interviews ihr Bekenntnis zu Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und gesellschaftlichem Zusammenhalt öffentlich bekräftigt und dabei auch auf die Konsequenzen gegenläufiger Tendenzen für die Wirtschaft hingewiesen. Dazu zählen unter anderem die Deutsche Bank¹¹, Siemens oder auch Mercedes¹².

⁵ 2024 Edelman Trust Barometer | Edelman

⁶ Demokratie unter Druck – Wirtschaft in der Verantwortung?! | Wittenberg Zentrum für Globale Ethik

⁷ AfD: Unternehmen sehen hohes Risiko – Alternative fällt durch | Institut der deutschen Wirtschaft (IW)

⁸ Familienunternehmer Würth rät Mitarbeitern von AfD ab | tagesschau.de

⁹ Unternehmer Würth: AfD greift Grundgesetz an | ZDFheute

¹⁰ Evonik-Chef Christian Kullmann: »Wer AfD wählt, gefährdet Jobs« | DER SPIEGEL

¹¹ Rechtsextremismus: Deutsche-Bank-Chef Sewing: Kein Platz für Hass und Rassismus | Handelsblatt

¹² Siemens-Chef Roland Busch und Mercedes-Chef Ola Källenius im Interview | Frankfurter Allgemeine

Weitere konkrete Beispiele umfassen:

- Die Deutsche Bahn¹³ nutzte ihre Reichweite auf der Plattform LinkedIn, um sich gegen rechtsextreme Hetze und für demokratische Grundwerte auszusprechen.
- Als in vielen Städten Deutschlands zivilgesellschaftliche Bündnisse zu Demonstrationen gegen erstarken Rechtsextremismus aufriefen, beteiligte sich Volkswagen an diesen Demonstrationen, indem Konzernchef Oliver Blume¹⁴ sowie Konzernbetriebsratsvorsitzende Daniela Cavallo¹⁵ Reden auf Demonstrationen in verschiedenen Städten hielten.
- Auch die Sozialpartner BDA und DGB¹⁶ haben sich gemeinsam sowohl gegen Rechtsextremismus allgemein als auch gegen die 2024 öffentlich gewordenen Remigrationspläne im Speziellen positioniert.

3.1.2 Gemeinsam Haltung zeigen

Unternehmen können sich sowohl mit anderen Unternehmen als auch mit zivilgesellschaftlichen Organisationen klar für gesamtgesellschaftliche Werte positionieren und diesen Wertekonsens an die Öffentlichkeit kommunizieren. Die Bandbreite kann dabei von einmaligen Aufrufen bis zu institutionalisierten Partnerschaften reichen.

Konkrete Beispiele **deutschlandweiter Zusammenschlüsse und Allianzen** umfassen:

- Die **Wirtschaftsallianz** „Wir stehen für Werte“¹⁷ vereint zahlreiche der größten deutschen Unternehmen mit insgesamt rund 1,7 Millionen Beschäftigten. Das Bündnis

positioniert sich für Offenheit, Toleranz, Respekt und Vielfalt und betont, wie wichtig zugewanderte Fachkräfte sowie eine starke und handlungsfähige EU für den Wirtschaftsstandort Deutschland sind.

- Mehrere hundert Unternehmen – große wie kleine – haben den „Wirtschaftsappell“¹⁸ des Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft unterzeichnet, der auf die Gefahren rechtspopulistischer Strömungen und die Wichtigkeit von Demokratie, Vielfalt und Klimaschutz für die Wirtschaft in Europa hinweist.

Insbesondere für kleinere und mittelständische Unternehmen können Netzwerke ein Ort sein, an dem Erfahrungen geteilt, Probleme besprochen und Lösungsideen entwickelt werden können. So gibt es verschiedene Initiativen, die sich **in einer bestimmten Region oder einer bestimmten Branche** gegründet haben. Einige Beispiele:

- **Wirtschaft für Demokratie:** Die Initiative aus Ostwestfalen-Lippe entstand insbesondere durch den Zusammenschluss von Maschinenbauunternehmen aus der Region und bietet ihren Mitgliedern die Möglichkeit, „sich hinter die Werte des Grundgesetzes zu stellen und so ein Zeichen für Toleranz und Demokratie zu setzen.“¹⁹
- **#Zusammenland:** Mehrere Verlage und Medienhäuser – gemeinsam mit weiteren Unternehmen, Stiftungen, Universitäten und NGOs – nutzen ihre vereinte Reichweite, um unter dem Hashtag „Zusammenland“ ein Zeichen für Demokratie und Vielfalt und gegen erstarkenden Rechtspopulismus zu setzen.²⁰ Auf das Risiko angesprochen, dass verärgerte Kund*innen Abonnements kündigen könnten, entgegnete beispielsweise Die Zeit: „Wir können nicht aus Angst vor ein paar Abo-Kündigungen unsere Werte nicht nach außen tragen.“²¹

¹³ LinkedIn Post | Deutsche Bahn

¹⁴ VW und die AfD: Die Wirtschaft muss Haltung zeigen – Wirtschaft | SZ.de

¹⁵ Blume, Schäfer, Cavallo: VW-Promis positionieren sich gegen rechte Politik | Wolfsburger Allgemeine

¹⁶ Gemeinsame Erklärung der Sozialpartner BDA und DGB gegen Rechtsextremismus | BDA

¹⁷ Wir stehen für Werte | Wirtschaftsallianz

¹⁸ Unternehmenserklärung: Für die Zukunft Europas | Wirtschaftsappell

¹⁹ Wirtschaft für Demokratie Initiative

²⁰ „#Zusammenland – Vielfalt macht uns stark“ | Die Zeit

²¹ #Zusammenland: Medienhäuser starten Kampagne gegen Rechtsextremismus | NDR

- **Wirtschaft für ein weltoffenes Sachsen:** Die Unternehmensinitiative aus Sachsen²² ist nicht nur in der öffentlichen Diskussion aktiv, sondern hilft ihren Mitgliedern auch praktisch – unter anderem mit Informationsveranstaltungen, Schulungen oder öffentlichen Foren zum Thema Demokratie und Offenheit.

3.2 „Soft Voice“-Ansätze

„Soft Voice“-Ansätze sind darauf ausgelegt, Initiativen zu unterstützen, die die Haltung des Unternehmens implizit widerspiegeln. Diese Ansätze fördern Präferenzen für Werte wie Toleranz und Vielfalt sowohl im eigenen Betrieb als auch in der breiten Gesellschaft.

3.2.1 Vielfalt und Toleranz nach innen stärken

Respektvoller Umgang, Offenheit, Inklusion und Toleranz sind wichtige Kontrapunkte gegen Populismus und können durch das tagtägliche Leben und Erfahren gestärkt werden – auch im betrieblichen Umfeld, wie die folgenden Ansätze beispielhaft zeigen:

- Unternehmen können **Austausch zu gesellschaftspolitischen Fragen** aktiv zulassen und moderieren und dadurch zeigen, dass unterschiedliche Meinungen akzeptiert und ausgehalten werden können, solange sie sich in einem demokratischen Rahmen bewegen. Der Uhrenhersteller Nomos Glashütte beispielsweise organisierte 2018 als Reaktion auf rechtsextremistische Übergriffe im nahe des Unternehmenssitzes gelegenen Chemnitz freiwillige Workshops für Mitarbeitende, die Gelegenheit zum offenen Austausch über Rassismus, Radikalisierung und (Rechts-) Extremismus boten und von externen Expert*innen begleitet wurden.²³

Das Unternehmen unterstreicht seine parteipolitische Neutralität, positioniert sich aber klar gegen Rechtsextremismus und Übergriffe jeglicher Art.

- Unternehmen können auch mit Herausforderungen wie „Intranet-Trollen“ zu tun haben, die in **unternehmensinternen Foren** problematische Inhalte posten, Hassrede oder Falschinformationen reproduzieren, anonym oder sogar unter ihrem Namen. Die Befassung mit diesen und die Moderation von Inhalten kann eine Person erfordern, die sich professionell mit der Unternehmenskommunikation befasst.

- **Schulungen und Sensibilisierung** zu Themen wie Rassismus, Hassrede und Populismus können gerade in Zeiten wachsender Spaltungstendenzen helfen, ein inklusives Miteinander und eine demokratische Unternehmenskultur zu fördern. So bietet beispielsweise der Business Council for Democracy²⁴, zu dessen Mitgliedern unter anderem Bayer oder Robert Bosch zählen, Unternehmen kostenlose Schulungen für Mitarbeiter*innen zu Themen wie Hassrede, Verschwörungserzählungen und Desinformation an.

- Auch die Förderung von **Netzwerken** innerhalb des Unternehmens – gerade für Personen, die potenziell größeren Diskriminierungsrisiken ausgesetzt sind – kann dabei helfen, Chancengleichheit, Vielfalt und Toleranz im Unternehmen zu stärken. So bestehen beispielsweise bei Mercedes-Benz²⁵ seit längerem und unabhängig von aktuellen Entwicklungen Beschäftigtennetzwerke, welche die Vielfalt im Unternehmen sichtbar machen und einen Rahmen bieten, positive Veränderungen in der Arbeitsumgebung zu initiieren. Dazu zählen beispielsweise das Turkish Employee Network, verschiedene Frauen- sowie LGBTQI+-Netzwerke.

²² Wirtschaft für ein weltoffenes Sachsen – Welcome Saxony

²³ Open Letter | NOMOS Glashütte

²⁴ #BC4D – Business Council for Democracy

²⁵ Chancengleichheit aktiv gestalten | Mercedes-Benz Group

- **Innerbetriebliche Mitbestimmung** ist gelebte Demokratie am Arbeitsplatz. Sie ermöglicht es Arbeitnehmer*innen ihre Arbeitswelt aktiv mitzugestalten. Wesentliche Mitbestimmungsrechte sind im Betriebsverfassungsgesetz, in den Personalvertretungsgesetzen auf Bundes- und Länderebene sowie in den Gesetzen zur Unternehmensmitbestimmung festgeschrieben. Aber auch jenseits traditioneller Mitbestimmungsgremien wie Betriebs- und Aufsichtsräten kann eine Führungskultur, die Mitbestimmung fördert, Mitarbeitenden ein Gefühl der Kontrolle und Selbstwirksamkeit verleihen bzw. stärken.
- In der Kampagne #DABEI – Gegen Hass im Netz²⁶ unterstützte die Deutsche Telekom das investigative Recherchezentrum Correctiv sowie 43 weitere Organisationen, um gemeinsam gegen die Verbreitung von Falschinformationen und Hass im Netz vorzugehen. Mit der Kampagne wurden 2022 insgesamt über 4 Millionen Menschen online erreicht.
- Mit dem demoSlam²⁷ möchte die Robert Bosch Stiftung Konflikte besprechbar machen. Das Format bringt Menschen unterschiedlicher Meinungen zusammen, um konstruktiv über Themen wie Klimawandel und Migration zu sprechen und Toleranz gegenüber Unterschieden und Ambiguitäten zu üben.

3.2.2 Zivilgesellschaftliche Initiativen unterstützen

In Deutschland und Europa existiert eine Vielzahl von Organisationen, die sich aktiv für offene Gesellschaften und gesellschaftlichen Zusammenhalt gegen Populismus und Radikalisierung einsetzen. Dazu zählen beispielsweise NGOs, die sich der Erinnerungskultur widmen, Vereine und Stiftungen, die über Rassismus aufklären, oder auch investigativer Journalismus, der mit Faktenchecks gegen Falschinformationen und Hetze wirkt. Unternehmen können durch **finanzielle oder fachliche Unterstützung** gezielt die Arbeit dieser Institutionen fördern und unterstützen oder mit **Unternehmensstiftungen** selbst entsprechende programmatische Schwerpunkte setzen. Eine solche Unterstützung ist gerade in Zeiten knapper werdender öffentlicher Gelder, die viele Institutionen treffen, opportun. Beispiele entsprechenden Engagements umfassen:

- Verschiedene deutsche Unternehmen, darunter Siemens, E.ON sowie die Dürr-Gruppe unterstützen als Sponsoren, die von der Stiftung gegen Rassismus organisierten internationalen Wochen gegen Rassismus. Zwei Wochen werden bundesweit im Rahmen von Veranstaltungen, Kampagnen und Gesprächsrunden Weltoffenheit, Toleranz und Menschenwürde thematisiert.
- Der Förderfonds Demokratie²⁹ unterstützt Projekte, Ideen und Vorhaben, die einen Beitrag zur Stärkung der Demokratie leisten. Ins Leben gerufen wurde er aus Sorge um die Entwicklung der Demokratie in Deutschland von acht Stiftungen, darunter die unternehmenseigenen Stiftungen der Deutschen Telekom und von Robert Bosch. Ein ähnliches Anliegen verfolgt der Fonds „Vereint für Demokratie“³⁰: Mit insgesamt 840.000€ unterstützt er zivilgesellschaftliche Organisationen, die von einer unabhängigen Jury ausgewählt werden. Der Fonds wird von zahlreichen Unternehmen und Stiftungen gefördert, darunter u.a. die Hellmann Worldwide Logistics GmbH & Co.KG, die Aareal Bank oder auch die Allianz Foundation.

²⁶ Mit Faktenchecks die Demokratie stärken | Deutsche Telekom

²⁷ So wird konstruktiv gestritten und Demokratie gefördert | Robert Bosch Stiftung

²⁸ Sponsoren | Stiftung gegen Rassismus

²⁹ Förderfonds Demokratie

³⁰ Vereint für Demokratie Fonds

Ausblick

Die Risiken von Populismus für die Wirtschaft sind real. Einige der wichtigsten davon wurden in diesem Hintergrundpapier herausgestellt. Wie sie sich genau auswirken werden, das kann zum derzeitigen Zeitpunkt noch niemand genau sagen. Aber gerade deswegen ist es für Unternehmen jetzt wichtig, sich mit den Auswirkungen politischer Veränderungen auf ihr Unternehmen zu beschäftigen. Unternehmen haben dabei verschiedene Handlungsoptionen, Populismus zu entgegnen. Mit den Bundestagswahlen wird das Thema in diesem Jahr ein Wichtiges bleiben und das UN Global Compact Netzwerk Deutschland freut sich, dazu mit seinen Mitgliedern und interessierten Stakeholdern im Gespräch zu bleiben.

Gerne können sie uns Rückmeldung dazu geben unter info@globalcompact.de geben.

Impressum

Der UN Global Compact und das UN Global Compact Netzwerk Deutschland

Der United Nations Global Compact ist die weltweit größte Initiative für nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung. Auf Grundlage der zehn universellen Prinzipien und der 17 SDGs verfolgt er die Vision einer inklusiven und nachhaltigen Weltwirtschaft zum Nutzen aller Menschen. Über 24.000 Unternehmen und Organisationen sind bereits Unterzeichnende des UN Global Compact und tragen zur globalen Vision bei. Das UN Global Compact Netzwerk Deutschland (UN GCD) ist eines der größten der rund 65 lokalen Netzwerke des UN Global Compact. Es umfasst gegenwärtig mehr als 1.350 Teilnehmende – davon ca. 1300 Unternehmen, von DAX-Unternehmen über Mittelstand bis hin zu kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), sowie 60 Vertretende der Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Politik. Mit dem Ziel, Veränderungsprozesse in Unternehmen anzustoßen und Nachhaltigkeit strategisch zu verankern, orientiert sich das UN GCD an den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. .



Global Compact
Netzwerk Deutschland

Herausgeberin

UN Global Compact Netzwerk Deutschland e.V.
Globalcompact.de | LinkedIn

Redaktion

Richard Hülsmann | UN Global Compact Netzwerk Deutschland
Christoph Kowalewski | Transparency International Deutschland
Laura Curtze | Ergon Associates
Felix Muser | Ergon Associates

Copyright

UN Global Compact Netzwerk Deutschland e.V.

Fotocredits

© Freepik

Herausgeber und Autor*innen übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der Angaben und keine Verantwortung für die Inhalte verlinkter Internetseiten. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Herausgeber und der Redaktion wieder. Kartografische Darstellungen beinhalten keine völkerrechtliche Anerkennung von Grenzen und Gebieten.

Der UN GCD e.V. ist ein gemeinnütziger Verein. Aus diesem Grund werden weiterführende URL-Adressen zu profitorientierten Unternehmen und Organisationen nicht direkt im Text verlinkt. Sie können diese jedoch kopieren und als Text in ihren Internetbrowser einfügen.

UN Global Compact Netzwerk Deutschland e.V.
Februar 2025