

## Diversity im Sonnenschutz

Beigesteuert von MoonLight

Tuesday, 6. January 2009

Letzte Aktualisierung Tuesday, 6. January 2009

Am 09.12.2008 fand in Frankfurt der Kongress &bdquo;Vielfalt als Chance&ldquo; von der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Integration und Flüchtlinge, Maria Böhmer, statt. Der Kongress gehört zu einer Kampagne für mehr Vielfalt in deutschen Unternehmen. Die Kampagne ist möglicherweise durch TV-Spots bekannt. In dem Kongress sollte gezeigt und diskutiert werden, wie Unternehmen Diversity umsetzen können und was sich daraus für sie für Möglichkeiten ergeben. Diversity meint Vielfalt v.a. hinsichtlich Ethnizität, Geschlecht, Religion und Alter. Diversity Management ist die unternehmerische Steuerung davon.

Um die Bedeutung des Kongresses zu unterstreichen traten prominente Gastredner wie Deutsche Bank-Chef Josef Ackermann und Hans-Gerd Pöttering, Präsident des europäischen Parlaments, auf. Weiterhin feierte die Charta der Vielfalt ihren 500. Beitritt. Mit der Charta können Unternehmen ihre Vielfalt nach außen demonstrieren.

In einem der Fachforen ging es darum was Diversity speziell im Mittelstand bzw. in KMU bedeutet und wie es dort umgesetzt werden kann. Dazu referierte die Personalleiterin eines westfälischen Sonnenschutz-Herstellers. Sie hatte direkt die Lacher auf ihrer Seite, indem sie damit begann, dass es ein sehr schwieriges Unterfangen sei, einen westfälischen Familienunternehmer mit dem Begriff Diversity Management zu locken. Damit ist auch gleich schon ein Fazit vorweggenommen: Es kommt nicht auf schöne und öffentlichkeitswirksame Begriffe an, sondern auf die Umsetzung. Besonders pointiert drückte das Otto Kentzler, Präsident des Zentralverbands des deutschen Handwerks, in einem der Eingangsvorträge des Kongresses aus: Für ihn gehe es nicht um Diversity Management oder interkulturelle Sensibilisierung, sondern einfach darum zusammen zu arbeiten und zusammen zu leben. Bei der konkreten Umsetzung stellte die Personalleiterin heraus, dass in ihrem Unternehmen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und Auslandsaustausch im Vordergrund stehen. Auslandsaustausch beinhaltet dabei neben Auslandsaufenthalten Sprachkurse und Kooperationen mit Hochschulen. Dadurch sehen sie sich für den internationalen Vertrieb gut gerüstet. Das Thema Alter steht für die Westfalen als nächstes auf der Agenda. Die Umsetzung dieser Themen geschah bereits durch ein Unternehmensleitbild und Unternehmensgrundsätze. Somit zeigte sich auch, dass die verschiedenen Themen von Diversity (s.o.) nicht immer gleich wichtig sind. Sie müssen auch den aktuellen Bedürfnissen des jeweiligen Unternehmens angepasst werden. Dementsprechend kritisierte die Personalleiterin, dass Diversity nicht auf Ethnizität bzw. die Beschäftigung mit Menschen mit Migrationshintergrund reduziert werden solle. Stattdessen sollten die anderen Aspekte nicht vernachlässigt werden. Wichtige Resultate für das mittelständische Unternehmen sind eine geringe Fluktuation, ein niedriger Krankenstand und lange Betriebszugehörigkeiten. Diese Ergebnisse sowie die damit verbundene Unternehmenskultur stand für das Unternehmen im Vordergrund, nicht aber einem neuen Trend zu folgen. Die darauf folgende Diskussion war ebenfalls provokant. Die Teilnehmer waren sich darin einig, dass Diversity wichtig ist und neue Möglichkeiten eröffnet. Auf anglierte Konzepte, in denen aber altes nur neu verpackt wird, wollten sich die anwesenden Mittelständler aber auch nicht einlassen. Insofern war die Frage, wie man mit Diversity den Mittelstand und somit ja auch den Sonnenschutz erreichen kann. Martin Klaffke, Professor für Betriebswirtschaftslehre, sah dies als eine Frage von Change und Urgency an. Das müsse praktisch aufgezeigt werden. Die Personalleiterin des westfälischen Sonnenschutzherstellers war der Ansicht, dass man die Inhalte an der spezifischen Tradition des jeweiligen Unternehmens und am Markt aufzeigen solle. Denn Mittelständler schätzen (ihre) Individualität und an diese könne man auf diesem Wege anknüpfen.