

Pressemitteilung

BeyondGenderAgenda und Publicis Groupe Germany starten Diversitätskampagne #SuccessIsDiverse

Düsseldorf, 01. März 2022 – Ab dem heutigen „Zero Discrimination Day“ der Vereinten Nationen zeigt das Diversitätsnetzwerk BeyondGenderAgenda in Kooperation mit der Publicis Groupe Deutschland, wie vielfältig Erfolg ist. Unter dem Claim #SuccessIsDiverse erzählt die Kampagne die Erfolgsgeschichten bekannter Persönlichkeiten wie Janis McDavid, Riccardo Simonetti, Düzen Tekkal oder Miriam Wohlfarth. Ziel ist es, das Potenzial von Vielfalt aufzuzeigen und auf die Vorteile sowie die Notwendigkeit einer diversen Belegschaft für Unternehmen hinzuweisen.

„#SuccessIsDiverse“ lautet der Claim der heute in Kooperation mit der Publicis Groupe Germany gelaunchten Diversitätskampagne von BeyondGenderAgenda. Die Erkenntnis, dass Diversität ein Erfolgsfaktor ist, ist nicht neu: Zahlreiche Studien belegen, dass divers besetzte Teams und Unternehmen nachweislich innovativer und wirtschaftlich erfolgreicher sind. Doch es tut sich zu wenig und die Entwicklung ist zäh. Deutsche Unternehmen sind insbesondere in ihren Führungsgremien immer noch überwiegend homogen besetzt. Daher will BeyondGenderAgenda jetzt wachrütteln und das Potenzial von Einzigartigkeit und Diversität mit einer breit angelegten Kampagne aufzeigen. Christoph Pietsch, Chief Growth Officer bei Publicis und Beirat von BeyondGenderAgenda, erklärt die Idee zur Kampagne: „Auch aus der eigenen Weiterentwicklungsarbeit und durch die Beratung unserer Kund:innen wissen wir, dass Vielfalt im Unternehmen nichts mit Wohltätigkeit zu tun hat. Es ist sogar zwingend notwendig sich auf Wettbewerbsfähigkeit, Innovationen und damit auf den Unternehmenserfolg zu konzentrieren. Die gute Nachricht ist jetzt zur Idee unserer Kampagne geworden: Erfolg ist vielfältig.“

Mit ausdrucksstarken Portraitfotos und Headlines, die zum Nachdenken anregen, erzählen die Motive die inspirierenden Geschichten von acht Persönlichkeiten mit sehr unterschiedlichen Prägungen, Erfahrungen und Hintergründen. So einzigartig sie sind, vereint sie doch alle ihr Einsatz für Diversität und gegen die Diskriminierung und Ausgrenzung marginalisierter Gruppen. Dennis May, Chief Creative Officer von Publicis und einer der meistausgezeichneten Kreativen Deutschlands, zeichnet für die Kreation verantwortlich. Mit Texten wie „Schwarze Zahlen sind bunt“ oder „Wie barrierefrei sind Karriereleitern?“ betont er im Namen von BeyondGenderAgenda die Bedeutung von Diversität als wirtschaftlichen Erfolgsfaktor für Unternehmen. Auch wenn viele der Texte bewusst mehrschichtig sind, die Botschaft ist eindeutig: Erfolg ist vielfältig. Und ohne Vielfalt kein wirtschaftlicher Erfolg!

„Ich freue mich sehr, dass wir so inspirierende und diverse Role Models für unsere Kampagne gewinnen konnten. Die Vielfalt unserer Gesellschaft muss endlich als Vorteil wertgeschätzt und von den Unternehmen als wirtschaftlicher Erfolgsfaktor anerkannt werden. Wir stecken in Deutschland mitten im demografischen Wandel und der bereits existierende Fachkräftemangel wird sich zeitnah zu einem generellen Arbeitskräftemangel entwickeln. Unternehmen, die Diversität heute noch nicht als Chance begriffen haben, werden sie bald als existentielle Notwendigkeit erfahren müssen“, erläutert Victoria Wagner, Gründerin und CEO von BeyondGenderAgenda, die Hintergründe der Kampagne und ergänzt: „Neben dem Weckruf an die deutsche Wirtschaft, möchten wir durch die Erfolgsgeschichten unserer Role Models aber auch das Selbstverständnis ALLER Menschen in ihrer Einzigartigkeit stärken. Denn Anderssein ist keine Schwäche, sondern vielmehr eine Superkraft!“

Viele Aspekte wie Behinderungen, Alter, Geschlecht, kulturelle oder soziale Herkunft, sexuelle Orientierung oder Geschlechtsidentität, die vermeintlich von der Norm abweichen, werden Bewerbenden und Talenten oftmals zum Hindernis, wenn es um die Besetzung von Positionen geht. Sie verstellen den Blick auf die tatsächliche Eignung der Person. In der Zusammenarbeit zeigt sich aber häufig, dass Mitarbeitende mit diversen Erfahrungen und Prägungen besonders empathisch, flexibel, willensstark oder lösungsorientiert sind.

#SuccessIsDiverse wird von Anfang März bis Mitte April als breit angelegte Kampagne in Print-, Digital- und Out-of-Home-Medien sowie über die Social-Media-Kanäle von BeyondGenderAgenda und die Website [SuccessIsDiverse.com](https://www.SuccessIsDiverse.com) verbreitet.

BeyondGenderAgenda bedankt sich sehr herzlich für die Unterstützung bei:

- BurdaVerlag
- Handelsblatt Media Group
- Moritz von Lüpke
- Markenfilm Hamburg
- ProSiebenSat.1 Media SE
- RTL Deutschland
- Saatchi & Saatchi
- Saatchi & Saatchi Studio
- Wall GmbH

Alle Motive finden Sie hier zum Download: [Dropbox](#)

Den Imagefilm der Kampagne sowie alle Interviews mit den Protagonist:innen in voller Länge finden Sie hier: [YouTube](#)

Alle Mitwirkenden der Kampagne waren zum Zeitpunkt der Aufnahmen vollständig geimpft und/oder genesen und tagesaktuell negativ auf das COVID-19-Virus getestet.

Kontakt:

Beyond Gender Agenda GmbH

Kaiserswerther Straße 282
40474 Düsseldorf

Mobil: +49 175 5815 464

Nadine.Schulz@BeyondGenderAgenda.com

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.

Zitate der Protagonist:innen von #SuccessIsDiverse

Hakan Demir:

„Es ist kein Problem des Hintergrunds, sondern ein soziales Problem, wenn z. B. Jugendliche schlechtere Abschlüsse machen. Der Grund ist nicht die ethnische Herkunft, sondern die soziale Herkunft und die damit verbundene fehlende Unterstützung. Daran müssen wir arbeiten. Deshalb steht bei mir immer das Soziale im Vordergrund.“

Janis McDavid:

„Wir müssen verkrustete Strukturen aufbrechen, und auch mal fragen ‚Warum gibt es bis heute niemanden irgendwo sichtbar mit einer Behinderung in der Führungsebene eines DAX-Konzerns?‘.“

Riccardo Simonetti:

„Jeder von uns kommt im Leben an den Punkt, an dem man nicht mehr die Norm ist, an dem man nicht mehr die Mitte der Gesellschaft ist. Wenn man zum Beispiel älter wird, unsichtbarer wird und aus der Mitte der Gesellschaft verschwindet, dann ist man dankbar, wenn sich eine Gesellschaft entwickelt hat, die einen auffängt, in der man immer noch einen Platz hat, wo man immer noch als wertvoll angesehen wird. Um solch eine Gesellschaft zu erreichen, muss man aber jetzt handeln, damit sich jeder am Ende auch willkommen fühlt und seinen Platz am Tisch bekommt. Das haben wir verdient.“

Rupali Steinmeyer:

„In New York bist Du ein New Yorker. Keiner fragt Dich, woher Du kommst. Dort bist du ein Teil dieser Gesellschaft. In Deutschland ist das anders, hier brauchst Du ein paar Minuten, um Dich zu erklären.“

Düzen Tekkal:

„Vielfalt ist nicht nur ein Migrantenthema. Es geht um eine gemeinsame nationale Identität in diesem Land. Es geht darum, wer wir sein wollen und wer nicht. Es geht darum, was für ein Deutschland wir gemeinsam bauen wollen. Es geht um ein Deutschland der Vielen, es geht um den German Dream und ich habe diese Bildungsinitiative gegründet, weil ich tief davon überzeugt bin, dass dieses Land ein Land der Chancen und der Solidargemeinschaft ist, von denen ich auch mitprofitieren durfte.“

Simon Usifo:

„Zu glauben, nur weil ich etwas nicht erfahre, ist es nicht existent – das ist ein Trugschluss. Wir müssen auf die Menschen hören, die Diskriminierung erfahren. Einfach zuhören und dann versuchen, unsere eigenen Privilegien auch zu erkennen. Das betrifft uns alle.“

Miriam Wohlfarth:

„Diverse Teams bestehen für mich aus Menschen, die unterschiedliche Meinungen haben. Meinungen bilden sich häufig durch Erlebnisse, Umfeld und Herkunft. In Managementteams und Unternehmen gibt es nicht mehr die eine Person, die alles weiß - die Welt ist nicht mehr so einfach zu verstehen. Man muss sich reiben, aber in einer sicheren Umgebung. Jeder muss seine Meinung sagen dürfen, man muss sich auch streiten dürfen, um in der Sache anschließend einen guten Konsens zu finden. Es geht darum, dass jeder seine Meinung einbringt und nicht nur eine Person.“

Victoria Wagner:

„Die Kampagne richtet sich an Unternehmen und macht deutlich, dass sie Chancen verpassen, wenn sie Menschen, aufgrund ihrer Andersartigkeit ignorieren und Diversität nicht als Erfolgsfaktor erkennen. Denn schwarze Zahlen sind bunt! Darüber hinaus spricht sie auch jede Einzelne und jeden Einzelnen von uns an, die eigene Einzigartigkeit als Erfolgsfaktor zu begreifen. Denn Erfolg ist divers.“