

Jeder vierte Beschäftigte würde rassistische Vorfälle nicht den Vorgesetzten melden

- **Jeder fünfte Deutsche hat bereits rassistische Diskriminierung am Arbeitsplatz erlebt**
- **In vielen Unternehmen ist unklar, an wen Beschäftigte sich bei rassistischer Diskriminierung wenden können**
- **Absolute Mehrheit der Deutschen für eine klare Positionierung von Unternehmen gegen Rassismus – Stimmungsbild bei den Beschäftigten dagegen ambivalent**

Berlin, 29. Oktober 2020. Jeder fünfte Deutsche hat schon einmal rassistische Diskriminierung am Arbeitsplatz erlebt – zumeist allerdings nicht am eigenen Leib: 17 Prozent der Beschäftigten haben beobachtet, dass andere Menschen rassistisch diskriminiert wurden, drei Prozent waren selbst Opfer rassistischer Diskriminierung.

Das zeigt eine repräsentative Umfrage von Gesicht Zeigen e.V., EY Deutschland und Civey, die im Sommer 2020 durchgeführt wurde.

Wie gehen Arbeitnehmer damit um, wenn sie beispielsweise Zeuge rassistischer Äußerungen werden? Über 28 Prozent der Beschäftigten sagen, dass sie bei rassistischen Vorfällen in ihrem Unternehmen nicht sofort ihre Vorgesetzten informieren würden – knapp 12 Prozent sind in dieser Frage unentschieden. „Viele Diskriminierungen kommen daher erst gar nicht zum Vorschein, was aber durchaus auch daran liegen mag, dass dafür notwendige Strukturen nicht vorhanden sind“, sagt Sophia Oppermann, Geschäftsführerin von Gesicht Zeigen!. So sagen knapp 27 Prozent der Beschäftigten, dass es in ihrem Unternehmen keine Person gebe, an die sie sich bei rassistischen Vorfällen wenden können.

Obendrein sehen immerhin 19 Prozent – also fast jeder fünfte Beschäftigte – zumindest die Gefahr, dass sich für sie Nachteile am Arbeitsplatz ergeben könnten, wenn sie sich gegen Rassismus einsetzen. 37 Prozent der Gesamtbevölkerung sagen allerdings auch, ihnen sei es gar nicht wichtig, sich aktiv gegen Rassismus einzusetzen.

Unternehmen in der Verantwortung

„Es ist vor allem die Aufgabe des Unternehmensmanagements, Strukturen zu schaffen, die gewährleisten, dass rassistische Vorfälle anerkannt und ernstgenommen werden und für ein Klima zu sorgen, in dem ethnische und kulturelle Vielfalt wirklich gelebt wird“, sagt Hubert Barth, Vorsitzender der Geschäftsführung von EY Deutschland.

Allerdings ist die Stimmungslage der Arbeitnehmer in Deutschland bei diesem Punkt nicht einheitlich: Nur 44 Prozent der Beschäftigten sagen, dass das eigene Unternehmen stärker Position gegen Rassismus beziehen sollte.

Auf der anderen Seite zeigt die Studie, dass sich die Mehrheit der deutschen Bevölkerung (57 Prozent) grundsätzlich wünscht, dass deutsche Unternehmen in der Öffentlichkeit stärker Haltung gegen Rassismus beziehen. Und die Mehrheit der Bundesbürger (52 Prozent) ist der Auffassung, dass sich deutsche Unternehmen nicht genug für Werte wie Vielfalt und Respekt in der Gesellschaft einsetzen.

Manche Arbeitnehmer haben jedoch auch Bedenken, wenn es um ein aktives Engagement von Unternehmen geht: Immerhin 26 Prozent der Beschäftigten sehen bei Unternehmen, die sich öffentlich gegen Rassismus positionieren, das Risiko von Kundenverlusten und somit Umsatzeinbußen. „Der Einsatz gegen erlebten Rassismus im Alltag ist noch keine Selbstverständlichkeit. Weder im Privaten noch am Arbeitsplatz. Das zeigen die Ergebnisse unserer Erhebung deutlich“, sagt Janina Mütze, Gründerin und Geschäftsführerin von Civey, die die Daten der Studie erhoben haben. „Unternehmen, die hier Haltung zeigen, erfahren Zuspruch aus der Bevölkerung. Ein guter Ausgangspunkt, um Vorsicht und Zurückhaltung gegen Rassismus am Arbeitsplatz abzubauen.“

Reputation als Wirtschaftsstandort in Gefahr

57 Prozent der Beschäftigten sind der Auffassung, dass sich rechtsextreme Vorkommnisse negativ auf den Wirtschaftsstandort auswirken können. „Wir haben in der Vergangenheit bereits gesehen, dass rassistische Übergriffe auch zu einer breiten Berichterstattung in den Medien führen können – auch außerhalb Deutschlands. Es ist offensichtlich, dass derartige Vorkommnisse auch Fachkräfte und inländische und ausländische Investoren abschrecken und somit auch das wirtschaftliche Wachstum in den betreffenden Regionen gefährden können“, betont Rebecca Weis, Geschäftsführerin von Gesicht Zeigen!



Dr. Rana Deep Islam, Projektleiter der Studie bei EY, appelliert auch vor diesem Hintergrund an die Unternehmenslenker in Deutschland, konsequenter und entschlossener gegen Rassismus vorzugehen und das Thema stärker im eigenen Unternehmen zu verankern: „Die Studie zeigt, dass noch viel zu tun bleibt. Zwar gibt es ein weit verbreitetes Problembewusstsein in den Belegschaften, aber gleichzeitig auch ein hohes Maß an Unsicherheit beim Umgang mit rassistischen Vorfällen.“ Daher sollten die Unternehmen sich klarer positionieren, ergänzt Dr. Islam und betont: „Von einem starken Auftreten gegen Rassismus und für eine tolerante, weltoffene Arbeitskultur profitiert ein Unternehmen in seiner Gänze.“

Gesicht Zeigen e. V. im Überblick

Gesicht Zeigen! Für ein weltoffenes Deutschland e.V. ermutigt Menschen, aktiv zu werden gegen Fremdenfeindlichkeit, Rassismus, Antisemitismus und rechtsextreme Gewalt. Seit 20 Jahren agiert der Verein bundesweit. Er greift in die aktuelle politische Debatte ein und bezieht öffentlich Stellung. Gesicht Zeigen! initiiert bundesweite Kampagnen und entwickelt innovative Projekte und Aktionen, die Vorurteile abbauen und das demokratische Miteinander fördern. www.gesichtzeigen.de

Ansprechpartnerin für die Medien:

Franziska Krug, Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Gesicht Zeigen! Für ein weltoffenes Deutschland e.V.

Telefon: 030 3030 808-43

E-Mail: krug@gesichtzeigen.de

EY im Überblick

EY* ist eine der großen deutschen Prüfungs- und Beratungsorganisationen. In der Steuerberatung ist EY deutscher Marktführer. EY beschäftigt über 11.000 Mitarbeiter an 20 Standorten und erzielte im Geschäftsjahr 2018/2019 einen Gesamtumsatz von 2,1 Milliarden Euro. Gemeinsam mit den mehr als 284.000 Mitarbeitern der internationalen EY-Organisation betreut EY Mandanten überall auf der Welt. EY bietet sowohl großen als auch mittelständischen Unternehmen ein umfangreiches Portfolio von Dienstleistungen an: Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Rechtsberatung, Strategy and Transactions, Consulting und Immobilienberatung. www.de.ey.com.

Ansprechpartner für die Medien:

Dag-Stefan Rittmeister, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Flughafenstraße 61, 70629 Stuttgart

Telefon: (0711) 988 11 59 80

E-Mail: dag-stefan.rittmeister@de.ey.com

*Der Name EY bezieht sich in diesem Profil auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG), einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht. Jedes EYG Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen.



Civey im Überblick

Civey steht für Citizen Survey. Das 2015 gegründete Unternehmen hat sich mithilfe einer innovativen Methodik innerhalb weniger Jahre als führender Anbieter für digitale Markt- und Meinungsdaten mit dem größten Panel in Deutschland etabliert. Civey vermisst Märkte, Konsum und persönliche Einstellungen rund um die Uhr und erhebt valide Daten selbst für kleinste Zielgruppen. Ermöglicht wird dies durch die im Unternehmen selbst entwickelten Algorithmen, die Statistik mit KI verbinden und somit neue Maßstäbe für Präzision und Geschwindigkeit in der Markt- und Meinungsforschung setzen. Zu den Kunden von Civey zählen Unternehmen wie Volkswagen und Vodafone, Institutionen im öffentlichen Sektor sowie Teile der Bundesregierung, Medien wie DER SPIEGEL und öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten wie der Bayerische Rundfunk, Werbeagenturen sowie Stiftungen und Parteien. www.civey.com

Ansprechpartnerin für die Medien:

Judith Klose, Leiterin Presse & Kommunikation

Telefon: 0151 14007993

E-Mail: judith.klose@civey.com