

Stolperfallen für Agenturen

Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz und seine Auswirkungen auf die Arbeit von Kommunikationsdienstleistern

Endlich eine wirksame Waffe gegen Diskriminierung, jubeln die einen. Ein massiver Eingriff in die unternehmerische Freiheit, protestieren die anderen. Kaum ein Gesetz hat in jüngster Zeit in Deutschland zu solchen Diskussionen geführt wie das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Am 18. August ist das Regelwerk in Kraft getreten und soll künftig Benachteiligungen aufgrund von Rasse, ethnischer Herkunft, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter, Geschlecht und sexueller Identität verhindern.

Für die Werbeindustrie erwartet Inka Wittmann, Personalleiterin bei Jung von Matt, von dieser Novelle durchaus einen positiven Impuls: „Bislang werden im Kreativbereich noch immer überwiegend junge Mitarbeiter gesucht. Vielleicht trägt diese Veränderung dazu bei, den Methusalem-Komplex zu überwinden und auch einmal Älteren den Vortritt zu lassen.“

So sehr Wittmann den Grundgedanken lobt, so sehr kritisiert sie aber auch die Ausgestaltung der Gesetzestexte. Die Umsetzung der Vorschriften sei mit einem hohen bürokratischen Aufwand verbunden. Zudem enthalte das AGG zahlreiche juristische Fallstricke. Um sich gegen Klagen zu wappnen, steht die Hamburger Agentur seit Inkraft-



Solche Formulierungen in Stellenanzeigen sind mit der Gesetzesnovelle künftig problematisch

treten des AGG in engem Kontakt mit ihren juristischen Beratern. Zu den weiteren Maßnahmen gehören die Schulung aller Mitarbeiter, die Benennung einer Beschwerdestelle sowie die penible Dokumentation der Kommunikation mit den Mitarbeitern und Bewerbern. Angst vor einer Welle teurer und rufschädigender Klagen wie in den USA, wo es seit 15 Jahren vergleichbare Regelungen gibt, hat Wittmann jedoch nicht.

Eine besondere Problematik entsteht für jene Agenturen, die andere Unternehmen im Personalmarketing unterstützen. Sie müssen die neuen Bestimmungen nicht nur im eigenen Haus erfüllen, sondern auch in der Zusammenarbeit mit dem Kunden. Dies betrifft beispielsweise die Münchner Agentur Wächter & Wächter, die den Employer-Branding-Etat der Media-Saturn-Gruppe innehat. Stefan Sagner, Geschäftsführer von Wächter &

Wächter, sieht jedoch keinen Grund zur Hysterie. Es seien natürlich neue Stolperfallen hinzugekommen, aber da schon vorher für Stellenanzeigen strenge Regeln galten, nutze man schon lange den Rat von Rechtsexperten.

Während bei den großen Dienstleistern Gelassenheit dominiert, fühlen sich kleine und mittelständische Agenturen verunsichert. Ein Aspekt, den Ludwig Georg Braun, Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages erläutert: „Da kleinen und mittleren Unternehmen die tägliche Routine fehlt und dort häufig keine Personalabteilung vorhanden ist, besteht die Gefahr, dass die komplizierten Regeln nicht hundertprozentig eingehalten werden.“ Daher fordert er entsprechende Ausnahmeregelungen.

Damit spricht er Erika Siegrist aus der Seele. Sie ist in der Darmstädter Agentur Gerasch, in der rund 30 Mitarbeiter beschäftigt sind, als Assistentin der Geschäftsleitung unter anderem für Personalfragen zuständig: „Um mich in das Regelwerk einarbeiten zu können, bräuchte ich mindestens eine Woche.“ Zeit, die ihr aber aufgrund anderer beruflicher Verpflichtungen nicht bleibt. Die Angst ist daher groß, Stolperfallen zu übersehen.

Angesichts dieser Unsicherheit wittern zahlreiche schwarze Schafe ihre Chance. „Kaum ist das Gesetz in Kraft getreten, bieten neuerdings so genannte Gleichbehandlungsmanager ihre Hilfe an“, berichtet Eberhard Kolonko, der mit seiner Frankfurter Kanzlei Kolonko & Dammeier den Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA juristisch betreut. Vor solchen Angeboten kann er nur warnen und rät, sich bei Fragen an die Verbände und Handelskammern zu wenden. So hat der GWA für seine Mitglieder eine kostenlose Telefonhotline eingerichtet. Außerdem soll Mitte September ein umfassender Praxisleitfaden veröffentlicht werden. Bettina Neises

Hintergründe

- Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz, kurz AGG, gilt seit dem 18. August 2006.
- Mit dem Erlass dieses Gesetzes setzt die Bundesregierung vier EU-Richtlinien in nationales Recht um.
- Betroffen ist neben dem Arbeitsrecht auch das Zivilrecht. Der Gültigkeitsbereich erstreckt sich damit auch auf Kauf-, Werk-, Dienstverträge sowie Kredit- und Versicherungsverträge bis hin zu Vermietung.

Praxistipps zum Gleichbehandlungsgesetz

Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) hat vor allem im Personalwesen weitreichende Folgen. Die Sanktionen im Falle eines Verstoßes können erheblich sein – angefangen beim Schadensersatz für entgangene Gehälter über das Recht zur Arbeitsverweigerung bei gleichzeitiger Lohnfortzahlung bis hin zum Schmerzensgeld. Gravierend für Arbeitgeber ist, dass die Beweislast letztlich auf ihrer Seite liegt.

Der folgende Leitfaden liefert einen Überblick über die wichtigsten Stolpersteine und Verhaltensregeln:

■ **Sofortmaßnahmen:** Nach dem AGG gehört es zu den Pflichten des Arbeitgebers, eine Beschwerdestelle zu benennen. Des Weiteren muss er das AGG, Paragraph 61b des Arbeitsgerichtsgesetzes und die Informationen zur Beschwerdestelle allen Mitarbeitern zugänglich machen.

■ **Stellenanzeigen:** Ein Grund zur Klage könnte die Suche nach Mitarbeitern mit „perfekten deutschen Sprachkenntnissen“ sein, solange es hierfür keine Rechtfertigung gibt. So dürften „fließende Deutschkenntnisse“ in einer Anzeige für einen Texter zulässig sein, der für eine Kampagne in deutscher Sprache eingesetzt werden soll. Gleiches gilt für die Nennung einer Altersgrenze. Sie ist nur erlaubt, wenn sie durch die Anforderungen der Stelle begründet ist. Außerdem muss der Anzeigentext stets geschlechtsneutral formuliert sein. Schließlich sollten Arbeitgeber künftig auch auf die Aufforderung an Bewerber verzichten, ein Lichtbild einzureichen.

■ **Vorstellungsgespräch:** Bereits nach alter Rechtsprechung waren Fragen zu sexueller Orientierung, Gewerkschaftszugehörigkeit, Familienstand, Familienplanung und Religionszugehörigkeit un-

zulässig. Dies bleibt auch weiterhin untersagt. Unklar ist derzeit, wie damit umgegangen werden muss, wenn sich zwischen Arbeitgeber und Bewerber ein Gespräch zur allgemeinen Lebenseinstellung entwickelt. Die Fragen sollten sich daher auf die notwendigen Qualifikationen beschränken. Dringend zu empfehlen ist es, auf Arbeitgeberseite das Bewerbungsgespräch durch zwei Personen führen zu lassen, um im Streitfall einen Zeugen benennen zu können.

■ **Arbeitsbedingungen:** Orientiert sich die Höhe der Gehälter allein am Alter, beinhaltet dies einen Verstoß gegen das AGG. Gleiches gilt für einen Ausschluss von Teilzeitbeschäftigten bei Weiterbildungsangeboten. Da diese Beschäftigungsart überwiegend Frauen in Anspruch nehmen, könnte hier eine mittelbare Diskriminierung wegen des Geschlechts in Betracht kommen.

■ **Kündigung:** Eine betriebsbedingte Kündigung überwiegend ausländischer Mitarbeiter begründet den Verdacht einer Benachteiligung wegen der ethnischen Herkunft. Auch die Entlassung überwiegend älterer Mitarbeiter kann eine Verletzung des AGG darstellen.

■ **Literaturtipps:** Weitere Informationen enthält die Broschüre des Deutschen Industrie- und Handelskammertages „Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz. Leitfaden für die unternehmerische Praxis“. Bestellbar unter www.ihk.de.



Über den Autor: Joachim Kohler ist Anwalt für Arbeitsrecht in der Kanzlei Kolonko & Dammeier in Frankfurt, die den GWA in Rechtsfragen berät.

KOMMENTAR Leichtsinn

Bislang scheinen viele Kommunikationsdienstleister die Bedeutung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) noch nicht erkannt zu haben. „Das betrifft uns nicht, denn bei uns wurde noch nie jemand diskriminiert“, heißt es häufig, wenn die Verantwortlichen in Agenturen auf das Thema angesprochen werden. Mit dieser Einstellung begeben sie sich jedoch auf juristisches Glatteis, denn nach dem AGG muss keine beabsichtigte Benachteiligung vorliegen. Eine unbedachte Äußerung gegenüber einem Mitarbeiter oder Bewerber reicht bereits aus, um sich als Unternehmen ein teures und mitunter rufschädigendes Gerichtsverfahren einzuhandeln. Sicherlich war auch die anfängliche Panik übertrieben. Die neuen Regeln sind zwar streng, aber welche Wirkungskraft sie in Zukunft tatsächlich entfalten, hängt doch sehr davon ab, wie die Gerichte sie auslegen werden. Trotz der zahlreichen Unklarheiten ist aber eines sicher: Der beste Rat für Agenturen ist, sich schnellstmöglich zu informieren. Schließlich schützt Unwissenheit bekanntlich nicht vor Strafe. Bettina Neises

INHALT

Die Themen

■ **Vizeum:** Agenturchef Jürgen Lindner über den Aufbau der zweiten internationalen Aegis-Mediamarke in Deutschland. 24



■ **Ogilvy One:** Dialogagentur gibt sich eine neue Struktur. / Andreas Koller kommt als Technology Director an Bord. 25

■ **For Sale:** Zum 10. Geburtstag präsentiert die Münchner Agentur den Automobilhersteller Audi als Neukunden. 26

■ **Etattabelle:** Der HORIZONT-Überblick über die wichtigsten Etatbewegungen im August. 27

■ **Galeria:** Die Werbe-Glanzlichter der Woche kommen diesmal von TBWA Berlin, Y&R Frankfurt, Etwas Neues entsteht sowie Sehsucht und Bakeryfilms. 28

Weitere Berichte unter: www.horizont.net/agenturen