

DIVERSITY ENTDECKEN

5 Zugänge zu Diversity

INTRO

„Diversity Entdecken“ bietet Ihnen die Möglichkeit, Diversity aus Ihrer persönlichen Perspektive zu erschließen und die Mehrwerte von ungleich besser kennen zu lernen. Wählen Sie dazu bitte den Zugang, der Ihnen am besten entspricht:

- **Top-Themen der Wirtschaft,**
- **Diversity Dimensionen,**
- **Diversity Instrumente,**
- **Diversity Strategien oder das**
- **Diversity Modell.**

Neben den wesentlichen **Themen und Inhalten** beschreiben wir **Ansätze und Mehrwerte**, die sich bei der konkreten Arbeit an Diversity und in der Zusammenarbeit mit ungleich besser Diversity Consulting ergeben.

Hinweis für die Druckversion: Alle Inhalte wurden für die Präsentation im Internet verfaßt und aufbereitet. Dies kann bewirken, dass Textteile verkürzt oder nicht flüssig erscheinen. Verwenden Sie daher wannimmer möglich die Online-Version im WordWide Web. www.ungleich-besser.de

1. TOP-THEMEN DER WIRTSCHAFT

Die Wirtschaftsteile großer Tageszeitungen, die Managementmagazine und zahlreiche Konferenzen für Führungskräfte behandeln regelmäßig Themen, die die Zukunft der Unternehmen nachhaltig beeinflussen. Manche dieser Ansätze stellen sich als Modeerscheinungen heraus, andere als dauerhafte Herausforderungen, für die stets neue Lösungsstrategien entwickelt werden. Eine Reihe von Schlüssel-Themen weist besonders enge Bezüge zu Diversity auf und bietet insofern einen Zugang zum Thema: **Internationalisierung, Organisationsveränderungen, Unternehmensübergreifende Aktivitäten, Shareholder-Value, Wettbewerbsdruck** sowie **Ethik & Transparenz**.

1.1. Internationalisierung

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Nutzung kultureller Vielfalt für den Arbeits- und Absatzmarkt angesichts europäischer Integration, Ost-Erweiterung sowie Globalisierung ■ Länderübergreifende Strukturen und Zusammenarbeit ■ Kooperation mit Wettbewerbern und Geschäftskunden mit anderen Organisationskulturen ■ Berücksichtigung verschiedener Mentalitäten und Kulturen in der internen und externen Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hintergrundinformationen über einzelne Länder bzw. Regionen ■ Diversity-Länderprofile auf Basis der Diversity-Kerndimensionen (Altersstruktur, Frauen und Männer in Führungspositionen, Spezifizierung von MigrantInnen-Gruppen etc.) ■ Aufzeigen bestehender Vielfalt innerhalb und außerhalb einer Organisation anhand qualitativer und quantitativer Analysen ■ Schaffung eines klaren Bewusstseins für vielfältige Ebenen von Verschiedenheit und deren Interdependenzen

1.2. Organisationsveränderungen

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Effektive Zusammenarbeit neuer KollegInnen (zum Beispiel mit unterschiedlichen Ausbildungen und Erfahrungen, Denk- und Arbeitsweisen, Kommunikations- und Führungsstilen) ■ Reibungslose Umsetzung neuer Prozesse, Berichtslinien oder Arbeitsinhalte ■ Aktive Wertschätzung vielfältiger Menschen sowie offene Grundhaltung gegenüber Veränderungen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bewusstmachung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden mittels Übungen und Modellen ■ Kommunikation vorhandener Unterschiede und damit zusammenhängende Potenziale, z.B. durch Poster, Flyer, Internet, Intranet, Mitarbeiterzeitschrift ■ Diversity-Awareness-Workshops, um KollegInnen und Diversity aktiv kennen zu lernen und das Bewusstsein und die

<ul style="list-style-type: none"> ■ Möglichkeit der produktiven Nutzung von Veränderungen unter Berücksichtigung der Potenziale aller Beteiligten 	<p>Wertschätzung für Andere zu erweitern</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Diversity-Workshop „Vorurteile und Stereotypen“: Aufzeigen von Gruppenmechanismen (z. B. dominierende vs. dominierte Gruppen)
---	--

1.3. Unternehmensübergreifende Aktivitäten

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Nutzung verschiedener Unternehmenskulturen im Rahmen von strategischen Allianzen, bei enger Zusammenarbeit für Just-in-Time-Lösungen, Outsourcing oder anderen Vernetzungen ■ Erfolgreiche Kooperationen bei Zusammenschlüssen und Übernahmen (M&As) durch die Nutzung der Verschiedenartigkeit der PartnerInnen und ihrer unterschiedlichen Beiträge und Stärken 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Analyse der Kulturen und der wechselseitigen Wahrnehmungen ■ Workshops „Get together - Zusammentreffen zweier Organisationskulturen“ ■ Vorbereitung der Zusammenarbeit mit Blick auf Respekt und Akzeptanz sowie den Wert von Unterschiedlichkeit durch: Informationen über die Organisationskulturen, Kennenlernen, Events etc. ■ Aufzeigen von gemeinsamen Benefits durch die Wechselwirkung von Diversity und unternehmensübergreifenden Aktivitäten ■ Analyse verschiedener praktizierter Lernformen, Nutzung von blended Learning

1.4. Shareholder-Value

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Optimierung der Produktivität durch die bewusste Nutzung der gesamten vorhandenen Potenziale aller MitarbeiterInnen - gerade in ökonomisch schwierigen Zeiten knapper Ressourcen ■ Entsprechendes auf der Marktseite für Markt- oder Kundenpotenziale ■ Verbesserte Bewertungen durch Rating-Agenturen ■ Höheres Ansehen auf Finanzmärkten (Investor Relations) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Darstellung der Nutzung interner und externer Potenziale in Geschäftsberichten und im Internet ■ Diversity-Marketing ■ Berechnung von Business Cases für Geschäftsplanungen

1.5. Wettbewerbsdruck

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Verbesserung der Wettbewerbssituation in Zeiten von Konzentration und Konsolidierung durch Stärkung der Identität ■ Schärfung des Profils durch Diversity-orientierte Werte ■ Nutzung von Diversity als Imagefaktor ■ War of Talents: Diversity hilft “Die Besten” für das Unternehmen zu gewinnen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Diversity Analyse von Wettbewerbsunternehmen ■ Benchmarking des derzeitigen Diversity Profils ■ Analyse einzelner Bestandteile des Kerngeschäfts, des Leitbildes, der Werte, der Identität. und der Marke(n) sowie deren Verknüpfung mit Diversity ■ Aufzeigen von Marktstrategien mit Nutzung von Kunden- und Belegschafts-Vielfalt ■ Profilierung in der Diversity-Liga ■ Kommunikation von Diversity-Aktivitäten auf Veranstaltungen, im Internet und bei Recruiting-Events

1.6. Ethik & Transparenz

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Verpflichtung, Risiken – insbesondere auch Personalrisiken – darzustellen und zu bewerten ■ Abwendung von Diskriminierungsklagen ■ Schärfung des Images mit Blick auf Fairness ■ Verstärkung der Glaubwürdigkeit ethischer Aktivitäten ■ Verbesserung der Corporate Governance 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Workshop “Praktische Auswirkungen der EU-Anti-Diskriminierungsrichtlinien“ ■ Erarbeitung einer Diversity Policy oder Betriebsvereinbarung „Partnerschaftliches Verhalten“ ■ Identifikation von Bereichen und Umfeldern, in denen effektives Engagement erfolgen sollte

2. DIVERSITY DIMENSIONEN

Jeder Mensch gleicht in gewisser Hinsicht vielen, wenigen und/oder keinem Menschen. Diversity thematisiert diese Individualität, Unterschiedlichkeit und Gemeinsamkeiten. Eine pragmatische Strukturierung von Unterschiedlichkeiten stellt die so genannten **Kerndimensionen** von Diversity in den Vordergrund: Alter, Befähigung / Behinderung, Geschlecht, ethnisch-kulturelle Herkunft, Religion / Weltanschauung und sexuelle Orientierung. Darüber hinaus ist offen, welche weiteren Themen im jeweiligen Organisationsumfeld berücksichtigt werden. Eine effektive Strukturierung bieten die Kategorien: **Organisation, Markt & Konsum, Arbeit & Beschäftigung** sowie **Persönliches & Lebensführung**.

2.1. Kerndimensionen

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Alter: Menschen aller Generationen (von Jung bis Alt) ■ Geschlecht (sozial, biologisch): Frauen, Männer, Transgender ■ Ethnisch-kulturelle Vielfalt, „Rasse“ ■ Religion: Personen aller Glaubensrichtungen, Weltanschauungen und Atheisten ■ Sexuelle Orientierung: Heterosexuelle, Homosexuelle, Bisexuelle, Asexuelle ■ Behinderung : Menschen aller Befähigungen und mit Behinderungen (körperlich, geistig, psychisch) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kennenlernen verschiedener Perspektiven, Elemente und Zugänge von Diversity ■ Vermittlung der Besonderheiten eines horizontalen, umfassenden Ansatzes ■ Benchmarking einzelner Maßnahmen bzw. Programme bezüglich aller Kerndimensionen ■ Einordnung und Systematisierung einzelner Programme in den Diversity Kontext oder eine Diversity-Strategie ■ Aufzeigen von Synergieeffekten verschiedener Programme sowie deren mögliche Vernetzung ■ Auditierung personalpolitischer Maßnahmen entlang der Kerndimensionen ■ Unterstützung beim Aufbau von Netzwerken zu Diversity-Aspekten ■ Innovative Diversity-Trainings

2.2. Organisation

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Mögliche Themen und Aspekte: ■ Arbeitsplatz & Arbeitsbedingungen ■ Dauer der Organisations-Zugehörigkeit ■ Tarif-Vergütungsgruppe ■ Karriereweg, Karrieremodell oder -verlauf 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Innovative Diversity-Trainings zu einzelnen Fragestellungen (z. B. Standort oder Herkunfts-Unternehmen) ■ Analyse des Arbeitsbedingungen (Diskriminierungspotential)

<ul style="list-style-type: none"> ■ Unternehmenskulturelle Herkunft ■ Arbeitszeitmodelle ■ Abteilungszugehörigkeit ■ Standort 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Auditierung von Vergütungssystemen (Gender / sexuelle Orientierung) ■ Personalentwicklungsmodelle für horizontale Karrieren (Fach- und Projektkarrieren)
--	---

2.3. Markt & Konsum

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Mögliche Themen und Aspekte: ■ Ästhetik ■ Kaufkraft ■ Lebenswelten ■ Produktaffinitäten ■ Markenbewusstsein ■ Service-Orientierung ■ Mediennutzung / Erreichbarkeit ■ Konsumpräferenzen & -verhalten 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Diversity-Trainings in den Bereichen, Marketing, Kommunikation, Verkauf ■ Aufzeigen von neuen Marktpotenzialen, die bisher nicht ausgeschöpft wurden ■ Auditierung von Verkaufssystemen mit Blick auf die Berücksichtigung von Markt- und KundInnen-Anforderungen

2.4. Arbeit & Beschäftigung

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Mögliche Themen und Aspekte: ■ Lerntypen ■ Karriereziele ■ Myers-Briggs Persönlichkeitstypus ■ Teamverhalten ■ Kompetenzen (Fach-, soziale und Methoden-Kompetenzen) ■ Denk- und Arbeitsweisen ■ Integration von Beruf & Privatleben ■ Erfolgs- und Leistungsorientierung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Work/Life Balance: Auditierung des Personalwesens ■ Analyse vorhandener Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben mit Blick auf deren umfassende Nutzbarkeit ■ Benchmarking von Work/Life Balance Programmen, Präsentation von Good Practice Beispielen

2.5. Persönliches & Lebensführung

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Mögliche Themen und Aspekte: ■ Muttersprache(n)/Fremdsprache(n) ■ Familienstand ■ Persönliche Wahrnehmung ■ Soziales Umfeld 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aufzeigen von Good Practice Beispielen zu den Themen Angehörigenbetreuung (z.B. Kinder, ältere Familienmitglieder) und Elternmaßnahmen (z.B. Runder Tisch, Netzwerk)

<ul style="list-style-type: none"> ■ Erlebniswelten ■ Elternschaft ■ Lebensziele ■ Mobilität 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Präsentation von familien-politischen Maßnahmen (einschließlich Auszeichnungen) für Arbeitgeber
--	---

3. DIVERSITY INSTRUMENTE

Diversity-Instrumente sind eigenständige Maßnahmen, Aktionsprogramme oder Vorgehensweisen, die im Rahmen einer Umsetzung von Diversity (Implementierung) dauerhaft eingesetzt werden. Die unterschiedlichen „Tools“ finden in allen Phasen eines Diversity-Prozesses Anwendung. Sie unterstützen die Formulierung der Diversity-Strategie, eine Diversity-Bestandsaufnahme oder die erstmalige Einführung des Themas in eine Organisation: **Policies** (Chancengleichheit & Antidiskriminierung), **Netzwerke & Councils**, **Mentoring**, **Kommunikation**, **Trainings & Events** sowie **HR / Personal – Programme**.

3.1. Policies

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Umfassende Diversity-Policy mit Geschäftsbezug zur Festlegung von Prinzipien und Zielsetzungen ■ Betriebsvereinbarung „Anti-Diskriminierung“ oder „Partnerschaftliches Verhalten“ ■ Festschreibung umfassender Chancengleichheit ■ Integration von Diversity-Inhalten in den Code of conduct oder die Sozial-Charta 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Erstellung einer umfassenden organisationspezifischen Definition von Diversity ■ Präsentation von Best Practice Policies / Betriebsvereinbarungen ■ Erstellung nationaler und/oder europäischer Policies, die den Anforderungen der EU Anti-Diskriminierungsrichtlinien gerecht werden ■ Workshop „Praktische Auswirkungen der EU-Antidiskriminierungsrichtlinien“ ■ Kommunikation zu den Anti-Diskriminierungsrichtlinien

3.2. Netzwerke & Councils

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Schaffung von Arbeits-, Steuerungs-Beratungs und Führungsstrukturen zu Diversity: ■ Steuerungsgruppe mit Führungskräften ■ MitarbeiterInnen-Netzwerke 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mitwirkung bei der Bildung von Netzwerken oder Arbeitsgruppen/Gremien ■ Präsentation von Good Practice Beispielen mit Blick auf Ziele, Ansatz, Aktionsfelder, Widerstände und deren Überwindung

<ul style="list-style-type: none"> ■ Funktionale Beratungsgremien ■ Geographische Arbeitsgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Darstellung von Umsetzungsmöglichkeiten mit Blick auf Struktur, Aufgaben, organisatorische Einbindung ■ Identifizierung von Schnittstellen und deren Gestaltung
--	--

3.3. Mentoring

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Optimierter Erfahrungs- und Wissensaustausch im Unternehmen, unabhängig von Generationen und Hierarchieebenen ■ Direkte Kommunikation ■ Persönliche und berufliche Fähigkeiten werden weiterentwickelt ■ Verwirklichung von Karrierechancen: Weiterentwicklung zu Fach- und Führungskraft ■ Potenzial der Beschäftigten wird besser erkannt und genutzt ■ Motivation wird durch Mentoring gesteigert 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Analyse bestehender Mentoringkonzepte nach Diversity-Aspekten ■ Konzeption innovativer Mentoringprogramme ■ Einbindung und Nutzung interner Ressourcen bei der Umsetzung

3.4. Kommunikation

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Effektive Vermittlung von Diversity-Inhalten und –Botschaften an interne und externe Zielgruppen ■ Interne und externe Anzeigen ■ Artikel in MitarbeiterInnenzeitschriften ■ Karten, Poster, Faltblätter ■ Broschüren ■ Internet, Intranet ■ CD, Film, Video ■ Teilnahme an Konferenzen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Entwicklung von internen und externen Kommunikationsstrategien und -plänen ■ Erarbeitung von Statements, Slogans und Logos ■ Erstellung von Kommunikationsinstrumenten (Internet- und Intranetseite, Poster, Flyer) ■ Verfassung von Texten, Ghost-Writing ■ Übersetzungen aus und in Fremdsprachen nach Diversity-spezifischen Gesichtspunkten ■ Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen

3.5. Trainings & Events

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Schärfung von Diversity-Bewusstsein ■ Entwicklung von Diversity-Kompetenz ■ Im Rahmen von Trainingsmaßnahmen (Awareness-Trainings, Skill-Building-Training) ■ Im Rahmen von Veranstaltungen (Führungskräfte-Events, Belegschafts-Events, KundInnen-Events) ■ Fachveranstaltungen ■ Diversity-Aktionen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Konzeption, Durchführung und Evaluation von Diversity-Trainings für unterschiedliche Zielgruppen ■ Durchführung von Führungskräfte-Trainings ■ Erarbeitung von Diskussions- oder Moderationsleitfäden für Events ■ Hintergrundgespräche mit der Geschäftsführung und PromotorInnen

3.6. HR / Personal – Programme

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Förderung der Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft der Beschäftigten ■ Flexible Arbeitsformen (Teilzeit, Telearbeit, Jobsharing) ■ Betreuung von Angehörigen (Kinder, Ältere, Bedürftige) ■ Sabbaticals ■ Gesundheits-Management ■ Flexibles Ruhestands-Management ■ Convenience Programme 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Auswertung von Good Practices mit Blick auf deren Übertragbarkeit im Kontext von Diversity ■ Nutzung öffentlicher Initiativen (z. B. Auszeichnungen, Preise, Prädikate) ■ Evaluierung vorhandener Maßnahmen und Programme mit Blick auf deren Ausweitungspotenzial

4. DIVERSITY STRATEGIEN

Diversity Strategien zielen darauf ab, strukturelle und kulturelle Veränderungen in Arbeitsorganisationen zu gestalten. Sie sprechen einerseits unterschiedliche MitarbeiterInnen-Gruppen gezielt an, um ein Umdenken, verändertes Erleben und neues Handeln zu initiieren. Dabei orientieren sie sich an drei Ankerpunkten sozialer Prozesse: **Rationale Informationsverarbeitung, emotionales Erleben** sowie **ergebnisorientiertes Handeln**.

Andererseits stoßen Diversity-Strategien eine Veränderung von im System etablierten Prozessen, Hierarchien und Inhalten an, wobei sie Change-Management-Prinzipien folgen: **Bewusstsein schaffen, Chancen erkennen, Engagement eingehen** sowie **Neuerungen beibehalten**.

4.1. Rationale Informationsverarbeitung

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Rationale Seite der MitarbeiterInnen wird angesprochen ■ Kosten und Nutzen abwägende Argumentation für Diversity ■ Kommunizierte Vorteile von Diversity beziehen sich auf das Arbeitsgebiet, das Arbeitsumfeld und den Erfolg der Beschäftigten und der Führungskräfte sowie auf das Gesamtergebnis des Unternehmens ■ Ziel ist eine sachlich fundierte Entscheidung für Diversity 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aufbereitung und Kommunikation des unternehmensspezifischen Business Cases ■ Moderation von Diskussionen (z. B. mit Führungskräften) über Diversity ■ Workshop „Diversity & Business Case“ ■ Kommunikation von erfolgreichen internen und externen Implementierungsbeispielen

4.2. Emotionales Erleben

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Emotionale Seite der MitarbeiterInnen wird angesprochen ■ Gefühlsbedingter Einstellungswandel wird initiiert, der in der Folge zu Verhaltensänderungen führen wird ■ Sammeln persönlicher positiver Erfahrungen ■ Individuelle Vorteile stellen sich in Form von wachsender Zufriedenheit und mehr Erfolg im Umgang mit anderen ein 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Diversity-Trainings, bei denen das persönliche Erleben, das Erkennen und die Einbeziehung im Vordergrund ■ Foren für MitarbeiterInnen ■ Kommunikation persönlicher Erfahrungen ■ Erstellung persönlicher Diversity-Aktionspläne ■ Moderation persönlicher Begegnungen und Interaktionen

4.3. Ergebnisorientiertes Handeln

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Verhaltensweisen der MitarbeiterInnen werden angesprochen ■ Klare Handlungsanweisungen (Vorgaben) zur Umsetzung von Diversity ■ Auch bei angeordneter Veränderung folgen positive persönliche Erfahrungen sowie Erkenntnisse über Verbesserungen ■ Individueller Vorteil entsteht durch Belohnungen, die aus konformem Verhalten 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Analyse der Erwartungen der Unternehmensleitung ■ Erstellung von Leitfäden für Beschäftigte und Führungskräfte ■ Ausarbeitung von vorbildhaftem Führungsverhalten, durch das Diversity vorgelebt und erlebbar wird ■ Training „Train-the-Manager“ ■ Konzeption von Diversity-Auszeichnungen

resultieren oder durch die Vermeidung von Negativfolgen im Falle der Nichteinhaltung von Regeln	und anderen Belohnungsmodellen ■ Verankerung von Diversity in Führungs- Modellen
---	--

4.4. Bewusstsein schaffen

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Anerkennen der vielfältigen Facetten und individuellen Bedeutung des Themas Diversity ■ Relevanz von Diversity im spezifischen Organisationskontext ■ Aufzeigen von Verbesserungspotenzialen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hintergrundgespräche oder Orientierungsworkshops zu „Diversity“ ■ Präsentation aussagekräftiger Unternehmensbeispiele der erfolgreichen Implementierung von Diversity ■ Verknüpfung unternehmensrelevanter Themen mit Diversity ■ Kommunikation zur Schärfung des Bewusstseins für Diversity (Beiträge im Firmenfernsehen, Poster, Flyer, Videos, Intranet)

4.5. Chancen erkennen

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Akzeptanz für das Vorhandensein von Verbesserungsmöglichkeiten erreichen ■ Darstellung der Auswirkungen von Veränderungen für die Organisation und für alle Beteiligten ■ Abdeckung rationaler und emotionaler Ebenen bei der Beschreibung von Chancen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Online- oder Fokusgruppen-Befragung von Beschäftigten oder MultiplikatorInnen ■ Erstellung und Kommunikation von Business Cases ■ Sammlung und Präsentation von Best Practices ■ Benchmarking

4.6. Engagement eingehen

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Verpflichtung zu persönlichem Engagement erreichen ■ Identifikation eigener Beiträge zur Erzielung zuvor erkannter Verbesserungen ■ Einordnung individueller Maßnahmen in die Diversity-Strategie ■ Bereitstellung einer Implementierungs- 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Workshops „My Action Plan“ ■ Vorbildliches Verhalten von MitarbeiterInnen kommunizieren ■ Auszeichnungen oder Preise für erfolgreiche Projekte von MitarbeiterInnen und Teams innerhalb oder außerhalb des Unternehmens

struktur für Diversity-Maßnahmen	
----------------------------------	--

4.7. Neuerungen beibehalten

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Feste Verankerung der erzielten Veränderungen in den Strukturen und Prozessen der Organisation ■ Transfer des Diversity-Engagements in den persönlichen und sozialen Alltag 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Implementierung von 360° Feedback zu Diversity ■ Diversity-Audit für Systeme und Kulturen ■ Diversity-Elemente im Performance Management ■ Einarbeitung von Diversity in Business Modelle und Scorecards ■ Feste Verankerung von Diversity in der Unternehmenskommunikation (z. B. Geschäftsbericht)

5. DIVERSITY MODELL

Das Diversity-Modell bietet eine anschauliche Systematisierung der Elemente, die für eine konsequente Implementierung von Diversity von Bedeutung sind: Business Kontext, Verständnis für Diversity, Diversity-Ziele, Ist-Analysen, Business Case, Diversity-Einführung, Diversity-Mainstreaming, Implementierungsstrategien sowie Prozessmanagement. Tatsächlich greifen Organisationen bereits auf viele dieser Elemente zurück, wodurch erkennbar wird, dass Diversity kein grundlegend neuer Ansatz ist. Das Diversity-Modell bietet jedoch den entscheidenden Vorteil, bestehende Instrumente und Prozesse synergetisch miteinander zu verknüpfen; zudem liegt der Fokus auf der Nachhaltigkeit erzielter Veränderungen: **Diversity Organisation, Unternehmenskommunikation, Mainstreaming Marketing, Business Mainstreaming, Monitoring & Reporting.**

5.1. Diversity Organisation

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Koordination und Vernetzung innerhalb der Organisation ■ Bildung von Kompetenzzentren für Themen und Tools ■ Verantwortung für die Diversity-Strategie ■ Entwicklung geeigneter Instrumente und Ansätze, die Veränderungen bewirken ■ Interne Beratung und Dienstleistung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Analyse der bisherigen Diversity-Aktivitäten und Erarbeitung von Vernetzungs- und Synergie-Potenzialen ■ Moderation von Diversity Teams zur Planung und Steuerung von Diversity ■ Konzeption und Durchführung von Veranstaltungen und Instrumenten zum internen Erfahrungs- und Wissensaustausch

<ul style="list-style-type: none"> ■ Ermittlung des Ressourcen- inkl. Zeitbedarfs zu deren Erreichung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Coaching von Diversity-Beauftragten sowie strukturelle Einbindung
--	---

5.2. Unternehmenskommunikation

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Ganzheitliche Verankerung und umfassende Integration von Diversity in die Unternehmenskommunikation ■ Steigerung der Effektivität und Reichweite von PR und Öffentlichkeitsarbeit durch Differenzierung ■ Verbesserung der Wirkung von Sponsoring oder Fördermaßnahmen im Zusammenhang mit sozialer Verantwortung - Corporate Social Responsibility durch Diversity 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Analyse der Unternehmens-Kommunikation aus Sicht von Diversity ■ Konzeption und Umsetzung von Instrumenten der Diversity-Kommunikation ■ Implizite Einbettung von Diversity in Texte und Bildsprache ■ Gemeinsame externe Kommunikation über die Diversity Liga

5.3. Mainstreaming Marketing

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Diversity-Marketing „Vielfalt“: Die Bearbeitung des Gesamtmarktes, indem das Thema „Vielfalt“ explizit zur breiten Abdeckung genutzt wird ■ Diversity-Marketing „p c“: Die Bearbeitung des Gesamtmarktes über Zielgruppen, ohne Verwendung von Stereotypen oder durch deren gezielte Brechung ■ Diversity-Marketing „Werteorientiert“: Die Bearbeitung des Gesamtmarktes auf eine offene Art und Weise, so dass vielfältige Kunden implizit angesprochen werden 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Analyse des Marketings einer Organisation nach Diversity relevanten Gesichtspunkten ■ Darstellung der Vielfalt der KundInnen oder LieferantInnen sowie anderer externer PartnerInnen und damit verknüpftes Potenzial ■ Workshops „Marketing Diversity – Diversity Marketing“ ■ Erarbeitung von Zielgruppen- oder Händlerbroschüren ■ Schulung des Verkaufspersonal

5.4. Business Mainstreaming

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Verankerung von Diversity in den Geschäftsmodellen und Strategien eines Unternehmens ■ Integration von Diversity in 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Moderation von Führungskräfte-Workshops ■ Nutzung von Best Practices ■ Schaffung von Diversity Verantwortung für Managers („vielfältige“ Mitarbeiter;

<p>Geschäftsprozesse und Führungsmodelle</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Einbettung von Diversity in Zielvereinbarungssysteme, Scorecards etc. 	<p>Diversity-bezogene Vorgaben, Einbeziehung)</p>
--	---

5.5. Monitoring & Reporting

Themen und Inhalte	Ansätze und Mehrwerte
<ul style="list-style-type: none"> ■ Unterstützung der Prozesssteuerung durch Erfolgsmessung ■ Bestimmung konkreter Diversity-Ziele in verschiedenen Handlungsfeldern ■ Aufbau von Kennzahlen, Kriterien und Messinstrumenten ■ Direkte Messung der Zielerreichung oder des Prozessfortschrittes ■ Indirekte Messung von erzielten Vorteilen und Verbesserungen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Unterstützung der Festlegung von organisationspezifischen „Goals“ (übergeordnete Zielsetzungen) sowie den dazugehörigen „Objectives“ (konkrete Ziele) ■ Prozessbegleitung bei der Ausarbeitung von Messsystemen ■ Konzeption von Erfolgsmessgrößen ■ Durchführung von Erfolgsmessungen ■ Beratung beim Aufbau von dauerhaften Reportings