

BUCH-TIPPS

Spiele mit der Macht –
wie Frauen sich durchsetzen

»Eine wirklich gute Verhandlung hat immer etwas von einem Flirt.« »Ich habe es zwei Mal gesagt. Meinst du, einer hätte zugehört? Und zwei Minuten später sagt Kollege Schultze das Gleiche, und alle sagen »Klasse, Schultze!« – Welche Frau kennt nicht diese oder ähnliche Situationen? Marion Knaths verrät in ihrem Buch »Spiele mit der Macht – wie Frauen sich durchsetzen«, was Sie tun können, damit künftige alle Ihnen zuhören! Marion Knaths stand mit 34 Jahren kurz davor, Vorstand einer amerikanischen Aktiengesellschaft zu werden. Stattdessen gründete sie 2004 ihre Agentur sheboss. Sie coacht Frauen in Führungspositionen und berät internationale Unternehmen. Im Internet können Sie Marion Knaths in ihrem Videoblog auf ZEIT online erleben. Einmal in der Woche gibt sie dort Karrieretipps speziell für Frauen:

http://www.zeit.de/karriere/2009-11/powerfrau_021109-2

Das Potenzial-Prinzip der Vielfalt



2009 erschien die zweite, aktualisierte und überarbeitete Ausgabe von Michael Stubers Fachbuch: »Das Potenzial-Prinzip der Vielfalt.« Das Buch richtet sich an Diversity-Neulinge und -Interessierte, Personalreferenten und Führungskräfte und erklärt anhand von Studien und Praxisbeispielen die Bedeutung, Notwendigkeit und Ziele von Diversity. Weitere Informationen von Michael Stuber zum Thema Diversity erfahren Sie auf: <http://www.diversity-wissen.de/>

Women Lead the Way: Your Guide to Stepping Up to Leadership and Changing the World



In ihrem Buch diskutiert Linda Tarr-Whelan, warum Frauen in Führungspositionen Unternehmen zu stärkeren Unternehmen machen und positive Veränderungen hervorrufen können. Linda Tarr-Whelan war die US-Deligierte auf der 4. UN-Weltkonferenz für Frauen in Beijing und hatte im Laufe ihrer Karriere verschiedene Führungspositionen in internationalen Unternehmen und politischen Organisationen inne.

Building on the Promise of Diversity: How We Can Move to the Next Level in Our Workplaces, Our Communities, and Our Society



Der Autor R. Roosevelt Thomas Jr. berät seit mehr als 20 Jahren Unternehmen und hat das »American Institute for Managing Diversity« (<http://www.aimd.org>) gegründet. Er ist spezialisiert auf die Entwicklung und Implementierung von Diversity-Strategien in Unternehmen. In seinem Buch stellt er die These auf, dass das Potenzial von Diversity in Unternehmen nach wie vor nicht ausgeschöpft wird. Thomas zeigt Strategien auf, wie Unternehmen und die Gesellschaft von einem effektiven Diversity Management profitieren können.

„Diversity braucht verschiedene Wege um Beschäftigte und Führungskräfte einzubinden.“

Die »Wirtschaftswoche« bezeichnet Michael Stuber als den »Diversity-Papst«. 1997 gründete er seine Agentur »Ungleich Besser – Diversity Consulting« und berät seitdem erfolgreich internationale Unternehmen wie die Deutsche Bank, Hewlett-Packard, Johnson & Johnson und viele mehr. Michael Stuber hilft Unternehmen, die verschiedenen Potenziale und Vielfalt von Mitarbeitern aktiv und besser zum Vorteil aller Beteiligten zu nutzen.

Herr Stuber, lässt sich Diversity in einem Satz erklären?

Diversity beschreibt ein vielschichtiges Konzept und kann daher nicht einfach reduziert werden, vor allem nicht auf »Vielfalt ist schön«. Nach vielen Jahren der betrieblichen Praxis arbeite ich seit kurzem mit folgender Definition: Diversity beschreibt das Potenzial-Prinzip, mit dem Vielfalt durch bewusst positive Beachtung und aktive Einbeziehung systematisch zum Vorteil aller Beteiligten genutzt wird.

Welchen Beteiligten nutzt Diversity konkret?

Wenn das Konzept breit umgesetzt wird, nützt es Beschäftigten und Führungskräften, dem Unternehmen, seinen Kunden und Geschäftspartnern: Die Beschäftigten können ihre Potenziale besser entfalten und sind motivierter. Die Führungskräfte erreichen ihre Ziele besser und nehmen ihre Aufgaben besser wahr. Das Unternehmen erzielt höhere Umsätze und ist gleichzeitig effektiver im Ressourceneinsatz. Kunden und Geschäftspartner fühlen sich besser bedient und eingebunden.

Ist Diversity für die Mitarbeiter eines Unternehmens tatsächlich von Interesse oder Belang?

Zahlreiche Befragungen der letzten Jahre zeigten, dass Beschäftigte mehr eingebunden sein wollen, sich mehr Flexibilität und ein vielfältigeres Arbeitsumfeld wünschen. Auch eine offenere, transparente Kommunikation mit Führungskräften steht weit oben auf den Wunschlisten. Diese Punkte berücksichtigt Diversity. Wer würde es nicht begrüßen, wenn auf seine oder ihre individuellen Stärken und Bedürfnisse mehr eingegangen wird?

Welches sind die größten Missverständnisse im Umgang mit Diversity?

Viele Menschen glauben, Diversity sei ein Frauenförderprogramm oder Minderheitenschutz. Tatsächlich wurde aber Diversity entwickelt, um Talente und Potenziale in der ganzen Breite besser zu nutzen. Da die meisten Unternehmen jedoch »Geschlecht« und »Kulturen« als zentrale Themen bearbeiten, wirkt sich der neu gewonnene Vorteil seltener aus. Außerdem nehmen viele Beteiligte an, Diversity sei ein Personalthema und behandle nur interne Mitarbeiterbeziehungen. Tatsächlich aber erzielt Diversity gerade im Marketing und in Kundenbeziehungen besondere Mehrwerte.

Die »Frauenfrage« bildet nur einen Aspekt von Diversity ab. Wie relevant ist der Aspekt »Geschlecht« für sich allein? Oder ist er nur eine Spielart aller weiteren Phänomene (Alter, Ethnie, etc.)?

Unsere Studien zeigen, dass das Thema Geschlecht – gerade in Deutschland – ganz klar und alleine die Priorität Nummer Eins darstellt. Zuweilen sind Frauen die einzige Zielgruppe von Diversity-Programmen, was natürlich nicht im Sinne der Erfinder ist. Diversity deckt nicht nur verschiedene Themen ab, sondern vor allem auch die Dynamik zwischen diesen, deren Gemeinsamkeiten und Überlagerungen: zum Beispiel das Thema Alter in verschiedenen Kulturen, oder Personalentwicklung für Menschen mit und ohne Behinderung.



Wenn Sie einem Unternehmen einen einzigen guten Rat im Hinblick auf Diversity Management geben könnten – welcher wäre das?

Das Thema auf keinen Fall zu reduzieren oder zu simplifizieren! Diversity ist ein komplexer Ansatz, der Raum und Zeit benötigt, um sich zu entwickeln. Und Diversity braucht verschiedene Wege, Instrumente und Plattformen, um sich zu entfalten und um Beschäftigte und Führungskräfte einzubinden.

Und welchen Tipp hätten Sie für die Mitarbeiter?

Jeder und jede kann Diversity nutzen, um seine/ihre eigene Persönlichkeit, seine/ihre vielfältigen Stärken und die zahlreichen Einflüsse neu zu entdecken, die ihn oder sie zu einem einzigartigen Individuum gemacht haben. Sich selbst in einem neuen Licht zu sehen, zeigt uns, dass wir die Welt auf unsere Weise sehen, und andere Menschen ganz andere, spannende Perspektiven haben. Hierin eine Bereicherung für uns selbst zu sehen – so, wie wir es teilweise schon bei Fernreisen oder ausländischer Küche tun –, darin besteht eine große Chance, die Diversity bietet.

DAS POTENZIAL-PRINZIP

Das von Michael Stuber entwickelte Potenzial-Prinzip ist ein Konzept, das den Begriff Diversity beschreibt. Das Potenzial-Prinzip besteht aus mehreren miteinander verknüpften Elementen:

1. Die Vielfalt der Menschen, die mit einer Organisation in Berührung kommen.
2. Die Werte, Einstellungen und Grundhaltungen, mit denen eine Organisation diesen Unterschiedlichkeiten begegnet.
3. Die einbeziehende Kommunikation und Verhaltensweisen der Beteiligten
4. Die Resultate, Erfolge, die Menschen bei einer Organisation erzielen.

Nach dieser Definition kann Vielfalt durch ihre aktive Einbeziehung in der Unternehmenswelt als Mehrwert genutzt werden. Und das Ausschöpfen der individuellen Potenziale von Mitarbeitern kann systematisch optimiert werden.

Impressum

HERAUSGEBER:

Symrise GmbH & Co. KG
Mühlenfeldstr. 1
37603 Holzminden

KONZEPT, REDAKTION, LAYOUT:

red roses communications GmbH
Hamburg

DRUCK:

Color Druck GmbH
Holzminden