

STUDIE

VIELFALT ALS CHANCE

Einblicke in das Diversity Management
in Unternehmen

Ergebnisse der Umfrage „Vielfalt als Chance“ der
Haufe Akademie (2023) in Kooperation mit EUZET CONSULTING



Inhalt

Seite

Intro	3
Zusammenfassung der Ergebnisse	4
Rahmendaten der Umfrage	5
Status quo: Die Ergebnisse im Detail	6
Verankerung in der Unternehmensstruktur	8
Zeitliche Entwicklung	9
Maßnahmen	10
Ziele & Handlungsfelder	12
Monitoring und KPIs	14
Impact von Diversity Management	15
Umdenken ist gefragt: Diversity als Zukunftskompetenz	17
Fazit & Ausblick: Die Rolle der Diversity Manager:innen	18
Zeit für den nächsten Schritt!	20
Über die Haufe Akademie	21

 **Klicken** Sie auf das Kapitel, um zur **Seite** zu gelangen.

Intro

Durch die Wertschätzung und Förderung von Vielfalt setzen Unternehmen nicht nur Impulse für Innovation, Effizienz und Profitabilität, sondern gestalten auch eine Arbeitskultur, die den Herausforderungen aus unternehmerischer Sicht gerecht wird. Doch wie sieht es mit dem Diversity Management – also der bewussten und unternehmerisch motivierten Förderung von Vielfalt und Einzigartigkeit in Unternehmen – aktuell aus?

Die Haufe Akademie und EUZET CONSULTING haben sich genau diese Frage gestellt und am Markt nachgefragt. Die Ergebnisse der Befragung „Vielfalt als Chance: Wie steht es um das Diversity Management in Unternehmen?“ lesen Sie hier.

EUZET CONSULTING unterstützt Organisationen bei der Positionierung und Implementierung der zukunftssichernden Aufgabe „Diversity Management“. Als langjährige Führungskraft in Konzernzentralen setzt die Gründerin, Michelle Euzet, stets auf Pragmatismus, Business-Anschluss und Wirksamkeit. Das Modell „IMPACT INSIDE.“ und das Assessment #PerformTheTalk stellen die Förderung von Vielfalt und Einzigartigkeit als unternehmerischen Erfolgshebel sicher.

*„Diversity braucht weder
Dogma noch Hype,
sondern Management.“*

Michelle Euzet



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Diversity Management ist den meisten der Befragten zwar bekannt (**84 %**), doch nur **2 %** geben an, ein voll ausgereiftes Diversity Management in ihrer Organisation zu haben. Die deutliche Mehrheit der Unternehmen befindet sich daher erst am Anfang ihrer Diversity Journey.
- Während die knappe Mehrheit an Diversity-Verantwortlichen (**55 %**) direkt an die Geschäftsführung berichtet, berichten **40 %** an HR. Dieses Ergebnis ist in Zusammenhang mit der jeweiligen Unternehmensgröße zu setzen.
- Programme für Führungskräfte, individuelle Coachings, Trainings und Workshops werden als wirksame Maßnahmen angegeben, jedoch selten umgesetzt. Auch werden die durchgeführten Maßnahmen nur selten nachgehalten. **71 %** der befragten Unternehmen erheben keine bzw. kaum KPIs.
- Für ein erfolgreiches Diversity Management braucht es laut der Befragten **Expertise, strategische Klarheit** und ein starkes **Mindset** innerhalb der Organisation.
- Die Mehrheit der Unternehmen verfolgt mit ihren Maßnahmen im Diversity Management primär **außenwirksame Zwecke** wie die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität, seltener eine gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit oder höhere Innovationskraft.
- Damit Diversity Management wirken kann (**Impact**), braucht es eine klare Linie. Die Antworten der Befragten zeigen, dass diese klare Linie bei der Wahrnehmung der Aufgabe „Diversity Management“ in den meisten Organisationen fehlt.



Leitfragen

- Wie weit ist Diversity Management bereits in der Unternehmenskultur angekommen?
- Wie sieht es mit Zuständigkeiten und der Etablierung von Diversity-Management-Abteilungen bzw. ausgebildeten Diversity Manager:innen aus?
- Welche Maßnahmen für eine Vielfalt fördernde Kultur wurden bereits umgesetzt und welchen Impact haben diese?
- Welche Ziele haben sich die Unternehmen in puncto Diversity Management gesetzt?
- Wie werden diese verfolgt und gemessen?
- Wie werden die Positionierung und der Impact von Diversity Management in der eigenen Organisation wahrgenommen?





Rahmendaten der Umfrage

Um die Leitfragen zu klären, führte die Haufe Akademie von Mai bis Juli 2023 eine Befragung von über 200 Arbeitnehmer:innen durch. Über den Bildungsbereich, IT, Beratung & Consulting, Gesundheits- und Sozialwesen bis zur Finanzdienstleistung waren unterschiedliche Perspektiven vertreten. Die meisten Teilnehmer:innen der Umfrage stammten aus kleinen Unternehmen mit bis zu 1.000 Mitarbeiter:innen (32 %) und Kleinstbetrieben mit einer Unternehmensgröße bis 250 (24 %), gefolgt von mittleren Unternehmen mit bis zu 5.000 Mitarbeiter:innen (23 %). Auch Teilnehmer:innen aus großen Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeiter:innen (21 %) nahmen an der Befragung teil. Damit sind alle Unternehmensgrößen relativ gleichmäßig vertreten.

Die Mehrheit der Befragten ordnete sich dem Bereich HR & Personal zu (35 %).

Besonders interessant: **7 % waren direkt im Bereich Diversity Management beschäftigt** und brachten in diesem Sinne wertvolle Insights aus der Praxis mit ein. Mehr als die Hälfte der Teilnehmer:innen vertritt also die Sicht der Mitarbeiter:innen auf die Aktivitäten ihres jeweiligen Arbeitgebers. Dies unterstreicht die Aussagekraft der Studienergebnisse.

Status quo: Die Ergebnisse im Detail

Eine positive Nachricht vorweg: Diversity Management ist den meisten Unternehmen kein Fremdwort mehr. Über 84 % der Befragten sind mit dem Begriff „Diversity Management“ vertraut und in über der Hälfte der Unternehmen ist Diversity Management bereits Thema.

Allerdings zeichnet sich auch deutlich ab, dass ein voll ausgereiftes Diversity Management mit einer festen Verankerung in der Unternehmensstruktur und einem Fokus auf Profitabilität bisher die Ausnahme darstellt.

Nur ein Bruchteil der Befragten (2 %) gab an, ein voll ausgereiftes Diversity Management in ihrem Unternehmen zu haben. Die Mehrheit befindet sich daher noch am Anfang ihrer Diversity Journey.

2%

haben ein voll ausgereiftes „Diversity Management“ im Unternehmen

84%

ist der Begriff „Diversity Management“ bekannt



Definition „Diversity“ und „Diversity Management“

Unter Diversity verstehen die Autor:innen der Studie alle Ebenen und Dimensionen der Vielfalt (z. B. soziale Herkunft, Geschlecht, Religion bis hin zu Werdegang, Dauer der Betriebszugehörigkeit, Persönlichkeit).

Die Förderung von Vielfalt im unternehmerischen Kontext (= Diversity Management) dient dementsprechend der Förderung der Einzigartigkeit aller Mitarbeitenden und der Entfaltung des individuellen Potenzials zum Wohle des Teams und der Organisation.



DEI steht für Diversity, Equity & Inclusion

Diversity bezeichnet die Vielfalt von Individuen einer bestimmten Gruppe, die sich vor allem auf verschiedene Attribute wie (sexuelle) Identität, Geschlecht, Religion, Nationalität oder Ethnizität bezieht. Equity ist das Bindeglied zwischen Diversity und Inclusion. Equity bezeichnet einen Zustand, der allen die gleichen Möglichkeiten verspricht, unter Berücksichtigung der Tatsache, dass es Privilegien für einige und Barrieren für andere gibt. Das Ziel von Equity ist es, diese Ungleichheiten zu beseitigen, damit alle gleichberechtigt teilhaben können. Inclusion beleuchtet, ob sich Individuen innerhalb einer Gruppe zugehörig oder ausgeschlossen fühlen. Dies kann auch unter Belonging als Indikator für eine inklusive Organisation verstanden werden. Belonging steht für ein Zugehörigkeitsgefühl, das zu einer stärkeren Bindung an die Organisation, zu effektiverer Teamarbeit und zu mehr Motivation für die Ziele des Teams oder der Organisation führt.*

* Quellen:

https://www.haufe.de/personal/hr-management/diversity-equity-und-inclusion-begriffserklaerung-fuer-hr_80_609620.html

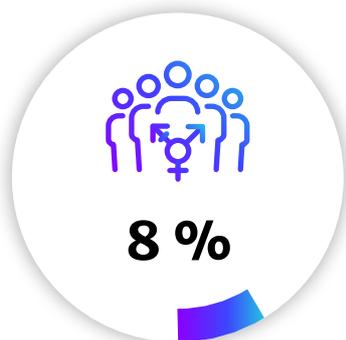
<https://www.pwc.de/de/nachhaltigkeit/sustainable-transformation/nachhaltigkeitskommunikation/diversity-equity-and-inclusion.html>

Verankerung in der Unternehmensstruktur

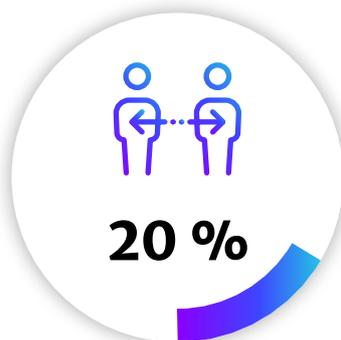
Wie weit sind die befragten Unternehmen auf ihrer Diversity Journey? Betrachtet man die Verankerung von Diversity in der Unternehmensstruktur, werden große Unterschiede deutlich. Während einige Unternehmen bereits Projektgruppen für das Diversity Management in ihrer Organisation eingeführt haben, verfügen nur 20 % über eine eigene Verantwortungsposition in Form eines: einer Diversity Manager:in. Voll etablierte Diversity-Abteilungen finden sich sogar nur in 8 % der betrachteten Unternehmen. Im größten Teil der Unternehmen ist bisher keine Form des Diversity

Managements vorhanden oder den Befragten bekannt. Berichtet wird dabei zu fast gleichen Teilen an die Geschäftsführung (55 %) und HR (40 %). Insbesondere bei einer Berichterstattung an die Geschäftsführung haben Verantwortliche die Möglichkeit, das Thema Diversity Management in einen strategisch größeren Kontext einzubetten – und nicht, wie später zu sehen – beispielsweise ausschließlich für die Anwerbung neuer Talente zu nutzen. Vielerorts wird diese Chance nicht genutzt, so die Ergebnisse der Befragung.

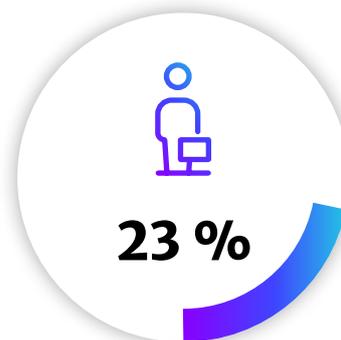
In meinem Unternehmen gibt es...



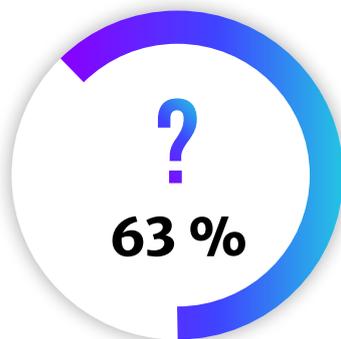
eine Diversity-Management-
Abteilung



eine Diversity-Management-
Projektgruppe



eine:n Diversity
Manager:in



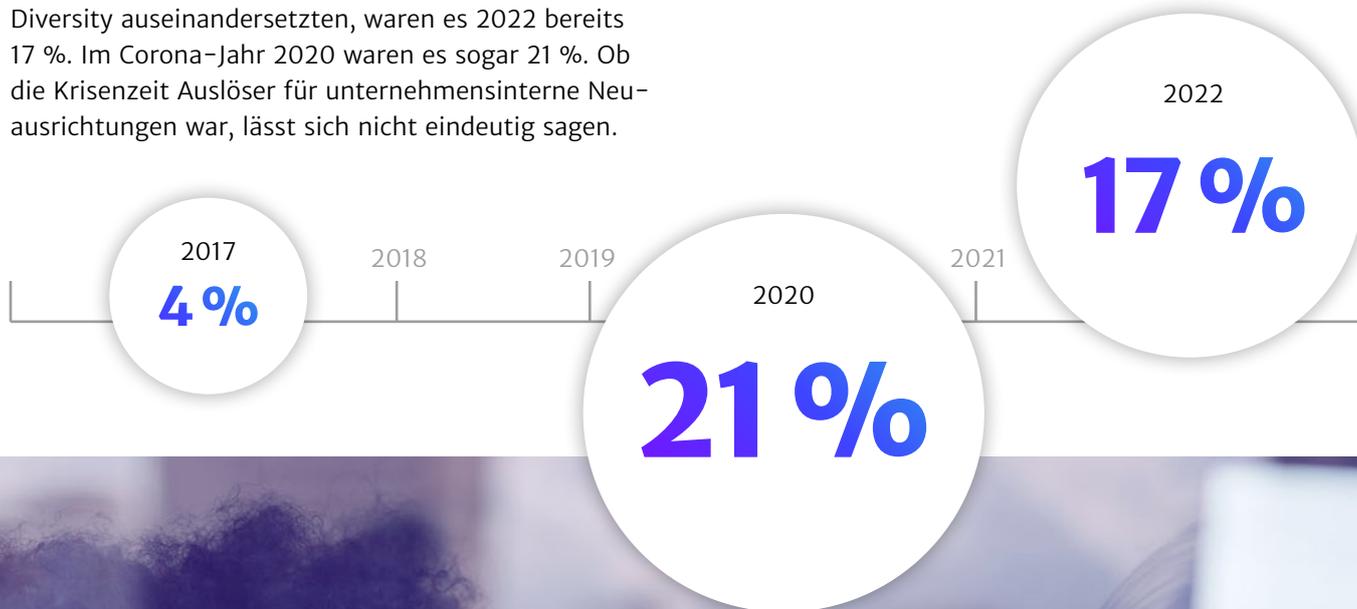
ich bin mir nicht sicher/
nichts von alledem

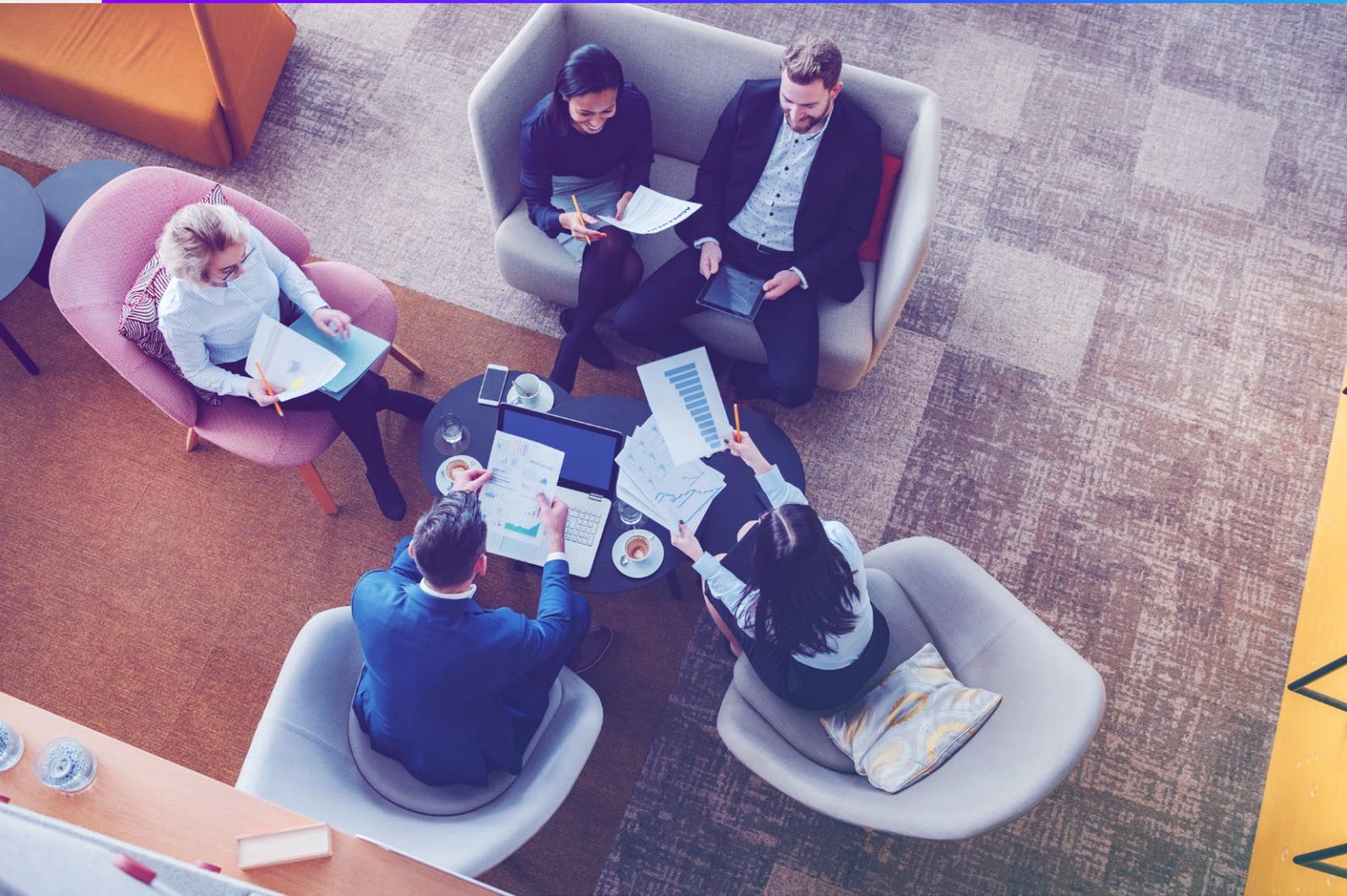
Mehrfachnennung möglich

Zeitliche Entwicklung

Bis auf kurzfristige Schwankungen während der Corona-Jahre lässt sich beobachten, dass Diversity-Maßnahmen in den letzten 3 bis 4 Jahren mehr Aufmerksamkeit erhielten. Während laut unserer Befragten sich 2017 erst 4 % der Unternehmen mit dem Thema Diversity auseinandersetzten, waren es 2022 bereits 17 %. Im Corona-Jahr 2020 waren es sogar 21 %. Ob die Krisenzeit Auslöser für unternehmensinterne Neuausrichtungen war, lässt sich nicht eindeutig sagen.

Jedoch wird klar: Immer mehr Unternehmen setzen sich mit einem Diversity Management in ihrer Organisation auseinander.





Maßnahmen

Ein Blick in die Realität der befragten Arbeitnehmer:innen zeigt, dass Maßnahmen derzeit in unterschiedlichsten Formen umgesetzt werden. Auffällig: Maßnahmen aus den Bereichen **Gendern, Sprache & Unternehmenskommunikation** und **Sensibilisierung** wie z. B. externe Vorträge werden bereits häufig eingesetzt im Diversity Management, während Maßnahmen wie **Austauschformate** und **interne Ansprechpartner:innen** nur selten anzutreffen sind. Dies zeigt, dass bedeutsame Diskussionen mit dem Potenzial zur Kontroverse, wie sie bei Austauschformaten zu erwarten sind, noch gescheut werden. Es wird eher auf Regelwerke (z. B. Gendern) und externe Impulse (z. B. Vorträge) gesetzt, die eindirektional und damit ohne große Konflikte durchgeführt werden können. Die eigentliche Sensibilisierung zum Thema Diversity wird

zudem oftmals externen Expert:innen überlassen. Dabei braucht es gerade den internen Austausch für echten nachhaltigen Wandel in puncto Diversity Management.

Außerdem bieten Unternehmen noch nicht flächendeckend die Strukturen für Formate wie **Diversity Heroes** oder **Allies**, die auf eine nachhaltigere Verankerung im Unternehmen hinweisen. Wenig anzutreffen sind außerdem Maßnahmen, die **Gamification** aufgreifen – hier steckt definitiv noch Potenzial in Überlegungen, wie das Thema Diversity mit spielerischen Elementen für alle Mitarbeiter:innen innerhalb einer Organisation zugänglicher gemacht werden kann.

- Welche der folgenden Diversity-Management-Maßnahmen gibt es bereits in Ihrem Unternehmen oder sind in den nächsten 6 Monaten geplant?
- Wie hoch stufen Sie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen ein?



Mehrfachnennung möglich

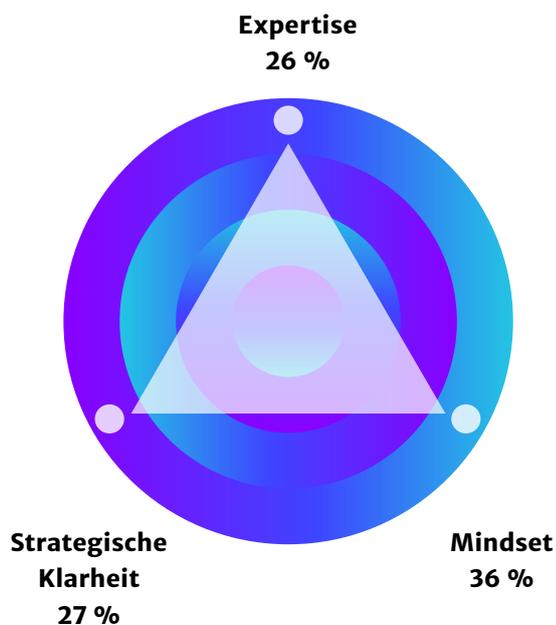


Interessant: Programme für Führungskräfte, individuelle Coachings, Trainings und Workshops werden als wirksame Maßnahmen angesehen, jedoch im realen Unternehmensalltag nicht aktiv umgesetzt. Während **56 %** der Befragten angaben, dass sie die Wirksamkeit von Maßnahmen in der Führungsebene und in High Performance Teams als hoch erachten, gaben nur **32 %**, der Teilnehmer:innen an, genau diese in ihrer Organisation auch vorzufinden.

Ziele & Handlungsfelder

Wie lässt sich erklären, dass zahlreiche Unternehmen bestimmte Maßnahmen zwar als förderlich erachten, sie aber nicht durchführen? Die Gründe dafür sind vielfältig. So fehlt vielen die **Unterstützung des Top Managements** und deren **Commitment** (20 %). **Konkrete Ansprechpartner:innen** (20 %) oder **interne Abstimmungsprozesse** (10 %) erachten viele nur bedingt als wichtige Voraussetzung für ein erfolgreiches Diversity Management. Auch **finanzielle Ressourcen** spielen mit 17 %, ebenso wie der **Faktor Zeit** mit 9 %, eine eher untergeordnete Rolle.

Ein erfolgreiches Diversity Management wird von den folgenden Faktoren besonders beeinflusst:



Mehrfachnennung möglich

Aus den primären Handlungsfeldern der Befragten, die sie als stark förderlich bewerten, lässt sich demnach ableiten, dass eine Schärfung und stärkere strategische Ausrichtung in Hinblick auf Diversity Management für einen Unternehmenswandel zu mehr Vielfalt erforderlich ist.

„Nur, wenn der Prozess von ganz oben unterstützt wird und Führungsprinzipien und Führungsleitlinien kulturelle Diversität berücksichtigen, kann das Diversity Management eines Unternehmens erfolgreich sein“.

Stimme aus der Befragung

Neben der Unterstützung des Top Managements fehlt es Unternehmen für ein erfolgreiches Diversity Management also auch an einem übergeordneten Diversity-**Mindset**, wie 36 % der befragten Arbeitnehmer:innen angaben. Darüber hinaus sprachen sich 26 % für fachliche **Expertise** und 27 % für mehr **strategische Klarheit** aus.

Dieser Dreiklang zeigt auf, dass Diversity Management nicht mehr nur als eine Frage des Mindsets, als i-Tüpfelchen bzw. als eine reine individuelle Haltung einzuordnen ist. Expertise und strategische Klarheit sind vonnöten und werden gleichermaßen vermisst. Aus diesem Befragungsergebnis können wir ableiten: Das Engagement einzelner intrinsisch motivierter Mitarbeiter:innen und Führungskräfte reicht nicht mehr aus. Vom Top Management wird eine klare strategische Ausrichtung, gepaart mit einer Fachkompetenz im Diversity Management, erwartet.

„Da setzen wir an...“

Mit gut ausgebildeten DEI (Diversity, Equity & Inclusion)-Manager:innen können Unternehmen an genau dieser Stelle anknüpfen. Strukturiert, zielorientiert und business-relevant positionieren sie Vielfalt als einen Hebel zum nachhaltigen Unternehmenserfolg. Gemeinsam mit den Fachbereichen und im Auftrag der Unternehmensleitung helfen sie, das Mindset der Organisation nachhaltig zu transformieren.

Warum Diversity Management?

Der aktuelle, strategische Fokus der Unternehmen liegt in Bezug auf ihr Diversity Management vor allem auf der **Steigerung der Attraktivität ihrer Arbeitgebermarke** für künftige Bewerber:innen. Eine gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit (23 %) oder die Förderung der Innovationskraft (19 %) stehen hingegen nicht im Fokus – trotz des großen Potenzials! Der aktuelle Fokus auf außenwirksame Effekte durch Diversity-Maßnahmen zeigt, wie wenig das Thema Diversity in den Strukturen und tagtäglichen Prozessen der befragten Unternehmen verankert ist. Hier ist ein Wandel gefordert, gehen Diversity und Innovationen doch Hand in Hand.

Erinnern wir uns, dass 55 % direkt an die Geschäftsführung berichten, besteht hier eine große Chance, das Thema in einen **strategischen Kontext** zu bringen und dadurch den Unternehmenserfolg ganzheitlich voranzutreiben. Denn: Divers zusammengesetzte Teams stellen in puncto Innovationskraft einen Wettbewerbsvorteil dar. Beschränkt sich das Spektrum vom Diversity Management aber ausschließlich auf Employer Branding, Recruiting und Retention, schöpfen Unternehmen nicht das ganze Potenzial von Diversity Management aus. Zudem laufen sie Gefahr, dass die angeworbenen Talente wieder abwandern, wenn sie bemerken, dass die Unternehmenskultur noch nicht ausgereift ist

Worauf zielen die Diversity-Management-Maßnahmen in Ihrer Organisation ab?



„Diversity Management ist dann erfolgreich, wenn die gesamte Organisation die Forderung von Diversität nicht nur nach außen kommuniziert, sondern in die Strategie verankert hat und sie vor allem lebt.“

Stimme aus der Befragung

Mehrfachnennung möglich

Monitoring und KPIs

Lässt sich der Erfolg von DEI-Maßnahmen überhaupt messen und wenn ja, wie? Interessanterweise erheben erst 29 % der befragten Unternehmen sogenannte Key Performance Indicators (KPIs) für ihre durchgeführten Diversity-Maßnahmen. Das bedeutet, dass über 70 Prozent keine bzw. kaum KPIs erheben, um ihre Maßnahmen zu evaluieren. Doch für die gewünschte strategische Klarheit braucht es konkrete KPIs. Das ist z. B. die Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen, die Verantwortliche in regelmäßigen anonymen Unternehmensumfragen oder Diversity Scorecards ermitteln oder

konkrete demografische Kennzahlen wie Alter oder Geschlecht, die Aufschluss über eine diverse Unternehmensstruktur geben.

Dialogische KPIs zielen dabei auf qualitative Aussagen und fragen nach dem „Warum?“ bzw. „Wohin wollen wir weiter gehen?“, während **quantitative KPIs** – wie eine Frauenquote in Führungspositionen – reine Daten und Zahlen liefern, ohne beispielsweise zu berücksichtigen, welchen Herausforderungen Frauen in diesem Umfeld begegnen.

Positionierung und Impact von Diversity Management

Wie werden die Positionierung und der Impact – im Sinne konkreter unternehmerischer Auswirkungen – durch das Diversity Management sichergestellt? Tatsächlich geben nur 15 % der Befragten an, die Auswirkungen des Diversity Managements im Unternehmen in ihrem Tagesgeschäft zu spüren – und das, obwohl im Unternehmen von 39 % der Befragten das Diversity Management als Zukunftskompetenz und Führungsaufgabe eingestuft wird.

So berichten 31 % der Teilnehmer:innen, das Diversity Management sei darauf ausgelegt, zur Steigerung der Unternehmensleistung beizutragen. 37 % berichten, das Diversity Management gelte als wichtiger Bestandteil des Zukunftsbildes der Organisation. Diese stark ausgeprägte strategische Gewichtung wirft jedoch auch Fragen auf, denn die Aufgabe des Diversity Managements hat in der Wahrnehmung der großen Mehrheit der Befragten innerhalb ihrer Organisation keine Priorität (42 %) oder eine nur immer wiederkehrende sporadische Relevanz (29 %) im Rhythmus von Kampagnen und Initiativen. Ist Diversity Management also mehr Schein als Sein?

Die Umfrageergebnisse machen die Diskrepanzen zwischen deklarierter Intention der Organisation und erlebter Realität der Mitarbeiter:innen, zwischen strategischem und operativem Stellenwert immer wieder deutlich: Für 45 % der Befragten bleibt Diversity Management die Aufgabe einiger weniger intrinsisch motivierter Kolleg:innen (davon sind 14 % an einige wenige delegiert und 31 % abhängig vom guten Willen der Führungskräfte). 47 % berichten zudem, dass DEI zwar im Leitbild steht, aber kaum gelebt (21%) oder nur auf einige wenige Gruppen fokussiert wird (26 %).

47 %

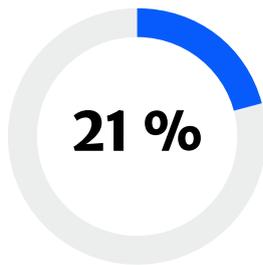
Diversity steht im Leitbild...

21 %

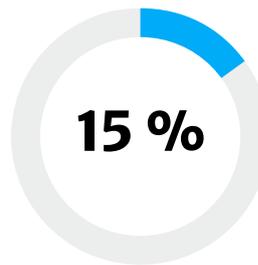
...wird aber kaum gelebt

Impact von Diversity Management

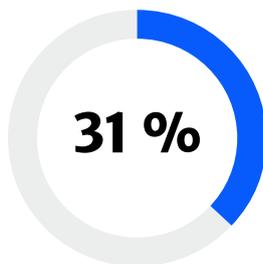
In Bezug auf die **strategische Positionierung** von Diversity Management und die **Wahrnehmung im Tagesgeschäft** – welche Aussage trifft am ehesten auf Ihr Unternehmen zu?



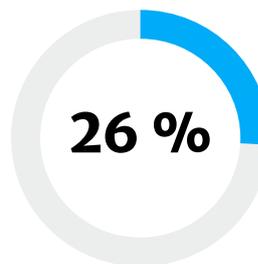
... steht zwar im Leitbild, wird aber kaum gelebt.



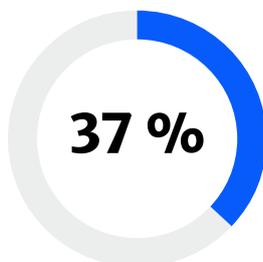
... prägt das Tagesgeschäft und ist für jeden spürbar.



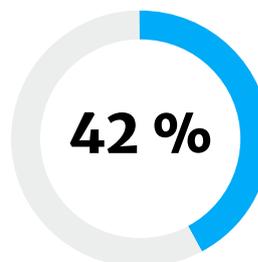
... ist ausgelegt, zur Steigerung der Unternehmensleistung beizutragen.



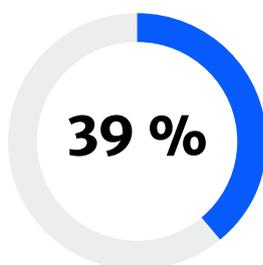
... fokussiert sich auf einige wenige Gruppen.



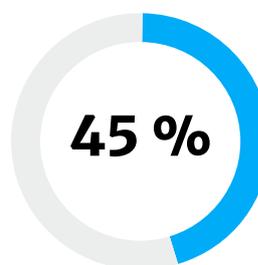
... ist wichtiger Bestandteil des Zukunftsbildes der Organisation.



... hat derzeit keine Priorität.



... gilt als Zukunftskompetenz und als Führungsaufgabe.



... wurde an einige wenige delegiert oder hängt vom guten Willen der Führungskräfte ab.

Mehrfachnennung möglich



„Mehr Schein als Sein?“

Die Art und Weise, wie eine Aufgabe oder Funktion (z. B. Diversity Management) in einer Organisation aufgesetzt und positioniert wird, definiert ihren Impact und damit Beitrag zum Unternehmenserfolg. Die Umfrageergebnisse legen hier im Bereich des Diversity Managements große Optimierungspotenziale offen.

Ohne klare Linie und eine Impact-orientierte Positionierung bleibt die strategische Ausrichtung von Diversity Management offensichtlich mehr Schein als Sein. Damit bleibt die unternehmerische Wirksamkeit ein lediglich ehrbarer Wunsch.



Umdenken ist gefragt: Diversity als Zukunfts- kompetenz

Unternehmen brauchen einen Shift von der reinen Mission hin zur fest verankerten Funktion von Diversity Management. Dieser Wandel gelingt jedoch nur unter gewissen Voraussetzungen.

Ein zu Diversity & Inclusion organisationsweites **Mindset** trägt zur Beweglichkeit und Zukunftsfähigkeit des Unternehmens bei, indem Potenziale aufgedeckt und erschlossen werden. Zum anderen braucht es eine starke Positionierung von Diversity Manager:innen, die mit ihrer **Expertise** den Kulturwandel flächendeckend in der Organisation vorantreiben. Als wichtigen unternehmerischen Hebel des Erfolgs ist das Thema Diversity damit sowohl **Führungsaufgabe** als auch **Zukunftskompetenz**.

„Nur, wenn der Prozess des Diversity Managements von ganz oben unterstützt wird und die kulturelle Diversität berücksichtigt, kann das Unternehmen mit Diversity erfolgreich sein.“

Stimme aus der
Befragung

„Diversity gilt als Zukunftskompetenz
und Führungsaufgabe“

39 %

der Befragten stimmen
diese Aussage zu.

Fazit & Ausblick: Die Rolle der Diversity Manager:innen

Diversity Manager:innen geben strategische Begleitung und Expertise. Sie entwickeln schrittweise und in Anpassungszyklen Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt. Schließlich ist Vielfalt ein dynamisches Konzept, das nicht statisch betrachtet werden kann.

Diversity Manager:innen nehmen eine wichtige Schlüsselrolle ein, indem sie das Thema Diversity in ihrer Funktion auf Augenhöhe mit der Geschäftsführung und den Fachbereichen treiben. Sie verändern damit das bestehende Narrativ dahingehend, dass Diversity Management als strategisch relevantes Thema verstanden wird. Eine Transformation hin zu mehr Vielfalt bringt umfassende und nachhaltige Veränderungen mit sich. Diese geschehen in kleinen Schritten durch kontinuierliches Lernen und Anpassen – auch und insbesondere in der Rolle des:der Diversity Manager:in.

Viele Unternehmen stehen noch am Anfang ihrer Diversity Journey. Vor ihnen liegen Jahre des Lernens: umlernen, verlernen, neu lernen – der Weg ist lang, aber lohnend. Wer es schafft, das Mindset in der eigenen Organisation nachhaltig zu verändern, Diversity in der eigenen Unternehmensstrategie zu verankern und ausgewählte DEI-Maßnahmen nicht nur für die Außenwirksamkeit umzusetzen, der:die schlägt den Weg zu einer diversen, und ebenso innovativen und erfolgreichen Zukunft ein.

Nur 2 %

der Befragten gaben an, ein voll ausgereiftes Diversity Management in ihrem Unternehmen zu besitzen. Die Mehrheit befindet sich noch inmitten ihrer **Diversity Journey.**



„Erfolgreiches Diversity Management ist eine Frage des Bewusstseins, das bei Mitarbeiter:innen auf allen Ebenen, auch bei Entscheider:innen und Führungskräften oftmals nicht gleichmäßig vorhanden ist. Diversity zu leben, einzufordern, zu üben und zu lernen braucht viel Bewusstsein, Geduld, Toleranz und sehr viel Offenheit. Alte Muster, bisherige Wertvorstellungen und überholte Rollenzuschreibungen müssen abgelegt und verlernt werden.“

Stimme aus der Befragung

**Auf geht's:
The Journey
is on!**



Zum Thema Diversity Management unterstützt Sie die Haufe Akademie

Unsere Arbeitswelt verändert sich. Neue Kompetenzen und Berufe sind gefragt. Bleiben Sie stehen oder erfinden Sie sich neu? Mit den Future Jobs Classes nehmen Sie die Zukunft in Ihre Hand. Durch die Classes qualifizieren Sie sich für die Jobrollen, die in Zukunft wichtig sind. Erweitern Sie Ihre fachlichen Kompetenzen, die zu Ihrem beruflichen Erfolg beitragen. Wenden Sie das neue Wissen aus den Classes direkt an und leisten Sie einen spürbaren Mehrwert für Ihr Unternehmen. Bilden Sie sich jetzt weiter – berufsbegleitend, flexibel und praxisorientiert.

Master Class Diversity & Inclusion Manager:in

34243

Unternehmenskultur strategisch divers aufstellen

Die Master Class qualifiziert Sie übergreifend für die Rolle als Diversity & Inclusion Manager:in in allen Branchen. In vier Abschnitten vermittelt die Class die Kernanforderungen, geht weit darüber hinaus und zeigt, wie Sie als Diversity & Inclusion Manager:in einen entscheidenden Beitrag in der Unternehmenskultur und -strategie erbringen. Zum Abschluss erhalten Sie nach einer digitalen Prüfung ein Zertifikat über Ihre Qualifizierung.

Format: Kombination von Live-Webinaren und Selbstlernphase

Vorteile:

- ✓ 4 Kurse zum Thema Diversity & Inclusion
- ✓ 80 Stunden Lernzeit
- ✓ 12 Monate Zugriff auf alle Lerninhalte
- ✓ Zugang zum Future Jobs Club
- ✓ Zugriff auf umfangreiche E-Learning-Bibliothek
- ✓ Praxis-Coaching mit den Referent:innen
- ✓ Teilnahmebestätigungen für alle Kurse
- ✓ Open Badge für die Master Class in Gold
- ✓ Abschließende E-Prüfung und Projektpräsentation
- ✓ Zertifikat zum:zur Geprüften Diversity & Inclusion Manager:in

Mehr erfahren



P Präsenz **O** Online **PO** Präsenz mit Online

Webinfo-Nr. **34243** einfach in der Suche eingeben 

Über die Haufe Akademie

Die Haufe Akademie ist die führende Anbieterin für Qualifizierung und Entwicklung von Menschen und Organisationen im deutschsprachigen Raum. Sie berät Unternehmen bei der Entwicklung ganzheitlicher, zukunftsorientierter Weiterbildungsstrategien, immer ausgerichtet an den strategischen Business-Zielen des Unternehmens. Im Bereich Digitales Lernen bietet die Haufe Akademie ein umfangreiches E-Learning-Portfolio und ist Spezialistin für Lernplattformen, deren individueller Entwicklung und Einführung im Unternehmen.

Kontakt

 +49 761 595339-00

 service@haufe-akademie.de

 haufe-akademie.de

HAUFE.
AKADEMIE