



## ASYLINDUSTRIE

# Die Drohnen von „Social Bee“

Von SARAH GOLDMANN | „In den letzten Tagen sind mir vermehrt Plakate aufgefallen, die dafür werben, ‚Refugees‘ einzustellen“, schrieb uns eine unserer Leserinnen und schickte uns die auf den Plakaten angegebene [Webadresse](#).

Auf dieser beklagt eine Firma „Social Bee“, dass

*[...] trotz großer Versprechen [...] 29 DAX-Unternehmen bis 2016 gerade mal vier Geflüchtete eingestellt [haben]. Und das, obwohl viele von ihnen ihre Fähigkeiten bereits bewiesen haben. Auf der Flucht.*

Einige besonders Talentierte lassen sie dann anschließend mit ihren „Fähigkeiten“ zu Wort kommen:

*Zeray aus Eritrea: „Ich bin teamfähig. Ich habe mit 85 Menschen in einem kleinen Schlauchboot überlebt.“*

*Naser aus Afghanistan: „Ich bin belastbar. An der Grenze zur Türkei kamen wir nicht weiter. Wir hatten drei Tage nichts zu essen.“*

*Bangalie aus Sierra Leone: „Ich bin zielorientiert. Auf der Flucht war ich drei Monate lang zu Fuß unterwegs.“*

*Qutayba aus Syrien: „Ich bin stressresistent. Auf der Flucht*

*wurde ich verhaftet und mehrere Tage verhört.“*

Die DAX-Unternehmen hätten hier also die einmalige Chance, jemanden zu bekommen, der drei Tage lang ohne Essen arbeiten kann, den man ohne Kompass, nur mit Handy und Schlepper ausgestattet, drei Monate durch eine Wüste schicken kann oder der ein Verhör gut durchsteht.

Zarah Bruhn, laut Impressum die Geschäftsführerin des ominösen Unternehmens, hat [nach eigenen Angaben](#) Betriebswirtschaft studiert, da aber wohl nicht richtig aufgepasst.

Wenn die DAX-Unternehmen keine fähigen „Refugees“ einstellen, dann nicht, weil sie die ohne Vermittlung (von Social Bee) nicht finden können, sondern weil es sie unter den „Flüchtlingsen“ einfach nicht gibt. Gäbe es sie und könnte man mit ihren Fähigkeiten Geld verdienen, dann würde man sie schon einstellen, bevorzugt vermutlich sogar, um mit ihnen den Lohn der anderen zu drücken.

Allerdings bringen die „Flüchtlinge“ eine nicht zu unterschätzende wirtschaftliche Bedeutung mit ins Land, die sie auch für die DAX-Unternehmen interessant macht: Einen hungrigen Magen, Lust auf gute Klamotten, auf gute Autos und einiges mehr. Das alles muss gekauft und produziert werden, jedes Auto, das von ihnen zu Schrott gefahren wird, muss ersetzt und mit Versicherungsgeld neu angeschafft werden. Die „Flüchtlinge“ bilden also ein Heer an neuen Konsumenten, an die man verkaufen will und kann. Dies dürfte ein Grund für die bisherige Willkommenskultur der Unternehmen sein.

Tatsächlich sind es natürlich die Einheimischen, die durch erhöhte Abgaben (Krankenversicherung, Kfz-Versicherung, Grundsteuer etc.) zu diesem Konsum gezwungen werden, den dann andere stellvertretend für sie ausführen dürfen.

Und nicht zu vergessen die Asylindustrie selbst, für die „Social Bee“ ein Beispiel ist. Sie versprechen den DAX-

Unternehmen, die Refugees durch die übliche Betüddelung fit zu machen, ein Aufwand, der sich betriebswirtschaftlich niemals für die Unternehmen selbst rechnen würde:

*Wir finden motivierte und passende Mitarbeiter für Ihr Unternehmen und übernehmen als zwischengeschalteter Arbeitgeber sämtliche Bürokratie, Organisation und Haftung. Wir [...] kümmern uns um die Betreuung, Qualifikation und Weiterentwicklung jedes einzelnen.*

Und auch wenn „Social Bee“ behauptet, ein „Non-Profit“-Unternehmen zu sein, muss diese „Ausbildungslücke“ mit ihrem Heer an Sprachlehrern, Sozialarbeitern, Berufseinstiegs Helfern etc. „für jeden Einzelnen“ vom deutschen Steuerzahler teuer bezahlt werden. Und man darf annehmen, dass die Erstattung von „Unkosten“ für „Social Bee“ und deren Geschäftsführerin ebenfalls nicht zu knapp ausfallen wird.

---

**Anmerkung der PI-NEWS-Redaktion:** Social Bee ist ein Gemeinschaftsunternehmen der Stöer AG und der Mega-Werbeagentur Jung-von Matt (Branchenslogan: „so jung und schon so matt“). JvM ist die bekannte Agentur der CDU, die den „mega-erfolgreichen“ Bundestagswahlkampf für die Blutraute zu verantworten hatte und auch den mega-lustigen Slogan „FEDIDWGUGL“ kreierte: Für ein Deutschland, in dem wir gut und gerne leben“. Die Stöer AG ist der größte Plakatwand-Betreiber Europas – er profitiert enorm von der Wahlwerbung aller Altparteien durch Steuermittel im zweistelligen Millionenbereich. Die Stöer AG hat in München ihren Sitz in der St.-Martin-Str. 106 – so wie das – so genannte – „Non-Profit“- Unternehmen „Social Bee“. So ein Zufall. Selbstverständlich wird die Kampagne direkt, indirekt und verdeckt aus Steuergeldern finanziert. Auch die mittlerweile GEZ-querfinanzierte (!) Prantl-Presse ist entzückt über die tolle Aktion für die arbeitssamen Refugee-Bee-Bienchen! Hier

die Links-versifften Links:

- [horizont.net: Wahlwerbung – So inszeniert JvM die CDU im Bundestagswahlkampf](#)
- [horizont.net: Wie JvM die Lücke im Lebenslauf von Flüchtlingen schliesst](#)
- [Süddeutsche: Flüchtlingshilfe – Provokante Kampagne](#)