



Ausmaß und Fortschritte von Initiativen zu Diversität und Inklusion variieren stark

Ergebnisse einer europäischen Studie zeigen, dass Führungskräfte den positiven Einfluss von Vielfalt und Inklusion auf den Unternehmenserfolg erkennen, aber noch große Unterschiede in der Umsetzung vorherrschen

MUNICH, Germany, 13. September, 2021 – Workday hat heute die Ergebnisse einer neuen Studie zu Diversität und Inklusion (D&I) vorgestellt. Die Erhebung wurde im Frühjahr 2021 von Sapio Research im Auftrag von Workday unter mehr als 2.200 Personalverantwortlichen und Führungskräften aus 14 europäischen Ländern durchgeführt, um Motivationen, Maßnahmen und Fortschritte im Bereich Zugehörigkeit und Diversität (B&D für Belonging & Diversity) zu verstehen.



Dabei unterscheidet sich das Investment und die Fortschritte der Initiativen bei den befragten Organisationen in Europa stark voneinander:

- Drei von vier der Befragten gaben an, dass ihre Führungsteams die Bedeutung von B&D als wichtig erachten: Den Höchstwert liefert Spanien mit 84%.

Deutschland und die Schweiz kommen auf 76% beziehungsweise 74%, Österreich auf 62%. Den geringsten Anteil an Befürwortern gibt es in Norwegen (46%).

- Drei von vier der Befragten gaben an, ein Budget zur Finanzierung von D&I-Initiativen zu haben. Mehr als 41% wollen dieses beibehalten, trotz der derzeitigen wirtschaftlichen Herausforderungen. Über ein Drittel plant sogar zu erhöhen. In Deutschland verfügen aktuell 74% und in der Schweiz 76% der Befragten über finanzielle Ressourcen für diese Initiativen. Außerdem sind in beiden Ländern Erhöhungen für das nächste Jahr geplant. Österreich zeigt den höchsten Wert bei Unternehmen ohne Budget (27%) und nur 18% der Befragten sehen Chancen für eine Aufstockung der Mittel.
- Fast alle Organisationen führen mindestens eine B&D-Initiative durch, doch mehr als ein Drittel verfügt dabei über keine Strategie. Ein Fünftel hat erste Schritte unternommen, eine solche zu entwickeln. In Deutschland haben 37% keinen strategischen Ansatz und 21% ändern das. In der Schweiz sind derzeit 40% ohne festes Konzept, während 23% künftig planvoller agieren möchten. Österreich ist das Land in Europa, wo die meisten der befragten Unternehmen über keine Strategie verfügen (57%) und nur 8% unternehmen Schritte, um dies zu ändern.

Zunehmend werden Maßnahmen auf der Grundlage von Daten getroffen

Datenauswertungen ermöglichen Vergleiche und Veränderungen, und machen die Erfolge erst sichtbar. Von allen Befragten vertrauen 75% den D&I-Daten ihrer Organisation, um auf dieser Grundlage Maßnahmen zu ergreifen. Dänemark und Spanien vertrauen ihren Daten am meisten (85% und 83%), die Schweiz und Deutschland liegen mit 77% knapp über beziehungsweise mit 70% unter dem europäischen Durchschnitt. Die Österreicher haben nur zu 55% Vertrauen in ihre Daten.

Deutliches Potenzial gibt es in allen untersuchten Ländern beim Messen der Auswirkungen von D&I-Initiativen auf den Geschäftserfolg: Diese Daten werden nur von 17% der Befragten erhoben. Auch hier weist Spanien (24%) den höchsten Wert auf, während Deutschland mit 15% im Mittelfeld liegt, belegen die Schweiz (9%) und Österreich (8%) die hinteren Plätze.

Die Umfrage ergab, dass von den befragten Unternehmen in Europa 92% Technologie zur Unterstützung von D&I-Initiativen bis zu einem gewissen Grad nutzen. Im Vergleich zu Europa wird nur zu 88% in Deutschland, 85% in der Schweiz und 83% in Österreich auf Technologie gesetzt.

Es braucht konkrete und nachhaltige Maßnahmen, um für Organisationen und ihre Mitarbeitenden Vorteile zu generieren. Dazu ist es ratsam, das Konzept konsequent in die Unternehmensstrategie einzubetten und Informationssysteme zu implementieren, die ein effektives Management ermöglichen. Ein faktengestützter Ansatz kann Organisationen helfen, von guten Absichten zu dauerhaften Veränderungen zu gelangen.

„Weitreichende gesellschaftliche Veränderungen haben dazu geführt, dass wir überdenken, wie wir miteinander arbeiten und umgehen wollen. Themen wie Employee Wellbeing, Diversität, Zugehörigkeit und Inklusion rücken damit automatisch in den Mittelpunkt“ erklärt Daniela Porr, EMEA HCM and D&I Specialist. „Anhand der Studie wollten wir mehr darüber erfahren, welche Fortschritte, aber auch Herausforderungen, Unternehmen bei der Umsetzung einer auf Diversität und Zugehörigkeit ausgerichteten Kultur sehen. Die Ergebnisse machen deutlich, dass es wichtig ist, sowohl das Management als auch die Mitarbeitenden bei der Umsetzung von D&I Initiativen zu

überzeugen, um einen nachhaltigen Wandel zu erreichen. Das kann nur gelingen, wenn Unternehmen D&I als zentralen Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie betrachten und in die Unternehmensführung einbetten. Um die entsprechenden Informationen zusammenzuführen und strategische Ansätze für Diversität und Inklusion zu entwickeln kann der Einsatz von innovativen Produkten und Lösungen die kulturelle Transformation beschleunigen.“

Der Report „The state of ED&I in Europe: from good intentions to lasting change“ kann [hier](#) heruntergeladen werden.

Zusätzliche Informationen

Die Studie wurde von [Sapio Research](#) in vierzehn Ländern unter mehr als 2.200 Personalverantwortlichen und Führungskräften mit Einfluss auf D&I durchgeführt. Dazu zählen Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Italien, Niederlande, Norwegen, Österreich, Spanien, Schweden und die Schweiz. Die Interviews wurden von Sapio Research im Februar und März 2021 per E-Mail-Einladung und Online-Umfrage durchgeführt.

Die Analyse wurde von der [EW Group](#) unterstützt. Die EW Group ist ein in London ansässiges Beratungsunternehmen mit über 28 Jahren Erfahrung in den Bereichen Gleichstellung, Vielfalt und Integration, das mit Unternehmen im Vereinigten Königreich, in Europa und in Übersee zusammenarbeitet.

Methodik

Die Ergebnisse jeder Stichprobe unterliegen einer Stichprobenvariation. Das Ausmaß der Abweichung ist messbar und wird durch die Anzahl der Befragungen und die Höhe der Prozentsätze, die die Ergebnisse ausdrücken, beeinflusst. In dieser speziellen Studie stehen die Chancen 95 zu 100, dass ein Umfrageergebnis nicht um mehr als 2,1 Prozentpunkte von dem Ergebnis abweicht, das sich ergeben würde, wenn alle Personen der Grundgesamtheit, die durch die Stichprobe repräsentiert wird, befragt worden wären.

Pressekontakte:

Nicole Melzer

Workday

nicole.melzer@workday.com

+49 (0)152 264 810 93

Yvonne Masopust / Tobias Petermichl

eloquenza pr GmbH

workday@eloquenza.de

+49 (0) 89 242038-0