

DIVERSITY 2016 Die Konferenz über Vielfalt in Unternehmen und Gesellschaft im Verlagshaus des Tagesspiegels

„Inklusion ist nicht Fürsorge“

Behinderung als Chance begreifen – inzwischen klingt das schon fast wie eine Platitude, denn die meisten wissen, dass Inklusion wichtig ist. Einer repräsentativen Studie zufolge, sagten das 2015 immerhin 98 Prozent der Deutschen. „Es gibt eine breite gesellschaftliche Übereinkunft, dass Menschen mit und ohne Behinderung stärker zueinander finden sollen“, sagte Armin von Buttlar, Vorstand bei Aktion Mensch, bei der Diversity-Konferenz. Bislang würden beide Lebenswelten trotzdem kaum aufeinander treffen. Bei Unternehmen, die davon profitieren könnten, Arbeitskräfte mit Behinderung einzustellen, herrsche häufig eine „not in my backyard“-Haltung.

Die Arbeitslosenquote ist mit 13,4 Prozent doppelt so hoch wie bei Menschen ohne Behinderung. „Da lassen wir ganz schön Potential liegen“, sagte von Buttlar. Er begründete das einerseits mit der Angst der Arbeitgeber vor zu geringer Leistung, andererseits mit mangelndem Selbstbewusstsein der potentiellen Bewerber. Auch gebe es zu wenig Berührungspunkte. Wenn Menschen in Behindertenwerkstätten arbeiten, schaffen sie den Sprung in ein anderes Unternehmen praktisch nicht.

Mit Nudging können Firmen unbewusste Vorurteile überlisten

Aktion Mensch berät Menschen und Firmen zu dem Thema. Die Fördermöglichkeiten zur beruflichen Eingliederung seien insbesondere den kleinen und mittleren Unternehmen wenig bekannt. Von Buttlar ermutigte sie deshalb, potentielle Bewerber mit Behinderung aktiv anzusprechen, etwa bei der Stellenausschreibung. Und betonte: „Inklusion ist nicht Fürsorge. Am Ende müssen die Menschen ihre Arbeit gut machen.“ Deshalb müsse beim Bewerbungsgespräch auch darüber gesprochen werden dürfen, welche Behinderung vorliegt und ob sie die Arbeit beeinträchtigen könnte. Beide Seiten müssen sich am Ende wohlfühlen, um den bestmöglichen Job zu machen.

Tatsächlich zeigte eine Studie, dass Menschen mit Behinderung kreativer sind, weil sie es lernen mussten, in einer Welt zurecht zu kommen, die nicht für sie gemacht wurde. Die Studie stellte Lisa Kepinsky, Gründerin des Inclusion Institute bei einem Workshop zum Thema Nudging vor. Für viele ist Nudging ein rotes Tuch. Denn das „Stupsen“ soll Menschen dazu konditionieren, sich auf bestimmte Weisen zu verhalten – ohne, dass sie es merken. Manche sehen darin „Psychotricks“. In Verbindung mit den Themen Inklusion und Diversity sagte Kepinsky, dass es viele Möglichkeiten gebe, wie Firmen sich die Nudging-Methode zunutze machen könnten. Man müsse zunächst erkennen, dass jeder Vorurteile habe, auf deren Grundlage er Entscheidungen treffe. Umfragen zeigten etwa, dass ein Mann in einem Anzug für kompetent gehalten werde, eine Frau in einem bunten Kleid hingegen weniger. Goolet man das Wort „CEO“, ergebe die Suche nur zu elf Prozent Bilder von Frauen. Der Rest sind überwiegend weiße Männer in Anzügen.

Kepinsky berät Firmen, wie sie durch gewisse Anreize dafür sorgen, dass Menschen mit Behinderung, mehr Frauen, mehr Menschen aus verschiedenen Kulturen in ihrem Unternehmen ihren Platz finden.

RONJA RINGELSTEIN



Zur Diversity-Konferenz kamen am Mittwoch 250 Frauen und Männer. Den ersten Vortrag hielt Ana-Cristina Grohnert (o.r.) vom Verein „Charta der Vielfalt“. Danach nahmen die Teilnehmer an unterschiedlichen Workshops teil – und überlegten zum Beispiel, was die vergangenen zehn Jahre gut und was schlecht gelaufen ist (u.r.).

Fotos: Kai-Uwe Heinrich

Mehr als Frauenförderung

Charta für Vielfalt feiert Jubiläum – der Sieg von Donald Trump sei ein Schlag ins Gesicht

VON MARIE RÖVEKAMP

Eigentlich sollte es ein guter Tag werden. Zehn Jahre ist es her, dass BP, Daimler, Deutsche Bank und Deutsche Telekom die Charta der Vielfalt in Deutschland initiierten. Sie wollten als Vorbild dienen, wie sich große Unternehmen für Vielfalt in der Belegschaft, für ein Arbeiten ohne Vorurteile einsetzen. Ana-Cristina Grohnert, freute auf das Jubiläum. Wäre da nicht der Sieg von Donald Trump gewesen. Sie sagt: „Das war ein Schlag ins Gesicht.“

Grohnert ist Mitglied der Geschäftsleitung bei EY und Vorstandsvorsitzende des Vereins „Charta der Vielfalt“, der mit dem Tagesspiegel in dieser Woche die fünfte Diversity-Konferenz veranstaltet. „Wir kämpfen hier für bestimmte Werte“, sagte sie am Mittwochmorgen, „und Trump hat mit einem Wahlkampf gewonnen, der gegen all diese Werte stand.“ Die Konferenz, auf der über Gleichberechtigung gesprochen wird, könne laut Grohnert nicht aktueller sein. Ähnlich reagierte die Gleichstellungsbeauftragte Christine Lüders auf eine Anfrage des Tagesspiegels: „Ich bin schockiert, dass die Mehrzahl der US-Wählerinnen und Wähler einen Mann zum Präsidenten gemacht haben, der einen rassistischen, menschenverachtenden und frauenfeindlichen Wahlkampf geführt hat. Ich kann nur hoffen, dass Amerikas Demokratie stark genug ist, um Bürgerrechte, Meinungsfreiheit und Antidiskriminierung zu bewahren.“

Gleichzeitig hieß es bei der Konferenz, man müsse sich nach der US-Wahl auch hierzulande kritisch hinterfragen. „Die Welt ist komplexer geworden“, sagte Grohnert. „Und die Menschen wünschen sich scheinbar eine Reduzierung dieser Komplexität.“ Die Globalisierung, Digitalisierung, die Entgrenzung der Arbeitswelt und Geschwindigkeit von Veränderungen würde so manchen verunsichern. Es sei wichtig, die Menschen mitzunehmen, sie trotzdem von Vielfalt zu überzeugen. Ihre Ängste vor Unbekanntem abzubauen.



Zum Jubiläum stellte Grohnert eine Studie vor, die die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft EY durchgeführt hat. Demnach tun viele deutsche Firmen noch immer zu wenig gegen die Ausgrenzung von Mitarbeitern. Zwei Drittel der befragten Betriebe haben in dieser Hinsicht noch gar nichts unternommen. Nur 19 Prozent planen konkrete Schritte. Für die Studie wurden 250 Führungskräfte zu ihrem „Diversity Management“ befragt, das in den

neunziger Jahren in den USA entstand. Mit dem Zweck, die Benachteiligung in der Arbeitswelt wegen des Alters, der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion, der sexuellen Orientierung oder einer Behinderung abzubauen. In Deutschland wurde die Idee 2006 aufgegriffen. Mit der Charta der Vielfalt. Die dazugehörige Selbstverpflichtung haben mittlerweile von mehr als 2400 Unternehmen und Organisationen unterzeichnet.

Was in der Studie problematisiert wird: Viele Unternehmen verstehen unter Diversity lediglich Frauenförderung. Als wichtigste Maßnahme nannten sie die Flexibilisierung ihrer Arbeitszeiten (29 Prozent), um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu verbessern. Darauf folgte die Berücksichtigung von Frauen bei Beförderungen, Stichwort Quote. In dem Konferenz-Workshop „Zeitreise Diversity“ nannten fast alle Gruppen diesen Punkt als Flop der vergangenen zehn Jahre. „Es geht doch nicht nur um Genderfragen“, sagte eine Teilnehmerin.

Inspirierend fand sie die Rede von Angela Merkel, die Schirmherrin der Charta ist, zur Wahl Trumps. Auch Grohnert sagte dem Tagesspiegel: „Ich bin sehr dankbar, dass Bundeskanzlerin Merkel ihren Glückwunsch an den neu gewählten Präsidenten mit einem klaren Verweis auf die Werte der Vielfalt verbunden hat.“ Dass der Wahlerfolg auch durch ausgrenzenden Populismus möglich wurde, müsse ein Alarmzeichen für die Wirtschaft sein. Eine solche Einstellung ge-

fährde das Innovationsklima, das Wachstum und den gesellschaftlichen Zusammenhalt. „Wohlstand gibt es aber nur in einem stabilen System.“

Wichtig war den Teilnehmern, dass Diversity nicht nur als „schöne bunte Welt“ wahrgenommen wird, wie eine Frau während des Workshops sagte. Vielfalt sei nicht einfach. Sie könne anstrengend sein. Zu Konflikten führen. Es würden Männern mit Frauen, Junge mit Alten konkurrieren. Trotzdem könnten es sich Firmen heute nicht mehr erlauben, Vielfalt zu ignorieren. Wie auch. Die Erwerbsquote von Frauen ist in den vergangenen Jahrzehnten enorm gestiegen. Wegen des demografischen Wandels und des Fachkräftemangels braucht die Wirtschaft Zuwanderung. Ältere sollen länger arbeiten. Auch wenn nicht alle Unternehmen Diversity umsetzen, meinte die Mehrheit in der Studie, Vielfalt bringe ihnen Vorteile. Dazu: Führungskräfte über 50 seien oft noch skeptisch. Sie wollten ein sehr deutsches Mitarbeiterbild, wohlgeordnete und berechenbare Strukturen. Die Jüngeren, die mit der Globalisierung aufgewachsen sind, seien offener – und sie werden immerhin die Manager von morgen sein.

Der Workshop „Zeitreise Diversity“ endete schließlich mit einem Spiel. Alle sollten aufstehen, die glaubten, dass drei der 600 Top Managerinnen in zehn Jahren Lesben sind – und zwei offen schwule Fußballprofis in der ersten Bundesliga spielen werden. Sitzen blieb niemand. Ein bisschen Gemurmel gab es schon.

Digitalisierung: Alte lernen von Jungen

Wer führt eigentlich wen in die Zukunft: Die Alten die Jungen oder andersherum? Christina Schulte-Kutsch, Vize-Präsidentin Leadership Development, Culture and Diversity der Deutschen Telekom AG stellte bei ihrem Vortrag fest: „Wir sind mittendrin im digitalen Zeitalter. Das kann Chance sein, aber auch Bedrohung.“ Die Digitalisierung verändert alle Lebensbereiche. In der Arbeitswelt müsse man versuchen, alle Generationen mitzunehmen. „Die Vielfalt der Belegschaft ist Grundlage für Innovation und nur die führt zu langfristigem Erfolg.“

Die Telekom habe feste Arbeitsplätze gegen ein gemeinsames Arbeiten auf einer „Fläche“ eingetauscht. In Firmen der Zukunft müssten die Hierarchien flacher werden, der Chef zum Förderer und Coach werden. Das Durchschnittsalter von Führungskräften in Deutschland liege derzeit bei 51 Jahren. Doch die Frage, wer im Vorstand einer Firma sitzt, darf, so Schulte-Kutsch, nichts mit dem Alter zu tun haben. „Wir brauchen eine Kultur des Austauschs.“ Wissen müsse geteilt werden. Da jede Generation „etwas mitbringt“, sieht sie das „Reverse Mentoring“ als große Chance für Unternehmen: Die „Digital Natives“ teilen ihr Wissen mit den weniger technisch versierten Führungskräften, die wiederum geben Tipps zur beruflichen Entwicklung der Jüngeren. Telekom-Chef Timotheus Hötting hatte das im Konzern angestoßen – mit großem Erfolg.

ANZEIGE

Berlin exklusiv

Advertisement for LAKESIDE INTERIORS Classic & Design. Includes text: 'Online-Katalog LAKESIDE.de Aktionstage', 'LEOFUX', 'red dot award 2015 winner', and contact information for Wohnkonzepte, Raumplanung, Innendekoration.

Advertisement for OSKA clothing. Includes text: 'OSKA Oranienburger Str. 9 10178 Berlin T 030 30874141', 'OSKA Bleibtreustraße 12 10623 Berlin T 030 88677700', 'Shop online oska.com', and 'red dot award 2015 winner'.

Advertisement for sitz.art. Includes text: 'Fachgeschäft für Ergonomie Beste Beratung - Stühle zum Testen', 'varier', 'Bis 20. November Hocker geschenkt!', 'sitz.art Möbel für rückenfreundliches Arbeiten und Wohnen', and contact information.

Advertisement for Pelz-Hoppe. Includes text: 'Pelz-Hoppe PELZ · LEDER · MODE', 'Aktionstage! Bei Neukauf nehmen wir Ihren alten Pelz in Zahlung', 'Alt-Tempelhof 61 12103 Berlin Tel./Fax (030) 751 72 09 www.pelzhoppe.de'.