

Charta Relaunch in Deutschland

Interview mit Aletta Gräfin von Hardenberg, Geschäftsführerin Charta-der-Vielfalt e.V. von Uwe Seebacher

Anlässlich der Übernahme der Geschäftsführung des Vereins Charta-der-Vielfalt e.V. durch Aletta Gräfin von Hardenberg lud der Verleger von DIVERSITAS Dr. Uwe Seebacher die neue Front-Frau der Charta zum Gespräch über den aktuellen Stand, Ideen, Pläne und Vorhaben.

Im März dieses Jahres haben Sie die Geschäftsführung des Charta der Vielfalt e.V. übernommen. Wo steht die Charta heute?

Aletta von Hardenberg: Mit großer Freude habe ich diese neue und, wie ich meine, überaus verantwortungsvolle Aufgabe gerne übernommen. Die Charta-der-Vielfalt ist als gemeinnütziger Verein konstituiert und steht unter der Schirmherrschaft der Bundeskanzlerin Angela Merkel. Die Gründung erfolgt vor rund einem Jahr als Public-Private-Partnership (PPP). Heute sind in dieser PPP nicht mehr nur 11 sondern 13 Konzerne plus die Staatsministerin Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Maria Böhmer aktiv involviert. Frau Staatsministerin Böhmer war von Beginn an eine der treibenden und wichtigsten Kräfte und die Charta wäre ohne ihre aktive und intensive Unterstützung im Rahmen der Kampagne ‚Vielfalt als Chance‘ heute nicht so weit. An dieser Stelle sei mir nochmals gestattet, meinen Dank an Frau Staatsministerin Böhmer zum Ausdruck bringen zu dürfen.

Denn es sind mittlerweile 5 Jahre vollster Unterstützung, da die Charta im Dezember dieses Jahres 5 Jahre alt wird. Somit gehört die deutsche Charta-der-Vielfalt gemeinsam mit der französischen Charta, die als einzige Initiative noch älter ist, zu den Vorreitern in Europa, wenn gleich es auch gravierende Unterschiede zwischen den verschiedenen Initiativen der einzelnen Länder gibt.

Könnten Sie auf diese Unterschieden bzw. auch die Ausrichtung der deutschen Charta- der-Vielfalt näher eingehen?

Aletta von Hardenberg: Bereits im Rahmen der Vorgespräche meiner Amtsübernahme machte ich deutlich, dass ich die Charta langfristig ganzheitlich ausrichten und positionieren würde. Denn nur auf diese Weise können wir alle mit der Charta der Vielfalt in Zusammenhang stehenden Inhalte, Aspekte und gesellschaftspolitischen Themen vollinhaltlich abdecken und auch er- und bearbeiten.

Ebenso wie die Zeitschrift für Frauenforschung (ZFFG) in Form der Diversitas inhaltlich - völlig richtig und zeitgemäß - erweitert bzw. neu und ganzheitlich ausgerichtet wurde, war und ist eben diese integrative Betrachtung aller zum Vielfaltsmanagement gehörenden Bereiche oberstes Gebot im Rahmen meiner Tätigkeit. Es war mir daher ein Anliegen, dies bereits von Beginn an klar zu stellen, da eine solche inhaltliche Ausrichtung wegweisend und ganz entscheidend für die nachhaltige Entwicklung der Charta sein wird.

Und dieser Linie sind wir seit der Neuaufstellung treu geblieben: die kompromisslose und konsequente Definition und Einhaltung eines ganzheitlichen Ansatzes. Die deutsche Charta der Vielfalt steht für einen ganzheitlichen Diversity-Ansatz - analog zum DIVERSITAS Magazin. Mit dieser umfassenden und ganzheitlichen Ausrichtung unterscheiden wir uns von der französischen Charta, die aktuell einen solchen integrativen und umfassenden Charakter nicht aufweist. Die blau-weiss-rote Agenda fokussiert tendenziell die Bereiche Gender – also die Geschlechterthematik – und Migration im Sinne der Zuwanderung.

Welches definieren Sie für die deutsche Charta als oberstes Ziel?

Aletta von Hardenberg: Die Charta ist eine für Deutschland und die gesamte gesellschaftspolitische Entwicklung wichtige Institution. Wir müssen und werden aktiv situative und kontingenzbezogene Themen und Herausforderungen im Bereich des Vielfaltsmanagements aufgreifen, evaluieren, interpretieren und eine operative Umsetzung und Berücksichtigung ermöglichen. Hierzu geht es um die Konzeption der erforderlichen Mechanismen, Methoden und Konzepte aber auch die strategisch-konzeptionell ideale Partnerselektion, um über diese eine effektive und effiziente Multiplikation der verschiedenen Inhalte gewährleisten zu können.

Ich sehe die deutsche Charta als „Agenda Setter“ für Deutschland. Das bedeutet, dass - wenn es um Diversity Management in Deutschland geht, bei uns bereits – symbolisch gesprochen – das Telefon klingeln muss. Wir setzen im Bereich des modernen und validen Vielfaltsmanagements nachhaltig die Standards, definieren Best Practice in Deutschland und wollen einfach gefragt und konsultiert werden. Wir werden dies nicht einfordern müssen, denn dieser Umstand wird die logische Konsequenz unserer Arbeit sein. Wir wollen als der Kompetensträger und Agenda Setter in der Diversity Szene akzeptiert und anerkannt werden.

Das ist ein ambitioniertes Ziel. Wie gehen Sie in diesem Zusammenhang allerdings mit dem Umstand um, dass immer wieder von „Lippenbekenntnissen“ im Themenbereich des Diversity Managements von Unterzeichnern aber auch allen anderen Unternehmen, Organisationen und Institutionen die Rede ist?

Aletta von Hardenberg: Nach dem Interesse und der Ansprache der Charta zu urteilen, sehen wir ein stark wachsendes und großes Interesse an diesem so wichtigen Thema – dies nicht nur im Bereich der Unternehmen und Organisationen, sondern gerade auch



im Bereich der Medien und der Öffentlichkeit. Ich denke, dass sich dieses enorm zunehmende Interesse auch anhand der Diskussionen, denen sich Unternehmen und deren Führungskräfte in der Öffentlichkeit stellen, deutlich wird und durch diese auch bestätigt und unterstrichen wird. Diversity Management ist eben auch ein Veränderungsprozess und muss sich als Ergebnis eines Change Managements in den Köpfen verankern und manifestieren.

Und der Vorwurf, dass noch zu wenige operative und konkrete Fallstudien und Erfahrungsberichte von Unternehmen existieren, lässt sich einfach anhand des Umstandes erklären, dass zwar vielerorts intensiv Projekte und Aktivitäten umgesetzt werden, diese aber eben auch Zeit benötigen, um Resultate zu generieren.

Und gerade auch im für Deutschland so wichtigen Mittelstand passieren enorm viele Dinge – allerdings werden diese nicht immer unter dem „Label“ Diversity Management geführt. Der Mittelstand macht seine Hausaufgaben wie immer auf höchstem Niveau, ist aber nicht damit beschäftigt, Dinge immer nach aktuellen Management-Trends zu benennen, sondern pragmatisch mit sich stellenden Herausforderungen umzugehen. Das gerade macht seit je her den deutschen Mittelstand so erfolgreich und auch im internationalen Vergleich ist die Sensitivität und das Wissen um Diversity im heimischen Mittelstand sehr ausgeprägt.

Es wird daher für die kommenden Jahre eine unserer Aufgaben sein, den Wissenstransfer im Mittelstand zu fördern und zu intensivieren, damit auf diese Weise ein gemeinsamer, effektiver Weiterentwicklungsprozess hinsichtlich erfolgreichem Vielfaltsmanagement sichergestellt werden kann.

Und ich bin auch der festen Überzeugung, dass die Aktivitäten im Mittelstand und jene Konzentration auf Inhalte und nicht auf „Labeling“ völlig legitim sind, denn das ist einmal mehr ein Zeichen der Authentizität der deutschen Wirtschaft – nämlich Dinge einfach zu machen ohne dabei auf das Etikett und die Benennung zu achten. Das unterscheidet die heimische Wirtschaft und im Besonderen auch unseren starken Mittelstand von vielen anderen Wirtschaftsräumen und Volkswirtschaften, denn es geht vorrangig um nachhaltiges, ehrliches und seriöses Erledigen der wirtschaftlichen Hausaufgaben. Es wird nicht leichtfertig auf vermeintliche, neue Managementtrends oder -begriffe gesetzt, sondern der Fokus – so gut es geht – auf Inhalte und Qualität gelegt.

Es muss nicht überall Diversity Management draufstehen – entscheidend ist, dass das Wissen um Vielfaltsmanagement in den Köpfen und Prozessen verankert ist. Diversity Management muss vom Management/ der Geschäftsführung gewollt und darf nicht „add on“ sein, sondern muss in allen Schritten einer unternehmerischen Wertschöpfungskette – angefangen vom Recruiting bis hin zu Performance Management und Evaluation operativ integriert sein. Und das genau wollen wir in den Best Practice Fallstudien auch darlegen und aufzeigen, wie nämlich dies in den verschiedenen Organisationen sowohl aus Prozess- bzw. Umsetzungssicht aber auch aus inhaltlicher Perspektive realisiert wurde.

Wie wollen Sie dieses wichtige aber komplexe Vorhaben, an dem bereits viele gescheitert sind, realisieren?

Aletta von Hardenberg: Die deutsche Charta – im Gegensatz zu den meisten anderen – kommt aus der Wirtschaft. Wir sind von Unternehmen für Unternehmen entstanden und nicht Berater-initiiert.

Mit unseren heute rund 1.200 Unterzeichnern und dahinter ca. 5,5 Mio Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern können wir mit Fug und Recht behaupten, aus der Wirtschaft zu kommen und für die Wirtschaft sprechen zu können. Wichtig ist mir auch die Tatsache, dass wir momentan auf 60 % kleine bis grosse Unternehmen und 40 % Organisationen, öffentliche Institutionen und Vereine als Unterzeichner der Charta verweisen können. Wir haben damit eine gesunde Mischung aus den verschiedenen Bereichen. Somit spiegelt sich Vielfalt auch bei unseren Unterzeichnern wider und beeinflusst auch unsere tägliche Arbeit. Wir arbeiten mit immer mehr Institutionen zusammen und intensivieren auch in Bezug auf Entwicklungen und Erkenntnisse, aber auch Zahlen, Daten und Fakten und Trends unsere Kooperation und Integration mit Wissenschaft und Forschung. Mit all diesen Partnern, deren Expertise und deren Netzwerken werden wir sehr rasch das Thema Diversity breit ausrollen und operationalisieren.

Wie sehen Ihre Konzepte und Pläne in Bezug auf diesen angesprochenen Roll-out konkret aus?

Aletta von Hardenberg: Wir sind uns unserer Aufgabe und der damit verbundenen Herausforderung bewusst. Unsere Schlagkraft hängt direkt auch mit der Wahl der richtigen Partner zusammen. Wir können nur alle auf breiter Front erreichen, wenn wir gute und starke Kooperationspartner einbeziehen können. Die sorgfältige Auswahl dieser Partner ist momentan ein wichtiger Teil unserer Arbeit. Wir erhalten enorm viele Anfragen, über die wir uns sehr freuen, aber die inhaltliche und strukturelle Validierung all dieser Anfragen bindet enorme Ressourcen innerhalb des Charta-Teams.

Wenn wir die ersten Kooperationspartner identifiziert haben, werden wir mit dem regionalen Roll-out starten. Momentan laufen viele verschiedene Gespräche und ich bin zuversichtlich, dass wir in naher Zukunft ein starkes Partnernetzwerk etabliert haben. Mit diesen regionalen Partnern werden wir dann vor Ort Best Practice Beispiele identifizieren und evaluieren, um auf die heterogenen, regionalen Anforderungen und Bedürfnisse explizit eingehen zu können. Auf Basis der bereits realisierten Aktivitäten und meine langjährigen Erfahrungen als Diversity Managerin bei der Deutschen Bank wissen wir einfach um die sehr unterschiedlichen lokalen und regionalen Anforderungen.

Können Sie die bereits realisierten Aktivitäten ein wenig ausführlicher beschreiben?

Aletta von Hardenberg: Ja, sehr gerne. Im Frühjahr dieses Jahres konnten wir unsere neue Geschäftsstelle in der Schumannstrasse 5 in 10117 Berlin beziehen. Bald darauf kamen dann auch zwei neue



wichtige Partner – nämlich die Commerzbank und SAP - zu den bereits 11 Gründungsmitgliedern und Frau Staatsministerin Böhmer hinzu und wir hoffen auf Weitere.

Wir konnten – und es war auch breit in den Medien – auch den Deutschen Fußballbund (DFB) als 1.000 Unterzeichner der Charta im Juni begrüßen. Mittlerweile sind wir bereits bei rund 1.200 Unterzeichnern und ich kann und möchte mich bei allen auf diesem Wege nochmals sehr herzlich für deren Unterstützung bedanken.

Dieser enorme Zuwachs spornt mich noch mehr an, da ich bei vielen Veranstaltungen Präsenz zeige, um die Menschen zu erreichen und für die Idee zu gewinnen. Wir haben auch die PR enorm ausgebaut und intensiviert und wir merken bereits, dass sich dies mehr als bezahlt macht. Die Zahl der Unterzeichner der Charta ist in diesem Jahr weiter stark gestiegen. Und wir sind noch lange nicht fertig in 2011, da wir anlässlich des fünfjährigen Jubiläums der Charta im Dezember weitere Aktionen geplant haben.

Im Mai 2011 gab es aufgrund der Aktualität des Themas eine eigene Beilage in der Financial Times Deutschland mit dem Titel „Diversity Management– Vielfalt als Chance“, die auch kurzfristig einen Schub in Bezug auf neue Unterzeichner lieferte. Wir begrüßen solche medialen Initiativen sehr, denn durch Information wird das Wissen um Diversity Management einfach verbreitert aber auch und vor allem manifestiert.

Am 15. November gab es dann die Verleihung des Deutschen Diversity Preises. Dieser wurde von den Firmen Henkel und McKinsey und der Wirtschaftswoche initiiert und durch die Charta-der-Vielfalt unterstützt. Der Preis "Diversity Persönlichkeit des Jahres" ging an die deutsche Bundeskanzlerin Angelika Merkel, ebenfalls ausgezeichnet wurden BASF, Ford, Google und andere. Im November waren wir auf dem Deutschen Arbeitbertag in Berlin mit dem Ziel, den Dialog über die Charta zu intensivieren und die Inhalte aber auch die Charta-der-Vielfalt der Arbeitgeberwelt in Deutschland präsentieren und vor allem positionieren zu können.

Sehr stark eingebunden sind wir auch Ende November beim High Level Event der EU-Plattform für die europäischen Charta Initiativen in Brüssel. Die deutsche Charta ist federführend bei verschiedenen Aspekten involviert, und ich freue mich bereits sehr auf diesen sicherlich interessanten und anregenden Gedankenaustausch mit meinen internationalen Kollegen. Im Gegensatz zur deutschen Charta sind fast alle anderen Initiativen nicht aus der Wirtschaft sondern aus anderen Bereichen bzw. Kompetenzträgern hervorgegangen, dies wirkt sich auch auf die Ausrichtung aus, da eben keine direkte Anbindung zur Wirtschaft, den Unternehmen und den sich daraus ergebenden Anforderungen besteht.

Und aufgrund unseres Ursprungs in der Wirtschaft wissen wir auch um die Bedeutung und Wichtigkeit von Best Practice Fallstudien, um die Operationalisierung und Umsetzbarkeit von Vielfaltsmanagement in der betrieblichen Praxis fördern und unterstützen zu können. Daher werden wir im Rahmen des neuen Internetauftritts

der Charta, der Mitte November online gegangen ist, einerseits das neue und ganzheitliche Gesicht bzw. die Ausrichtung der Charta darstellen und kommunizieren und eben auch solche Best Practice Beispiele vorstellen und beschreiben.

Somit kann man für das Jahr 2011 auf ein bereits umfassendes Spektrum an Erledigtem verweisen. Wie sehen die Planungen für 2012 aus?

Aletta von Hardenberg: Wir wollen unseren Pragmatismus erhalten und unsere klare Fokussierung auf Umsetzung und Multiplikation der relevanten Inhalte intensivieren. Daher ist es mein Ziel, jeden Monat ein Best Practice Beispiel eines ausgesuchten Unternehmens bzw. einer Organisation professionell aufzubereiten und zu dokumentieren. Wir werden alle Informationen, Zahlen, Daten und Fakten kurz und prägnant auf den Punkt bringen. Dies soll die Anwendbarkeit durch Unternehmen und deren Manager bzw. Führungskräfte erleichtern und fördern.

Die Fallstudien werden auch Bezug auf Zahlen und betriebswirtschaftliche Betrachtungen nehmen und auf diese Weise auch einen wertvollen Beitrag zur Diskussion um den Diversity Business Case – also die Wirtschaftlichkeitsbetrachtung von Vielfaltsmanagement-Initiativen – leisten.

Neben diesen programmatischen Schwerpunkten werden wir auch verstärkt in den Bereich der laufenden Berichterstattung und Information investieren. In diesem Zusammenhang werden wir auch mit entsprechenden Partnern kooperieren, ebenso wie im Bereich der Social Media, die ebenso auf der Agenda für das kommende Jahr stehen.

Sie hatten zuvor mehrmals einen regionalen Roll-out angesprochen. Wie sehen in diesem Bereich die Planungen aus?

Aletta von Hardenberg: Ja, der Roll-out ist ein Schwerpunkt für 2012. Konkret arbeiten wir gerade für die Region Ostwestfalen-Lippe mit einer Gruppe von Unternehmen eine Diversity Roadshow aus. Diese Unternehmen sind bereits seit Jahren im Bereich Vielfaltsmanagement mit der Initiative für Beschäftigung OWL e.V. aktiv. Es wird gemeinsam mit diesen Unternehmen vor Ort eine Konferenz geben. Wir sind diesbezüglich momentan gemeinsam in der Konzeptionsphase.

Gegen Ende des kommenden Jahres soll es eine Konferenz in Berlin mit einem etwas breiter gefassten Thema „Diversity Management und Innovation“ geben. Außerdem denken wir über eine Art Zertifizierung oder Assessment im Bereich Diversity Management nach. Wir führen dazu bereits verschiedene Gespräche mit potentiellen Partnern, aber es geht um keinen inhaltlichen Rundumschlag sondern um ein valides, pragmatisches Instrument mit wissenschaftlichem Backing. Dies bedeutet, dass ein solches Diversity Assessment mit einem überschaubaren Aufwand für Unternehmen zu durchlaufen sein muss. Es ist das Ziel, erste Assessments als Teil eines Pre-Testings im kommenden Jahr zu realisieren.

Das Verfahren ist zweistufig angedacht: Das Pre Self-Assessment (PSA) ist als Online Tool konzipiert, auf Basis dessen dann ein Real-Life Assessment (RLA) durch externe Kompetenzträger durchgeführt werden kann. Mit diesem geprüften Assessment soll sich dann ein Unternehmen oder eine Organisation auch positionieren können, sei es im Recruiting, Management Development, Employer Branding oder ähnlichem. Mit diesem RLA möchte ich Diversity Standards definieren, auch solche setzen, aber diese auch evaluieren und monitoren können.

Was werden Sie tun, um die Charta noch stärker als „Agenda Setter“ positionieren zu können?

Aletta von Hardenberg: Wir planen, diskutieren und evaluieren viele weitere Initiativen, Projekte und Themen in Bezug auf unsere Rolle als Agenda Setter, um unsere Positionierung zu stärken. Vieles hängt jedoch immer von externen Faktoren und auch vom Funding ab. Meine Devise lautet daher weniger ist mehr: Daher konzentriere ich mich mit meinem Team darauf, tendenziell eine geringere Anzahl an Vorhaben im Sinne von Projekten sauber zu konzipieren, diese stringent und effizient zu realisieren aber auch transparent zu evaluieren. Weniger ist einfach nachhaltiger und mehr!

Und wenn wir nun den Blick über die kommenden Jahr hinaus auf Ihre langfristige Vision für die deutsche Charta der Vielfalt werfen. Wie würden Sie diese aus heutiger Sicht beschreiben?

Aletta von Hardenberg: Wir sind eine bundesweite Initiative und unsere Aufgabe ist es bundeweit das Thema zu gestalten. Die Charta soll und wird als strategischer Partner national agieren und sich nicht allzu sehr in regional bereits ohnedies erfolgreich laufende Aktivitäten einmischen bzw. sich über Gebühr lokal einbringen. Dies erachte ich als hinderlich für den gesamten Prozess. Denn nur durch diese so wichtige Verselbstständigung in den Regionen erreichen wir die operativen Ebenen und alle Bereiche der Wirtschaft und der öffentlichen Ebenen. Eine zu starke Einbindung der Charta erachte ich daher nicht immer als förderlich.

Die Pilotierung des regionalen Roll-outs soll ein Impuls und Ansporn sein für weitere regionale Aktivitäten, die dann gerne auf Basis unseres Pilotmodels umgesetzt werden können. Wir ermutigen andere Interessierte, regionale Institutionen, Experten und Unternehmen vor Ort sich aktiv einzubinden und pro aktiv Konzepte zu definieren und zu realisieren. Die Charta steht jederzeit mit Inhalten, konzeptionellem Know-how als Agenda Setter und strategischer Partner zur Seite.

Allerdings ist natürlich eine solche Einbringung der Charta an entsprechende inhaltliche Konsistenz und Übereinstimmung mit dem Ansatz der Charta der Vielfalt in Bezug auf Ganzheitlichkeit aber auch einem entsprechenden Grad an Validität der Veranstaltungen, Konzepte und Aktivitäten gebunden.

Wir danken sehr herzlich für das Gespräch.

Karl-Friedrich Wessel, Thomas Diesner (Hrsg.)

Bildungsherausforderung Alter

Möglichkeiten und Ressourcen eines bildungsstrategischen Ansatzes

Karl-Friedrich Wessel & Thomas Diesner
HERAUSGEBER

Bildungsherausforderung Alter

Möglichkeiten und Ressourcen
eines bildungsstrategischen
Ansatzes

Nur
22,95
Euro

28

Berliner Studien zur
Wissenschaftsphilosophie
und Humanontogenetik

Kleine Verlag

Das Gesundheits- und Sozialwesen der europäischen Länder befindet sich in einem umfassenden Veränderungsprozess. Insbesondere mit einer zunehmend älteren Bevölkerung sind eine Vielzahl von Anforderungen an die gesundheitliche und soziale Versorgung verbunden. Ein Ausweg wird in einer differenzierten Bildungsstrategie gesehen. Das kann richtungweisend sein, beschränkt man sich nicht nur auf die Modernisierung der Ausbildung. Erst ein umfassender Ansatz und die Integration von Perspektiven ergeben ein Bild über den konkreten Bedarf, die Möglichkeiten und Ressourcen eines bildungsstrategischen Ansatzes. Dieser erlangt, sowohl politische und soziale als auch kulturspezifische Aspekte zu erfassen, da hier Grenzen und Möglichkeiten der Strategie zu finden sind. Vor diesem Hintergrund werden der bildungsstrategische Ansatz und seine europäische Umsetzung einer längst fälligen kritischen Reflexion und Bewertung unterzogen.

Umfang/Seiten : 120 Seiten - 20,5 × 14,7 cm
Einband: Softcover
Gewicht: 354g
Erscheinungsjahr: 2.2012
ISBN13: 978-3-937461-41-0

Reihenbandnummer

28

www.kleine-verlage.de

Kleine Verlag