



Roland Berger-Studie zu Vielfalts- und Einbeziehungsmanagement ("Diversity & Inclusion"): Deutsche Firmen fördern selten ältere oder ausländische Mitarbeiter

*95 Prozent der Unternehmen nehmen Diversity & Inclusion (D&I) ernst und definieren konkrete Maßnahmen
In 76 Prozent der Firmen kümmern sich eigens dafür eingestellte Mitarbeiter um D&I-Projekte
Allerdings fokussieren 80 Prozent der Be*

(ddp direct) München, Juli 2012: Diversity & Inclusion ("D&I", Vielfalts- und Einbeziehungsmanagement) spielt in vielen deutschen Unternehmen mittlerweile eine wichtige Rolle. So haben rund 95 Prozent der Firmen gezielte Programme zur Förderung bestimmter Mitarbeitergruppen wie Frauen, älterer Mitarbeiter oder Kollegen mit ausländischer Herkunft. Denn so erhoffen sich Unternehmen wirtschaftliche Vorteile, wie etwa besseren Zugang zu neuen, lukrativen Märkten oder die Möglichkeit, Talente zu gewinnen. Trotzdem beschränken sich 80 Prozent der Firmen ausschließlich auf die Förderung von Frauen. Weitere wichtige Aspekte wie die Integration älterer Mitarbeiter kommen bei den meisten zu kurz. Außerdem messen nur 30 Prozent der Befragten die Umsetzung ihrer D&I-Maßnahmen und können daher nicht einschätzen, wie erfolgreich sie tatsächlich sind. Das ist das Ergebnis der neuen Studie "Diversity & Inclusion eine betriebswirtschaftliche Investition" von Roland Berger Strategy Consultants.

"Die Notwendigkeit von D&I-Programmen ist mittlerweile unbestritten und dies ist ein großer Fortschritt im Vergleich zum D&I-Management noch vor fünf Jahren", sagt Carolin Griese-Michels, Leiterin des Geschäftsbereichs Corporate Responsibility bei Roland Berger Strategy Consultants. "Aber die einzelnen Programme laufen ins Leere, wenn sie nicht auf die verschiedenen Ziele abgestimmt sind und systematisch gemessen werden. Nur so können Unternehmen einen klaren Wettbewerbsvorteil erzielen."

D&I lohnt sich

Die Investitionen in gezielte D&I-Maßnahmen lohnen sich: Laut Roland Berger-Experten liegt das jährliche Einsparpotenzial für die deutsche Wirtschaft bei rund 21 Milliarden Euro, wenn die Firmen Maßnahmen zur Unterstützung der Mitarbeitervielfalt systematisch vorantreiben. Denn gut ausgebildete Mitarbeiter werden so langfristig an das Unternehmen gebunden; dadurch sinken Mitarbeiterfluktuation und die damit verbundenen Kosten.

Die Beweggründe für ein systematisches D&I-Management sind meist wirtschaftlicher Natur. So versprechen sich 75 Prozent der Firmen durch D&I-Maßnahmen einen besseren Zugang zu neuen Märkten. "Mitarbeiter ausländischer Herkunft besitzen das marktspezifische Mentalitätsverständnis und die notwendigen Sprachkenntnisse, die unabdingbar sind, wenn Firmen neue Märkte für sich erschließen wollen", sagt Carolin Griese-Michels. Vor dem Hintergrund des steigenden Fachkräftemangels in Europa allen voran in Deutschland versuchen außerdem 65 Prozent der Befragten, mit D&I-Aktivitäten erfahrene Mitarbeiter mit ihrem wertvollen Wissen im Unternehmen zu halten und neue, qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen.

Wichtige Mitarbeitergruppen bleiben unbeachtet

Mittlerweile geben deutsche Unternehmen im Durchschnitt 2,3 Millionen Euro pro Jahr für D&I-Programme aus. In 76 Prozent der Firmen kümmern sich eigene D&I-Manager und -Teams um diese Programme. Doch obwohl Unternehmen verschiedene Mitarbeitergruppen entsprechend fördern wollen, unterstützen immer noch 80 Prozent der Firmen ausschließlich Frauen. "Diese einseitige Herangehensweise könnte langfristig den Unternehmenserfolg negativ beeinflussen. Vielmehr sollten Firmen auf eine nachhaltige D&I-Strategie setzen, in der alle relevanten Mitarbeitergruppen einbezogen werden", erklärt Griese-Michels.

Immerhin halten es 70 Prozent der Befragten für notwendig, ältere und ausländische Mitarbeiter zu fördern. 40 Prozent glauben, dass das Zusammenstellen gemischter Teams mit unterschiedlichen Kompetenzen ein wichtiger Bestandteil von D&I-Programmen ist. Allerdings ergreifen weniger als 20 Prozent der Unternehmen überhaupt Maßnahmen in diesen drei Bereichen.

Erfolg der D&I-Maßnahmen wird nicht gemessen

Die mangelnden Investitionen in wichtige Mitarbeitergruppen könnten daran liegen, dass die meisten Firmen die tatsächliche Umsetzung, Erfolg und Return on Investment dieser Programme gar nicht messen. "Das ist ein gewisser Widerspruch", sagt Carolin Griese-Michels. "Denn jedes Unternehmen misst den Erfolg oder den Misserfolg der eigenen Projekte. Warum sollte es bei D&I-Projekten anders laufen? Nur so könnten Firmen tatsächlich erfahren, ob ihre Bemühungen rentabel sind oder nicht."

Doch die Realität sieht anders aus: Nur 30 Prozent der Studienteilnehmer messen den Erfolg, die Durchführung oder Akzeptanz ihrer Maßnahmen, obwohl diese zeitaufwendig und kostspielig sind. Den Status ihrer Mitarbeiterförderung ob eine stärkere Förderung zu mehr internationalen oder weiblichen Führungskräften führt messen immerhin 55 Prozent der Befragten; mehr als ein Drittel konzentriert sich aber auch hier nur auf den Status quo in der Frauenförderung.

Die vollständige Studie können Sie kostenfrei downloaden unter: www.rolandberger.com/pressreleases

Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter unter: www.rolandberger.com/press-newsletter

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Claudia Russo
Roland Berger Strategy Consultants
Tel.: +49 89 9230-8190
E-Mail: claudia.russo@rolandberger.com
www.rolandberger.com

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/isl4h2>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/wirtschaft/roland-berger-studie-zu-vielfalts-und-einbeziehungsmanagement-diversity-inclusion-deutsche-firmen-foerdern-selten-aelt>

ere-oder-auslaendische-mitarbeiter-47384

Pressekontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

claudia.russo@rolandberger.com

Firmenkontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

rolandberger.com
claudia.russo@rolandberger.com

Roland Berger Strategy Consultants, 1967 gegründet, ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Mit rund 2.700 Mitarbeitern und 51 Büros in 36 Ländern ist das Unternehmen erfolgreich auf dem Weltmarkt aktiv. Die Strategieberatung ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 240 Partnern.