



Das große Gemeinschaftsprojekt: Humanitäre Hilfe und Perspektiven für Flüchtlinge

Kaum jemals zuvor haben so viele Menschen in Deutschland Zuflucht vor Krieg und Vertreibung gesucht wie in den letzten zwei Jahren. Politische Konflikte, wachsende Bevölkerungszahlen und der Klimawandel werden zudem auf lange Sicht kaum zu einer Entspannung der Situation beitragen. So ist eine Herausforderung entstanden, die nur gesamtgesellschaftlich bewältigt werden kann. Die Integration der Neuankömmlinge ist dabei von größter Wichtigkeit.

Es ist beeindruckend was aktuell gesamtgesellschaftlich geschaffen wird: Eine überwältigende Mehrheit der Deutschen hat die Schutzsuchenden mit offenen Armen in Empfang genommen. Selten haben wir ein solches Maß an Hilfsbereitschaft und Anteilnahme erlebt. Ohne die Unterstützung der Zivilgesellschaft ist die Aufnahme der großen Zahl an Schutzsuchenden kaum möglich. Jeden Tag engagieren sich unzählige freiwillige und ehrenamtliche Helfer vor Ort.

Marken helfen auf allen Ebenen

Die große Markenfamilie, integraler Bestandteil unserer Gesellschaft, übernimmt hierbei selbstverständlich ihren Teil der Verantwortung. So unterstützt sie die Aufnahme und Unterbringung der Flüchtlinge durch Sach- und Geldspenden, logistische Hilfestellung, den engen persönlichen Kontakt durch ihre Mitarbeiter und eine Vielzahl weiterer Maßnahmen. Nach ihrer Ankunft in Deutschland suchen viele Flüchtlinge nun nach einem Platz in der Gesellschaft. Für viele ist Deutschland ein Ort des Neuanfangs geworden. Integration ist der Schlüssel für ein gesundes Miteinander und schafft beiderseitiges Vertrauen. Die Markenwirtschaft unterstützt daher mit großem Engagement die Integration der Neuankömmlinge. Auf allen Ebenen, von der Sprache, über die Schulbildung bis hin zur beruflichen Ausbildung bedarf es der Förderung der Neuankömmlinge. In Zusammenarbeit mit ehrenamtlich Engagierten, Hilfsorganisationen und Behörden schaffen Markenunternehmen feste Arbeits- und Ausbildungsverhältnisse, bieten Weiterbildungsmöglichkeiten und Sprachkurse an. Darüber hinaus gehen sie Patenschaften ein und unterstützen Behörden und Organisationen in ihrer Umgebung. Schritt für Schritt erhalten Flüchtlinge so Orientierung, Perspektive und Qualifizierung.

Hier endet das Engagement der Marken nicht. Genauso, wie unsere Gesellschaft sich für Krisen- und Notgebiete einsetzt, engagieren sich Marken ebenfalls vor Ort. So leisten sie Direkthilfe auch dort, wo die Not am größten ist, in Krisengebieten wie beispielsweise Syrien.

Als wichtiger Teil unserer Zivilgesellschaft übernehmen Marken die damit einhergehende Verantwortung und leisten vieles, ohne damit immer ein direktes Unternehmensziel zu verfolgen. Die folgenden Beispiele mit weiterführenden Links bieten einen Ausschnitt der Herausforderungen, denen sich Marken in engem Schulterschluss mit unserer Gesellschaft stellen.



Henkel: Not- und Integrationshilfe für Flüchtlinge



Das Herz des Engagements von Henkel bilden die Mitarbeiter. Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter wird genauso unterstützt, wie Henkel konkrete humanitäre Hilfe leistet: Von der Hilfe bei der Ankunft der Flüchtlinge an den Bahnhöfen über den Aufbau von Flüchtlingsunterkünften bis hin zur Unterstützung von langfristigen Integrationsprojekten. Ziel ist es, die Integration der Menschen, die eine Bleibeperspektive haben, auf allen Ebenen zu fördern. Die Unterstützung von Henkel umfasst dabei sowohl Sach- und Geldspenden, aber auch die bezahlte Freistellung von der Arbeit bis zu acht Tagen im Jahr.

Johnson & Johnson: Engagiert für Kinder



Der Schwerpunkt des sozialen Engagements von Johnson & Johnson liegt bei der Nothilfe für besonders Bedürftige, wie beispielsweise Kinder. Seit über zwei Jahrzehnten arbeitet Johnson & Johnson mit Save the Children zusammen. Syrien ist das größte Projekt im Rahmen dieser Kooperation: Vor Ort versorgt Save the Children Kinder mit Lebensmitteln, sauberem Trinkwasser und Medizin. Und in Deutschland engagiert sich Johnson & Johnson unter Einbindung der Mitarbeiter und der lokalen Gesellschaften direkt für Familien auf der Flucht.

Unilever: Eine Zukunft für Flüchtlinge



Das Hilfspaket von Unilever umfasst sowohl schnelle Soforthilfe als auch langfristiges Engagement bei der Integration. Damit die Koordination mit anderen Hilfsangeboten reibungslos funktioniert, hat sich Unilever für eine enge Kooperation mit dem Deutschen Roten Kreuz entschieden. Unilever und seine Mitarbeiter helfen durch persönliches Engagement, finanzielle Unterstützung, Produktspenden, bis hin zurverfügungstellung von Beschäftigungsmöglichkeiten für Flüchtlinge.

⇒ Mehr zu diesen und weiteren Fallbeispielen finden Sie auf Wachstum-mit-Verantwortung.de

Die Nachhaltigkeitsinitiative des Markenverbandes: Einladung zum Dialog

Die Marken leisten intensive Beiträge für eine nachhaltiger lebende Gesellschaft. Mit der Nachhaltigkeitsinitiative des Markenverbandes stehen die Marken zum direkten Dialog mit allen gesellschaftlichen Stakeholdern bereit. Als Gesprächseinladung versendet der Markenverband den Markenverband Brief mit wechselnden Schwerpunktthemen zu ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit. Zu allen im Markenverband Brief genannten Fallbeispielen vermittelt der Markenverband gerne den direkten Kontakt in die Mitgliedsunternehmen.