

PILOT-VERSION DER “DIVERSITY LIGA” ONLINE**Führende Diversity-Unternehmen stellen sich vor****BP, MICROSOFT, FORD, DEUTSCHE BANK UND
AIR PRODUCTS ALS PRAXISBEISPIELE**

Köln, 10. September 2003 – Erstmals in Europa veröffentlichten internationale Unternehmen ihre Diversity-Ansätze gemeinsam auf einer Web-Seite. Die sogenannte „Diversity-Liga“ stellt einen Bereich des Diversity-Portals www.european-diversity.com dar. Fünf führende Diversity-Unternehmen bilden die erste Gruppe der englischsprachigen Plattform, die mit herausragenden Praxisbeispielen für die weitere Verwirklichung von Chancengleichheit mit dem Ziel der Erfolgssteigerung in Unternehmen wirbt. „Mit ihrer Teilnahme unterstreichen BP, Microsoft, Ford, Deutsche Bank und Air Products ihr Image als Vorreiter und Benchmarks für Diversity auf europäischer Ebene“, kommentiert Projektleiter Michael Stuber von mi.st [Consulting die Zusammensetzung der Pilot-Gruppe. Alle Unternehmen gehören zu den jeweiligen Blue Chips ihrer Branche und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Bereich Diversity. „Wir nehmen gerne die Gelegenheit wahr, neue Kontakte zu knüpfen und kreative Ansätze mit anderen Organisationen auszutauschen“, begründet Sharon Harris, HR-Director im Londoner Büro des Global Diversity Teams der Deutschen Bank, die Präsenz des Branchenprimus. Die Diversity Liga richte sich an ein breites Publikum und fördere den Ideen- und Erfahrungsaustausch und ermögliche dadurch einen Lernprozess, der wiederum zu Erfolgssteigerungen beitragen wird.

...

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten erscheint die Ertragsorientierung von Diversity von besonderer Bedeutung: Microsoft „hat seine Diversity Initiativen fest in seinen Businessplan eingebunden“ und für Air Products „ist Diversity ein Schlüsselement der ‚Deliver the Difference‘ Philosophie“ des Unternehmens. In ähnlicher Weise erkennen immer mehr Unternehmen an, dass die vollständige Nutzung aller vielfältigen Potenziale der Mitarbeiter einen Beitrag zu Kostensenkungen und zu Steigerungen der Produktivität und des Markterfolges liefert. „Managing Diversity hat eine strategische Bedeutung für unser Geschäft und führt zu nachhaltig herausragenden Erfolgen“, betont Elisabeth Girg aus dem Global Diversity Team der Deutschen Bank und führt diesen Zusammenhang weiter aus, „Eine offenes, von Respekt und Einbeziehung geprägtes Arbeitsumfeld hilft, hervorragende Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden, und es fördert die Kreativität und Innovationskraft in unseren Teams, so dass bestmögliche Ergebnisse für unsere Kunden erzielt werden.“

Kein “Return” ohne “Investment”

Ein Besuch der Diversity Liga zeigt, dass energisches Engagement des Top-Managements und grundlegende Kulturveränderungen erforderlich sind, um mit Diversity Vorteile zu erzielen. Allerdings kann ein Unternehmen nicht über Nacht auf den Kopf gestellt und grundlegend auf die Wertschätzung von Unterschieden ausgerichtet werden. „Diversity und Einbeziehung ist kein Projekt mit einem Anfang und einem Ende, sondern eine Entwicklung unserer Denkweise, unseres Umganges und der Art und Weise, unsere Zukunft zu gestalten“, legt Isabelle Pujob, BP Diversity & Inclusion Manager für Deutschland und Frankreich dar und ergänzt, „Für BP stellt ‚D&I‘ einen der Hauptbausteine der herausragenden Arbeitsumgebung dar, die wir schaffen.“ Tatsächlich bildet die Bereitstellung eines produktiven Arbeitsumfeldes für alle Mitarbeiter einen zunehmend wichtigen Ansatz, der im Zuge aktueller Anti-Diskriminierungsrichtlinien weiter an Bedeutung gewinnt. Dabei ermöglicht es die Diversity Liga den Unternehmen, ihre Anstrengungen gezielt nach außen wirken zu lassen.

...

„Wir sind sehr froh, an diesem bahnbrechenden Projekt beteiligt zu sein“, sagt Surinder Sharma, Diversity Director bei Ford Europa. Das Unternehmen strebe einen Austausch und eine Zusammenarbeit mit anderen Organisationen an, um Diversity in Europa weiter zu entwickeln.

Der Zugang zur Diversity Liga erfolgt über folgende URL:
www.european-diversity.com/DiversityLeague

Weitere Information (und v.i.S.d.P.): Michael Stuber, mi.st [Consulting, Richard-Wagner-Strasse 25, D-50674 Cologne, Tel. 0221-22212-50 Fax 0221-22212-51, Email: consulting@european-diversity.com

Profil, Portfolio und Pressematerial: www.european-diversity.com/DiversityServices

Interview mit Michael Stuber, mi.st [Consulting, Köln

Immer mehr führende Unternehmen nutzen Diversity, um ihren Geschäftserfolg weiter zu steigern. Aber das Umfeld in Deutschland und Europa unterscheidet sich von den USA, wo der Ansatz seit den 1980er Jahren kontinuierlich an Bedeutung gewinnt. Mit Blick auf diese Besonderheiten gründete Michael Stuber vor fast sieben Jahren seine europäische Diversity Beratung und wurde zu einem Vorreiter für Diversity-Strategien, die sich direkt an den jeweiligen Unternehmenszielen orientieren. Im September 2003 stellt er die Diversity Liga auf seiner englisch-sprachigen WebSite www.european-diversity.com vor. Lesen Sie weitere Hintergrundinformationen und Gedanken von einem Berater, dessen Ansätze über die Dienstleistungen für seine Kunden hinausgehen.



Pressefotos: www.ungleich-besser.de/DiversityServices/4-0.html

Herr Stuber, wie kam es zu der europäischen Diversity Liga?

“Zunächst einmal reagierten wir damit auf Nachfragen einiger unserer Kunden. Diese hatten bereits mehrere Jahre in Diversity investiert und erste Ergebnisse erzielt. Nun suchten sie nach Möglichkeiten, diese Erfolge zusätzlich für ihr Image als Arbeitgeber und in der Öffentlichkeit zu nutzen. Einen weiteren Anlass bildeten die immer häufigeren Anfragen von Unternehmen, Studierenden, Journalisten oder Verbänden, die sich über die Unternehmenspraxis im Bereich Diversity informieren wollten.“

Sind dies die wichtigsten Zielgruppen der Diversity Liga?

“In der Tat. Dieser Teil unserer Webseite richtet sich an Diversity-Experten, Personalfachleute, Akademiker und an die Medien. Weiterhin wollen wir Verantwortliche in Nichtregierungsorganisationen und im öffentlichen Bereich

informieren, die an der Chancengleichheit für Frauen und Männer, Alt und Jung, Migranten, Menschen mit Behinderungen oder in den Bereichen Religion oder sexuelle Orientierung arbeiten. Zusätzlich zu den Grundlageninformationen zu Diversity finden sie nun auch erfolgreiche Praxisbeispiele auf unserer Webseite.”

Warum bilden gerade diese fünf Unternehmen die Pilotgruppe der Diversity Liga?

“Wir hatten eine Reihe führender Unternehmen in ganz Europa angesprochen. Fast Alle waren interessiert und schließlich konnten wir mit einer herausragenden Gruppe starten. Dies zeigt anderen Unternehmen, wie wertvoll und effektiv die aktive externe Kommunikation zu Diversity ist. Ich bin sicher, dass wir in wenigen Monaten zwanzig Teilnehmer in der Liga vorstellen werden.“

Warum glauben Sie investieren Unternehmen in Diversity, wenn die konjunkturellen Rahmenbedingungen nicht gerade optimal sind?

„Aus genau diesem Grund. Was kann bei sinkenden Belegschaftszahlen und schrumpfenden Budgets wichtiger sein, als alle verfügbaren Ressourcen voll auszuschöpfen? Gleichzeitig passt Diversity bestens zu den wichtigsten Wirtschaftstrends: Globalisierung, M&As, kurze Innovationszyklen, soziale Verantwortung und ethische Unternehmensführung. Dabei umfasst Diversity nicht nur die Fokussierung auf Unterschiedlichkeiten, sondern bewirkt einen Bewusstseinswandel in Richtung Offenheit, Flexibilität und Veränderungsbereitschaft. Aber selbst Unternehmen, die glauben, auf diese Vorteile verzichten zu können, werden sich auf eine Reihe grundlegender Veränderungen einstellen müssen: Demographische, kulturelle und rechtliche Entwicklungen machen künftig einen bewussten und konstruktiven Umgang mit Unterschieden erforderlich.

Welche Empfehlungen geben Sie Unternehmen bei der Einführung von Diversity?

“Im Rahmen unserer Beratungsarbeit mit einer Vielzahl von namhaften Unternehmen erkannten wir fünf wesentliche Erfolgsfaktoren: Zunächst müssen fundierte Grundlagen für eine Implementierung geschaffen werden, das heißt eine Anbindung von Diversity an das Kerngeschäft, eine klare Zielbildung und eine detaillierte Analyse der Ausgangssituation. Dann bedarf es einer ausformulierten Strategie mit klar definierten Ansätzen, Zielgruppen und Entwicklungsphasen. Drittens muss sich die Unternehmensleitung sichtbar und authentisch bei der Diversity-Einführung engagieren. Weiterhin ist die Kommunikation mit und die Einbindung der Belegschaft erforderlich, da sie die Kultur eines Unternehmens prägt und die Wertschöpfung erbringt. Schließlich hat es sich gezeigt, dass rasche, wenn auch begrenzte Erfolge wichtig sind, während der langfristige Veränderungsprozess nicht aus den Augen verloren werden darf.

Vielen Dank für diese Informationen.

Der Zugang zur Diversity Liga erfolgt über folgende URL:

www.european-diversity.com/DiversityLeague

Weitere Information (und v.i.S.d.P.): Michael Stuber, mi.st [Consulting, Richard-Wagner-Strasse 25, D-50674 Cologne, Tel. 0221-22212-50 Fax 0221-22212-51, Email: consulting@european-diversity.com

Profil, Portfolio und Pressematerial: www.european-diversity.com/DiversityServices