

Lesen Sie mehr auf www.erfolgundbusiness.de

DIVERSITY

GEMEINSAM STARK FÜR EQUALITY,
EMPOWERMENT UND INKLUSION

War man einmal
man selbst, will
man nichts
anderes mehr sein.

Entertainer Riccardo
Simonetti im Interview.

NICHT VERPASSEN:

**Komplexe Aufgaben und
Herausforderungen meistern**

– Vielfalt als Erfolgsfaktor

Seite 4

**Phenix Kühnert, Leni
Bolt und Janis McDavid**
sprechen über zeitgemäße
Sprache, Inklusion und
Chancengleichheit

Seite 8

Juni ist PRIDE-Monat
Stuart Bruce Cameron und
Albert Kehrher über echtes
LGBTIQ+Engagement

Seite 10

**VIelfältig und
VERtraut**
DEIN JOB IN DER IT!



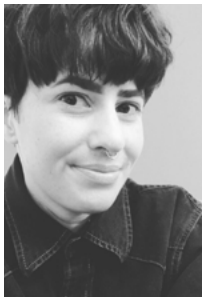
BWI
IT für Deutschland

Bewirb dich jetzt!
www.bwi.de/professionals

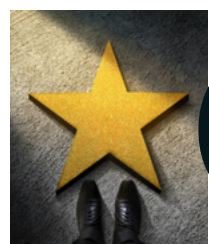


VERANTWORTLICH FÜR DEN
INHALT IN DIESER AUSGABE**Katharina
Rothengaß**

Unsere Welt ist nun mal nicht schwarz-weiß. Sie ist bunt & vielfältig. Schon immer gewesen. Es ist daher höchste Zeit, dieses Naturwunder mal wieder außerordentlich zu feiern – finden Sie nicht auch?



IN DIESER AUSGABE



07

Wertvolle Talente
gewinnen und integrieren



Diversität:
Das Ja-Sager-Problem.

Project Manager: **Katharina Rothengaß** Business Development Manager: **Sarra Gläsing** Geschäftsführung: **Richard Bäge** (CEO), **Philipp Colaço** (Managing Director), **Franziska Manske** (Head of Editorial & Production), **Henriette Schröder** (Sales Director) Designer: **Elias Karberg** Mediaplanet-Kontakt: redaktion.de@mediaplanet.com Coverbild: **Max Menning**

Alle mit ★ gekennzeichneten Artikel sind keine neutrale Redaktion vom Mediaplanet Verlag.

[facebook.com/
MediaplanetStories](https://facebook.com/MediaplanetStories)

[@Mediaplanet_germany](https://www.instagram.com/Mediaplanet_germany)



Stephan Dirschl
Pressesprecher
Charta der Vielfalt
e. V.



Mehr Informationen:

**charta-
der-viel-
falt.de**

Gemeinsam stark!

Warum Vielfalt aus der Arbeitswelt nicht mehr wegzudenken ist.

Diversity Management und das Thema Geschlecht sind für manche identisch. Einmal im Jahr gesellt sich das Thema sexuelle Vielfalt hinzu und Unternehmen wie Organisationen machen es sich zur Aufgabe, ihre Diversity-Maßnahmen in diesen Bereichen zu kommunizieren und Kampagnen zu organisieren. Dabei sind die Vielfaltsdimensionen geschlechtliche Vielfalt und sexuelle Identität nur zwei von sieben und sollten immer auch im Kontext der anderen Dimensionen und auch über einen Aktionsmonat hinaus bedacht werden. Die Frauenförderung der letzten Jahre hat das Bild in den oberen Etagen der Unternehmen und Institutionen nicht signifikant verändert. Frauen sind weiterhin in der Unterzahl, von den anderen Dimensionen ganz zu schweigen. Daran können wir nur etwas ändern, wenn wir die Mehrheit ansprechen und Organisationskulturen angehen – ganzheitlich. Wenn unterschiedliche Arbeitsweisen und Ideen wertgeschätzt werden, haben ALLE Chancen, den Aufstieg zu meistern. Gleichzeitig können wir die Dynamik des Pride-Aktionsmonats und der ihn flankierenden CSD-Umzüge für genau diesen Bewusstseinswandel nutzen und gemeinsam den alten Staub für das nächste Jahr aufwirbeln. Denn auch die wirtschaftliche Komponente von Vielfalt darf nicht unterschätzt werden: Eine vielfältige und vorurteilsfreie Arbeitswelt bringt bessere Ergebnisse, schafft mehr Zufriedenheit und sorgt für Stabilität. Der professionelle Umgang mit Diversity ist zu einem zentralen Faktor für Innovation, Kreativität und Erfolg avanciert.

Auch der diesjährige Deutsche Diversity-Tag hat eindrücklich gezeigt: Vielfalt ist aus der Arbeitswelt nicht mehr

”

Diversity Management und das Thema Geschlecht sind für manche identisch. Einmal im Jahr gesellt sich das Thema sexuelle Vielfalt hinzu und Unternehmen wie Organisationen machen es sich zur Aufgabe, ihre Diversity-Maßnahmen in diesen Bereichen zu kommunizieren und Kampagnen zu organisieren.

wegzudenken. An dem nun im zehnten Jahr in Folge veranstalteten Aktionstag Ende Mai beteiligten sich über 1.100 Organisationen und Unternehmen mit mehr als 3.000 inhaltsstarken und kreativen Aktionen rund um das Thema Vielfalt. Wir sprechen nicht mehr darüber, was Vielfalt bedeutet, sondern wie wir mit ihr umgehen und sie fördern können.

Als größtes Diversity-Netzwerk von Unternehmen und Institutionen in ganz Deutschland ist der Charta der Vielfalt e. V. Botschafter einer wertschätzenden und vorurteilsfreien Arbeitswelt und setzt sich für eine offene und friedliche Gesellschaft ein. Seit 2006 haben bereits mehr als 4.600 Unternehmen und Institutionen mit insgesamt 14,7 Millionen Beschäftigten die Selbstverpflichtung „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet.

Werden auch Sie Teil dieser Bewegung! ■

ANZEIGE

BE THE
ONE.

DIE KRAFT DER IDEEN ZÄHLT.
SONST NICHTS.

SCHOTT ist weltweit Technologieführer für Spezialglas und Glaskeramik, Innovationspartner vieler Branchen und geht als Arbeitgeber auch gerne eigene Wege: offen, divers, mit vielen weiblichen Führungspersonen. Gerade in Bereichen wie IT, OT (Operational Technology) und Forschung & Entwicklung.

Mit Best Teams haben wir unsere Haltung direkt in ein Programm umgesetzt. Es bedeutet interdisziplinäres, internationales Zusammenarbeiten mit einem ausbalancierten Gender Mix. Erfahren Sie mehr über Diversität und Inklusion bei SCHOTT.

Jetzt Best Teams entdecken:



SCHOTT AG
Ihr Kontakt: Claudia Merten
claudia.merten@schott.com

[SCHOTT.COM/KARRIERE](https://www.schott.com/karriere)



SCHOTT
glass made of ideas

★ Dieser Artikel ist in **Zusammenarbeit mit ADM** entstanden.



Gemeinsam kann das Ziel erreicht werden

ADM hat die Paradigm for Parity®-Initiative unterzeichnet und ist Partner der Charta der Vielfalt. Für das Umsetzen seiner DE&I-Ziele, Diversity, Equity und Inclusion, setzt das Unternehmen auf Mitarbeiterengagement. Wir sprachen mit RAin Dr. Malgorzata Anna Hartwig, LL.M., Legal Counsel EMEA bei ADM, warum das DE&I-Programm so erfolgreich ist.

Frau Dr. Hartwig, Sie arbeiten aktiv im DE&I-Committee von ADM mit.

Was ist Ihre Mission?

Meine Mission ist, bei ADM ein Umfeld zu schaffen, in dem alle Mitarbeitenden den Freiraum haben, sich unabhängig von den individuellen Gegebenheiten einzubringen und zu entwickeln. Jede*r soll sich geschätzt fühlen und entsprechend unterstützt werden.

Warum ist DE&I für ADM so wichtig?

Es gibt für uns als global agierendes Unternehmen keine Alternative. Wir möchten uns weiterhin erfolgreich entwickeln und Mehrwert für die Gesellschaft und die Umwelt schaffen. Wir müssen auch durch globale Herausforderungen zum Beispiel in Bezug auf Klima, Lebensmittelsicherheit und Nachhaltigkeit navigieren und diese meistern.

Dafür ist ein diverses Team unentbehrlich. Gelebte DE&I heißt Ideenreichtum, bessere Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung und gesteigerte Produktivität.

Welche Maßnahmen konnten Sie bislang umsetzen und welche Ziele möchten Sie 2022 erreichen?

Für DE&I haben wir vier Säulen etabliert und treiben diese voran. Das sind „Leadership Engagement, Training & Communication“, „Recruiting“, „Networking Sponsorship“ mit dem Mentoring-Programm, den ERGs (Employee Resource Groups) und „Advancement & Retention“. Wir führen regelmäßig Gespräche mit den Entscheidungsträgern über den jeweiligen Status quo und Wege, wie wir Parität erreichen können.

Sie haben bei ADM Women's ERG (mit-)aufgebaut, um Mitarbeitende zu stärken – eine Gruppe, in der sich Mitarbeitende auf freiwilliger Basis austauschen und gegenseitig coachen können. Auch Workshops bieten Sie an. Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht, bzw. wie ist das

Feedback der Mitarbeitenden?

Die Initiative Women's ERG haben wir Ende letzten Jahres ins Leben gerufen. Die ERGs sind „Bottom-Up-Movements“ – durch Mitarbeitende, für Mitarbeitende. Die Gruppe hat es sich zum Ziel gesetzt, ADM zu unterstützen, Parität bis zum 2030 zu erreichen, und ist gleichwohl für Frauen und für Männer offen. Unser Ziel ist es, echte Gleichstellung zu schaffen. Das erreicht man nur durch die gemeinsame Anstrengung. Unser Motto ist: „Go together, go further“ – das gibt sehr gut wieder, was unser Ziel und unsere Arbeitsweise sind.

Die Initiative wurde von Anfang an sehr gut aufgenommen und ich bin sehr beeindruckt von dem Engagement und der Kreativität der Mitwirkenden! Aktuell haben wir über 400 Mitglieder in der EMEA-Region. Wir haben auch eine sehr lange Liste von Allys und Freunden der Initiative, für jedes Land berufen wir eine*n Country Ambassador, z. B. in Deutschland Sandra Seeger – sie leistet Großartiges. Die Beteiligungsquoten an europaweiten und lokalen Veranstaltungen und Diskussionsrunden sind sehr hoch, weil sich unter anderem die Themen und Formate an die realen Bedürfnisse der Mitarbeitenden richten.

Können Sie Gründe benennen, warum die ERGs so enorm erfolgreich sind?

Ich denke, es sind einerseits die Inhalte selbst, für die wir sehr positives Feedback bekommen, und andererseits die Möglichkeit, sich auf einer Plattform in geschützter Atmosphäre unkompliziert auszutauschen und über alle möglichen Grenzen hinweg zu vernetzen.

Wenn Sie in die Zukunft blicken: Was planen Sie als Nächstes, welche Vision haben Sie für die Weiterentwicklung des Bereichs DE&I bei ADM?

Auf jeden Fall weitermachen, die DE&I-Säulen weiter ausbauen, Kontakte und Zusammenarbeit mit externen Netzwerken weiter pflegen. Zuhören, implementieren, nachverfolgen, bis wir die Ziele erreicht haben. ■



Dr. Malgorzata Anna Hartwig
LL.M., Legal Counsel EMEA bei ADM

Text Miriam Rauh



Mehr Informationen:

adm.com



The Future is Female

„Wir möchten uns weiterhin erfolgreich entwickeln und Mehrwert für die Gesellschaft und die Umwelt schaffen. Wir müssen auch durch globale Herausforderungen zum Beispiel in Bezug auf Klima, Lebensmittelsicherheit und Nachhaltigkeit navigieren und diese meistern. Dafür ist ein diverses Team unentbehrlich. Gelebte DE&I heißt Ideenreichtum, bessere Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung und gesteigerte Produktivität.“

Dr. Malgorzata Anna Hartwig, Legal Counsel EMEA

Das ganze Interview abrufbar mit dem QR-Code. Mehr Informationen zu ADM unter www.adm.com



© 2022 ADM

★ Dieser Artikel ist in **Zusammenarbeit mit der BWI GmbH** entstanden.

BWI
IT für Deutschland



FOTOS: BWI GMBH - © BWI

Vielfalt als Erfolgsfaktor

Die BWI wurde 2006 als zentraler IT-Dienstleister der Bundeswehr von Siemens, IBM und der Bundeswehr gegründet, um die nichtmilitärische Informations- und Kommunikationstechnik im IT-Projekt HERKULES neu aufzustellen, einem der größten IT-Konsolidierungs- und Modernisierungsprojekte Europas. Wir haben mit Katrin Hahn, Chief Resources Officer der BWI, darüber gesprochen, wie es gelingt, die komplexen Aufgaben und Herausforderungen zu meistern, und welche Rolle Vielfalt dabei spielt.

Text Miriam Rauh

Frau Hahn, worauf legen Sie beim Gewinnen neuer Mitarbeiter den größten Wert?

Für unsere spannenden, sehr anspruchsvollen Aufgaben brauchen wir motivierte und leistungsbereite Mitarbeiter*innen, die an der Zukunftsfähigkeit unseres Landes mitarbeiten möchten. Flexibilität und Kreativität sind dabei wichtig, manchmal auch ein langer Atem, um Veränderungen um- und durchzusetzen.

Wie kann es gelingen, dass alle ihr Bestes geben – auch wenn sie grundverschieden sind?

Vielfalt ist ein wichtiger Erfolgsfaktor der BWI, der bei der Haltung aller Kolleg*innen und im gemeinsamen Miteinander beginnt. Man muss die Offenheit und auch die Bereitschaft dafür haben, verschiedene Sichtweisen und unterschiedliche Herangehensweisen zu akzeptieren, gemeinsam zu lernen. Deshalb haben wir diesen Punkt in unseren Prinzipien der Zusammenarbeit verankert. Als eine Voraussetzung, damit dies entstehen kann, bieten wir entsprechende Strukturen, die unterschiedliche Arbeits- und Lebensmodelle ermöglichen.

Warum ist Vielfalt für den Erfolg von Unternehmen so wichtig? Wie können Unternehmen von Vielfalt profitieren?

Unser sehr breites und komplexes Aufgabenspektrum kann man nur mit sehr unterschiedlichen

Mitarbeiter*innen bearbeiten. Es braucht verschiedene Blickwinkel, Erfahrungshintergründe, Persönlichkeiten und manchmal auch einen Mix an Fachgebieten, um die Aufgaben bestmöglich zu lösen. Vielfalt sorgt für die Innovationskraft und die Produktivität, die wir haben und brauchen.



Mehr Informationen:

bwi-karriere.de

Wie wird Vielfalt bei der BWI gelebt?

Vielfalt ist wie bereits erwähnt Teil unserer Prinzipien. Nehmen Sie beispielsweise unser Programm „Mission Vielfalt“. Mit diesem fördern wir gezielt interne Netzwerke mit ganz unterschiedlichen Themen, die z. T. aus Eigeninitiativen entstanden sind. Hier sind auch unsere Maßnahmen zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie verortet. Wir haben Mitarbeiter*innen aller Altersgruppen, wir bilden regelmäßig aus und engagieren uns für MINT-Berufe.

In welche Richtung möchten Sie das Thema Vielfalt weiterentwickeln? Welche Maßnahmen ergreifen Sie dafür?

Vielfalt muss selbstverständlich werden. Wir haben die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet, eine Initiative der Bundesregierung, die auch nach außen das Zeichen setzt, dass wir uns zu dem Grundsatz „Diversität in der Arbeitswelt“ bekennen und uns in diesem Bereich weiterentwickeln wollen. Wir bauen z. B. ein MINT-Botschafter-Netzwerk außerhalb der BWI auf, nehmen am Girls-Day und speziellen Kongressen für „Frauen in der IT“ oder auch dem CSD teil, um dort sichtbar zu werden, wo wir es bislang vielleicht noch nicht sind. So wollen wir vielfältige Mitarbeiter*innen auf uns aufmerksam machen. Intern arbeiten wir kontinuierlich an der Flexibilisierung unserer Strukturen und Prozesse sowie an konkreten Angeboten wie generations- und fachübergreifendem Mentoring.

Wenn Sie in die Zukunft sehen – welche Vision haben Sie für die BWI?

Wir möchten der modernste Arbeitgeber im öffentlichen Sektor werden, der als IT-Systemhaus der Bundeswehr die Zukunftsfähigkeit unseres Landes entscheidend mitgestaltet. Dafür brauchen wir ein vielfältiges und hoch motiviertes Team. ■



Katrin Hahn
Chief Resources Officer und Mitglied der Geschäftsführung



BWI
IT für Deutschland

**VIELFÄLTIG UND
VERTRAUT**
DEIN JOB IN DER IT!

Viel Erfahrung, viele Ideen, unterschiedliche Menschen, die Raum haben, in dem sie wachsen können, und eine Unternehmenskultur, die individuell fördert und langfristige Perspektiven bietet. All das und noch mehr bieten wir dir. Bring deine Ideen und Erfahrungen in unsere komplexen **IT-Projekte** ein und digitalisiere gemeinsam mit uns **Bundeswehr und Bund**. BWI – vertraut vielfältig.

—
Bewirb dich jetzt!
www.bwi.de/professionals



Erfolgsfaktor Vielfalt

Der Entertainer, Autor, Moderator und Aktivist Riccardo Simonetti präsentiert sich, wie er ist – und ist damit nicht nur ein Vorbild, sondern auch sehr erfolgreich. Im Interview verrät er, woraus er Kraft schöpft und wie wichtig Vielfalt für die Gesellschaft ist, auch für den Erfolg von Unternehmen.

Text Miriam Rauh

Riccardo, du hast sehr jung begonnen, deinen eigenen Stil zu leben – was war der Auslöser?

Wenn man sich schon früh mit der Frage beschäftigen muss, ob man lieber man selbst ist oder sich verleugnet, um anderen zu gefallen, dann macht das etwas mit einem. War man einmal man selbst, will man nichts anderes mehr sein.

Was hat dir die Kraft gegeben, mutig zu sein?

Ich habe mir mit Popkultur eine Welt gebaut, in die ich gehen konnte, wenn mir die Realität nicht gefallen hat. Die Entertainment-Branche war ein Ort, an dem ich für die Eigenschaften geschätzt werde, für die man mich woanders kritisiert.

Das war sicher immer wieder auch anstrengend, besonders zu Anfang. Wann hast du gemerkt, dass es sich lohnt?

Ich bin als Person bei einigen angeeckt, habe aber andererseits auch unglaubliche Menschen angezogen. Zu meinen Freund*innen aus der Schule habe ich bis heute ein großartiges Verhältnis. Es lohnt sich, wenn man immer zu sich steht, weil es bedeutet, dass man genau solche Menschen in sein Leben holt.

Ist Anderssein auch etwas, das Menschen erfolgreich machen kann?

FOTO: MAX MENNING



FOTOS: INSTAGRAM.COM/RICCARDO.SIMONETTI_INITIATIVE

Riccardo Simonetti Initiative e. V.

Die Riccardo Simonetti Initiative ist ein eingetragener, gemeinnütziger Verein, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, Aufklärungsarbeit zu leisten, Informationen zu vermitteln und Sichtbarkeit für marginalisierte und benachteiligte Menschengruppen in der Gesellschaft zu schaffen. Ziel der Initiative ist es, Menschen sowohl online als auch offline aufzuklären.

Gleichzeitig wird der Verein bestehende Organisationen unterstützen – mit finanziellen Mitteln, aber auch mit Know-How. Gegründet wurde die Initiative 2021 von Riccardo Simonetti. Der Verein bündelt die Werte, für die sich Riccardo Simonetti seit vielen Jahren als öffentliche Person einsetzt. Er wird genauso seine Arbeit als Botschafter diverser Organisationen widerspiegeln und Synergien zu ihnen schaffen als auch komplett eigenständige Projekte verfolgen. Das permanente Ziel ist hierbei immer gleich: Menschen, die am Rande der Gesellschaft stehen, eine Stimme zu geben und nachhaltig einen Beitrag für mehr Toleranz und Gleichberechtigung zu leisten.

Weitere Informationen:
riccardosimonetti-initiative.com
instagram.com/riccardosimonetti

Ich denke, bis es so weit ist, gilt es erst einmal, die vielen verschlossenen Türen zu öffnen, die nur deshalb verschlossen sind, weil man anders ist als die Mehrheit. Gelingt einem diese sehr komplexe Aufgabe hin und wieder, dann kann es dafür sorgen, dass die Position, die man sich erarbeitet hat, stabiler ist als vielleicht bei anderen.

Wie profitiert die Gesellschaft von Vielfältigkeit?

Vermutlich denken viele, sie hätten mit dem Begriff „Vielfalt“ nichts zu tun, weil sie meinen, dass es sie selbst nicht betrifft. Aber wir werden alle älter und verschwinden dann aus dem Mittelpunkt der Gesellschaft. Spätestens dann werden die eigenen Bedürfnisse nicht mehr überall bedient und man ist froh, aktiv an einer Gesellschaft mitgearbeitet zu haben, die das Individuum schätzt und Rücksicht nimmt.

Ist Vielfalt auch ein Erfolgsfaktor auf beruflicher Ebene bzw. für Unternehmen?

Absolut. Eine vielfältige Gesellschaft abzubilden und dadurch auch neue Zielgruppen zu erschließen, ist meiner Meinung nach der Maßstab für ein modernes Unternehmen. Das bedeutet aber auch, die Dinge richtig anzugehen und Diversität nicht nur vor der Kamera, sondern auch innerhalb der Teams einzubinden.

Stereotype und Vorurteile sind immer noch weitverbreitet. Menschen haben Erwartungen an andere Menschen, wie sie oder eine Gruppe von Menschen zu sein hat. Woran liegt das aus deiner Sicht?

Wir alle sind in einer Gesellschaft mit stereotypen Identifikationsfiguren aufgewachsen. Die Geschichten, die uns geprägt haben, waren eben nicht divers, sondern wurden meist von einer Sorte Mensch erzählt. Das hat seine Spuren hinterlassen. Auch innerhalb der Communities selbst.

„Versuche es nicht allen recht zu machen und gehe deinen eigenen Weg!“

Ich finde, die Medien haben nun die Verantwortung und die Pflicht, mit derselben Radikalität, mit der sie uns vorgemacht haben, nur ein Ideal wäre richtig, auch andere Ideale zu thematisieren.

Wie kann es gelingen, Stereotype aufzubrechen?

Das Wichtigste ist, dass man keine Angst davor hat, mit Menschen zu arbeiten, die vielleicht eine neue Perspektive mit in ein Unternehmen bringen. Indem man ihre Geschichten auf ehrliche und authentische Art erzählt, schafft man Identifikationsfiguren, die mit vielen Vorurteilen aufräumen können. Das muss aber auch im Mainstream passieren und darf nicht nur in der Nische stattfinden, die das ohnehin weiß.

Hast du einen Rat, den du früher selbst gerne gehört hättest?

Nicht zu versuchen, es allen recht zu machen, und seinen eigenen Weg zu gehen, auch wenn andere das vielleicht erst mal infrage stellen. Daran kann man gar nicht oft genug erinnern, auch sich selbst nicht. Außerdem: die Meinung anderer über dich, muss nicht zu Deiner Lebensrealität werden. ■

GERMAN DIVERSITY AWARD – DIVERSITÄTS-ENGAGEMENT EINE BÜHNE GEBEN

Diversität ist kein Thema, das mit dem Hissen von Regenbogenflaggen oder dem Einfärben von Unternehmenslogos erledigt ist. Vielmehr sollte sich die Vielfalt unserer Gesellschaft auch in der Wirtschaft widerspiegeln, damit Unternehmen nachhaltig erfolgreich sind. Denn neben Studien, die belegen, dass divers aufgestellte Topmanagement-Teams maßgeblich zu einer verbesserten wirtschaftlichen Performance und gesteigerter Innovationskraft beitragen, erhöhen gesättigte Märkte, der sich noch weiter intensivierende Arbeitskräftemangel sowie die immer deutlicher werdenden Forderungen von Stakeholder*innen nach mehr Vielfalt spürbar den Veränderungsdruck auf deutsche Unternehmen.

Um auf die Wichtigkeit von Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion in unserer Wirtschaft und Gesellschaft aufmerksam zu machen und Positivbeispielen eine Bühne zu geben, verleiht Deutschlands bedeutendstes Netzwerk für Diversität in der deutschen Wirtschaft, BeyondGenderAgenda, daher jährlich den German Diversity Award.

Noch bis zum 10. Juli können Nominierungen in den Dimensionskategorien (Disability, Ethnicity, Gender, Generation, LGBT+, Social Mobility) sowie in den dimensionsübergreifenden Topkategorien (Audience Award, Company of the Year, Global Game Changer, Personality of the Year) eingereicht werden.

Nach einem mehrstufigen Prozess aus Expert Jury, einem öffentlichen Online-Voting sowie einer großen Jurysitzung werden am 24. November 2022 sowohl Personen als auch Unternehmen, die das Potenzial von Vielfalt bereits erkannt und sich im Laufe des Jahres herausragend für Diversität eingesetzt haben, für ihr Diversitätsengagement ausgezeichnet.

Alle Informationen auf: www.GermanDiversityAward.com

★ Dieser Artikel ist in **Zusammenarbeit mit Schaeffler** entstanden.

SCHAEFFLER

Wertvolle Talente gewinnen und integrieren

Schaeffler startete im April 2022 gemeinsam mit weiteren Partnern die regionale Initiative „Talentegrate“. Sie wollen damit geflüchtete Akademikerinnen und Akademiker beim Einstieg in den Arbeitsmarkt unterstützen.

Es ist eine einzigartige Initiative, die Schaeffler, adidas, Siemens und die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) mit „Talentegrate“ gemeinsam ins Leben gerufen haben. Die Unternehmen aus der Metropolregion Nürnberg unterstützen damit geflüchtete Akademikerinnen und Akademiker mithilfe von Praktika beim Einstieg in die Arbeitswelt. Gleichzeitig positionieren sich die Unternehmen damit zu den Themen Diversität, Chancengleichheit und Integration. Auf diese Weise gewinnt Schaeffler nicht nur neue, wertvolle Talente, sondern nimmt auch gesamtgesellschaftliche Verantwortung wahr.

Viel Know-how und innovative Ideen

Häufig erschweren sprachliche und kulturelle Barrieren sowie die Übertragung der im Ausland erworbenen Qualifikationen den Einstieg in den deutschen Arbeitsmarkt. Die Erfahrung zeigt, dass geflüchtete Akademikerinnen und Akademiker zwar viel Know-how und innovative Ideen mitbringen, aber in Deutschland nicht leicht eine Anstellung finden, die ihrem Bildungshintergrund und ihrer Erfahrung entspricht. Diese Hürden sollen durch die neue Initiative verringert werden.

Ziel ist eine dauerhafte Beschäftigung

Bei Schaeffler sind über die nächsten eineinhalb Jahre 15 Praktikantinnen und Praktikanten im Rahmen von Talentegrate tätig. Die Teilnehmenden, die bereits einen Hochschulabschluss in ihrem Heimatland erworben haben und gegebenenfalls erste Berufserfahrung mitbringen, nehmen an einem 18-monatigen Rotationspraktikum teil. Sie erhalten die Chance, in drei je sechsmonatigen Abschnitten fundierte Einblicke bei den teilnehmenden Arbeitgebern zu erwerben. Praktika sind unter anderem in den Bereichen IT, Human Resources, Recht, Marketing, Finanzen, SCM/Logistik, Verkauf, Produktentwicklung, Research und Development oder Digitalisierung möglich. Eine Übernahme in eine Beschäftigung ist während oder nach dem Praktikum möglich.

Interkulturelles Training als Unterstützung

Begleitet wird das Praktikum von einem interkulturellen und sprachlichen Training durch die FAU. Die Praktikantinnen und Praktikanten lernen dabei die deutsche Sprache und Kultur kennen und können so die Herausforderungen der Integration gut meistern. ■

Text
Johannes Plott



Mehr Informationen:

schaeffler.de/en

Raum für Diversität und Inklusion



Phenix Kühnert
Autorin, Aktivistin
und Model

* https://www.diw.de/de/diw_01c798091.de/30_prozent_der_homo-_und_bisexuellen_sowie_trans-_queer_und_ersexuellen_menschen_erleben_diskriminierung_im_arbeitsleben.html

Mehr als 40 Prozent der Transpersonen gaben 2020 bei einer Studie* des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) und der Universität Bielefeld an, im Arbeitsleben diskriminiert zu werden. Wir sprachen mit Phenix Kühnert, Autorin des Buches „Eine Frau ist eine Frau ist eine Frau“, das Transmenschen Mut macht und nicht Betroffenen wertvolle Einblicke gibt, über das Transsein im beruflichen Umfeld.

Es wird viel über Diversität und Chancengleichheit gesprochen – gibt es sie im Beruf?
Transmenschen haben es auf dem Arbeitsmarkt in vielen Branchen alles andere als einfach. Strukturelle Diskriminierung ist ein gesamtgesellschaftliches Problem, das an vielen Stellen angegangen werden muss. Der Arbeitsmarkt ist ein Baustein. Meiner Meinung nach sind hier Aufklärung und Repräsentation wichtige Gegenmittel. Sollte im Berufsleben anders mit Menschen umgegangen werden, deren Identität nicht oder nicht nur in die Schublade „männlich“ oder „weiblich“ passt?

Da ich selbst klar weiblich präsentierend bin, kann ich das nicht abschließend beantworten. Sicher ist aber, dass an vielen Stellen wie beispielsweise in E-Mails oft von verschiedenen Geschlechtern ausgegangen wird oder starr in zwei Geschlechtern gedacht wird. Da ist definitiv noch Luft nach oben.

Worauf legst du bei Sprache besonderen Wert?
Zu hinterfragen, was ich sage und was ich damit meine. Eine Stimme ist hoch, tief, rau oder weich, nicht „männlich“ oder „weiblich“. Ähnlich verhält es sich mit vielen anderen Ausdrücken. Auch Medien tragen hier eine Mitverantwortung, denn sie sind der Ort, an dem viele Menschen queere Identitäten oder marginalisierte Menschen kennenlernen. Hier muss Sprache sensibel sein, denn auch Begriffe wie „Ideologie“ im Bezug auf das Transsein befeuern Vorurteile und stellen queere Menschen als eine Art Feind da, der wir definitiv nicht sind. Eine antidiskriminierende Haltung muss gezeigt werden. Denn Diskriminierung ist keine Meinung.

Ist Sprache im beruflichen Kontext gendergerecht, schließt sie Transpersonen mit ein?
Grundsätzlich kommt immer mehr Verständnis dafür auf, dass in unserer Gesellschaft lange Ausdrucksweisen genutzt wurden, die so nicht ideal sind. Andererseits fehlt z. T. die Bereitschaft, sich mit dem Thema Diskriminierung zu beschäftigen. Sich eigene Privilegien bewusst zu machen und Nachteile sowie Diskriminierung anderer anzuerkennen, macht keinen Spaß, es ist aber notwendig. Zum Gendern ist wichtig zu wissen: Transmänner sind Männer und Transfrauen sind Frauen. Das Gendern mit Gendersternenchen, -unterstrich oder -doppelpunkt bezieht sich auf nicht binäre Menschen. Ich als binäre Transfrau bin klar einem Geschlecht zugewiesen und damit nicht gemeint.

Hast du einen Rat für Unternehmen?
Es ist wichtig, sichere Räume für ehrliche Diversität und Inklusion im Unternehmen zu schaffen und nicht nur im Marketing. Studien belegen, dass diversere Führungsetagen Unternehmen erfolgreicher machen. Worauf warten sie also? ■

„Sprache ist ein mächtiges Tool“

Leni Bolt ist Life Coach und Host der Netflix-Show Queer Eye Germany. Wir sprachen mit ihr über die Macht von Sprache und was es braucht, damit die Berufswelt wirklich allen offen steht.

In Queer Eye Germany vermittelst du Teilnehmer*innen Mut und Zuversicht. Kann man Empathie lernen?
Man kann das sicher bis zu einem gewissen Punkt trainieren. Aber ich denke, wie stark Empathie ausgeprägt ist, ist individuell verschieden. Ich versuche, anderen etwas von meiner Energie abzugeben, wenn sie es brauchen. Es gibt immer einen Weg, auch wenn man den gerade nicht vor Augen hat.

Welche Rolle spielt deiner Meinung nach Sprache bzw. Pronomen im Umgang?
Sprache ist ein so mächtiges Tool, man sollte versuchen, alle zu erreichen. Man sieht Menschen nicht an, ob sie queer oder nicht binär oder CIS sind. Das Thema Pronomen ist in Deutschland recht neu. In anderen Ländern stellt man sich z. B. in einer Gruppe längst mit Namen und Pronomen vor.

Werden Pronomen im Berufsleben so eingesetzt, dass sie niemanden ausschließen?
Die Medien und auch die Modebranche sind hier recht weit. In anderen muss noch viel passieren, z. B. im Bau- oder Automobilbereich. Viele Jobbeschreibungen sind nicht gendergerecht formuliert. Ein Pronomen in seine Signatur zu schreiben, hilft anderen, sich nicht alleine gelassen zu fühlen, wenn sie ihr Pronomen angeben.

Hast du Tipps, wie Unternehmen Pronomen besser in ihre Unternehmenskultur einbringen könnten?
Dass jetzt gesetzlich vorgeschrieben ist, in Jobanzeigen „männlich“, „weiblich“ und „divers“ zu schreiben, ist ein wichtiger Schritt, alle anzusprechen. Auch Diversity-Manager*innen, die für Vielfalt im Unternehmen sorgen, leisten wertvolle Arbeit. Zudem sind neben männlichen und weiblichen auch Unisex-Toiletten wichtig. Es braucht einen Schub, sich aktiv mit diesen Dingen auseinanderzusetzen, damit überall etwas passiert.

Wie profitieren Unternehmen, Mitarbeiter und Kunden von einem emphatischeren Umgang, auch mit Sprache?

In der Vielfalt unserer Gesellschaft liegt viel Potenzial. Deswegen sollten alle vertreten sein, der weiße CIS-Mann, die Frau, die dunkelhäutige Transperson, Menschen mit Behinderung. Aus einer gemischten Gruppe kann viel Kreatives entstehen. Es lassen sich auch bessere Lösungsansätze erarbeiten, wenn verschiedene Perspektiven und Lebenserfahrungen zusammenkommen.

Gibt es einen Rat, den du gerne weitergeben möchtest?
An sich zu glauben und sich außerhalb der Bubble zu bewegen, ist sehr wichtig. Es ist an der Zeit, dass alle sichtbar sind. Niemand sollte Angst davor haben, in der großen, weiten Arbeitswelt Fuß zu fassen. ■



Leni Bolt
Life Coach und
Host der Netflix-
Show Queer Eye
Germany

”

Es ist an der Zeit, dass
alle sichtbar sind.

Der weite Weg zur Chancengleichheit



Janis McDavid
Autor, Speaker
und Moderator

Über Jahrzehnte wurde mit Förderkindergärten, Sonderschulen und speziellen Werkstätten in Deutschland eine Parallelwelt für Menschen mit Behinderung geschaffen. Damit hat sich die Gesellschaft zwar gekümmert, sagt der Autor, Speaker und Moderator Janis McDavid, aber im Grunde ist es das Gegenteil von Inklusion. Es braucht Begegnung und mehr Mut, die strukturellen Probleme anzugehen.

Alle reden von Inklusion, auch am Arbeitsplatz. Gibt es sie?
Inklusion bedeutet, dass alle Menschen unabhängig von ihren Merkmalen auf allen Ebenen der Gesellschaft, in Unternehmen, in der Politik oder im Sport die gleichen Chancen haben. Es ist derzeit viel in Bewegung, aber wenn man die Führungsebenen von Unternehmen betrachtet, ist es noch ein weiter Weg, bis wir Chancengleichheit haben.

Welchen Anteil hat Barrierefreiheit?
Barrierefreiheit ist eine Grundvoraussetzung. Wür-

de ein gehender Mensch infrage stellen, ob in einem Hotel eine Tür eingebaut ist? Nein, weil es selbstverständlich ist. Im Rollstuhl hingegen kommt man nicht überall hin. Leider findet man in Deutschland oft viele Gründe, warum etwas nicht geht. In diesem Punkt sind uns z. B. Großbritannien, die USA oder Kanada weit voraus.

Du sagst über dich, dass du gerne Grenzen verschiebst. Warum?
Ich denke, dass das notwendig ist, um voranzukommen. Man kann Gegebenheiten nicht immer ändern, aber seinen Blick darauf, die Perspektive. Nur so kann Innovation und Fortschritt stattfinden.

Was motiviert dich selbst?
Meine Neugierde. Ich stelle Fragen, probiere, wie weit ich gehen kann, verändere meine Perspektive und lasse mich nicht von Armen, Beinen oder etwas anderem einschränken. Ich möchte mit meinen Fähigkeiten und Ressourcen etwas bewegen und dazu beitragen, die Welt möglichst zu einem besseren Ort zu machen. Sich beschweren reicht nicht, ich stelle

mir immer die Frage, was kann ich tun? Das treibt mich an.

Du sagst, „Erfolg und Innovation kann nur da stattfinden, wo man nicht den einfachen Weg geht“ – was ist damit gemeint?
Es ist einfacher, sich mit Menschen zu umgeben, die genauso denken wie man selbst. Das Durchhalten, Dranbleiben, noch mal um die Ecke denken ist der anstrengendere Weg, aber er führt erfolgsversprechender zum Ziel.

Können alle alles tun, wenn sie es nur richtig wollen?
Nein. Aber wenn man z. B. körperliche Gegebenheiten akzeptiert, kann man ausloten, wo die eigenen Ressourcen sind und wie man sie bestmöglich einbringen kann. Es kann nicht jede*r alles erreichen aber jede*r kann viel mehr erreichen als es auf den ersten Blick erscheint. ■

Alle Interviews auf dieser Seite führte Miriam Rauh

Diversität: Das Ja-Sager- Problem

Transformationsprozesse in Unternehmen sind eine enorme Herausforderung. Es gilt, möglichst viele Menschen in der Organisation auf dem Weg mitzunehmen. Denn Veränderungen gelingen nur gemeinsam und mit überzeugten Mitarbeitenden: vom Vorstand bis zum Azubi.

Text Barbara Lutz



Barbara Lutz
Gründerin und
Geschäftsführerin
des Frauen-Karriere-Index und des
Impact of Diversity

Ein Kulturwandel zu mehr Diversität ist ein besonders ambitioniertestes Transformationsvorhaben. Führungspositionen vielfältiger zu besetzen und den Anteil von Frauen dort zu erhöhen ist ein Ziel, mit dem sich viele Unternehmen trotz bester Absichten immer noch schwertun. Die Lehm-schichten in der Organisation sind zäh, die Beharrungskräfte groß.

Doch das Problem liegt dabei nicht wie häufig vermutet bei denjenigen, die sich offen dem Neuen entgegenstellen. Das Problem sind vielmehr die sog. Ja-Sager. Die Abwartenden, die nicht offen widersprechen und sich stets raus-halten. Sie zementieren so genau die Strukturen, die eigentlich überwunden werden sollen.

Mein Team und ich sind bei der jährlichen Erstellung unseres Frauen-Karriere-Index seit dem Jahr 2012 in

die es offen bekämpfen. Und ebenjene Gruppe der Abwartenden und Ja-Sager. Sie stellt mit etwa 40 Prozent die größte Fraktion – und das ist bereits ein großer Teil des Problems.

Viele Unternehmen sind sich dessen nicht bewusst und scheitern deshalb mit ihren Transformationszielen. Denn der Ja-Sager gibt sich nach außen verbindlich und kooperativ, ist aber innerlich nicht überzeugt. So stellen Unternehmen oft nach einem Jahr verwundert fest: Unter den Neubesetzungen von Stellen sind nach wie vor kaum Frauen. Trotz klarer Diversitäts-Ziele und Vorgaben hat sich im Grunde nichts verändert.

Wie lassen sich diese Chamäleons auf-spüren und überzeugen? Zunächst durch eine fundierte Analyse. Man führt Interviews mit ausgewählten Personen in einer Organisation. Mit sprachwis-senschaftlichen Analyse-Instrumenten und entsprechender Gesprächsführung werden hier die versteckten Anti-Hal-tungen zutage gefördert.

Auf der Basis dieser Analyse gilt es, Überzeugungsarbeit zu leisten. Die geeigneten Maßnahmen fallen von Unternehmen zu Unternehmen unter-schiedlich aus. Nicht jeder zahlen-fixierte Ingenieur lässt sich auf ein Unconscious-Bias-Rollenspiel ein. Es gilt, die Menschen in der Sprache zu überzeugen, die sie verstehen.

Das Wichtigste Instrument aber liegt in den Händen des Vorstands. Die Unternehmensführung muss sich glasklar positionieren. Die Aussagen und Ziele müssen absolut unmiss-verständlich sein. Wenn die Unterneh-mensspitze auf diese Weise klar macht, dass sie wirklich meint, was sie sagt, bleibt auch für die Ja-Sager-Fraktion kein Spielraum mehr für Interpreta-tionen. Dann ist ein JA auch wirklich ein JA. ■

”

Das Wichtigste Instrument
aber liegt in den Händen
des Vorstands. Die
Unternehmensführung
muss sich glasklar
positionieren.

Hundertn Tiefenexplorationen immer wieder auf diesen Typus gestoßen, der zwar JA sagt, aber eigentlich NEIN meint. In Veränderungsprozessen gibt es drei Gruppen: die Aktiven, die das Neue unterstützen. Die Verhinderer,

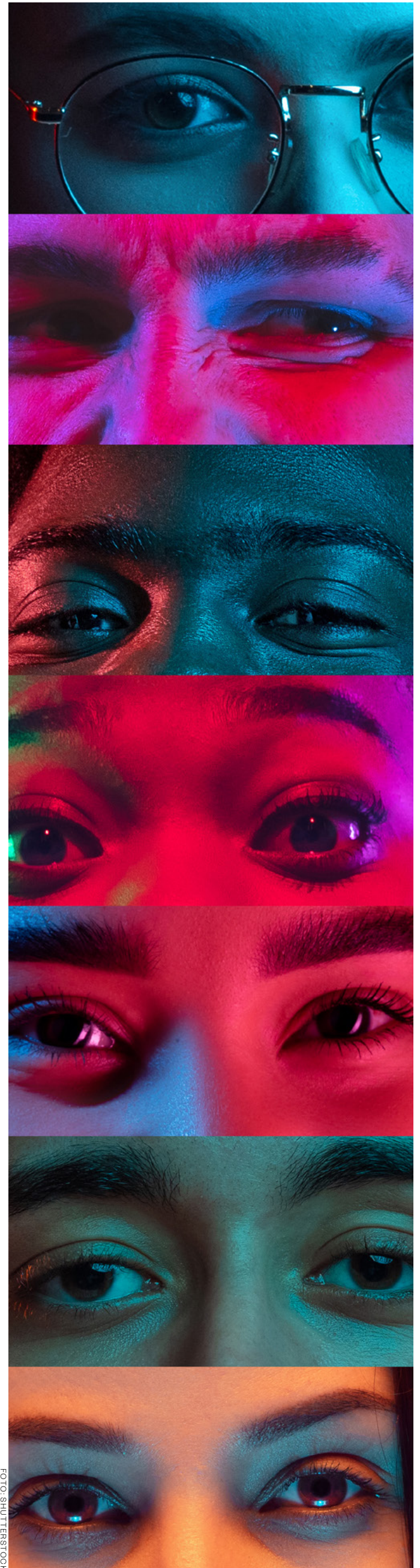


FOTO: SHUTTERSTOCK

Stuart Bruce Cameron
müsste eigentlich mal
ein Preis verliehen
werden. Er setzt sich
mit seiner UHLALA
Group unermüdlich für
LGBTIQ+-Themen ein

Der Regenbogen ist zu wenig!

FOTO: UHLALA GROUP

Glitzer, Glitzer, Regenbogen!

Es ist wieder Regenbogenzeit. Der PRIDE-Monat gibt vielen Unternehmen Anlass, ihr Logo bunt zu färben und die Regenbogenfahne zu hissen. Es entsteht der Eindruck, in den Kampagnen könne es nicht zu viel Glitzer, Glitter und Heiterkeit geben. Der PRIDE-Monat für die LGBTIQ+-Community ein wichtiger Moment im Jahr. Ist er doch Anlass, gegen Diskriminierung und für Chancengerechtigkeit und Wertschätzung einzustehen und diese einzufordern. Das war bei den Aufständen rund ums Stonewall Inn genauso wichtig wie heute. Darum braucht es mehr als ein buntes Schauspiel. Es ist echtes Engagement gefragt.

Wertschätzung ist Schlüssel zum Erfolg

Studien zeigen seit Jahren: Diverse Unternehmen sind wirtschaftlich erfolgreicher. Begründet ist dies in den vielfältigen Perspektiven, die Mitarbeitende mit diversen Hintergründen einbringen. Ohne die sexuelle Orientierung oder geschlechtliche Identität zu verstecken, kann das Engagement in Aufgaben und Herausforderungen fließen.

Ein Umfeld, das eine solche Atmosphäre ermöglicht, ist kein Selbstläufer.

Losse Enden – wo anfangen?

Zum PRIDE-Monat hektisch loszulegen, hilft wenig. Aktionismus in Gestalt abgedroschener Floskeln ist nicht Gebot der Stunde. Ein Vorankommen ist dann möglich, wenn die Ausgangssituation bekannt ist. Zuerst heißt es, den offenen Blick zu wagen und zu fragen: Wo stehen wir wirklich im Bereich LGBTIQ+ Diversity? Ausgehend vom Status quo lassen sich nachhaltige und sinnvolle Maßnahmen und Schritte ableiten.

3,2,1... Los!

Worauf warten? Die Bestandsaufnahme ist an sich das ganze Jahr über möglich. Der PRIDE-Monat aber ein toller Anlass, den Schritt zu gehen. Dabei ist unser PRIDE Audit eine Möglichkeit, den offenen Blick zu wagen. Deswegen hier Aufruf und Ermutigung zugleich: Hingucken, Status quo erfassen, aufrichtig handeln und Wertschätzung für LGBTIQ+ leben. ■

Text Stuart Bruce Cameron



Albert Kehler ist
ehrenamtlicher
Vorstand der
PROUT AT WORK-
Foundation
proutatwork.de

Vorbilder gesucht!

Text Albert Kehler

Woran kann eine lesbische, bisexuelle, intersexuelle, queere, trans* oder schwule Person feststellen, dass in einem Unternehmen Chancengleichheit herrscht?

Sicherlich, wenn es z.B. ein LGBT*IQ-Mitarbeiter*innennetzwerk gibt, das Unternehmen kontinuierlich zu diesen Themen kommuniziert oder LGBT*IQ-Talente bewirbt.

Sagt dieses Engagement schon etwas über eine offene Unternehmenskultur aus? Nein, denn nur wenn diese Menschen sehen, dass die Maßnahmen im Unternehmen greifen und Karrieremöglichkeiten, wenn sie offen mit ihrer sexuellen Orientierung und geschlechtlichen Identität umgehen, erst dann gibt es ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld.

Noch immer sind 30 Prozent am Arbeitsplatz nicht geoutet, viele LGBT*IQ-Menschen, die während des Studiums out waren, verstecken sich am Arbeitsplatz. Wer sich laut einer aktuellen BCG-Studie im ersten Jahr seiner

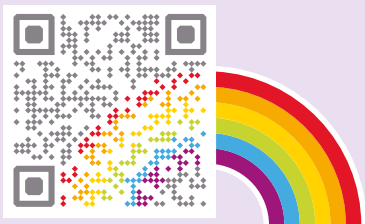
Karriere nicht outet, der tut es nicht mehr. All das sind Gründe, warum es auf allen Hierarchieebenen Vorbilder braucht, die nicht nur out sind, sondern die ihre Position nutzen, um sich für LGBT*IQ-Themen einzusetzen und ihnen Schwung zu geben. Ähnlich wie Frauen in Führungspositionen weibliche Talente fördern sollten, stehen geoutete Führungskräfte in der Verantwortung, sich für ihre Community einzusetzen. Hier geht es nicht um Postenschachern, sondern um einen aktiven Beitrag zu einer offenen Unternehmenskultur.

Unser aller Unconscious Bias wertet LGBT*IQ-Menschen ab. Wenn Outexecutives nicht aktiv Talente aus ihren eigenen Reihen fördern, indem sie als Mentor agieren, Türen öffnen oder einschreiten wo notwendig, werden die vielen sinnvollen Diversity-Maßnahmen keine Wirkung zeigen, weder für das Unternehmen noch für die Individuen. ■

Pommes in Shake.
Apfeltasche mit Curry Sauce.
Burger in Eis.
Salat mit Ketchup.
Limo in Frozen Yogurt.
Wings mit Erdbeer-Sauce.
Bacon in Schoko-Eis.
Wrap mit Schokolinsen.
Rührei in Karamell.
Donut mit Barbecue Sauce.



Liebe darf alles.
Happy Pride.



Mehr Infos auf
betterm.mcdonalds.de/vielfalt

© 2022 McDonald's

