

Autor: Anke-Sophie Meyer
Seite: 11 bis 11
Ressort: Sonderthemen
Rubrik: SONDERTHEMEN

Seitentitel: DWBE-HP
Ausgabe: Hauptausgabe

¹ von PMG gewichtet 4/2020

² von PMG gewichtet 7/2019

Mediengattung: Tageszeitung
Jahrgang: 2020
Nummer: 121
Auflage: 71.902 (gedruckt)¹ 67.696 (verkauft)¹
 68.508 (verbreitet)¹
Reichweite: 0,551 (in Mio.)²

Die große Sehnsucht

Sichtbarkeit, Anerkennung und Respekt genießen Menschen nicht überall und gleichermaßen. Das soll sich ändern. Ein Tag, der die Vielfalt in der Gesellschaft thematisiert, trägt dazu bei

Anke-Sophie Meyer

Ich bin schwul und das ist auch gut so," verkündete Klaus Wowereit 2001 bei seiner Nominierung für das Amt des Regierenden Bürgermeisters von Berlin. Die Zeit war offenbar reif dafür. Homosexualität durfte endlich öffentlich werden, auch in der Politik. Um Sichtbarkeit, Aufmerksamkeit und Respekt geht es nach wie vor, wenn von "Diversity" oder auch "Vielfalt" in der Gesellschaft, in Firmen und Institutionen die Rede ist. Hinter diesen etwas sperrigen, mit viel Theorie angereicherten Begriffen verbergen sich der Wunsch, die Forderung und die Sehnsucht nach Anerkennung individueller und gruppenspezifischer Merkmale. Zu diesen zählen sexuelle Orientierung, ethnische Zugehörigkeit, Religion, Alter, Geschlecht und Behinderung. Auch die Akzeptanz einer großen Zahl sozialisationsbedingter und kultureller Unterschiede wie etwa Arbeitsstil, Wahrnehmungsmuster und Dialekt fällt darunter.

Handlungsbedarf in diesem Feld gibt es noch jede Menge. Das mahnen nicht nur die Communities selbst an. Es müsse Schluss sein mit dem nervenaufreibenden Versteckspiel von Lesben und Schwulen, dass nur Kraft und Energie absauge, fordern sie am heutigen Diversity Day. Auch Unternehmen und Behörden drängen inzwischen auf Vielfalt, weil sie wissen, dass sie davon profitieren. Studien belegen, dass Arbeitgeber, die gesellschaftliche Buntheit ermöglichen und fördern, wirtschaftlich erfolgreicher sind, Fehlzeiten reduzieren und die Arbeitsatmosphäre insgesamt verbessern.

Zu den Vorreitern dieses Trends gehört der Autobauer Ford. Die Vielfalt in der Belegschaft wird hier bewusst gefördert,

weil sie als wichtiger Wettbewerbsfaktor gilt. Bis zu 90 unterschiedliche Nationalitäten arbeiten bei Ford Deutschland zusammen. Rund ein Drittel der Auszubildenden hat einen Migrationshintergrund. "Diversity ist in den mehr als 20 Jahren, in dem Ford Diversity aktiv managt, ein integraler Bestandteil der Unternehmenskultur geworden", sagt Volker Ehrentraut, zuständiger Diversity-Manager. Jeder Beschäftigte erfahre aber auch in seiner Einzigartigkeit Wertschätzung, unabhängig von einer Diversity-Dimension. Ziel sei es, dass die Beschäftigungsstruktur die Kundenstruktur abbilde, so Ehrentraut. "Ford-Beschäftigte sind für mich Botschafter unserer Produkte." Eine vielfältige Belegschaft kann Kundenwünsche und -erwartungen an Produkte und Dienstleistungen besser erfüllen, lautet die Firmenüberzeugung. "Im Marketing können Kunden besser angesprochen und neue Märkte besser erschlossen werden. Zudem achten Hochschulabsolventen und Fachkräfte bei der Firmenwahl zunehmend auf Diversity-Aspekte."

Voraussetzung dafür ist allerdings, dass die Vorteile eines bunten Unternehmens, einer bunten Institution oder eines bunten Wohnviertels erst einmal erkannt und dann gemanagt werden. Das gilt insbesondere für migrationsgeprägte Wohnviertel. Hier gilt kulturelle und religiöse Vielfalt eher als Problem denn als Erfolgsfaktor und wird allenfalls als "Multikulti" für interessant befunden. "Hier häufen sich soziale Schieflagen und Benachteiligungen. Deshalb muss Stadtpolitik, die aufgelebte Vielfalt setzt, bei Armut und Arbeitslosigkeit, Wohnverhältnissen und Bildung ansetzen", sagt die Berliner Stadtsoziologin

Ingeborg Beer. Damit Vielfalt gelingt, seien Mitreden und Mitentscheiden in den Quartieren wichtig. Alle müssten sich angesprochen fühlen, nicht nur die Mittelschichten. "Sonst bleibt Vielfalt im positiven Sinne nur ein Zauberwort." Für Aletta Gräfin von Hardenberg, Schirmherrin der Charta der Vielfalt, ist Diversity-Management kein Projekt und keine Reihe von Einzelmaßnahmen. "Es ist eine Reise", sagt sie. "Mit Diversität gehen Unterschiede in Vorstellungen und Bedürfnissen einher. Das sorgt für mehr Abstimmungsbedarf und auch dafür, dass eingespielte Routinen in Frage gestellt werden" meint Merlin Schaeffer, Soziologie-Professor an der Universität in Kopenhagen und Research Fellow am Wissenschaftszentrum Berlin. "Etablierte Gruppen sehen oft ihre soziale und politische Dominanz bedroht und sind wenig gewillt, auf Kompromisse einzugehen." Der Soziologe nennt ein Beispiel aus dem akademischen Bereich. Hier seien Vorträge oft für 16 Uhr organisiert worden, mit anschließendem Abendessen. Das bedeute aber, dass Alleinerziehende (vornehmlich Mütter) von der Teilnahme ausgeschlossen würden.

"Um zu verstehen, warum wir nur so langsame Fortschritte machen, sollten wir Stereotype und Erwartungen, auch die der unterrepräsentierten Gruppen selbst analysieren" rät **Dorothea Kübler**, Professorin an der Technischen Universität Berlin. Überwinden ließen sich offener und stiller Widerstand gegen das Streben nach Vielfalt und deren Wertschätzung, indem man deutlich mache, dass alle profitierten, wenn aus dem gesamten Pool von Talenten geschöpft werde.

Und dieser Talent-Pool ist hart

umkämpft. Besonders im Gesundheitsbereich. An der Charité Berlin sind Internationalisierung, transkulturelle Aspekte, Generationenvielfalt sowie sexuelle Identität zukunftsweisende Herausforderungen, wenn es um Personalgewinnung geht. Beschäftigte, Studierende, Expertinnen und Experten sind hier im "Diversity-Netzwerk - gelebte Vielfalt an der Charité" unterwegs, eine Plattform für unterschiedliche Projekte und Aktionen.

Auch Luxusmarken haben das Thema entdeckt. Chanel, Burberry und Gucci beschäftigen inzwischen Diversity-Verantwortliche. Shitstorms wegen anstößigen Inhalten hatten dafür gesorgt, dass Shows abgesagt, Kleidungsstücke aus der Kollektion entfernt werden mussten oder eine öffentliche Entschuldigung gefordert war. Dass dieses Thema

und seine Sprachregelungen ernst zu nehmen ist, zeigt ein Vorfall bei Google. Der 28-jährige Entwickler James Damore wurde nach einer knappen Arbeitswoche gefeuert, nachdem im Netz erste Berichte über sein "sexistisches Manifest" aufgetaucht waren. Er habe zentrale Werte des Unternehmens verletzt, hieß es in der Begründung.

Ein Verstoß gegen Diversity-Regeln hat also Konsequenzen. Ziele und Regeln sind inzwischen klar formuliert und juristisch einklagbar. Hohe moralische Töne im Netz sorgen dabei häufig für eine aufgeheizte Stimmung, was einen sachlichen Diskurs eher behindert.

Auch deutsche Firmen, Kommunen und Institutionen haben bemerkt, dass auf dem Gebiet von Internationalität, Geschlecht und Demografie Handlungsbedarf besteht, um konkurrenzfähig zu

bleiben. 3400 Unternehmen und öffentliche Einrichtungen mit 13,3 Millionen Beschäftigten unterschrieben inzwischen die Charta der Vielfalt, eine Absichtserklärung zur Förderung und Wertschätzung gesellschaftlicher Unterschiede unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel.

Aber auch wenn heute der von der Charta ins Leben gerufene Diversity Day gefeiert wird und dem Thema Aufmerksamkeit schenkt, bleibt die viel beschworene Vielfalt häufig ein Schlagwort. Das beweisen unter anderem die Statistiken über Frauen in Führungspositionen. Es bleibt viel zu tun.

Diversity-Management ist kein Projekt und keine Reihe von Einzelmaßnahmen. Es ist eine Reise **Aletta Gräfin von Hardenberg**