

Vicky Pohontsch

**UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION UND DEREN
IMPLIKATION IM KONTEXT VON INTEGRATIVEN
MAßNAHMEN FÜR GEFLÜCHTETE IN DEUTSCHLAND**

Diskussionspapier

2016-1

Haftungsausschluss

Diese Diskussionspapiere schaffen eine Plattform, um Diskurse und Lernen zu fördern. Die Herausgeber teilen daher nicht notwendigerweise die in diesen Diskussionspapieren geäußerten Ideen und Ansichten. Die Autoren selbst sind und bleiben verantwortlich für ihre Aussagen. These papers are published as a means of encouraging discourse and learning. The publishers do not necessarily share the views expressed in the papers. The authors themselves are responsible for the content of their papers.

URN urn:nbn:de:gbv:3:2-67056

Herausgegeben vom:

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.

Korrespondenzanschrift

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.
Schlossstraße 10
D-06886 Lutherstadt Wittenberg

Tel.: +49 (0) 3491-5079-110

Fax: +49 (0) 3491-5079-150

Email: info@wzge.de

Internet www.wzge.de

Vicky Pohontsch¹

**Unternehmenskommunikation und deren Implikation im
Kontext von integrativen Maßnahmen für Geflüchtete in
Deutschland²**

Abstract

Vor dem Hintergrund einer steigenden Zahl von Menschen, die Zuflucht in Deutschland suchen, steht sowohl die Politik als auch die ansässigen Unternehmen vor neuen Herausforderungen und Potentialen. Viele Unternehmen nehmen die Herausforderung an und implementieren integrative Maßnahmen um Geflüchteten den Zutritt zum deutschen Arbeitsmarkt zu ermöglichen. Die Motivation dahinter ist geprägt von (gesellschaftlicher) Verantwortung und dem Gedanken der Nicht-Diskriminierung, was auch der breiten Masse kommuniziert wird. Doch gerade durch die Maßnahmen bzw. die Kommunikation darüber fühlen sich einige Menschen diskriminiert. Der Grund dafür könnte im exklusiven Charakter dieser Förderprogramme für Geflüchtete liegen.

¹ Vicky Pohontsch, wiss. Mitarbeiterin am Dr. Werner Jackstädt-Lehrstuhl für Wirtschafts- und Unternehmensethik, HHL – Leipzig Graduate School of Management; E-Mail: vicky.pohontsch@hhl.de.

² Die Ausführungen basieren auf einem Projekt zum Thema ‚Verantwortung von Unternehmen gegenüber Geflüchteten‘, das durch die Dr. Werner Jackstädt-Stiftung gefördert wurde.

I. Aktuelle Situation

Im Jahr 2015 suchten fast eine Million Menschen in Deutschland Zuflucht. Auch wenn die Zahlen in 2016 geringer ausfielen, in der ersten Jahreshälfte von 2016 sind nur noch knapp 240.000 Asylsuchende registriert worden,³ sind die Aufgaben, die auf die Gesellschaft zukommen, gewachsen. Nach der kurzfristigen Nothilfe, der logistischen Herausforderung allen Ankommenden neben einem Schlafplatz, etwas zu Essen/Trinken und Sicherheit zu übermitteln und den rechtlich-bürokratischen Aufgaben alle Neuankömmlinge zu registrieren, liegt es nun in den Händen der Gesellschaft langfristig eine Perspektive zu entwickeln, die am Wohl aller Beteiligten und Betroffenen orientiert und zugleich umsetzbar ist.

Im Folgenden wird den Unternehmen besondere Aufmerksamkeit geschenkt, die sich bereits durch das Ergreifen integrativer Maßnahmen für Geflüchtete engagieren. Als Teil der Gesellschaft, in der Unternehmen, aber auch Organisationen und andere Institutionen weiterhin operieren möchten, geführt und gestaltet von Menschen, werden sie beeinflusst durch die Menschen, die für das Unternehmen arbeiten; aber auch durch die Politik, Kunden, Zulieferer, Stakeholder, Medien, eigene Werte und situative Ereignisse, wie die steigende Anzahl von Geflüchteten, die nun Arbeit in Deutschland suchen. Gleichzeitig beeinflussen Unternehmen mit den Maßnahmen, die sie ergreifen oder gerade nicht ergreifen, dieses Umfeld, sowohl im Hinblick auf die Situation von Geflüchteten als auch jener Menschen, die seit vielen Jahren bzw. seit ihrer Geburt schon in Deutschland leben. Einerseits geschieht dies, indem sie ihre Mitarbeiter/innen und Kunden/innen aktiv in ihre Unternehmensphilosophie einbinden, andererseits durch die Unternehmenskommunikation nach außen (z.B. Printmedien), die ihrerseits folgenreich ist für das Ansehen und die Reputation des Unternehmens bei seinen Stakeholdern und in der Öffentlichkeit.

Die Frage der Unternehmenskommunikation nimmt hier eine zentrale Rolle ein. Wie nachfolgend gezeigt werden soll, kann es bei dieser Thematik zu Spannungen kommen, die unter Umständen auch dazu beitragen, dass Investitionen von Unternehmen ausbleiben oder nicht kommuniziert werden aufgrund dieser Spannungen.

II. Motivation und Maßnahmen der Unternehmen

Die Gründe für Unternehmen aktiv oder auch nicht aktiv zu werden, sind durchaus vielfältig. So nannten die im Projekt⁴ interviewten Großunternehmen mehrheitlich an, dass die aktuelle Situation eine Herausforderung für die Gesellschaft darstellt und Unternehmen, als Teil der Gesellschaft, auch einen Teil zur Lösung beitragen sollten.

³ Vgl. Deutsches Institut für Menschenrechte (2016): S. 41.

⁴ In einem durch die Dr. Werner Jackstädt-Stiftung geförderten Praxisprojekt an der Handelshochschule Leipzig, durchgeführt durch drei HHL-Studenten mit Unterstützung der Lehrstuhls für Unternehmens- und Wirtschaftsethik, wurden sieben Großunternehmen, eine staatliche Behörde und zwei Nichtregierungs-Organisationen zur aktuellen Situation mit Geflüchteten und deren Integration in Deutschland interviewt. Die Ergebnisse fließen in das vorliegende Diskussionspapier ein.

Unternehmensvertreter gaben an, dass es ihnen bei ihren Maßnahmen primär um die Integration von Geflüchteten gehe, etwa derart, dass ihnen ein Einblick in die Deutschen Arbeitsverhältnisse gegeben werde; Einstellungsabsichten hingegen seien untergeordnet. Andere Unternehmen stellten das soziale Engagement bzw. die humanitäre Verantwortung in den Vordergrund. Weitere Gründe, die für das Ergreifen von Maßnahmen bezüglich der Integration von Geflüchteten genannt wurden, waren das Entgegenwirken des aufkommenden Fachkräftemangels und des demographischen Wandels sowie als Bestandteil der CSR-Strategie des jeweiligen Unternehmens. Die Ergebnisse zur Motivation wurden im Praxisprojekt systematisiert und zielgruppenspezifisch dargestellt:

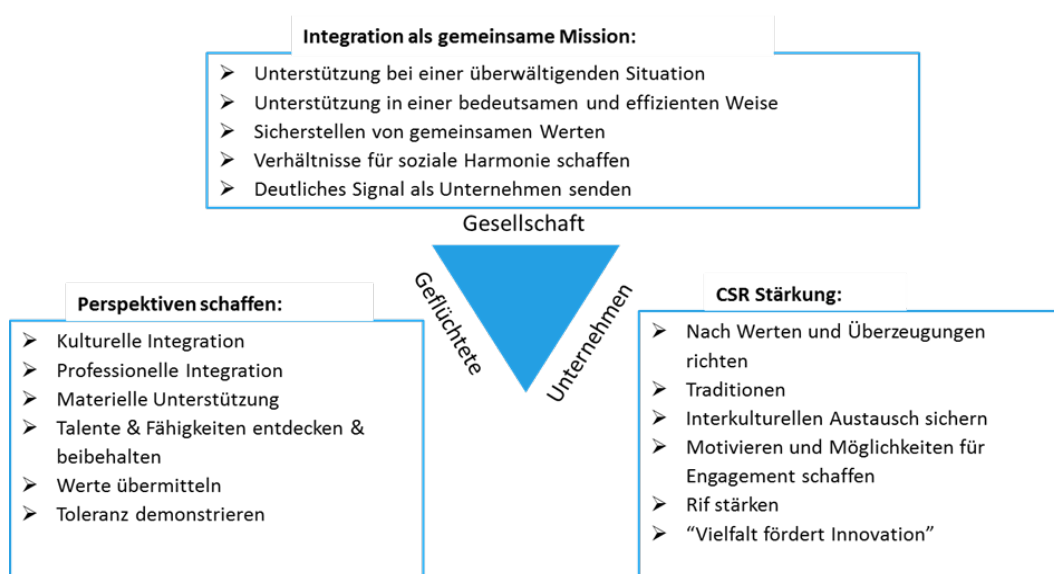


Abb. 1: Gründe für Unternehmens-Engagement

Dass viele ansässige Großunternehmen (DAX 30), aber auch kleine und mittelständige Unternehmen eine Reihe von Maßnahmen implementierten und noch implementieren, um speziell Geflüchtete zu unterstützen und ihnen den Zugang zum Arbeitsmarkt zu erleichtern, wird nicht nur durch die im Projekt geführten Interviews gestützt, sondern auch durch diverse Studien. Zum Beispiel führte IW-Consult eine Befragung von 568 Unternehmen zum Thema gesellschaftliches Engagement durch. Demnach konnten 48,7% der befragten Unternehmen die Frage, ob sie Geflüchtete bei der Arbeitsmarktintegration unterstützen, unabhängig vom Maß der Unterstützung, mit Ja beantworten.⁵

Unterstützungsmaßnahmen reichen von der Organisation von Sach- und Geldspenden, über die Freistellung von Mitarbeitern für ehrenamtliche Tätigkeiten bis hin zu Ausbildungs- und Arbeitsplatzangeboten mit Buddyprogrammen. Gerade zu Beginn der Fluchtwelle ergriffen einige Unternehmen kurzfristige Maßnahmen, wie Geld- und Sachspenden, um nötige Soforthilfe zu leisten. So wurden unternehmensintern Geld

⁵ Vgl. Bertelsmann Stiftung (2016): S 24.

oder Kleidungsstücke gesammelt und an Spendenzentralen übergeben oder auch vom Unternehmen produzierte Produkte bzw. Dienstleistungen, wie Hygieneprodukte oder WIFI, kostenfrei zur Verfügung gestellt.⁶ In einigen größeren Betrieben konnten Mitarbeiter die Möglichkeit nutzen, bis zu fünf Tage zusätzlich zu den Urlaubstagen freigestellt zu werden, um sich ehrenamtlich für Geflüchteten zu engagieren. Andere Unternehmen richteten aufgrund der speziellen Bedürfnisse der Geflüchteten beim Eintritt in den deutschen Arbeitsmarkt gesonderte Förderprogramme ein. Hierbei wurden bestehende Programme an diese Bedürfnisse angepasst (wie zum Beispiel Praktikantenprogramme) oder gesondert Maßnahmen ins Leben gerufen (Spendenaktionen, Kulturbuddy).⁷ Gemäß der IW-Consult-Studie stellt die überwiegende Mehrheit der Unternehmen, die sich engagieren, zusätzliche Praktikumsplätze zur Verfügung (62,2%), aber auch viele zusätzliche Ausbildungsplätze werden angeboten (48,3%). Mit Arbeitsplätzen unterstützen 47,4% der aktiven Unternehmen Geflüchtete. Weitere Beispiele von integrativen Aktivitäten sind Berufsvorbereitungsmaßnahmen (40,2%), Berufsbegleitende Fort- und Weiterbildungen (34,3%), Berufsinformationsveranstaltungen (32,7%), Sprachkurse (29,8%), Mentoring bzw. Coaching (26,7%), Stipendien (6,1%) und Ähnliches (13,5%).⁸

Im Umkehrschluss beteiligt sich die Hälfte der befragten Unternehmen nicht an der Unterstützung der Neuankömmlinge bei der Arbeitsmarktintegration. Auch hierfür sind die Gründe vielfältig. So können einerseits die Ressourcen knapp sein, Sach- und/oder Geldspenden einzusammeln oder gesonderte Förderprogramme ins Leben zu rufen und andererseits aus Unsicherheit davor, wie diese Aktivitäten sich auf den Unternehmenserfolg und das Image auswirken, sollten Kunden dieses Engagement nicht gutheißen. Andere Unternehmen heben hervor, dass im Unternehmen nicht diskriminiert werde und ein/e Geflüchtete/r mit geeigneter Qualifikation den Job genauso erhalten kann, wie jemand, der nicht geflüchtet ist. Hier gilt jedoch zu beachten, dass ein/e Geflüchtete/r allein durch noch unzureichende Sprachkenntnisse und eventuell fehlende Nachweise über Bildungsabschlüsse sowie Informationen zum Bewerbungsverfahren nicht den gleichen Standard wie kundige Bewerber vorweisen kann.

III. Intendierte und nicht-intendierte Folgen

Bei der Implementation von Fördermaßnahmen im Unternehmen ging es maßgeblich darum, dass Unternehmen in der aktuellen Situation Verantwortung übernehmen (siehe vorherigen Abschnitt). Intendierte Folgen der Unternehmen waren damit die Herausforderungen der Inklusion anzunehmen und die Chancen der Vielfalt wahrzunehmen. Die Zuwanderung, so eine wesentliche Überlegung, könnte Probleme wie den Fachkräftemangel und auch den demographischen Wandel schmälern oder zu-

⁶ Vgl. Interviews im Praxisprojekt

⁷ Vgl. Praxisprojekt

⁸ Vgl. Bertelsmann Stiftung (2016): S 25.

mindest nicht verstärken, aber auch das Image aufbessern. Gleichzeitig soll eine gelungene Integration der Entwicklung von Parallelgesellschaften entgegenwirken, rassistische Vorurteile abbauen und Populisten ihre Argumentationsgrundlage nehmen. Diese Annahmen fußen zum Teil auf der Kontakthypothese, die davon ausgeht, dass Kontakt und Kennenlernen das wirksamste Mittel gegen Vorurteile und Diskriminierung, welche nach Allport durch soziale Distanz entstehen, darstellt.⁹ Um als gutes Beispiel voranzugehen kommunizierten einige Unternehmen ihre Hilfs- und Fördermaßnahmen an die breite Masse und setzen damit ein klares Zeichen für Vielfalt und gegen Diskriminierung, vermutlich auch in der Hoffnung, dass weitere Unternehmen folgen und dazu beizutragen Vorurteile abzubauen.¹⁰

Denn seit fast zwei Jahren prägen Protestaktionen organisiert durch PEGIDA und deren Ableger, sowie die Alternative für Deutschland (AfD), aber auch kleinere Zusammenschlüsse sowie deren Gegendemonstrationen – primär durch Linke und Antifaschisten das Bild einiger deutscher Städte. Gewalttätige Ausschreitungen waren dabei keine Seltenheit. Das Signal ist deutlich: Flüchtende Menschen sind nicht willkommen oder nur bis zu einer "Obergrenze", da sonst die Sicherheit der Bevölkerung, (Frauen-)Rechte oder Ähnliches gefährdet seien.

Die Motivation der aktiven Unternehmen legt nahe, dass diese ihren Teil dazu beitragen wollen, die bereits existierenden, gesellschaftlichen Spannungen im besten Fall zu schmälern, keinesfalls jedoch zu intensivieren. Tatsächlich aber scheinen die Unterstützungsmaßnahmen der Unternehmen, der Politik und der ehrenamtlichen Tätigkeit von Einzelpersonen und Gruppen bei Teilen der Bevölkerung auf große Ablehnung zu stoßen. In einigen der durchgeführten Interviews wurde diese Ablehnung als Herausforderung für die Unternehmen gesehen. Die Ablehnung, so die Aussagen von Unternehmensvertretern, aber auch Repräsentanten staatlicher Stellen, rühre daher, dass manche Menschen sich ungerecht behandelt fühlen, da durch die Fördermaßnahmen Geflüchtete bevorzugt behandelt würden, d.h. Unterstützungsmaßnahmen werden als ungerecht und diskriminierend gegenüber Nicht-Geflüchteten empfunden.

Die Ablehnung und das Unverständnis wird auch deutlich, wenn es um den Arbeitsmarkt geht. Medial wurde über die neuen Programme der Unternehmen berichtet, wie zum Beispiel Praktikantenprogramme speziell für Geflüchtete. Geschäftsführer berichteten in Interviews von ihren Erfahrungen und stellten ihre Unternehmensphilosophie hinsichtlich Vielfalt vor.¹¹ Ebenso wurden Studien veröffentlicht, in denen es um das Engagement von Unternehmen in der Arbeit mit Geflüchteten geht.¹²

Einige Teile der Bevölkerung sehen dieses gesteigerte Engagement und die Verantwortung, die Unternehmen den Geflüchteten entgegen bringen, nicht positiv und kritisieren das unternehmerische Verhalten. So wurden beispielsweise Artikel, die über

⁹ Vgl. Allport (1949): S. 38 – 46.

¹⁰ Vgl. etwa die Aussagen der Firma Franz Bettenbauer im Rahmen der Initiative Wir zusammen (2016).

¹¹ Vgl. z.B. Siemens (2015) und (2016) und LVZ (2015).

¹² Wie die Studie der Bertelsmann Stiftung (2016).

die Arbeitsmarktintegration berichteten, sehr negativ kommentiert. Anstatt einer Imageaufbesserung und der Einnahme einer Vorbildfunktion, stehen Unternehmen so vor der Gefahr, Ablehnung zu erfahren und müssen einen eventuellen Imageschaden befürchten. Praktikantenprogramme für Geflüchtete wurden z.B. mit den Worten kommentiert, ob denn deutsche Jugendliche *nicht* geeignet wären für eine solche Praktikantenstelle, untermalt mit Hassparolen. Die Kritiker scheinen von Angst vor Arbeitsplatzplatzverlust, Wettbewerbsdruck, steigender Kriminalität und geringen Zukunftschancen für ihre Kinder geprägt zu sein. Folgende Kommentierungen stellen diesbezüglich keine Seltenheit dar:

- a) „Erst werden Mitarbeiter entlassen, dann die neuen „Fachkräfte“ eingestellt, daß [sic] gibt Fördergelder und man steht bei Mutti gut da. [...]“¹³ oder
- b) Es wäre lobenswert, wenn die deutsche Industrie und das Handwerk die gleiche Initiative und Engagement an den Tag legen würde, um die ca. 4,5mio Einheimische Arbeitslose in Arbeit zu bringen.“¹⁴

Einige Redaktionen mit Onlineauftritt haben aufgrund der verachtenden Äußerungen mancher Kommentatoren auch die Kommentarfunktion für Berichte zum Thema Geflüchtete deaktiviert, wie RP Online:¹⁵

Liebe Leserinnen und Leser,

Ihre Meinung zu RP Online ist uns wichtig. Anders als sonst bei uns üblich gibt es allerdings an dieser Stelle keine Möglichkeit, Kommentare zu hinterlassen.

Zu unserer Berichterstattung über die Flüchtlingskrise haben wir zuletzt derart viele beleidigende und zum Teil aggressive Einsendungen bekommen, dass eine konstruktive Diskussion kaum noch möglich ist. Wir haben die Kommentarfunktion bei diesen Themen daher vorübergehend abgeschaltet.

Selbstverständlich können Sie uns trotzdem Ihre Meinung sagen – per

Facebook oder per E-Mail.

In den oben genannten Kommentaren und dem Redaktionsbeitrag der RP Online wird deutlich, dass Berichte zur Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten von einigen Menschen stark kritisiert werden – zum Teil mit beleidigenden Äußerungen –, sodass eine konstruktive Diskussion kaum möglich ist. Hieran zeigt sich, dass sich manche Menschen ungerecht behandelt fühlen und dem Engagement, welches die genannten Unternehmen hervorheben, eher skeptisch gegenüberstehen. Dies läuft der Intention der aktiven Unternehmen entgegen und stellt sie vor das Problem einer angemessenen Kommunikation ihrer Aktivitäten.

¹³ LVZ Online (2015): Kommentare.

¹⁴ Spiegel Online (2015): Kommentare.

¹⁵ RP Online (2015): Kommentare.

V. Mögliche Gründe für das Ungerechtigkeitsempfinden

Werden spezielle Programme im Unternehmen eingeführt, die eine (strukturell benachteiligte) Personengruppe, wie Menschen mit Migrationshintergrund, fördern soll, funktioniert das tendenziell nur, wenn diese Personengruppe auch an den Programmen teilnimmt. Hierfür müssen diese Menschen auch direkt angesprochen werden. Hier können Konflikte auftreten. Sobald eine Zielgruppe für bestimmte Maßnahmen im Unternehmen angesprochen wird, wie zum Beispiel mit einem Praktikantenprogramm für Geflüchtete, werden gleichzeitig alle anderen Personen, die nicht in die Kategorie „geflüchtet“ fallen, von der angebotenen Fördermaßnahme ausgeschlossen. Die strukturelle Benachteiligung von Geflüchteten beim Eintritt in den Arbeitsmarkt soll verringert werden, indem nur diese Gruppe, in Abgrenzung zu allen anderen Menschen, die nicht zu dieser Gruppe gehören, gefördert wird. Demnach soll Ausgrenzung mit Ausgrenzung gelöst werden. Dies kann in Teilen der Bevölkerung, die der Thematik „Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten“ ohnehin mit Skepsis gegenüberstehen, zu vergrößertem Unmut führen. Menschen, die zum Beispiel befürchten, dass ihnen von Geflüchteten Arbeitsplätze weggenommen werden, könnten sich in ihrem Denken bestätigt fühlen, da Arbeitsplätze nun für Menschen mit Fluchthintergrund reserviert werden. Ein Gefühl der Ungerechtigkeit macht sich breit. Die Intention der Unternehmen mit diesen Unterstützungsmaßnahmen für Geflüchtete ‚Ein klares Zeichen für Vielfalt und gegen Diskriminierung‘ zu setzen, wird fehlgeleitet, da die Maßnahme an sich diskriminiert. Sie diskriminiert die Personengruppe, die von diesen bestimmten Fördermaßnahmen, ausgeschlossen wird, obwohl sie eventuell auch Unterstützung beim Arbeitsmarkteintritt gebrauchen könnten (z.B. Langzeitarbeitslose, Menschen ohne Berufserfahrung etc.). Für diese Personen gibt es dann separate Förderprogramme, die wiederum von anderen nicht wahrgenommen werden können.¹⁶

Förderprogramme an sich sollen damit aber keineswegs in Frage gestellt werden. Die Herausforderungen in der Integration von Geflüchteten, die derzeit auf Deutschland zukommen, legen weitere Schwachstellen in der Gleichbehandlung/Chancengleichheit von Menschen beim Zutritt zum Arbeitsmarkt offen. Diese müssen benannt und behoben werden, damit zukünftig keine Gruppe von Menschen systematisch (am Arbeitsmarkt) benachteiligt wird. So ist es eventuell ein notwendiger Schritt, dass Förderprogramme auch nur genau für die benachteiligte Gruppe Menschen zugänglich gemacht werden, da Geflüchtete eventuell auf andere Weise unterstützt werden müssen, als andere Gruppen. Die Maßnahmen helfen den Blick für die Besonderheiten jedes einzelnen Menschen zu öffnen und Vorurteile abzubauen. Denn sobald die Förderprogramme aktiv sind, wird Menschen die Chance gegeben Menschen kennenzulernen, welche vorher (strukturell) vom Arbeitsmarkteintritt ausgeschlossen wurden und Vielfalt wird tatsächlich zugelassen und gelebt. So können im Sinne der Kontakthypothese womöglich sehr gut Vorurteile und Feindseligkeiten abgebaut werden.

¹⁶ Die Interpretation fußt auf der Identitätsphilosophie Judith Butlers.

Resultat dieser Herangehensweise wäre starre Zielgruppenkategorien, wie Programme ausschließlich für Geflüchtete, zumindest zu lockern, im besten Fall für alle Menschen zu öffnen. Der Gedanke der Förderung von Geflüchteten muss dabei nicht verloren gehen.

VI. Unternehmenskommunikation

Die bisherigen Erläuterungen lassen Rückschlüsse auf die Kommunikation von Unternehmen, die sich aktiv mit der Thematik beschäftigen und Maßnahmen implementiert haben, zu. Um eine Verschärfung der bereits existierenden gesellschaftlichen Spannungen zu vermeiden bzw. ein Gefühl der ungerechten Behandlung bei Menschen nicht zu schüren, die nicht von den aktuellen Förderprogrammen profitieren, sollte besonderer Wert auf Fairness und Chancengleichheit gelegt werden. Indem spezielle Programme nur Geflüchtete fördern, grenzen sie sich von Menschen, die ebenfalls Unterstützung benötigen, ab.

Das heißt nicht, dass die Programme faktisch fehlgeleitet sind. Viele Menschen mit Migrationshintergrund benötigen höchstwahrscheinlich Unterstützung zur Erfüllung der hier gewünschten Formalitäten zum Bewerbungsverfahren, da in jedem Land schlicht andere Modalitäten vorherrschen. Manche benötigen Berufsvorbereitungskurse, andere weitere Sprachtrainings im Unternehmen, die die Fachsprache übermitteln. Dies sind alles wichtige Schritte, um Menschen mit Migrationshintergrund die gleichen Chancen wie Staatsbürgern zu ermöglichen. Chancengleichheit und Gerechtigkeit sorgt für gesellschaftliche Stabilität. Als Teil der Gesellschaft liegt es auch im unternehmerischen Interesse Missstände und Diskriminierungen nicht zu reproduzieren. So ist es zwar notwendig, dass integrative Maßnahmen, wie die oben beschriebenen, ergriffen werden um einer ungerechten Verteilung von Chancen entgegenzuwirken, doch die explizite Ausschreibung der Programme für eine Menschengruppe kann selbst Diskriminierung reproduzieren. Damit kann die Maßnahme für die speziellen Erfordernisse von Geflüchtete ausgerichtet sein, gleichzeitig jedoch für alle anderen auch wahrnehmbar. Unterstützung bei Bewerbungsmodalitäten können unter Umständen ebenfalls für Berufsanfänger oder Langzeitarbeitslose relevant sein; Sprachtandems können alle im Unternehmen bereichern, nicht nur diejenigen, die Geflüchteten die deutsche Sprache näher bringen wollen.

Förderprogramme werden nicht implementiert, um eine spezielle Personengruppe hervorzuheben und mehr zu fördern als andere. Diese Unterstützungsprogramme wurden ins Leben gerufen um der strukturellen Benachteiligung und Ausgrenzung dieser Gruppe entgegenzuwirken und Chancengleichheit herbeizuführen. Genau dieser Aspekt sollte auch in der Unternehmenskommunikation solcher Programme deutlich werden. Der deutsche Arbeitsmarkt war auf den Eintritt vieler Geflüchteter mit kulturellen Vielschichtigkeiten nicht vorbereitet und würde ohne das Ergreifen inklusiver Maßnahmen die strukturelle Ausgrenzung von Menschen mit Migrationshintergrund am Arbeitsmarkt fördern.

Dies bedeutet, dass auch die Kommunikation zu diesen Programmen einen wichtigen Beitrag liefert, Vielfalt zu fördern und Diskriminierungen abzubauen. Besonderer Fokus muss dabei aber auf Chancengleichheit und Fairness gelegt werden. Gleichzeitig sollte bei der Förderung einer Gruppe von Menschen beachtet werden, deren Ausgrenzung nicht mit der Ausgrenzung anderer zu beantworten.

Referenzen

Allport, Gordon W. (1949): The Nature of Prejudice, unabridged, 25th Anniversary Edition, Addison-Wesley Publishing Company.

Bertelsmann Stiftung (2016): Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen angesichts neuer Herausforderungen und Megatrends. Abrufbar unter: https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Studie_BS_Die-gesellschaftliche-Verantwortung-von-Unternehmen-angesichts-neuer-Herausforderungen-und-Megatrends_2016.pdf.

Deutsches Institut für Menschenrechte (2016): Entwicklung der Menschenrechtssituation in Deutschland, Januar 2015 – Juni 2016, Bericht an den Deutschen Bundestag gemäß §2 Absatz 5 DIMRG, Berlin. Abrufbar unter: www.institut-fuer-menschenrechte.de/menschenrechtsbericht/.

Judith Butler (u.A. mit ‚Das Unbehagen der Geschlechter‘ (1991), edition Suhrkamp, SV).

LVZ Online (2015): Siemens: Große Chance für Flüchtlinge. Abrufbar unter: <http://www.lvz.de/Mitteldeutschland/Wirtschaft/Siemens-Grosse-Chance-fuer-Fluechtlinge-in-Leipzig>.

RP Online (2015): 68.000 Flüchtlinge haben Arbeitsplatz gefunden. Abrufbar unter: <http://www.rp-online.de/politik/deutschland/68000-fluechtlinge-haben-arbeitsplatz-gefunden-aid-1.5568775>.

Siemens (2015): Pressemitteilung – Siemens stellt nachhaltiges Programm zur Integration von Flüchtlingen vor. Abrufbar unter: [http://www.siemens.com/press/de/pressemitteilungen/?press=/de/pressemitteilungen/2015/corporate/pr2015090359code.htm&content\[\]=Corp](http://www.siemens.com/press/de/pressemitteilungen/?press=/de/pressemitteilungen/2015/corporate/pr2015090359code.htm&content[]=Corp).

Siemens (2016): Siemens engagiert sich für Flüchtlinge. Abrufbar unter: <http://www.siemens.com/press/de/feature/2016/corporate/2016-09-refugees-at-siemens.php?content%5b%5d=Corp>.

Spiegel Online (2015): Flüchtlinge in deutschen Firmen – Suche Job, Bekomme Praktikum. Abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/fluechtlinge-welche-jobs-bieten-deutsche-konzerne-a-1052047.html#js-article-comments-box-pager>.

Wir Zusammen – Integrationsinitiativen der Deutschen Wirtschaft (2016). Abrufbar unter: <https://www.wir-zusammen.de/patenschaften/franz-bettenbauer>.

WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIERE

- Nr. 2014-4 **Karl Homann**
Die moralische Qualität der Marktwirtschaft
- Nr. 2014-3 **Christian Kirchner, David Ehmke**
Regulierung der Managementvergütung im Kreditsektor
- Nr. 2014-2 **Karl Homann**
Theorien von Markt, Mensch und Moral oder: wie denken wir über Ethik und Ökonomie?
- Nr. 2014-1 **Andreas Suchanek**
Moralisches Urteilsvermögen
- Nr. 2013-2 **Dietmar Kokott, Andreas Suchanek**
Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Deutschland – Vorbildrolle von Führungskräften in der Wirtschaft
- Nr. 2013-1 **Karl Homann**
Die wissenschaftliche Konzeption des Wittenberg Center for Global Ethics (WCGE) und die Rolle der Unternehmen
- Nr. 2012-5 **Andreas Suchanek, Martin von Broock**
Stakeholder-Dialoge: Investitionen in ein gemeinsames Spielverständnis
- Nr. 2012-4 **Karl Homann**
Theoriestrategien der Wirtschaftsethik
- Nr. 2012-3 **Andreas Suchanek**
Vertrauen in die Führungseliten aus Sicht der Wissenschaft
- Nr. 2012-2 **Karl Homann**
Werte und Interessen in der Entwicklungszusammenarbeit
- Nr. 2012-1 **Ibrahim Bangura**
Liberia: The Transition from Destruction to Post-War Reconstruction
- Nr. 2011-5 **Ibrahim Bangura**
Higher Education and Economic Development in Sierra Leone
- Nr. 2011-4 **Andreas Suchanek**
Freiheit braucht Bindung