



Großunternehmen

Maßnahmen für Ihr Diversity Management

Großunternehmen

Großunternehmen verfolgen mit Diversity Management eine umfassende Strategie. Gesteuert und vorangetrieben wird sie meist von einer eigenen Abteilung. Daran beteiligt und für die Umsetzung verantwortlich sind jedoch alle Teams und Bereiche im Unternehmen. Maßnahmen sollten deshalb so gestaltet werden, dass sie möglichst viele Mitarbeiter_innen erreichen, sie mitnehmen und schließlich alle davon profitieren. Sie suchen nach Ideen und Impulsen, um ein eigenes systematisches Diversity Management auf die Beine zu stellen oder um Ihres zu vervollständigen? Lassen Sie sich von unseren Vorschlägen inspirieren!

Zeitraum Aufwand	Kurzfristig < 6 Monate < 12 Monate	Mittelfristig 6-12 Monate < 12 Monate	Langfristig > 12 Monate
Gering	1 2 3 3a	4 5	6
Mittel	7 8 9 9a	10 11 11a 11b	12 13 14 15 15a
Groß	16	17 17a 17b 17c	18 19 20 21

Kurzfristige Maßnahmen

1 Diversity-Kalender

Wann war noch mal der Weltfrauentag, der internationale Tag der Menschen mit Behinderung oder der internationale Tag gegen Homophobie? Im Diversity-Kalender mit den wichtigsten Feier- und Gedenktagen zum Thema Vielfalt erfahren Sie es. Ein unter den Mitarbeitenden verteilter Diversity-Kalender ist zudem ein praktisches Symbol für eine offene Organisationskultur. Außerdem hilft er Ihnen dabei, die unterschiedlichen Bedürfnisse Ihrer vielfältigen Mitarbeitenden bei der Arbeitsplanung so weit wie möglich zu berücksichtigen.

2 Diversity-Berichte im Intranet

Ein Intranet hat heute fast jedes Unternehmen. Nutzen Sie es, um regelmäßig Erfolgsgeschichten aus gemischten Teams, Statements zu Ihrem Diversity Management von Führungskräften oder die Erfahrungen von Rollenvorbildern abzubilden. Natürlich können Sie dafür auch andere Kanäle der internen Kommunikation nutzen. Magazine für Mitarbeiter_innen oder Newsletter bieten sich ebenfalls an.

3 Führungskräfte als Vorbilder

Eine offene, wertschätzende Organisationskultur braucht Vorbilder. Führungskräfte sollten sich daher klar zu Diversity Management bekennen, es selbst praktizieren und den Nutzen von Vielfalt erläutern. Diese Standpunkte können Sie über die interne Kommunikation verbreiten und für Ihre Öffentlichkeitsarbeit nutzen. Ebenso können die Führungskräfte bei Team-Meetings und vor der Kundschaft über den Nutzen und die Aktivitäten zu Diversity berichten.

3a Lunch & Learn

Verbinden Sie ein gemeinsames Mittagessen mit Ihrer Belegschaft mit Keynotes oder Gesprächsrunden zum Thema Diversity.

7 Onboarding

Beschäftigte, die neu ins Unternehmen kommen, brauchen eine Orientierungshilfe zu Werten der Unternehmenskultur. In die Einarbeitungspläne können Sie auch Inhalte zu Diversity einbringen. So können Sie sich einerseits positionieren und andererseits auf Aktivitäten und Maßnahmen wie Netzwerke und Workshops hinweisen.

8 Unternehmensgrundsätze

Wenn Sie schon Leitlinien für Ihr Unternehmen haben, prüfen Sie, ob darin Diversity-Ansätze enthalten sind, und ergänzen Sie sie in Zusammenarbeit mit Führungskräften. In den Leitlinien kann zum Beispiel der Hinweis stehen, dass Ihr Unternehmen die Charta der Vielfalt unterzeichnet hat. Die Leitlinien können an zentraler Stelle ausgestellt und neuen Beschäftigten am ersten Arbeitstag überreicht werden.

9 Zielvereinbarungen

Führungskräften fällt es bisweilen schwer, Diversity Management im Tagesgeschäft den nötigen Stellenwert einzuräumen. Helfen Sie ihnen dabei mit klaren Zielvereinbarungen und dem Schaffen der notwendigen Zeit.

9a Diversity in Forschung & Entwicklung

Vielfalt ist ein Innovationstreiber. Stellen Sie sicher, dass Diversity Teil der Forschungs- und Entwicklungs- sowie aller Innovationsprozesse ist. Mischen Sie Teams und sorgen Sie für einen gegenseitig wertschätzenden Umgang.

16 Stellenanzeigen

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen so, dass unterschiedlichste Bewerber_innen sagen: „Da will ich hin!“ Ein klares Versprechen, sich in einer offenen und wertschätzenden Unternehmenskultur entfalten zu können, gehört dazu. Das Logo der Charta der Vielfalt zeigt, dass Sie zum größten deutschen Netzwerk für Diversity Management gehören. Zudem lohnt es sich zu überprüfen, wo Ihre Stellenanzeigen bisher veröffentlicht werden und ob sie die Sprache Ihrer Zielgruppen sprechen.

Mittelfristige Maßnahmen

4 Leitfäden für Personalgespräche

Eine Unternehmenskultur zeigt sich besonders in der Art und Weise, Feedback zu geben und Ziele zu vereinbaren. Ein Leitfaden für Mitarbeitendengespräche hält Regeln zu Gesprächsverlauf, Leistungsbewertung und Zielvereinbarungen fest. Auch Hinweise zu Diversity sollten enthalten sein. Führungskräfte können auf die Gespräche mit Trainings oder Workshops vorbereitet werden.

5 Wettbewerbe unter Beschäftigten

Zum Deutschen Diversity-Tag veranstalten viele Unternehmen mit ihrer Belegschaft Diversity-Wettbewerbe. Gesucht ist etwa das schönste Foto zum Thema Vielfalt oder die besten Rezepte aus aller Welt. Die meisten Beschäftigten beteiligen sich gern daran und lernen dabei viel über den Nutzen von Vielfalt für das eigene Unternehmen. Ähnliche Wettbewerbe können Sie das gesamte Jahr über durchführen.

10 Cross-Tandems

Tandems möglichst unterschiedlicher Partner_innen bringen Beschäftigte in Kontakt und sensibilisieren sie für die Vorteile von Vielfalt. Die Partner_innen können sich nach Alter, Geschlecht, nationaler und kultureller Herkunft, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung oder auch unterschiedlicher Befähigung unterscheiden. Erfahrene Führungskräfte sollten den Austausch koordinieren und begleiten.

11 Externe Unterstützung

Mit Ihrem Diversity Management sind Sie nicht allein. Organisationen wie die Industrie- und Handelskammer beraten und unterstützen Sie mit Materialien, Trainings und Workshops. Auf lokalen Netzwerktreffen können Sie sich mit Kolleg_innen austauschen, die vor ähnlichen Herausforderungen stehen. Auch der Charta der Vielfalt e. V. hat viele Kooperationspartner_innen, die Ihnen gerne weiterhelfen.

11a Diversity in der Produktentwicklung

Reichern Sie Ihre Produktentwicklung mit dem Faktor Vielfalt an. Die Ausrichtung des Produktportfolios auf einen divers geprägten Markt bringt neue wirtschaftliche Chancen und kann Ihren Kundenkreis erweitern.

11b Mentoring-Programme

Mentoring-Programme eröffnen neue Blickwinkel. Erfolgreich sind zum Beispiel Programme, die ältere und jüngere Führungskräfte zusammenbringen. Wichtig dabei: Die Kolleg_innen sollten das Mentoring als beidseitigen Austausch verstehen: Was können sie voneinander lernen? Begleiten, schulen und unterstützen Sie die Kolleg_innen, damit das Mentoring ein voller Erfolg wird.

17 Gesundheitsmanagement

Ein betriebliches Gesundheitsmanagement unterstützt Beschäftigte dabei, fit und leistungsfähig zu bleiben. Unternehmen berichten uns regelmäßig, dass dadurch der Krankenstand der gesamten Belegschaft sinkt und die Motivation steigt. Gesundheitsmanagement reicht von körpergerechten Arbeitsplätzen über Zuschüsse zu Sportkursen bis hin zum betriebseigenen Fitnessraum.

17a Job-Rotation

Schaffen Sie vielfältige Perspektiven im Unternehmen, indem Sie Personen auf unterschiedlichen Positionen rotieren lassen – abteilungs- und geschäftsübergreifend, national wie international. Ermuntern Sie während der Rotationen alle Beteiligten, sich auszutauschen und neue Erkenntnisse zu gewinnen.

17b Lieferanten-Diversity

Stellen Sie Diversity auch im Rahmen der Wertschöpfungskette sicher. Die Verpflichtung der Lieferanten zu Diversity – zum Beispiel bei Ausschreibungen – sorgt dafür, dass sie die Vorteile von Diversity nutzen und Ihrem Unternehmen einen größeren Mehrwert verschaffen.

17c Diversity in Personalprozessen

Sorgen Sie für Diversity in Personalprozessen – vom Recruiting über die Personalbeurteilung und -entwicklung bis zur Führungskräfteentwicklung. Dafür sollten Sie zunächst den Status quo analysieren. Alle Prozesse sollten frei vom „unconscious bias“, der verzerrten Wahrnehmung von Diversity sein, um die besten Talente zu erkennen.

Langfristige Maßnahmen

6 Fokusgruppen

Gerade in der Anfangszeit von Diversity Management werden Sie auf Herausforderungen stoßen, mit denen Sie nicht gerechnet haben. Tauschen Sie sich deshalb regelmäßig mit ganz unterschiedlichen Führungskräften, Beschäftigten und Ihrem internen sowie externen Netzwerk aus. So können Sie Erfahrungen weitergeben und das Konzept an die Gegebenheiten anpassen.

12 Mitarbeiter_innen-Netzwerke

Weibliche Führungskräfte, Väter, Schwule und Lesben, ältere Beschäftigte oder Mitarbeiter_innen mit einer gemeinsamen Migrationsgeschichte – sie alle tauschen sich oft in informellen oder formellen Netzwerken aus. Unterstützen Sie diese Netzwerke und nutzen Sie ihre Perspektiven. Zum Beispiel, um das Diversity Management zu optimieren oder um die Ziele und Erfolge der Netzwerke in der internen Kommunikation zu teilen.

13 Stellenprofile

Wer Talente gezielt entwickeln will, sollte wissen, welche Kompetenzen auf welcher Stelle gebraucht werden und wer dafür grundsätzlich infrage kommt. Gleichen Sie Stellenprofile mit den Ergebnissen und Zielvereinbarungen aus den Mitarbeitendengesprächen ab. Mit einer Karriereplanung bereiten Sie geeignete Kandidat_innen systematisch auf neue Herausforderungen vor.

14 Teambesetzung

Gemischte Teams profitieren von einem breiten Wissen und unterschiedlichem Erfahrungsschatz. Auch mit Herausforderungen gehen sie flexibler und kreativer um. Stellen Sie für einzelne Projekte bewusst gemischte Teams zusammen oder optimieren Sie die Zusammenarbeit in bereits vorhandenen Teamkonstellationen. Allerdings ist es eine anspruchsvolle Aufgabe, gemischte Teams richtig zu führen. Schätzen Sie genau ab, welches Team wofür geeignet ist. In Workshops und Trainings können die Teammitglieder ihre konstruktive Zusammenarbeit vorbereiten.

15 Workshops und Trainings

Workshops und Trainings helfen, die Diversity-Kompetenz von Führungskräften oder anderen Personen im Unternehmen zu erhöhen. Sie greifen Fragen zum Thema auf, liefern gute Argumente, bieten Raum für Austausch und trainieren Kompetenzen, um gemischte Teams optimal zu führen. Prüfen Sie, ob es bei Ihnen schon themenverwandte Trainings gibt, die Sie leicht um den Aspekt Diversity Management ergänzen können. Oder sprechen Sie externe Trainer_innen an.

15a (Lokale) Präsenz zeigen

Positionieren Sie sich eindeutig zu Vielfalt und ihrem Vorteil für das Geschäft, die Gesellschaft und jede einzelne Person. Engagieren Sie sich vor Ort oder überregional bei Aktionen, die von Organisationen und Communities mit unterschiedlichen Schwerpunkten initiiert werden. Deutschlandweit bietet Ihnen #FlaggefürVielfalt eine Plattform. Lokal können dies Bündnisse für Weltoffenheit und Respekt sein.

18 Bonussysteme

Führungskräfte und Beschäftigte, die sich aktiv für eine wertschätzende, vorurteilsfreie Organisationskultur einsetzen, sollten dafür belohnt werden. Zum Beispiel, indem sie einen Bonus erhalten. Aber auch immaterielle Anreize sind wichtig – beispielsweise öffentliche Anerkennung. Indem Sie Führungskräften und Beschäftigten Zeit für Fokusgruppen, Workshops und Trainings einräumen, verdeutlichen Sie, wie wichtig diese Maßnahmen für die Organisation sind. Das stärkt die Motivation, sich zu beteiligen.

19 Flexible Arbeitsmodelle

Flexible Arbeitszeiten und -orte ermöglichen es, Job und Familie, Privatleben oder eine aufwendige Weiterbildung unter einen Hut zu bringen. Schaffen Sie deshalb Freiraum für Homeoffice, Teilzeit oder Sabbaticals – wo und wie das gelingt, finden Sie über die Analyse von Teambesetzungen und die Stellenprofile heraus.

20 Personalentwicklung

Um alle Talente mitzunehmen und zu entwickeln, braucht es eine systematische Personalentwicklung und wertschätzende Organisationskultur. Bereiten Sie Beschäftigte auf Herausforderungen vor und nutzen Sie ihre individuellen Stärken durch Alter, Geschlecht und geschlechtliche Identität, nationale und kulturelle Herkunft, Religion und Weltanschauung, sexuelle Orientierung oder Behinderung. Stellenprofile und Mitarbeitendengespräche sowie die langfristige Organisationsstrategie sind die Grundlagen für eine nachhaltige Personalentwicklung.

21 Personalstruktur analysieren

Analysieren Sie – soweit messbar – die Diversity-Dimensionen im Unternehmen. Wie verteilen sich die Geschlechter? Welche kulturellen Hintergründe hat ihre Belegschaft auf den unterschiedlichen Erfahrungsebenen? Das ist vor allem bei einer interkulturellen Kundschaft relevant. Darüber hinaus gibt die Altersverteilung der Belegschaft im Hinblick auf Level, Bereiche und Abteilungen wertvolle Hinweise auf Handlungsbedarf.