

brainworker Whitepaper

Ramadan Marketing- & HR-Guide

Wien, Juni 2017



AutorInnen:

Manuel Erkan Bräuhofer, MSc

Julia Krutzler, BA

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Der Islam	4
Die fünf Säulen des Islam	4
Der Koran als Heilige Schrift.....	5
Die Sunna als Verhaltensregeln	5
Sunniten und Schiiten	5
Muslime in Österreich	5
Der Ramadan im islamischen und säkularen Jahreslauf	6
Fasten	6
Bräuche im Ramadan	7
Nacht der Bestimmung (Lailat al-Qadr).....	7
Fest des Fastenbrechens (Id al-Fitr) auch: Zuckerfest (Seker Bayrami).....	7
Gesetzlicher Feiertag in islamischen Ländern.....	7
Ramadan Marketing Guide	7
Planung von Maßnahmen im Ramadan	8
Symbole und Bilder für Werbe-Sujets	8
Größe, Kaufkraft & Potentiale.....	9
Wertschätzende Werbebotschaften	10
Digital & Mobile Marketing.....	11
Glückwünsche.....	11
Interessante Branchen & Produktgruppen	12
Werbezeiten an die Zielgruppe anpassen	12
Ramadan HR Guide	14
Rechtliche Rahmenbedingungen bei fastenden MitarbeiterInnen	14
Dürfen ArbeitgeberInnen das Fasten verbieten?	14
Leistungsversprechen & Arbeitspflicht	14
Weitsichtige Personalplanung	15
Konflikte bei Sonderbehandlung	15
Wie können ArbeitgeberInnen fastende MitarbeiterInnen unterstützen?.....	16
Best-Practice-Beispiel IKEA	16
Quellenverzeichnis	18
Abbildungsverzeichnis	19

Bitte beachten Sie, dass dieses Whitepaper urheberrechtlich geschützt ist. Die Werknutzungsrechte liegen bei brainworker. Ohne schriftlicher Zustimmung von brainworker ist die Vervielfältigung, Verbreitung und kommerzielle Nutzung des Whitepapers nicht gestattet. Eine zulässige Weiterverwendung ist ausschließlich mit korrekter Quellenangabe des Autors/der Autorin gestattet. Trotz sorgfältiger Prüfung übernimmt brainworker keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte des Whitepapers.

Impressum: © 2017 brainworker | Ziegelofengasse 31 | 1050 Wien

Vorwort

Der Fastenmonat Ramadan gilt im Islam als besonders heilige Zeit. Für die Muslime ist mit dem gemeinschaftlichen, 30 Tage währenden Fasten die besondere Hingabe an Allah sowie Disziplin und Gewissenhaftigkeit im Glauben verbunden.

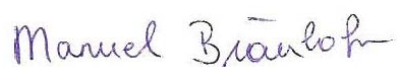
Die Bedeutung des Ramadans für Muslime ist in etwa gleichbedeutend wie Ostern oder Weihnachten für Christen. Zu diesen Anlässen wird gerne und viel geschenkt. Es ist eine Zeit des gesteigerten Konsums. Unternehmen und im speziellen deren Marketingabteilungen sollten die große Zielgruppe der rd. 700.000 Muslime in Österreich nicht außer Acht lassen. Die Vermarktung von Produkten birgt enormes Potential. Es ist daher ratsam, über Möglichkeiten und Potentiale Bescheid zu wissen, um die Ansprache entsprechend der Bedürfnisse von Muslimen in der Zeit des Ramadans anzupassen.

Der Ramadan ist aber nicht nur für muslimische KonsumentInnen von Bedeutung, sondern vor allem auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und natürlich deren Arbeitgeber. Von den rund 700.000 in Österreich lebenden Muslimen fasten mindestens zwei Drittel. Von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang weder zu essen noch zu trinken, kann sich auf die Arbeitsleistung auswirken.

Im folgenden Whitepaper zeigen wir Ihnen unterschiedliche Aspekte des Ramadan-Marketings und geben Tipps und Insights, wie Sie Ihre Marketingmaßnahmen an die spezifischen Anforderungen dieser besonderen und wichtigen Saison anpassen können. Darüber hinaus verraten wir Ihnen alles, was Sie als Arbeitgeber dazu wissen müssen.

Wir wünschen Ihnen viele neue Erkenntnisse, viel Erfolg bei der Umsetzung Ihrer (interkulturellen) Aktivitäten und freuen uns über den Austausch und Ihr Feedback.

Vielfältige Grüße,



Manuel Bräuhöfer & das brainworker-Team

Der Islam

Der Islam ist eine monotheistische Weltreligion und ist mit rund 1,7 Milliarden AnhängerInnen weltweit nach dem Christentum die zweitgrößte Religion. Der arabische Begriff „Islam“ heißt übersetzt „Unterwerfung unter Gott“. Die AnhängerInnen des Islams werden als Moslems, Muslime oder Muslims bezeichnet. Der Ursprung des Islams geht auf den Propheten Mohammed im 7. Jahrhundert n. Chr. zurück.

Die fünf Säulen des Islam

Die Basis des Islam bilden über sämtliche Strömungen hinweg die sogenannten fünf Säulen des Islam. Dazu zählen:

1. Glaubensbekenntnis (Shahada)

Das Glaubensbekenntnis „La ilaha illa Allah wa Muhammad rasul Allah“ (= „Es gibt keinen Gott außer Allah und Mohammed ist sein Prophet“) soll öffentlich und mit Überzeugung aufgesagt werden. Außerdem ist das Glaubensbekenntnis Bestandteil von rituellen Gebeten.

2. Gebet (Salat)

Muslime sollen fünf Mal pro Tag beten. Die Gebetszeiten sind vor Sonnenaufgang, am frühen Vormittag, zu Mittag, vor Sonnenuntergang und vor Mitternacht. Vor dem Gebet findet eine rituelle Reinigung statt, bei der das Gesicht, die Hände und die Füße gewaschen werden. Jedes Gebet dauert einige Minuten. Muslime beten Richtung Mekka und führen während des Gebets bestimmte Bewegungsabfolgen (stehen, sitzen, verbeugen etc.) durch.

3. Fasten (Ramadan)

Während des Fastenmonats Ramadan sollen Muslime 30 Tage lang fasten. Davon ausgenommen sind kranke Menschen, stillende Frauen, kleine Kinder und Reisende. Fastende Muslime sollen von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang nicht essen, trinken, rauchen oder Geschlechtsverkehr haben. Der Ramadan findet im Jahr 2017 von 26. Mai bis 25. Juni statt. Das Datum ändert sich jährlich, da es sich nach dem islamischen Kalender und dem Mond richtet.

4. Almosen (Zakat)

Muslime sind angehalten, einen Teil ihres Vermögens zur Unterstützung von Bedürftigen zu spenden. Diese soziale Pflichtabgabe soll die soziale Sicherheit und das Gemeinschaftsgefühl zwischen den Muslimen fördern. Gleichzeitig wird die Spende als Reinigung betrachtet.

5. Pilgerfahrt (Hadsch)

Alle Muslime sollten einmal im Leben eine Pilgerfahrt nach Mekka unternehmen. Pro Jahr treffen sich ca. 3 Millionen Muslime im zwölften Monat des islamischen Kalenders in Mekka, um die Kaaba, ein wichtiges Heiligtum, sieben Mal zu umrunden. Männer tragen während der Pilgerfahrt besonders einfache Kleidung, um soziale Unterschiede nicht zu zeigen, da alle vor Gott gleich sein sollen.

Der Koran als Heilige Schrift

Als heilige Schrift und höchste Autorität gilt im Islam der Koran. Gemäß der islamischen Überlieferung enthält er die göttlichen Offenbarungen, die der Prophet Mohammed zwischen den Jahren 610 und 632 erhalten hat. Er besteht aus 114 Kapiteln, die Suren genannt werden. Die Suren beinhalten allgemeine Grundsätze des islamischen Glaubens und konkrete Verhaltensregeln. Viele der Inhalte des Korans beziehen sich auf Geschehnisse aus der Zeit Mohammeds.

Die Sunna als Verhaltensregeln

Neben dem Koran ist die Sunna die zweite große Autorität im Islam. Das ist die überlieferte Tradition der nachahmenswerten Taten Mohammeds, die als Verhaltensregeln dienen sollen. Bereits im Mittelalter stellten sich islamische Gelehrte die Frage, welche Überlieferungen berechtigt als Sunna gelten und welche nicht. Die Gelehrten lösten das Problem dadurch, dass sie nur solche Aussagen als wahr anerkannten, die von einer ununterbrochenen Kette vertrauenswürdiger Vermittler überliefert worden waren. Doch auch hier gab es sehr unterschiedliche Ansichten, insbesondere zwischen Sunniten und Schiiten. Nach wie vor gibt es keine allgemeingültige und einheitliche Version der Sunna.

Sunniten und Schiiten

Vom Begriff der Sunna leitet sich auch die Bezeichnung für die Sunniten ab. Das sind die Anhänger der Glaubensrichtung mit den meisten AnhängerInnen. Im Gegensatz dazu sind etwa 15% aller Muslime Schiiten. Die Schiiten bilden im Iran und Irak sowie einigen weiteren Staaten die Mehrheit.

Die Entstehung und Abgrenzung dieser beiden Gruppen entstand im Streit um die Nachfolge des Propheten Mohammed.

Muslime in Österreich

Nach neuesten Schätzungen (April 2017) des Österreichischen Integrationsfonds leben in Österreich aktuell rund 700.000 Muslime. An der Gesamtbevölkerung macht das einen Anteil von rund 8 % aus.

Rund 85 % aller aktuell in Österreich lebenden Muslime sind Sunniten, die übrigen 15 % Aleviten bzw. andere Schiiten. Der Großteil stammt aus der Türkei (114.119 muslimische TürkInnen) und aus Bosnien (50.995 muslimische BosnierInnen).

Die in Österreich lebenden Muslime sind im gesamten Bundesgebiet verteilt: Etwas mehr als ein Drittel lebt in Wien, gefolgt von Oberösterreich, Niederösterreich, Vorarlberg, Tirol und Salzburg.

Die Mehrheit der muslimischen Bevölkerung Österreichs sind ArbeitsmigrantInnen und deren Familien sowie Personen aus internationalen und multinationalen Organisationen und Konzernen, WissenschaftlerInnen, KünstlerInnen, ausländische Studierende und AsylwerberInnen.

Der Ramadan im islamischen und säkularen Jahreslauf

Der Ramadan ist der neunte Monat im islamischen Kalender. Weil sich die islamische Zeitrechnung allein nach dem Mondjahr richtet, sind die Jahre um 10 bis 11 Tage kürzer als im Sonnenjahr. Deshalb findet das Fasten im Monat Ramadan in Bezug auf das Sonnenjahr immer zu einer anderen Zeit statt. Weil das Fasten täglich von Beginn der Dämmerung bis zum Einbruch der Nacht vorgeschrieben ist, bedeutet die Enthaltbarkeit von Speisen und Getränken insbesondere in Sommermonaten mit ihren langen Tagen eine besondere Herausforderung. Der Beginn des Monats Ramadan wird durch das Sichten der Mondsichel bestimmt. Das führt dazu, dass der Monat nicht in allen Ländern am gleichen Tag beginnt.

Fasten

Das Fasten ist eine der sog. 5 Säulen des Islam. Durch die Selbstbeherrschung, die der Verzicht auf Essen mitbringt, sollen sich die Muslime auf das wirklich Wichtige konzentrieren: die Unterstützung und vor allem die Barmherzigkeit gegenüber Armen und Schwachen, den Beistand anderer Fastender und das Gespräch mit Allah. Die Grundlage des Fastens ist der Koranvers "Ihr, die ihr glaubt, euch ist das Fasten vorgeschrieben wie es denen vorgeschrieben war, die vor euch waren, damit ihr vielleicht gottesfürchtig werdet." (2:183).

Wer an Ramadan fastet, nimmt zwischen Sonnenaufgang und Sonnenuntergang keine feste oder flüssige Nahrung zu sich, trinkt nichts und verzichtet in diesem Monat auch auf alle anderen Gelüste wie zum Beispiel auf Sex. Das Fasten im Monat Ramadan ist für alle Muslime verpflichtend, wobei im Koran auch Ausnahmen festgelegt sind. Personen, die körperlich und geistig nicht in der Lage zu fasten sind, sind davon ausgenommen. Dazu zählen:

- menstruierende, schwangere und stillende Frauen
- chronisch Kranke
- altersschwache Menschen
- Kinder vor dem Eintritt in die Pubertät

Grundsätzlich gilt jedoch, dass man für jeden selbst verpassten Fastentag einen Bedürftigen zusätzlich zu sich selbst mit Nahrung versorgt.

Auch wenn tagsüber weder gegessen noch getrunken wird, so ist die Zeit nach Sonnenuntergang von großer Wichtigkeit. In der Regel bereiten die Familien eine Mahlzeit zu und genießen die Gesellschaft der engen Familie.

Bräuche im Ramadan

Der Ramadan soll den gläubigen Muslimen Raum für die anderen Säulen des Islams geben. Muslime sollen sich in dieser Zeit intensiv mit dem Koran befassen und ihn einmal ganz lesen sowie in intensiven Dialog mit Allah treten. Jeden Abend nach Sonnenuntergang findet das Fastenbrechen statt.

Das Fastenbrechen wird in der Regel mit einem Gebet eingeleitet und mit einer Dattel und einem Schluck Wasser durchgeführt. Erst nach diesem Ritual und dem anschließendem Abendgebet darf die Familie essen. Das Fastenbrechen wird gerne auch in Gesellschaft anderer Gläubiger z.B. in der Glaubensgemeinschaft oder mit Freunden und Verwandten gefeiert.

Nacht der Bestimmung (Lailat al-Qadr)

Obwohl das genaue Datum der ersten Koran-Offenbarung nicht genau bestimmt werden kann, gilt die Zeit in den letzten 10 Tagen des Monats Ramadan als überliefert. Die Nacht der Bestimmung wird in der Regel vom 26. auf den 27. Ramadan gefeiert.

Fest des Fastenbrechens (Id al-Fitr) auch: Zuckerfest (Seker Bayrami)

Das Fest des Fastenbrechens, mit dem die 30-tägige Fastenzeit ihren Abschluss findet, wird in den ersten drei Tagen des Folgemonats gefeiert. Es ist eines der beiden Hauptfeste des Islam. Aber auch während der Fastenzeit wird die erste Mahlzeit am Abend oft gemeinschaftlich begangen.

Gesetzlicher Feiertag in islamischen Ländern

Das Fest des Fastenbrechens kann in seinem Stellenwert mit dem christlichen Ostern oder Weihnachten verglichen werden. In islamischen Ländern ist am Fest des Fastenbrechens in der Regel arbeits- und schulfrei. In Ländern der Diaspora, so auch in Österreich, haben Muslime zwar an Weihnachten, Ostern, Pfingsten und anderen christlich-religiösen Feiertagen arbeitsfrei, nicht aber an ihrem eigenen Fest.

Ramadan Marketing Guide

Die Bedeutung des Ramadans für Muslime ist in etwa gleichbedeutend wie Ostern oder Weihnachten für Christen. Zu diesen Anlässen wird gerne und viel geschenkt. Es ist eine Zeit des gesteigerten Konsums. Unternehmen und im speziellen deren Marketingabteilungen sollten die große Zielgruppe der rd. 700.000 Muslime in Österreich nicht außer Acht lassen. Die Vermarktung von Produkten birgt enormes Potential. Es ist daher ratsam, über Möglichkeiten und Potentiale Bescheid zu wissen, um die Ansprache entsprechend der Bedürfnisse von Muslimen in der Zeit des Ramadans anzupassen.

Planung von Maßnahmen im Ramadan

Um den Ramadan effizient für Werbung zu nutzen, ist es notwendig, die entsprechenden Kommunikationsmaßnahmen rechtzeitig zu planen. Da sich der Ramadan nach der islamischen Zeitrechnung und somit nach dem Mondjahr richtet, wandert der Ramadan jedes Jahr um ca. 10-11 Tage im Kalender.

Die kommenden Ramadan-Termine sind:

Ramadan 2017	27. Mai – 24. Juni 2017
Ramadan 2018	16. Mai – 14. Juni 2018
Ramadan 2019	06. Mai – 05. Juni 2019
Ramadan 2020	24. April – 24. Mai 2020
Ramadan 2021	13. April – 13. Mai 2021
Ramadan 2022	02. April – 02. Mai 2022

Um Stehzeiten oder Ausfälle zu vermeiden, ist es sinnvoll, dass Kampagnen bereits im Vorfeld konzipiert und auch eingebucht werden. Während des Ramadans sind viele von Muslimen geführte Büros nicht durchgängig besetzt und Reaktionszeiten in der Regel langsamer. Darüber hinaus wird der Ramadan als Werbesaison immer beliebter und bestimmte Kanäle oder Medien können bereits lange vorher ausgebucht sein.

Wir empfehlen, die Werbeplanung für den Ramadan so früh wie möglich, aber mindestens ca. 2 Monate im Vorhinein zu beginnen.

Symbole und Bilder für Werbe-Sujets

Der Einsatz von Symbolen und speziellen Bildern ist im Ramadan von besonders großer Bedeutung. Nachfolgend zeigen wir Ihnen, welche Symbole häufig verwendet werden und erklären warum.

- **Der Halbmond**

Der Halbmond ist das mit Abstand am häufigsten verwendete Symbol für Ramadan-Anzeigen und sonstiger visueller Marketingmaßnahmen im Ramadan. Der erste sichtbare Halbmond markiert den Beginn eines jeden Monats, einschließlich des Fastenmonats Ramadan. Im Hinblick auf diesen Zusammenhang ist es wenig verwunderlich, dass man den Halbmond auf einigen Flaggen von muslimischen Ländern, bei etlichen muslimischen Organisationen und auch beim „Roten Halbmond“, der Organisation des Roten Kreuz, findet.



- **Datteln**

Datteln gehören ebenso zum Ramadan wie der Halbmond. Sie sind ein wichtiger Bestandteil des täglichen Rituals des Fastenbrechens. Datteln sind die erste Nahrung, die nach einem Fastentag, nach Sonnenuntergang, gegessen wird. In vielen Werbeanzeigen findet man daher die Datteln als Symbol. Einige Unternehmen verschenken sogar eigens gebrandete Datteln als Give-Away.



- **Laternen**

Obwohl Laternen nicht so weit verbreitet sind wie der Halbmond, finden sie zunehmend größere Beliebtheit im Einsatz auf Werbeanzeigen. Laternen sollen als Symbol für den Abend bzw. die Nacht stehen und die Zeit des Fastenbrechens markieren.



- **Tee & Teekannen**

Der Tee ist das wohl wichtigste Getränk in muslimisch geprägten Kulturen. Wie auch die Datteln, ist der Tee ein essentieller Bestandteil des Ramadans und des Fastenbrechens. Der Einsatz von Teegläsern, Kannen und arabischen Teekesseln ist auf Werbesujets sehr beliebt.



Den Einsatz dieser Symbole und weitere kreative Ramadan-Sujets von internationalen Unternehmen finden Sie in unserer [Best-Practice-Galerie: Ramadan in der Werbung](#).

Größe, Kaufkraft & Potentiale

Es gibt für Österreich zwar keine statistischen Daten zum Kaufkraftvolumen von Muslimen, aber unsere deutschen Nachbarn haben Daten, die sich auf Österreich übertragen lassen. Die Kaufkraft der rd. 4,4 bis 4,7 Millionen Muslime in Deutschland beträgt in etwa 4 Milliarden Euro. Muslime werden nicht nur mehr, sie werden auch immer wohlhabender (Quellen: Röther, 2017 & F.A.Z., 2012).

Happy Thinking People, das Institut für Marketing- und Innovationsforschung, hat junge Muslime in verschiedenen Städten Deutschlands mit einer qualitativen Online Studie während und nach der Fastenzeit begleitet und kam u.a. zu folgenden Ergebnissen:

- Die TeilnehmerInnen haben nach einem Monat Fasten deutlich zugenommen.
- Befragte Bäckereien, Fleischereien und Lebensmittelhändler berichten während des Ramadans von einer Umsatzsteigerung um mehr als ein Drittel.
- Nach dem Ramadan profitieren die Branchen der Sportartikel und Fitnessgeräte.
- Der Medienkonsum von jungen Muslimen ist deutlich gestiegen.

Zusammengefasst: Das veränderte Konsum- & Medienverhalten beschert diversen Branchen signifikante Steigerungen in der Zeit des Ramadans (Quelle: Happy Thinking People, 2013).

Berechnet man die Kaufkraft der 700.000 österreichischen Muslime, anhand der Daten aus Deutschland, so ergibt sich eine Kaufkraft von rd. 600 Millionen Euro (Quelle: eigene Berechnung).

Wenn man zusätzlich noch aktuelle Kaufkraftstudien der Gesamtbevölkerung betrachtet, wird sichtbar, dass die Kaufkraft in Österreich höher als in Deutschland ist. Nach einer Studie der GfK im Jahr 2016 ist die Pro-Kopf-Kaufkraft der ÖsterreicherInnen um 570 Euro höher als die unserer deutschen Nachbarn (Quelle: GfK – Geomarketing, 2016).

Demzufolge könnte die Kaufkraft der Muslime in Österreich knapp 1 Milliarde Euro betragen (Quelle: eigene Berechnung).

Angesichts der enormen Kaufkraft von Muslimen, aber vor allem auch aufgrund des gesteigerten Konsum- & Medienverhaltens während des Ramadans, ist es äußerst ratsam, diese Zielgruppe spezifisch anzusprechen, das Werbevolumen in diesem Zeitraum zu erhöhen und explizite Kanäle zu nutzen.

Wertschätzende Werbebotschaften

Die Auswahl und der korrekte Einsatz von Werbebotschaften ist ein hochsensibles Thema und sollte besondere Aufmerksamkeit zukommen. Alle Botschaften und Texte sollten immer die wertschätzende und respektvolle Auseinandersetzung der muslimischen Traditionen und Kulturen berücksichtigen. Humor ist gerne gesehen, aber muss sehr behutsam eingesetzt werden.

Werbetreibende sollten sich stets daran erinnern, dass es sich beim Ramadan um eine religiöse Tradition mit starker emotionaler Bindung in der Gesellschaft handelt. Missverständliche oder gar beleidigende Aussagen könnten die Markenidentität und das Unternehmensimage nachhaltig beschädigen. Ihre Marketing-Message sollte daher unbedingt von mehreren Einheimischen oder von ExpertInnen für Ethnomarketing bzw. Ramadan-Marketing überprüft werden.

Digital & Mobile Marketing

Ein aktuelles Insight-Paper von Google Think zeigt, dass Menschen in der MENA-Region während des Ramadans mehr Zeit online verbringen, ihre Smartphones intensiver nutzen und mehr YouTube-Videos konsumieren. Dies bietet abseits der klassischen Print- & TV-Formate ein enormes Potential, Markenbotschaften über digitale Kanäle zu positionieren (Quelle: think with Google, 2016)

Hier finden Sie den Artikel: [Ramadan in MENA: The Digital Opportunity for Brands](#)

Glückwünsche

Glückwünsche sind ein sehr einfaches und machtvolles Instrument, um Wertschätzung zu transportieren. Während des Ramadan sollten Sie im Rahmen Ihrer Werbemaßnahmen folgende Glückwünsche verwenden:

- **Ramadan Kareem**

„Ramadan Kareem“ bedeutet sinngemäß übersetzt „Ramadan ist großzügig“ und ist das wahrscheinlich am häufigsten verwendete Sprichwort während des Ramadans. Werbetreibende nutzen diesen Ausspruch häufig im Rahmen von Sujets und Bannern, aber auch in diversen anderen Medien. Oft wird dabei versucht, einen Kontext zur „Großzügigkeit“ herzustellen. Mit dem Konsum von Produkten wie z.B. Autos, Bekleidung, besondere Lebensmittel, Kosmetik etc. soll man auch zu sich selbst großzügig sein, so die Werbewirtschaft.

- **Eid Mubarak bzw. Ramadan Mubarak**

Wortwörtlich Übersetzt bedeutet „Eid Mubarak“ auf Deutsch „gesegnetes Fest“ und wird nicht nur während des Ramadans, sondern auch an allen anderen muslimischen Fest- & Feiertagen verwendet. „Eid Mubarak“ wünscht man sich sobald der Ramadan vorbei ist und der Eid al-fitr (das Fest des Fastenbrechens) begonnen hat. In der Werbung kommt dieser Ausspruch ebenfalls sehr häufig vor und ist mit den traditionellen Wünschen „Frohes Fest“ bzw. „Frohe Feiertage“ gleichzusetzen.

„Ramadan Mubarak“ ist eine Ableitung von „Eid Mubarak“ und ganz spezifisch auf den Fastenmonat Ramadan bezogen. Dieser Ausspruch bedeutet „Gesegneten Ramadan“ und ist in etwa gleichbedeutend wie „Frohe Weihnachten“.

- **Happy Ramadan**

In vielen Beispielen, gerade in stark vom Westen beeinflussten Ländern, findet man den Glückwunsch „Happy Ramadan“. Will man keine Fremdsprache nutzen, so ist diese eine Alternative, die zeigt, wie man auf Deutsch werben könnte. „Fröhlicher Ramadan“ oder „Ein gesegneter Ramadan“ wären die entsprechenden deutschsprachigen Phrasen dafür.

Abhängig von der Nationalität bzw. der Herkunft der muslimischen KundInnen können die Glückwünsche zusätzlich angepasst werden. Türkeistämmige Muslime wünschen sich z.B. „Ramazan Bayramin mübarek olsun“ und die Bosnische Community wünscht sich „Bayram mubarek“.

Um alle Personen unabhängig ihrer Herkunft zu erreichen, empfehlen wir die bereits erwähnte arabische Form, bei der man sich mit „Eid mubarak“ gratuliert.

Interessante Branchen & Produktgruppen

Man mag annehmen, dass der Konsum von Lebensmittel im Fastenmonat Ramadan abnimmt, aber tatsächlich ist das Gegenteil der Fall. Während des Ramadans verändert sich das Konsumverhalten von Muslimen jedoch radikal. Einerseits wird mehr Geld in vorbereitete oder fertige Gerichte investiert und andererseits werden deutlich hochwertigere Produkte gekauft. Besondere Delikatessen und auch Fleisch werden häufiger gekauft und auch das Fastfood-Geschäft erlebt in dieser Zeit deutlich mehr Zustrom.

Zusätzlich zu Lebensmitteln wird auch viel Geld in neue Kleidung und Schuhe, Schmuck, Kosmetik, Telekommunikation und Elektronik investiert. Viele muslimische Familien planen größere Investitionen wie z.B. Autos oder größeren Elektrogeräte auf die Zeit des Ramadans, um hier besondere Rabatte zu erhalten.

Werbezeiten an die Zielgruppe anpassen

Unter dem Gesichtspunkt, dass Muslime während des Ramadans untertags weniger konsumieren, nicht rauchen und aufgrund der nächtlichen Feiern tagsüber oft müde sind, sollte man die Tageszeiten für die Platzierung von Werbebotschaften eher vermeiden und sich den Abend- & Nachtzeiten zuwenden. Werbetreibende sollten die günstigeren Konditionen z.B. im TV zu Randzeiten nutzen. So können TV-Spots in der Zeit ab 23 Uhr ausgestrahlt und Onlinewerbungen erst zu diesen Zeiten ausgespielt werden. Auch Postings auf den diversen Social-Media-Kanälen sollten in diesen Zeiten geplant werden, um eine erhöhte Sichtbarkeit zu erreichen.

brainworker Experten Tipp

Das Fest des Fastenbrechens bzw. das Zuckerfest ist für die meisten muslimischen Familien ein traditioneller Anlass. Während dieser Zeit empfiehlt es sich nicht, KundInnen zu Events einzuladen, da diese Tage in der Familie zelebriert werden. Es sind jedoch im gesamten Vorfeld der Abschlussfeierlichkeiten unterschiedliche Gesten der Wertschätzung möglich.

Besonders gut eignen sich z.B. Promotion-Aktionen und Samplings an Einkaufsstraßen, spezielle Aktionen und Rabatte und die Verteilung von Give-Aways. Sehr beliebt sind auch Fastenbrechen-Events, sogenannter Iftar-Essen. Es empfiehlt sich, spezifische KundInnen-Events zu organisieren. Diese werden gerne besucht, sorgen für ein positives Image und tragen zu einer verstärkten Weiterempfehlung bei.

Die Verteilung von Süßigkeiten zum Ende des Ramadans (Zuckerfest) ist vor allem bei Kindern sehr beliebt. **Aber Achtung:** Bei der Verteilung von Süßigkeiten achten Sie bitte auf gelatinefreie Produkte. Gummibärchen und andere Naschsachen enthalten oftmals Schweinegelatine, welche von strenggläubigen Muslimen strikt abgelehnt werden. Greifen Sie daher eher zu Zuckerln, Traubenzucker, u.ä.

Ramadan HR Guide

Von den rund 700.000 in Österreich lebenden Muslimen fasten mindestens zwei Drittel. Von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang weder zu essen noch zu trinken, kann sich auf die Arbeitsleistung auswirken. Für Arbeitgeber und Führungskräfte ist es wichtig ein solides Grundverständnis zu besitzen und entsprechend agieren zu können.

Rechtliche Rahmenbedingungen bei fastenden MitarbeiterInnen

Wenn sich das Fasten durch die mangelnde Nahrungs- und Flüssigkeitsaufnahme und den Schlafmangel (weil in der Nacht gegessen wird) negativ auf die Arbeitsleistung auswirkt, entsteht aus rechtlicher Perspektive ein Dilemma zwischen der **Arbeitspflicht** der ArbeitnehmerInnen und dem Grundgesetz der **Religionsfreiheit**.

Einerseits ist es die Hauptpflicht des Arbeitnehmers/der Arbeitnehmerin die mit dem/der ArbeitgeberIn vereinbarte Arbeit zu verrichten, andererseits herrscht in Österreich Religionsfreiheit, wonach jeder Mensch seine Religion frei ausüben darf.

Dürfen ArbeitgeberInnen das Fasten verbieten?

Grundsätzlich dürfen ArbeitgeberInnen muslimischen MitarbeiterInnen nicht verbieten zu fasten. Durch ein derartiges Verbot würde gegen die Religionsfreiheit verstoßen werden. In Deutschland war das Bundesarbeitsgericht bereits mit derartigen [Fällen](#) beschäftigt und hat tendenziell die Religionsfreiheit über die Arbeitspflicht gestellt und entschieden, dass ArbeitgeberInnen das Fasten nicht verbieten dürfen.

Der muslimische Glaube sieht vor, dass wenn ein Gläubiger aus bestimmten Gründen nicht während des Ramadan fasten kann, die Fasttage zu einem späteren Zeitpunkt nachgeholt werden können. ArbeitgeberInnen können das Fasten zwar nicht verbieten, aber ihre MitarbeiterInnen in besonders arbeitsintensiven Phasen darum bitten, das Fasten zu verschieben.

Leistungsversprechen & Arbeitspflicht

Laut Arbeitsrecht sind Kündigungen zwar rechtlich haltbar, wenn MitarbeiterInnen, den Anweisungen des Arbeitgebers/der Arbeitgeberin nicht nachkommen. Allerdings dürfen ArbeitgeberInnen bei mangelnder Leistungsfähigkeit von MitarbeiterInnen, die sich wegen des Fastens im Ramadan ergibt, keine Kündigungen aussprechen. Das liegt zum einen am Recht des Arbeitnehmers/der Arbeitnehmerin, die Religion frei auszuüben und zum anderen daran, dass es sich beim Ramadan um einen begrenzten Zeitraum mit Leistungsabfall handelt.

Eine Kündigung in Betracht zu ziehen, ist aber möglich, wenn fastende MitarbeiterInnen aufgrund von schweren Fehlern oder mangelnder Konzentration, den gesamten Betrieb, sich selbst oder andere Menschen gefährden.

Ob und in welchen Fällen Kündigungen oder andere rechtliche Schritte gegen fastende ArbeitnehmerInnen haltbar sind, muss im Einzelfall entschieden werden.

Weitsichtige Personalplanung

Bereits vorab kann in der Personalplanung einiges berücksichtigt werden, um unangenehmen Überraschungen und unangekündigten Personalausfällen vorzubeugen. Zunächst ist es wichtig, sich rechtzeitig zu informieren, wann der Ramadan stattfindet und in die **Jahres- und Urlaubsplanung** einzubeziehen.

In den kommenden Jahren fällt der Ramadan auf folgende Zeiträume:

Ramadan 2017	27. Mai – 24. Juni 2017
Ramadan 2018	16. Mai – 14. Juni 2018
Ramadan 2019	06. Mai – 05. Juni 2019
Ramadan 2020	24. April – 24. Mai 2020
Ramadan 2021	13. April – 13. Mai 2021
Ramadan 2022	02. April – 02. Mai 2022

Außerdem ist es wichtig, muslimische MitarbeiterInnen bereits vorab – im Optimalfall in einem persönlichen Gespräch – zu befragen, wer überhaupt plant im Ramadan, zu fasten. Daraufhin kann individuell geklärt werden, ob in dieser Zeit z.B. eventuelle Überstunden abgebaut oder Urlaub genommen werden kann.

Konflikte bei Sonderbehandlung

Eine „besondere“ Behandlung von fastenden Muslimen während des Ramadan kann zur Misshandlung von anderen ArbeitnehmerInnen führen. Im Sinne des **Gleichbehandlungsgesetzes** sollten muslimische MitarbeiterInnen daher nicht besser gestellt werden als die übrigen MitarbeiterInnen. So könnte beispielsweise jedem Mitarbeiter/jeder Mitarbeiterin ein „Wunsch-Dienst“ angeboten werden.

Zum besseren Verständnis innerhalb der Belegschaft hilft ebenfalls **Sensibilisierung und gegenseitiger Respekt**. ArbeitgeberInnen könnten Informationen zum Ramadan beispielsweise im Intranet oder in Form eines Interkulturellen Kalenders, mit Fest- und Feiertagen sämtlicher Religionen und Kulturen, bereitstellen. Auch gemeinsame Feiern, zu denen MitarbeiterInnen aller Religionen eingeladen werden, fördern den interkulturellen und interreligiösen Austausch.

Wie können ArbeitgeberInnen fastende MitarbeiterInnen unterstützen?

ArbeitgeberInnen haben ihren MitarbeiterInnen gegenüber eine **Sorgfalts- und Fürsorgepflicht** und müssen daher berücksichtigen, dass es im Ramadan zu Konzentrationsschwierigkeiten, Ermüdungserscheinungen und einem höheren Risiko für Arbeitsunfälle kommen kann.

Folgende Tipps helfen, fastende MitarbeiterInnen zu unterstützen:

- **Sensibilität**
Zunächst ist es wichtig, die Bedeutung des Ramadans zu verstehen und zu respektieren.
- **Schonung**
Da das Fasten – insbesondere die mangelnde Flüssigkeitszufuhr – bei hohen Temperaturen körperlich sehr anstrengend sein kann, wird empfohlen, fastende Muslime körperlich weniger zu beanspruchen.
- **Flexible Arbeitszeiten**
Je nach Möglichkeit der Arbeitsorganisation kann durch flexible Arbeitszeiten auf fastende KollegInnen Rücksicht genommen werden. So kann es Muslimen beispielsweise ermöglicht werden, die Gebetszeiten morgens und abends in der Moschee wahrzunehmen und das Fastenbrechen am Abend gemeinsam mit der Familie zu begehen.
- **Urlaub**
Bei der Urlaubsplanung sollte berücksichtigt werden, dass die Feiertage zum Ende des Ramadan für Muslime so wichtig sind, wie für Christen Weihnachten und Ostern. Daher sollte muslimischen MitarbeiterInnen ermöglicht werden, die Feiertage mit der Familie zu verbringen und Urlaub zu nehmen. Im Gegenzug können die muslimischen MitarbeiterInnen beispielsweise rund um Weihnachten und Ostern arbeiten.

Best-Practice-Beispiel IKEA

Ein Best-Practice-Beispiel, wie MitarbeiterInnen während des Ramadan unterstützt werden können, liefert IKEA. Im Jahr 2008 fiel der Ramadan in den September, den Beginn der verkaufsstärksten Zeit bei IKEA. Daher sollten in diesem Zeitraum so wenige MitarbeiterInnen wie möglich Urlaub nehmen und das Fasten bestmöglich in den Arbeitsalltag integrieren können. IKEA informierte alle MitarbeiterInnen bereits im Juli, dass die Möglichkeit besteht, die Kantine für MitarbeiterInnen, die fasten, auch außerhalb der regulären Pausenzeiten zum abendlichen Fastenbrechen zu öffnen. Die Aktion wurde von den MitarbeiterInnen sehr gut angenommen und in mehreren Einrichtungshäusern umgesetzt.

brainworker Experten Tipp

Je nach Jahreszeit, körperlicher Verfassung und örtlicher Begebenheiten kann das Fasten enorm anstrengend sein. Viele Muslime vertragen das Fasten sehr gut und haben keine Probleme, andere hingegen haben z.B. mit dem Kreislauf zu kämpfen. Es sollte stets darauf geachtet werden, sich und andere nicht in Gefahr zu bringen.

Der Arbeitgeber, das Team und alle KollegInnen sollten über den Ramadan informiert werden. Vielleicht überlegen sich manche Kolleginnen und Kollegen dann z.B. nicht vor den fastenden KollegInnen zu essen, ein kulinarisches Meeting oder Firmenfest erst nach Ende des Ramadans zu planen, schwere Arbeiten auf einen kühleren Tag zu verschieben oder bewusst mehrere Pausen einzuplanen.

Diese Rücksichtnahme ist die beste Möglichkeit, Wertschätzung auszudrücken und darüber hinaus die wohl beste Form der Unterstützung, die man für fastende Personen leisten kann.

Brauchen Sie Unterstützung bei Ihrer
Ramadan Marketing Kampagne
oder bei Ihren (interkulturellen) HR-Aktivitäten?

Wir beraten Sie gerne individuell & umfassend
und zeigen Ihnen wie Sie
Ihre Organisation, Ihre Abteilung und Ihr Team
kulturfit machen.

Schreiben Sie uns:
office@brainworker.at

Quellenverzeichnis

- Bräuhöfer, M. 2017. [Ramadan – der heilige Fastenmonat im Islam](#) [letzter Zugriff: 22. Mai 2017]
- Röther, C. 2017. [Zahl der Muslime in Deutschland. Wie viel Millionen sind es wirklich?](#) [letzter Zugriff: 22. Mai 2017]
- F.A.Z. 2012. [Halal-Experten. Kaufkräftige Muslime.](#) [letzter Zugriff: 22. Mai 2017]
- Happy Thinking People. 2013. [Studie: Ramadan – Der Fastenmonat als Konsum-Motor](#) [letzter Zugriff: 22. Mai 2017]
- GfK – Geomarketing zitiert nach Asamer, H. 2016. Die Presse. [Österreich liegt bei Kaufkraft weiter vor Deutschland.](#) [letzter Zugriff: 22. Mai 2017]
- think with Google. 2017. [Ramadan in MENA: The Digital Opportunity for Brands.](#) [letzter Zugriff: 22. Mai 2017]
- Minilex: Rechte und Pflichten des Arbeitnehmers
<http://www.minilex.at/a/rechte-und-pflichten-des-arbeitnehmers>
- Hel.gv.at: Grundrechte in Bezug auf Religionsausübung
<https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/82/Seite.820011.html>
- Bundesarbeitsgericht: Urteil vom 24.2.2011
<http://juris.bundesarbeitsgericht.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bag&Art=en&nr=15389>
- Impulse: Was Chefs wissen sollten, wenn Mitarbeiter im Ramadan fasten
<http://www.impulse.de/recht-steuern/rechtsratgeber/ramadan-arbeitsrecht/3786645.html>
- Reutlinger Steuerberatung: Der Fastenmonat Ramadan geht jeden Arbeitgeber an
<http://www.steuerberater-reutlinger.de/der-fastenmonat-ramadan-geht-jeden-arbeitgeber-an/>
- Handwerk.com: Fasten im Ramadan: Das sollten Arbeitgeber wissen
<https://www.handwerk.com/fasten-im-ramadan-das-sollten-arbeitgeber-wissen>
- Karrierebibel: Arbeiten im Ramadan: Was Sie wissen sollten
<http://karrierebibel.de/arbeiten-im-ramadan-was-sie-wissen-sollten/>
- Deutsche Handwerkszeitung: Ramadan: Worauf sollten Arbeitgeber achten, wenn Mitarbeiter fasten? <http://www.deutsche-handwerks-zeitung.de/ramadan-worauf-sollten-arbeitgeber-achten-wenn-mitarbeiter-fasten/150/3098/351714>
- Deutsch Türkische Nachrichten: Fastenmonat Ramadan – So machen Sie als Arbeitgeber alles richtig <http://www.deutsch-tuerkische-nachrichten.de/2012/07/457028/fastenmonat-ramadan-%E2%80%93-so-machen-sie-als-arbeitgeber-alles-richtig/>

- Initiative Gesundheit und Arbeit: Gesund arbeiten während des Ramadan:
https://www.iga-info.de/fileadmin/redakteur/Veroeffentlichungen/iga_Wegweiser/Dokumente/iga-Broschuere-Ramadan_Arbeiten.pdf
- Ungleich besser, Diversity Mine: Ramadan bei IKEA: Mitarbeiter-Restaurant wird fürs Fastenbrechen länger geöffnet <http://de.diversitymine.eu/ramadan-bei-ikea-mitarbeiter-restaurant-wird-furs-fastebrechen-langer-geoffnet/>

Abbildungsverzeichnis

- Titelbild: lost in thoughts... lost in prayers, © Rajarshi MITRA (flickr User: tataimitra), Lizenz: Creative Commons. URL: <https://flic.kr/p/hYZwi2>
- Halbmond-Sujet: Burger King Ramadan Anzeige. URL: <https://www.pinterest.de/kkubota0417/burger/>
- Dattel-Sujet: Ramadan Kareem 2014. URL: <http://entertainmentmesh.com/ramadan-kareem-2014-facebook-cover-photos/>
- Laternen-Sujet: Ramadan Kareem facebook cover photo. URL: <http://entertainmentmesh.com/ramadan-kareem-2014-facebook-cover-photos/>
- Teekanen-Sujet: Faith & the City Blogpost. URL: <http://faith-and-the-city.blogspot.co.at/2013/08/best-ramadan-ads-reminder.html>