



Pressemitteilung

## Neue Studie zeigt: Das deutsche Diversitäts-Dilemma

Die Initiative BeyondGenderAgenda veröffentlicht den German Diversity Monitor 2021

**Düsseldorf, 14. September 2021 – Deutsche Unternehmen stecken in einem Diversitäts-Dilemma. Regenbogenmarketing und Lippenbekenntnisse reichen den Stakeholder:innen nicht mehr aus, der Veränderungsdruck steigt. Damit stehen viele Top-Manager:innen vor der Wahl zwischen einem herausfordernden, tiefgreifenden Wandel und dem Ignorieren des Potentials von Diversität als erfolgskritischem Wirtschaftsfaktor. Hintergründe und Auswege zeigt der heute veröffentlichte German Diversity Monitor 2021 der Diversitätsinitiative [BeyondGenderAgenda](#).**

Der German Diversity Monitor wird, unter der wissenschaftlichen Begleitung von Prof. Dr. Susanne Schmidt, vom Lehrstuhl für Internationales Management an der Otto-von-Guericke-Universität, in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal veröffentlicht. Während die Studie im Jahr 2020 zu der Erkenntnis „Diversität in deutschen Unternehmen ist mehr Lippenbekenntnis als Realität“ kam, hat sich die Lage in diesem Jahr zu einem Diversitäts-Dilemma zugespitzt. Durch den zunehmenden Veränderungsdruck von Stakeholder:innen, haben sich Unternehmen zu einem ausgeprägten Diversitäts-Aktionismus verleiten lassen. Das positive Engagement führt jedoch nicht zur gewünschten Verbesserung, vielmehr findet sich die deutsche Wirtschaft in einem Diversitäts-Stillstand wieder.

Viele Organisationen verharren in der Entscheidung zwischen einem tiefgreifenden Wandel oder der weitestgehenden Ignoranz von Diversität. „Unternehmen befinden sich aktuell in einem Diversitäts-Dilemma. Ist die notwendige Diversitäts-Transformation auf der einen Seite ein kostenintensiver und langwieriger Kraftakt für die gesamte Organisation, so hat die Entscheidung gegen diese unausweichlich zur Folge, dass Unternehmen sich im intensivierten Wettbewerb um Talente, Innovationen und die dringend erforderlichen Antworten auf die großen wirtschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit nicht werden behaupten können“, kommentiert Victoria Wagner, Gründerin und CEO von BeyondGenderAgenda, die Studienergebnisse.

### **Nur 26 % der Unternehmen machen Diversität zur Chef:innensache**

Woher kommt der Stillstand bei der Diversitätsentwicklung? Der Großteil der Unternehmen befindet sich in einer Spirale der Ignoranz: Nur 26 % der befragten Unternehmen siedeln die verantwortliche Person für Diversität im Vorstand bzw. der Geschäftsführung an und machen Vielfalt somit zur Chef:innensache. Liegt die Verantwortung für Diversität nicht im Top-Management, fehlen häufig auch die für die Transformation benötigten Ressourcen.

### **70 % der Unternehmen stellen kein Diversitätsbudget zur Verfügung – auch personelle Ressourcen sind zu knapp**

Der Großteil der befragten Unternehmen stellt überhaupt kein Diversitätsbudget zur Verfügung. Ist ein Budget vorhanden, geben 84 % der Unternehmen an, dieses für Recruitingmaßnahmen zu nutzen. Eine einseitige Verwendung finanzieller Ressourcen kann jedoch zur Vernachlässigung wesentlicher Erfolgsfaktoren von Vielfalt führen, wie z. B. die Förderung eines inklusiven Arbeitsumfelds. Dies zeigt sich auch am Mangel personeller Ressourcen: In der Mehrheit der befragten Konzerne gibt es keine personellen Ressourcen, um Diversität nachhaltig in der Unternehmensorganisation und -kultur zu



verankern. Wenn es Diversitätsverantwortliche im Unternehmen gibt, müssen sie diese Rolle und Aufgaben meist zusätzlich zu ihrer eigentlichen Tätigkeit erfüllen. Nur knapp 20 % der Unternehmen mit einer verantwortlichen Person für Diversität haben eine hundertprozentige Diversitätsstelle.

### **Nur 26 % der Unternehmen verfügen über Leistungskennzahlen zur Messung von Diversität**

Für den Erfolg des Diversitätsmanagements ist es, neben der richtigen Verankerung der Verantwortung und der Bereitstellung angemessener Ressourcen, ebenfalls von wesentlicher Bedeutung, dass frühzeitig ambitionierte Leistungskennzahlen definiert, Ziele gesetzt und eine entsprechende Erfolgsmessung etabliert werden. Mehr als drei Viertel (88 %) der befragten Unternehmen geben zwar aktuell an, dass Diversität einen Beitrag zur Erschließung neuer Zielgruppen leistet, nur weniger als ein Drittel halten jedoch die Auswirkungen von Diversität auch nach. Somit ist es den Unternehmen nicht möglich, den Beitrag von Diversität zum Erfolg zu erfassen und so ihr wahres Wirkpotential zu erkennen. Auf dieser Basis kann kein strategisches Diversitätsmanagement implementiert werden.

Fehlende nachhaltige Diversitätsstrategien in den meisten deutschen Unternehmen führen lediglich zu kurzfristigen Aktionen bei einzelnen Diversitätsdimensionen. Es fehlt i. d. R. nicht nur ein ganzheitlicher, alle Diversitätsdimensionen umfassender Ansatz, einzelne Diversitätsdimensionen werden sogar gegenüber anderen diskriminiert. Besonders auffällige Ergebnisse zeigt der German Diversity Monitor 2021 bei den folgenden Diversitätsdimensionen auf:

**Gender** – Die männliche Dominanz in den DAX-Vorständen trotz der gesetzlichen Mindestanforderung durch FÜPoG II. Es gilt maximal eine Frauenquote von 25 % zu erfüllen, eine paritätische Besetzung mit 50 % Frauen ist somit noch weit entfernt. Die Erweiterung des DAX 30 auf DAX 40 senkt die Frauenquote im deutschen Aktienleitindex aktuell sogar noch von 19 % auf knapp 17 %. Es bleibt bei einer weiblichen CEO – also nur 2,5 % weiblichen CEOs im DAX 40!

**LGBT+** – Es zeigt sich eine starke Diskrepanz zwischen kommunizierter Ambition und tatsächlicher Umsetzung. Unternehmen präsentieren sich umfassend in Regenbogenfarben und 40 % von ihnen bewerten die Relevanz der Dimension LGBT+ mit „hoch“. Dennoch bieten weniger als 20 % der befragten Unternehmen spezifische Maßnahmen zur Förderung in diesem Bereich an.

**Disability** – Die Abnahme der Relevanz der Diversitätsdimension Disability gleicht einer Talfahrt in die Bedeutungslosigkeit. Mehr als 30 % der befragten Unternehmen schreiben dieser Dimension eine geringe Relevanz zu. Das sind 20 % mehr als im Vorjahr!

„Das Missverhältnis zwischen der gesteigerten Außendarstellung von Diversität und den tatsächlich durchgeführten Maßnahmen ist erschreckend. Ich sehe hier die CEOs in der Verantwortung sich dem Thema anzunehmen und die Rolle des Chief-Diversity-Drivers persönlich einzunehmen. Für eine erfolgreiche Diversitäts-Transformation müssen budgetäre und personelle Ressourcen in kritischer Höhe bereitgestellt werden. Unternehmen sollten die gesetzlich vorgeschriebene Frauenquote in eine selbstverpflichtende Diversitätsquote wandeln, um Top-Führungspositionen tatsächlich mit Personen mit der besten Eignung, unabhängig von ihrer Prägung, besetzen zu können“, zeigt Victoria Wagner einen Ausweg aus dem Diversitäts-Dilemma auf.

Die vollständige Studie zum Download finden Sie hier: [GermanDiversityMonitor.com](https://www.germandiversitymonitor.com)

Alle Logos und Fotos stehen [HIER](#) zum Download zur Verfügung.



**Kontakt:**

**Beyond Gender Agenda GmbH**

Kaiserswerther Straße 282  
40474 Düsseldorf

Mobil: +49 175 5815 464

[Nadine.Schulz@BeyondGenderAgenda.com](mailto:Nadine.Schulz@BeyondGenderAgenda.com)

[www.BeyondGenderAgenda.com](http://www.BeyondGenderAgenda.com)

**Über BeyondGenderAgenda**

BeyondGenderAgenda hat sich zum Ziel gesetzt, durch integrale Verankerung von Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) in der DNA börsennotierter und mittelständischer Unternehmen die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft langfristig zu sichern und auszubauen. Basierend auf dem Zusammenhang zwischen DE&I und Business Performance soll die Chancengerechtigkeit von Führungskräften mit Behinderungen, jeden Geschlechts, jeglichen Alters, kultureller sowie sozialer Herkunft oder unterschiedlicher sexueller Orientierung sowie Geschlechtsidentität bei der Besetzung von Vorstandspositionen und Aufsichtsratsmandaten sichergestellt und so ein Kulturwandel unter Einbindung von Politik, Gesellschaft und Wirtschaft herbeigeführt werden.