



DIVERSITY MANAGEMENT SURVEY

**Vielfalt leben: Ziele, Initiativen und
Ausblicke für Unternehmen in Deutschland**

PageGroup

INHALT

Vielfalt: Ein Thema macht Karriere	3
Diversity Management: Etabliertes Instrument der Personalarbeit	4
Feste Strukturen für Diversity Management	5
Vielfalt bringt Ergebnisse	6
Diversity ist wichtig für das Recruiting	7
Ausblick: Das vielfältige Unternehmen.....	8

VIelfalt: EIN THEMA MACHT KARRIERE

Seit der Gründung der Charta der Vielfalt im Jahr 2006 sind mehr als 1.900 Unternehmen und Einrichtungen Mitglied der Initiative geworden. Und es werden immer mehr Organisationen, die die Bedeutung von Vielfalt für das Unternehmen erkennen, sich mit Diversity Management befassen und die Charta unterzeichnen. Diversity ist eines der wichtigen HR-Themen und oftmals auch eingebettet in die Corporate Social Responsibility und Employer Branding Prozesse der Organisationen.

Diversity ist kein Hype

Für die HR-Verantwortlichen und nachweislich auch für viele Manager auf der obersten Führungsebene ist Vielfalt nicht nur ein Hype oder ein Argument bei der Suche nach neuen Mitarbeitern. Gesetzliche Regelungen und strengere Compliance-Regeln gegen Diskriminierung fördern den aktiven, strategischen Umgang mit dem Thema.

Status quo in deutschen Unternehmen

Wie steht es also tatsächlich mit dem Diversity Management in deutschen Unternehmen? Ist Diversity fest verankert in den Strukturen? Was haben die Diversity-Initiativen tatsächlich gebracht? Der PageGroup Diversity Management Survey versucht zum ersten Mal, diese Fragen fundiert zu beantworten und die Ergebnisse zu bewerten.

Erhebungsmethode und demografische Daten

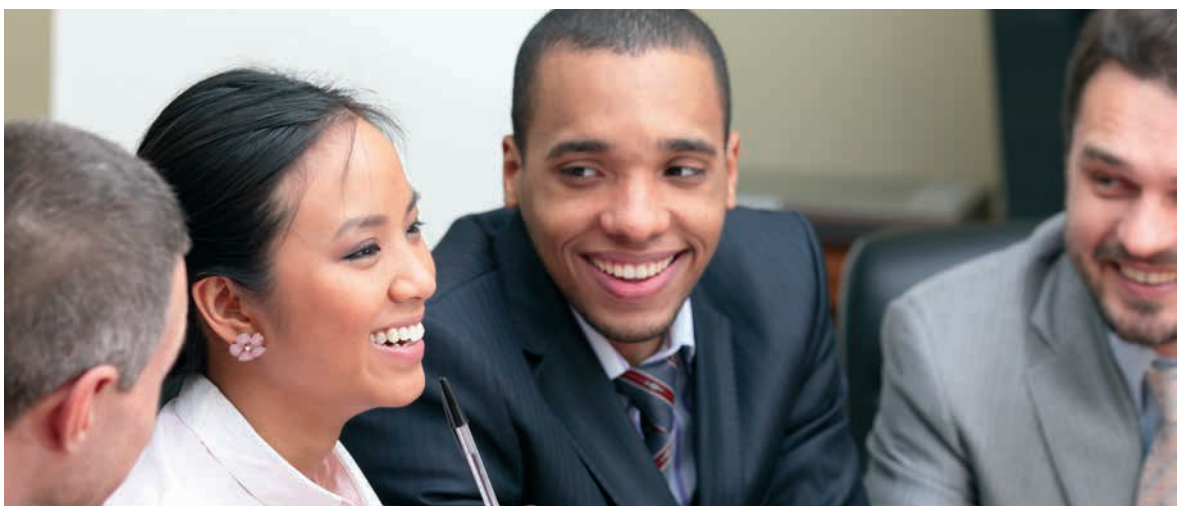
Die Studie wurde in Form einer Online-Befragung im Herbst 2014 durchgeführt. Mitarbeiter aus 215 Unternehmen in

Deutschland haben an der Studie teilgenommen.

Die Umfrage richtete sich an Mitarbeiter aus Personalabteilungen und an die oberste Management-Ebene (Geschäftsführung, Vorstand, etc.).

Wir unterscheiden in der Auswertung zwischen aktiven Unternehmen, die sich in den letzten zwei Jahren bereits mit dem Thema Diversity Management beschäftigt haben und Unternehmen, die dies in naher Zukunft planen. Zur dritten Gruppe zählen Unternehmen, für die Diversity Management bisher keine Rolle gespielt hat und spielen wird.

Berücksichtigt wurden Unternehmen verschiedener Größenordnungen und Branchen. Größtenteils kommen die Teilnehmer aus der Industrie- und Dienstleistungsbranche.



DIVERSITY MANAGEMENT: ETABLIERTES INSTRUMENT DER PERSONALARBEIT

Diversity Management ist neun Jahre nach der Gründung der Charta der Vielfalt in der Breite der Unternehmen etabliert und als Instrument im Personalwesen fest verankert.

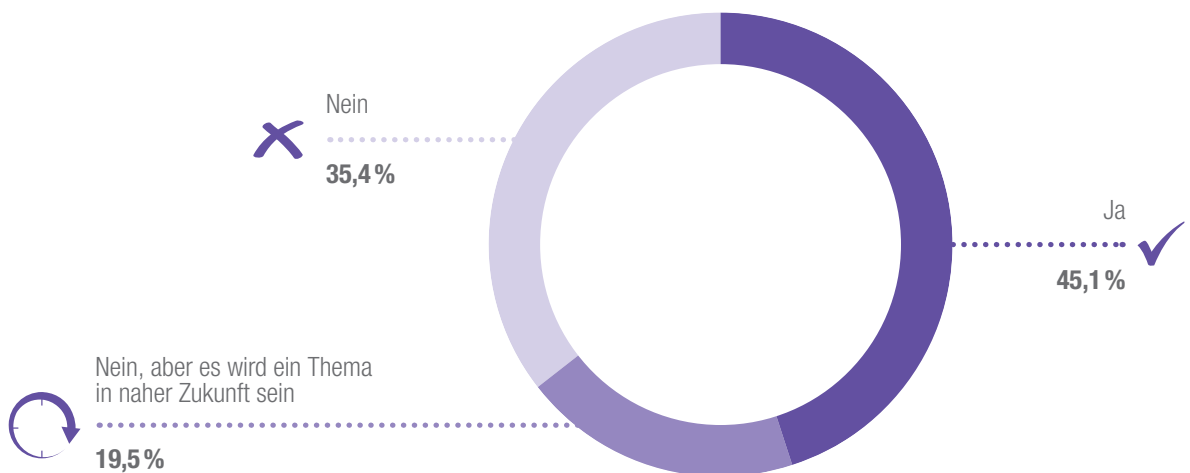
Diversity Management ist in Unternehmen angekommen

In 45,1 % der befragten Unternehmen haben sich in den letzten zwei Jahren die Personalabteilungen und das Management aktiv mit dem Thema befasst. Bei weiteren 19,5% der Befragten wird es in Zukunft eine Rolle spielen. Dagegen stehen aber auch 35,4% der Unternehmen, die in den letzten zwei Jahren das Thema Diversity nicht aktiv behandelt haben und es auch nicht planen.

Um valide Ergebnisse aufzuzeigen, werten wir für alle weiteren Fragen zu konkreten Maßnahmen und Zielen nur die Antworten der Teilnehmer aus, die in ihren Unternehmen das Thema Diversity Management aktiv betreiben und dafür verantwortlich sind. Zudem beziehen wir bei den konkreten Zielen auch die Unternehmen mit ein, die Diversity Management in naher Zukunft planen.

Bei beiden Zielgruppen wurden nur vollständig ausgefüllte Fragebögen berücksichtigt.

Hat sich Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren mit dem Thema Diversity Management beschäftigt?



FESTE STRUKTUREN FÜR DIVERSITY MANAGEMENT

Diversity Management ist für die meisten Unternehmen mehr als Konfetti fürs Image. Viele Arbeitgeber haben in den letzten Jahren hart daran gearbeitet, Diversity als einen der Wertetreiber in der Unternehmenskultur und den Arbeitsprozessen zu implementieren.

Diversity ist Wertetreiber der Unternehmenskultur

Bei einem knappen Drittel der im Bereich Diversity aktiven Unternehmen ist das Thema bei der obersten Management-Ebene aufgehängt. 45,3% haben es bereits institutionalisiert. 34,4% geben an, Vielfalt fest in den Wertekanon des Unternehmens eingebunden zu haben.

Die Lebenswirklichkeit kommt in den Unternehmen an

Auch in der Bandbreite und Anzahl der umgesetzten Maßnahmen zeigt sich, dass die Unternehmen die Ressourcen bereitstellen, die Strukturen und Prozesse schaffen: Im Schnitt setzen die aktiven Unternehmen 4,4 der abgefragten Initiativen um.

Die meisten Unternehmen fördern Vielfalt durch die Etablierung flexibler Arbeitszeitmodelle und Work-Life-Balance-Angebote: Bei 81,3% der aktiven Unternehmen wurden hier Maßnahmen umgesetzt.

Zweitwichtigste Initiative ist mit 54,7% die Förderung der interkulturellen Zusammensetzung von Teams. Rang drei belegen Angebote speziell für Eltern, wie etwa Kinderbetreuung und Wiedereinstiegsprogramme nach der Kinderpause, zusammen mit alters- und behindertengerechten Arbeitsplätzen (jeweils 46,9%).

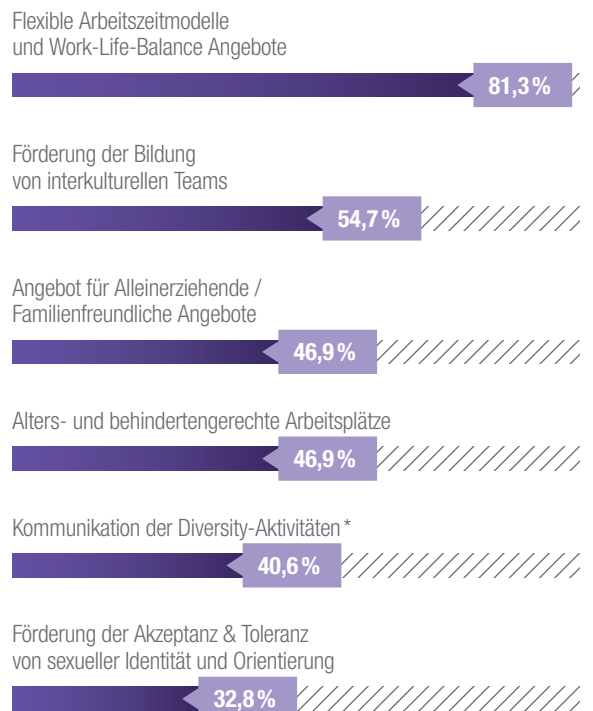
Unternehmen unterstützen individuelle Lebensphasen

Insgesamt lässt sich aus den Ergebnissen eine starke Tendenz zur Wertschätzung von individueller Lebensgestaltung bei den Unternehmen erkennen. Sie tragen den Anforderungen Rechnung, die das Arbeiten in internationalen Unternehmenskulturen stellt.

Eine von kultureller und demographischer Vielfalt geprägte, bunte Lebenswirklichkeit kommt in den Unternehmen an und verändert die Strukturen.

„ Diversity Management ist mehr als Konfetti fürs Image.“

Angebote von Unternehmen zur Förderung von Vielfalt Mehrfachantworten möglich



*Inter- und Intranet, Broschüren, interne Workshops etc.

VIelfalt BRINGT ERGEBNISSE

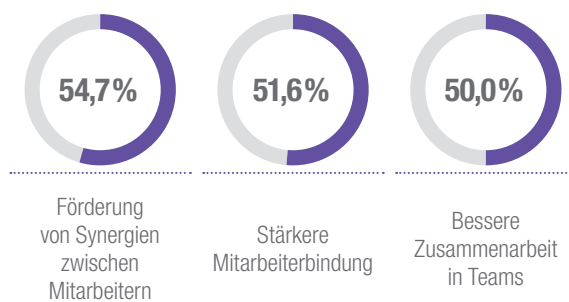
Die aktiven Unternehmen messen ihre Erfolge im Diversity Management. Das ist an sich schon ein Signal, dass Diversity Management keine Randerscheinung im Unternehmen ist, sondern ein mit KPIs (Key Performance Indicator) hinterlegter Prozess. Es bedeutet aber auch, dass die Verantwortlichen in der Pflicht stehen, Ergebnisse vorzuweisen.

Diversity Management ist ein messbarer Prozess

Die Befragten sind zuversichtlich, dass Diversity Management einen Beitrag zur Zielerreichung liefert. Im Schnitt gaben sie an, dass sie fünf der zur Auswahl stehenden Ziele erreicht haben.

Erreichte Ziele durch Diversity Management

Mehrfachantworten möglich, Auswahl



Einen Spitzenplatz belegt das Ziel der Vorbeugung von Diskriminierung, das 60,9% der Unternehmen über Diversity Management erreicht haben.

Angesichts der Anti-Diskriminierungsrichtlinien in der Europäischen Union, der Gesetzgebung in Deutschland (hier insbesondere das 2006 verabschiedete Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG)) und umfassenden Compliance-Regeln mussten die Unternehmen hier tätig werden, sodass dieser hohe Wert nicht überrascht.

Soft facts haben Einfluss auf Unternehmenserfolg

Dahinter reihen sich vor allem soft facts, bzw. „weiche“ Faktoren, die sich mittelbar auf den Unternehmenserfolg auswirken.

So geben 54,7% der aktiven Unternehmen an, die Synergieeffekte zwischen Mitarbeitern gesteigert zu haben. 50,0% bezeichnen besseres Teamwork als einen wichtigen Erfolg. Ebenfalls etwas mehr als die Hälfte verbuchen wiederum eine stärkere Mitarbeiterbindung (51,6%).

Umsatzsteigerung als Ergebnis von Diversity Management

Und wie steht es mit den hard facts, den „harten“ Unternehmensfaktoren? Gibt es direkte Auswirkungen auf das Ergebnis?

Darauf liefert die Befragung zumindest Hinweise. Zu den erreichten Zielen gehören auch solche, die sich fast unmittelbar auf das Unternehmensergebnis auswirken:

- Umsatzsteigerung
- Erschließung neuer Märkte
- Fortschritte bei der Entwicklung neuer Lösungen und Produkte

Im Trend lässt sich sagen: Diversity Management zahlt sich aus.

Zielsetzungen für die Zukunft

Die zuvor genannten harten Faktoren scheinen bei den Zielen noch mehr Gewicht zu bekommen und zwar sowohl bei den bereits aktiven Unternehmen als auch bei denen, die Diversity Management erst noch etablieren wollen.

Die Unternehmen haben einen klaren Mehrwert für den Unternehmenserfolg erkannt und wollen diesen auch in Zukunft weiter ausbauen.

Optimierung bei Teamwork gewünscht

Darüber hinaus wollen Unternehmen sich auf die Verbesserung der Zusammenarbeit im Team konzentrieren (28,2%). Fast ähnlich wichtig ist den Unternehmen die Zufriedenheit im Team (26,2%). Drittwichtigstes Ziel für die nächsten Jahre ist die Einbringung von Diversity-Aspekten in die Rekrutierung neuer Mitarbeiter (26,2%).

Der Verhinderung von Fluktuation messen die meisten Unternehmen mit Blick auf die Zukunft die geringste Bedeutung bei.

DIVERSITY IST WICHTIG FÜR DAS RECRUITING

Nutzen Unternehmen Diversity im Recruiting nur als Lockmittel für neue Mitarbeiter? Die Ergebnisse lassen das Gegenteil vermuten: 40,6% der aktiven Unternehmen setzen es nicht für die Gewinnung neuer Mitarbeiter ein.

Diversity als Instrument in der Mitarbeitergewinnung



Das Thema Diversity taucht in der Kommunikation bei der Mitarbeitergewinnung nicht auf

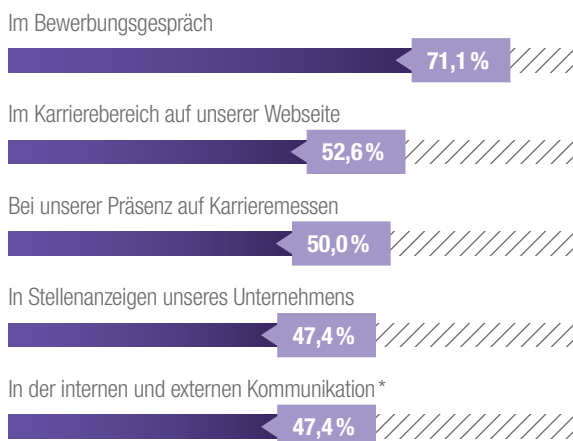
40,6 %



Unter den Unternehmen, die Diversity als ein Argument im Recruiting anführen, ist die Wahl der Kanäle interessant. Über zwei Drittel (71,1 %) sprechen im Interview mit Bewerbern den Punkt Diversity aktiv an. In den Social-Media Aktivitäten erscheint das Argument Diversity nur bei 39,5 %.

Das Thema Diversity und Vielfalt wird kommuniziert...

Mehrfachantworten möglich



* Inter- und Intranet, Broschüren, interne Workshops, Vorträge auf Tagungen und Publikationen

Diversity ist unterkommuniziert

Zwei Vorurteile gegenüber Diversity tauchen in der Diskussion immer wieder auf. Erstens: Diversity bringt nichts. Dieses Vorurteil kann schon durch die Ergebnisse zu den erreichten Zielen als widerlegt gelten.

Zweites Vorurteil: Die Unternehmen halten nur Sonntagsreden und präsentieren sich nach außen vielfältig und offen, ohne intern tatsächlich etwas zu verändern.

Diversity trägt zur Wertschöpfung im Unternehmen bei

Die Studie liefert erste Hinweise, dass sogar das Gegenteil der Fall sein könnte: Wer Diversity zum Thema im Recruiting macht, scheint im Trend mehr Ziele zu erreichen als Unternehmen, die in ihrer Bewerberansprache den Diversity-Aspekt außen vor lassen.

Diversity Management als etabliertes Instrument in HR-Abteilungen hat die Chance, durch verstärkte Recruiting-Kommunikation noch mehr zur Wertschöpfung im Unternehmen beizutragen.

AUSBLICK: DAS VIELFÄLTIGE UNTERNEHMEN

Schon die erste Auflage des PageGroup Diversity Management Survey zeigt: In den Personalabteilungen sind und bleiben die zielgerichtete Förderung und der effiziente Umgang mit der Vielfalt im Unternehmen wichtige Themen – und auch Wertetreiber für die Unternehmensziele. Verantwortliche aus Personal und der Unternehmensführung erreichen und messen ihre Ziele.

Diversity ist kein Selbstzweck

Diversity ist weder ein Luxusthema noch ist es ein Selbstzweck. Mit Diversity Management erreichen und steuern die Unternehmen die notwendige Anpassung an die geänderten Lebenswirklichkeiten der Menschen und gleichzeitig an die neuen Anforderungen des Wettbewerbs.

Damit ist Diversity Management im Begriff, zu einem Wettbewerbsfaktor zu werden, gerade mit Hinblick auf die strategische Unternehmensentwicklung.

Kooperationen, Diversifizierung und internationale Zusammenarbeit schaffen komplexe Rahmenbedingungen im Unternehmen. Die bevorstehenden Herausforderungen können sie in Zukunft nur meistern, wenn sie Vielfalt aktiv fördern und mit ihr effizient umgehen.

Die PageGroup will nach diesen ersten Ergebnissen weiter beobachten, inwieweit sich die Entwicklungsmuster und Trends bestätigen.

Große Herausforderungen für die Zukunft

Was bedeutet Diversity für das Unternehmen der Zukunft?

Die steigende soziale und geographische Mobilität der Menschen, unterschiedliche Lebensstile sowie veränderte Wertevorstellungen prägen die Lebenspläne der Menschen.



Jeder Mensch bringt ein einzigartiges Set an Ideen und Fähigkeiten mit ins Unternehmen. Die Umfrage bestätigt: Wer mit dieser Vielfalt nicht nur umgeht, sondern sie aktiv fördert und nutzt, schafft im Unternehmen bessere Zusammenarbeit in produktiveren Teams. In diesem Umfeld wachsen Leistungsträger und Ideen, die die Zukunft des Unternehmens sichern.

Goran Barić

Geschäftsführer PageGroup Deutschland

PageExecutive

MichaelPage

MichaelPage

Interim

PagePersonnel

Part of PageGroup

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

© PageGroup | Dezember 2014 | www.michaelpage.de | www.pagepersonnel.de