

Vielfalt zeigen

Leitfaden für
Unterzeichner/-innen
der Charta der Vielfalt







Der Wegweiser **durch die Vielfalt.**

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

herzlichen Glückwunsch! Als Unterzeichner/-in der **Charta der Vielfalt** haben Sie sich einem der größten unternehmerischen Netzwerke Deutschlands angeschlossen. Mit Ihrer Unterschrift sind Sie die Verpflichtung eingegangen, Vielfalt zum festen Bestandteil Ihrer Unternehmenskultur zu machen – und wir werden Sie dabei unterstützen, diese Verpflichtung zu erfüllen.

Im Jahr 2006 von vier Konzernen initiiert, haben inzwischen mehr als 1.500 Unternehmen und Organisationen die **Charta der Vielfalt** unterzeichnet. Gemeinsam sind wir auf einer spannenden Reise: Wir möchten in den Köpfen etwas verändern, das Bewusstsein für Vielfalt schärfen und deren Bedeutung besser verstehen. Auf das, was wir schon erreicht haben, können wir stolz sein. Die Konferenz DIVERSITY hat in den Terminkalendern zahlreicher Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik einen festen Platz. Seit 2013 bietet die Charta der Vielfalt ihren Unterzeichnerinnen und Unterzeichnern mit dem Deutschen Diversity-Tag eine besondere Plattform, ihre Vielfalt zu zeigen. Die zahlreichen Beiträge in Presse, Rundfunk und Internet haben deutlich gezeigt: Ihre guten Ideen und kreativen Projekte sind Gesprächsthema.

Der vorliegende Leitfaden soll es Ihnen noch leichter machen, diese Erfolgsgeschichte fortzuschreiben. Zunächst möchten wir wichtige Fragen dazu beantworten, was es bedeutet, Teil dieses starken Netzwerkes zu sein. Danach stellen wir vor, was wir tun, um Sie zu unterstützen: Erfahren Sie, wie wir Sie mit unseren Newslettern und

auf der Internetseite zum Thema Diversity auf dem Laufenden halten oder wie Sie mit dem Charta-Logo für Unterzeichner/-innen ganz einfach verdeutlichen können, dass Sie für ein vielfältiges und vorurteilsfreies Arbeitsumfeld eintreten. Lesen Sie, wie Sie mit uns und anderen Unterzeichnerinnen und Unterzeichnern in Kontakt bleiben können – auf Konferenzen, über das Internet und in sozialen Netzwerken wie Facebook, Xing und Twitter.

Außerdem laden wir Sie dazu ein, sich von Best Practices anderer Unternehmen und Organisationen anregen zu lassen. Unsere Tipps für eine gelungene Medienarbeit sollen eine kleine Hilfe dafür sein, Ihre eigenen guten Beispiele für mehr Vielfalt in Deutschland zu präsentieren.

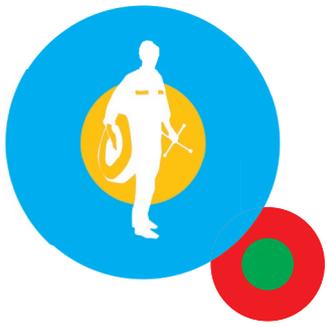
Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen – und dabei, Teil des Netzwerkes zu sein und eine Diversity-Kultur in Ihrem Unternehmen / Ihrer Organisation / Ihrer Institution zu etablieren!



Ihre Aletta Gräfin von Hardenberg

Inhaltsverzeichnis

	Die Charta im unternehmerischen Alltag	6
	Das ABC der Charta der Vielfalt	8
	Diversity Management – (K)ein Buch mit sieben Siegeln	11
	So bleiben Unterzeichner/-innen auf dem Laufenden	17
	Charta-Unterzeichner/-innen vernetzen sich – seien Sie dabei!	20
	Ohne große Worte: Die Markenzeichen der Charta der Vielfalt	23
	So funktioniert Medienarbeit	27
	Wussten Sie schon, dass ...	30



Die Charta im unternehmerischen Alltag

Mit Ihrer Unterschrift unter die Charta der Vielfalt haben Sie den Grundstein für einen echten Wandel in Ihrem Unternehmen oder Ihrer Organisation gelegt und sich zur Umsetzung der Charta der Vielfalt [selbst verpflichtet](#).

Wortlaut

Die Vielfalt der modernen Gesellschaft, beeinflusst durch die Globalisierung und den demografischen Wandel, prägt das Wirtschaftsleben in Deutschland. Wir können wirtschaftlich nur erfolgreich sein, wenn wir die vorhandene Vielfalt erkennen und nutzen. Das betrifft die Vielfalt in unserer Belegschaft und die vielfältigen Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden sowie unserer Geschäftspartner. Die Vielfalt der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen Fähigkeiten und Talenten eröffnet Chancen für innovative und kreative Lösungen.

Die Umsetzung der Charta der Vielfalt in unserer Organisation hat zum Ziel, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Die Anerkennung und Förderung dieser vielfältigen Potenziale schafft wirtschaftliche Vorteile für unsere Organisation.

Wir schaffen ein Klima der Akzeptanz und des gegenseitigen Vertrauens. Dieses hat positive Auswirkungen auf unser Ansehen bei Geschäftspartnern, Verbraucherinnen und Verbrauchern sowohl in Deutschland als auch in anderen Ländern der Welt.

Selbstverpflichtung – was bedeutet das?

→ [Lesen Sie mehr dazu](#): Seite 10.

charta der vielfalt

Diversity als Chance – Die Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland

Die Vielfalt der modernen Gesellschaft, beeinflusst durch die Globalisierung und den demografischen Wandel, prägt das Wirtschaftsleben in Deutschland. Wir können wirtschaftlich nur erfolgreich sein, wenn wir die vorhandene Vielfalt erkennen und nutzen. Das betrifft die Vielfalt in unserer Belegschaft und die vielfältigen Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden sowie unserer Geschäftspartner. Die Vielfalt der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen Fähigkeiten und Talenten eröffnet Chancen für innovative und kreative Lösungen.

Die Umsetzung der „Charta der Vielfalt“ in unserer Organisation hat zum Ziel, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Die Anerkennung und Förderung dieser vielfältigen Potenziale schafft wirtschaftliche Vorteile für unsere Organisation.

Wir schaffen ein Klima der Akzeptanz und des gegenseitigen Vertrauens. Dieses hat positive Auswirkungen auf unser Ansehen bei Geschäftspartnern, Verbraucherinnen und Verbrauchern sowohl in Deutschland als auch in anderen Ländern der Welt.

Im Rahmen dieser Charta werden wir

1. eine Organisationskultur pflegen, die von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung jeder und jedes Einzelnen geprägt ist. Wir schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Vorgesetzte wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diese Werte erkennen, teilen und leben. Dabei kommt den Führungskräften bzw. Vorgesetzten eine besondere Verpflichtung zu.
2. unsere Personalprozesse überprüfen und sicherstellen, dass diese den vielfältigen Fähigkeiten und Talenten aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserem Leistungsanspruch gerecht werden.
3. die Vielfalt der Gesellschaft innerhalb und außerhalb der Organisation anerkennen, die darin liegenden Potenziale wertschätzen und für das Unternehmen oder die Institution gewinnbringend einsetzen.
4. die Umsetzung der Charta zum Thema des internen und externen Dialogs machen.
5. über unsere Aktivitäten und den Fortschritt bei der Förderung der Vielfalt und Wertschätzung jährlich öffentlich Auskunft geben.
6. unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Diversity informieren und sie bei der Umsetzung der Charta einbeziehen.

Wir sind überzeugt: Gelebte Vielfalt und Wertschätzung dieser Vielfalt hat eine positive Auswirkung auf die Gesellschaft in Deutschland.

Wir sind überzeugt:
Gelebte Vielfalt und Wertschätzung dieser Vielfalt hat eine positive Auswirkung auf die Gesellschaft in Deutschland.

Im Rahmen dieser Charta werden wir:

1. eine Organisationskultur pflegen, die von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung jeder und jedes Einzelnen geprägt ist. Wir schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Vorgesetzte wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diese Werte erkennen, teilen und leben. Dabei kommt den Führungskräften beziehungsweise Vorgesetzten eine besondere Verpflichtung zu.
2. unsere Personalprozesse überprüfen und sicherstellen, dass diese den vielfältigen Fähigkeiten und Talenten aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserem Leistungsanspruch gerecht werden.
3. die Vielfalt der Gesellschaft innerhalb und außerhalb der Organisation anerkennen, die darin liegenden Potenziale wertschätzen und für das Unternehmen oder die Institution gewinnbringend einsetzen.
4. die Umsetzung der Charta zum Thema des internen und externen Dialogs machen.
5. über unsere Aktivitäten und den Fortschritt bei der Förderung der Vielfalt und Wertschätzung jährlich öffentlich Auskunft geben.
6. unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Diversity informieren und sie bei der Umsetzung der Charta einbeziehen.

Leitideen: Vielfalt soll als Teil der Unternehmensstrategie in Kultur und Prozessen enthalten sein.

→ Weitere Informationen: Seite 10.

Zielgruppen: Erfolgreiches Diversity Management setzt voraus, dass vom Management bis zur Belegschaft jeder diese Kultur lebt.

→ Lesen Sie dazu auch die Unternehmensbeispiele ab Seite 12.

Strukturen: Viele Prozesse führen unbewusst und ungewollt zu homogenen Belegschaften. Diversity Management bedeutet auch, diese Strukturen und Prozesse zu überprüfen.

→ Weitere Informationen: Seite 11.

Unternehmerisches Handeln: Diversity ist ein Querschnittsthema, das sich auf alle Bereiche der Organisation bezieht. Es wirkt sowohl nach innen (Leitlinien, Belegschaft) als auch nach außen (Auftreten am Markt, Kundengruppen, Produkte).

→ Lesen Sie dazu die Unternehmensbeispiele ab Seite 12.

Kommunikation: Um alle relevanten Zielgruppen ins Boot zu holen, ist es wichtig, sie auf allen Kanälen der internen und externen Kommunikation zu informieren.

→ Weitere Informationen ab Seite 23.

Ergebnisse: Wir möchten wissen, wie Sie auf dem Weg zu mehr Vielfalt vorankommen.

→ Was damit gemeint ist, lesen Sie auf Seite 9.



Das ABC der Charta der Vielfalt

Mit der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt sind Sie eine Selbstverpflichtung eingegangen, und der Charta der Vielfalt e.V. unterstützt Sie bei der Umsetzung dieser Verpflichtung. Welche Vorteile bringt die Unterzeichnung? Wie unterstützt der Charta der Vielfalt e.V. seine Unterzeichner/-innen? Und wie komme ich mit anderen Unternehmen und Organisationen ins Gespräch? Finden Sie hier alle wichtigen Antworten im Überblick.

Anfang

In drei Schritten werden Sie Unterzeichner/-in der Charta der Vielfalt. Erstens: Fordern Sie auf der Internetseite des Charta der Vielfalt e.V. oder in der Geschäftsstelle das Unterzeichnerpaket an. Zweitens: Unterzeichnen Sie Urkunde und Einverständniserklärung und schicken Sie beides an uns zurück. Drittens: Lehnen Sie sich zurück – Sie bekommen automatisch die Urkunde zugeschickt. Unterzeichner/-innen können auch selbst eine feierliche Übergabe organisieren und die Presse dazu einladen.

Beitrag

Es bringt Ihnen viele Vorteile, die Charta der Vielfalt zu unterzeichnen – ein turnusmäßiger Beitrag wird dafür derzeit noch nicht fällig.

Charta der Vielfalt e.V.

Der Charta der Vielfalt e.V. ist für die inhaltliche Umsetzung der Charta der Vielfalt verantwortlich und versteht sich als Agenda-Setter für Diversity Management. Der Vorstand bestimmt die strategischen Leitlinien der Aktivitäten. 19 Konzerne sind Mitglied im Verein und finanzieren die Initiative. Die Geschäftsstelle in Berlin plant und führt alle Aktivitäten und Projekte der Initiative aus.

Deutscher Diversity-Tag

Der Deutsche Diversity-Tag gibt den Unterzeichnerinnen und Unterzeichnern eine Plattform, ihrem Umfeld mit einer Reihe von Veranstaltungen zu präsentieren, was Vielfalt für sie bedeutet. Der Verein unterstützt die Mitwirkenden bei der Ideenfindung und beim Marketing.

EU-Charta

Die deutsche Charta der Vielfalt steht nicht allein. In bislang elf EU-Ländern gibt es ähnliche Selbstverpflichtungen für Unternehmen und Organisationen. Regelmäßig treffen sich ihre Vertreter/-innen, um Erfahrungen auszutauschen.

Facebook

Klicken Sie doch mal auf unser Facebook-Profil unter www.facebook.com/chartadervielfalt. Hier erhalten Sie alle wichtigen Informationen aus dem Verein und lesen, was andere Unterzeichner/-innen bewegt.

Geschäftsstelle

Die Geschäftsstelle des Charta der Vielfalt e.V. ist montags bis freitags von 9 bis 17 Uhr gern für Sie da. Sie erreichen uns persönlich: Albrechtstraße 22, 10117 Berlin, telefonisch: 030 / 84 71 20 84, per E-Mail: info@charta-der-vielfalt.de.

Hilfreich: Netzwerken

Unterzeichner/-innen der Charta der Vielfalt machen sich zu Mitgliedern des größten Diversity-Unternehmensnetzwerks in Deutschland. Die ersten Schritte in Richtung Diversity Management sind eine Herausforderung. Wie lässt sich die Belegschaft überzeugen? Wie bleibt Vielfalt neben all den wichtigen tagesaktuellen Themen dauerhaft auf der Agenda? In diesen Fragen kann Ihnen niemand besser weiterhelfen als Unternehmen und Organisationen,



die ihre ersten Schritte schon gegangen sind. Scheuen Sie sich nicht, Kontakt zu ihnen aufzunehmen – und profitieren Sie von all den Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern, die Sie in der Unterzeichnerdatenbank auf www.charta-der-vielfalt.de/unterzeichner finden.

Internetseite

Besuchen Sie unsere Internetseite unter www.charta-der-vielfalt.de

Jährlich öffentlich Auskunft geben

Unterzeichner/-innen der Charta der Vielfalt verpflichten sich, jährlich über den Fortschritt ihrer Diversity-Maßnahmen zu berichten. Dafür gibt es aber kein vorgegebenes Format. Nehmen Sie Ihre Aktivitäten beispielsweise in den Personal-, Geschäfts- oder CSR-Bericht auf. Machen Sie Diversity Management zum Thema in Ihrem Newsletter, geben Sie eine Pressemitteilung heraus, veröffentlichen Sie konkrete Beispiele oder zeigen Sie auf internen und/oder externen Veranstaltungen, wie vielfältig Ihr Unternehmen schon ist. Damit berichten Sie nicht nur uns, sondern auch der interessierten Öffentlichkeit, welche Maßnahmen Sie umsetzen.

Konferenz

Der Verein unterstützt die Unterzeichner/-innen dabei, stets auf dem neuesten Stand zum Thema Diversity zu bleiben. Deshalb organisiert er zusammen mit dem Tagesspiegel Berlin jedes Jahr die Konferenz DIVERSITY. Dort tauschen sich internationale Expertinnen und Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik über Konzepte und praktische Erfahrungen zum Diversity Management aus. Die Teilnahme ist kostenpflichtig.

Logo

Damit Sie auf den ersten Blick zeigen können, dass Sie zum größten

Diversity-Unternehmensnetzwerk Deutschlands gehören, haben wir ein Logo für Sie und alle anderen Unterzeichner/-innen erstellt. Wie Sie es am besten für Ihren Erfolg einsetzen, erfahren Sie ab Seite 23.

Mitglieder

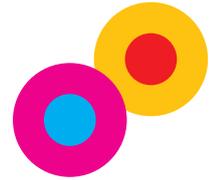
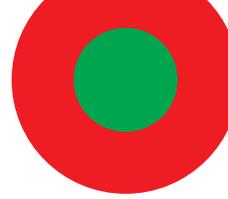
Der Charta der Vielfalt e.V. unterscheidet zwischen Unterzeichnerinnen und Unterzeichnern sowie Vereinsmitgliedern. Die 19 Mitglieder übernehmen sowohl finanziell als auch inhaltlich Verantwortung für die Initiative. Sie möchten auch Mitglied werden? Über einen Beitritt sprechen wir gern persönlich mit Ihnen. Bitte kontaktieren Sie dazu die Geschäftsstelle.

Newsletter

Unterzeichner/-innen bekommen automatisch quartalsweise unseren digitalen Newsletter zugesandt. Er enthält die wichtigsten Neuigkeiten aus dem Verein, gute Praxisbeispiele und Ergebnisse aus der Diversity-Forschung.

Organisationen

Gestartet ist die Charta der Vielfalt als Unternehmensinitiative. Mittlerweile sind aber schon gut ein Drittel der Charta-Unterzeichner/-innen Bundesländer, Kommunen, Behörden, Vereine, Verbände oder NGOs. Das hat gute Gründe: Viele dieser Organisationen haben vielfältige Mitglieder und Beschäftigte oder in ihrer täglichen Arbeit besonders viel mit den Herausforderungen und Chancen von Vielfalt in Wirtschaft und Gesellschaft zu tun. Deshalb sind sie vor Ort besonders aktiv in Sachen Diversity – und treiben unser aller Anliegen damit voran. Wir sind sehr stolz darauf, dass sich uns so viele Organisationen und Institutionen angeschlossen haben!



Publikationen

Der Charta der Vielfalt e.V. gibt eine Reihe von Publikationen heraus, um die Unterzeichner/-innen in der täglichen Diversity-Arbeit zu unterstützen. Dazu gehören nicht nur dieser Leitfaden und der bereits erwähnte Newsletter, sondern auch Informationsbroschüren sowie ein regelmäßiges Dossier zu Fragen rund um das Thema Diversity Management. Zuletzt erschienen ist das Dossier „Jung – Alt – Bunt. Diversity und der demografische Wandel“, welches Sie auf unserer Internetseite herunterladen können.

Rückmeldung

Alle Unterzeichner/-innen nehmen wir in unsere Datenbank auf, damit sie sich mit anderen Diversity-Interessierten vernetzen können. Bitte vergessen Sie daher nicht, uns darüber zu informieren, wenn sich bei Ihnen Ansprechpartner/-innen oder andere Daten ändern.

Selbstverpflichtung

Für die Charta der Vielfalt gibt es keine rechtliche Grundlage. Ihre Unterzeichnung ist eine freiwillige Selbstverpflichtung. Diversity Management geht mit einem Wertewandel einher. Unsere Überzeugung ist: Ein Wertewandel lässt sich nicht verordnen oder regulieren. Deshalb setzen wir auf Ihre Selbstverpflichtung – und damit auf Sie. Die Charta der Vielfalt ist kein reines Marketinginstrument. Sie soll mit Inhalten gefüllt werden. Dabei lassen wir Ihnen viel Spielraum. Schließlich wissen Sie selbst am besten, was Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation braucht und umsetzen kann. Wir bestehen aber darauf, dass uns unsere Unterzeichner/-innen über den Fortschritt auf dem Laufenden halten.

Zum Thema machen

Punkt 4 auf der Charta der Vielfalt verpflichtet dazu, die Charta zum Thema des internen und externen Dialogs zu machen. Was bedeutet das? Ganz einfach: Bleiben Sie mit Ihren Mitarbeiterinnen

und Mitarbeitern über interne Informationskanäle (Newsletter, Intranet etc.) im Gespräch oder bieten Sie ihnen Arbeitsgruppen und runde Tische an, in denen sie ihre Vorstellungen von Vielfalt diskutieren und einbringen können. Binden Sie das Thema in das Leitbild Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation ein und machen Sie das Leitbild öffentlich. Kommunizieren Sie nach außen auf Veranstaltungen wie einem Tag der offenen Tür oder im Gespräch mit der Presse, was Vielfalt für Sie bedeutet, weshalb Sie dafür einstehen und warum letztlich die gesamte Gesellschaft davon profitiert.

Unternehmensstrategie

Diversity Management ist kein Maßnahmenpaket, das es abzuarbeiten gilt. Vielmehr handelt es sich um ein Vorhaben, das die Unternehmenskultur verändern soll. Gleichzeitig geht es darum, einen Wandel im Verhalten und in den Werten der Beschäftigten anzuregen und Vorurteile abzubauen. Diversity Management ist deshalb nicht nur ein Thema für die Personalabteilung, sondern muss Teil der gesamten Unternehmensstrategie sein. Zur wirtschaftlichen Erfolgsplanung gehört es auch festzuhalten, wie weitere Vielfalt mehr Zielgruppen oder neue Märkte erschließen kann.

Vielfalt

Der Charta der Vielfalt e.V. steht für einen ganzheitlichen Ansatz des Themas Vielfalt: Uns geht es darum, ein wertschätzendes und vorurteilsfreies Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Talente zählen – und deshalb Dimensionen wie Geschlecht, Alter, Religion und Weltanschauung, ethnische und kulturelle Zugehörigkeit, sexuelle Orientierung und Identität sowie Behinderungen positiv für den Alltag genutzt werden können. Es geht nicht darum, nach Defiziten zu suchen, sondern Gemeinsamkeiten und Talente zu nutzen.

Workshops

Damit unsere Unterzeichner/-innen auf dem Laufenden bleiben und sich vernetzen können, veranstaltet der Charta der Vielfalt e.V. regelmäßig landesweit Workshops. Bitte entnehmen Sie Termine und Informationen dem Newsletter, unserer Internetseite oder unserem Facebook-Auftritt.





Diversity Management – (K)ein Buch mit sieben Siegeln

Vielfalt ist nicht nur eine gesellschaftspolitische Verpflichtung, sondern auch eine wirtschaftliche Notwendigkeit. Unternehmen und Institutionen müssen auf zwei große Trends reagieren, die Deutschland und Europa in den kommenden Jahrzehnten prägen werden:

- **Sinkendes Fachkräfteangebot** aufgrund des demografischen Wandels: Der Anteil der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter wird bis 2025 um 6,5 Millionen auf 38,1 Millionen sinken.¹ Obwohl seit der deutschen Wiedervereinigung noch nie so viele Menschen erwerbstätig waren wie Ende 2012, blieben mehr als eine Million Stellen unbesetzt.²
- **Steigender Fachkräftebedarf** einer sich wandelnden Wirtschaft: Eine auf Hochtechnologie basierende, globalisierte Wirtschaft muss weltweit hoch spezialisierte Güter und Dienstleistungen anbieten. Nur ein gut ausgebildetes und kulturell vielseitiges Fachpersonal kann diese Angebote entwickeln, umsetzen und vermarkten.

Unternehmen und Institutionen stehen somit vor der Herausforderung, sich künftig nicht nur im Wettbewerb um Kundinnen und Kunden, sondern auch im Wettbewerb um Fachkräfte behaupten zu müssen. Durch traditionelle Prozesse und Mechanismen der Personalsuche und -entwicklung werden Menschen aufgrund bestimmter Persönlichkeitsmerkmale häufig unbewusst ausgeschlossen. Zu diesen Merkmalen gehören Geschlecht, Nationalität, ethnische Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter sowie sexuelle Orientierung und Identität.

Diversity Management beginnt mit der Erkenntnis, dass Vielfalt ein Gewinn sein kann. Dieser liegt nicht nur in der Zahl zusätzlicher

Fachkräfte, sondern auch in dem individuellen Potenzial der unterschiedlichen Arbeitnehmer/-innen. Gemischte Teams können besser als homogene Belegschaften auf vielfältige Kundenkreise eingehen und globalisierte Märkte erfolgreicher bedienen. Wenn Unternehmen im nächsten Schritt die traditionellen Prozesse und Mechanismen analysieren und anpassen, ist der Weg frei für einen Wandel, der in der Unternehmenskultur beginnt und im Verhalten der Beschäftigten endet. Die Geschäftsleitung muss die Initiative befürworten und unterstützen. Nur so kann eine erfolgreiche Implementierung von Diversity Management im Unternehmen gewährleistet werden.

Diversity Management ist keine Theorie, die festlegt, wie vielfältige Unternehmen auszusehen haben, oder was sie tun müssen. Es ist ein Managementkonzept, das alle Strategien, Maßnahmen und Instrumente zusammenfasst, die den Wandel steuerbar machen. Mit ihnen lassen sich für jedes Unternehmen und jede Organisation individuell:

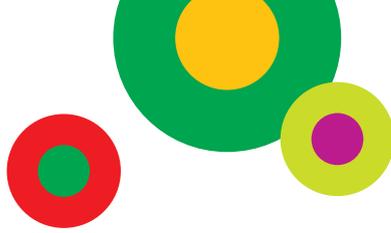
- konkrete Ziele bestimmen,
- Rekrutierungs- und Arbeitsprozesse auf unbewusste Diskriminierung analysieren,
- Maßnahmen strategisch planen,
- diese Maßnahmen kontrolliert umsetzen.

Diversity Management – Wie gehen Unternehmen und Organisationen dabei vor?

Die Unterzeichner/-innen der Charta der Vielfalt haben im Rahmen eines nachhaltigen Diversity Managements bereits vielfältige Konzepte und Maßnahmen entlang aller Diversity-Dimensionen umgesetzt. Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen einige Ansätze vor.

1 Vgl. Bundesagentur für Arbeit (2011): Perspektive 2025. Fachkräfte für Deutschland, Nürnberg.

2 Vgl. Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung. Arbeitsmarktstatistik vom 5. März 2013.



A) Geschlecht

Diversity Management in der Dimension Geschlecht ist viel mehr als nur Gleichstellungspolitik. Maßnahmen zielen auf echte Chancengleichheit im Beruf ab – und damit auf einen Wertewandel, der Stereotypen, Rollenmuster und Traditionen aufbricht. Zwei Aspekte sind besonders wichtig: die Stellung von Frauen in männlich dominierten Arbeitsfeldern und eine Work-Life-Balance, mit der sowohl Männer als auch Frauen zu jedem Lebenszeitpunkt Beruf und Familie besser vereinbaren können.

Best Practice 1

ConSol* Consulting & Solutions Software GmbH

München

180 Mitarbeiter/-innen



Isabel Baum

Der IT-Branche fehlen bereits jetzt zahlreiche Fachkräfte, der Wettbewerb um die besten Köpfe ist in vollem Gange. Deshalb ist es für die ConSol* Consulting & Solutions Software GmbH wichtig, für gut ausgebildete Bewerber/-innen beiderlei Geschlechts attraktiv zu sein. Das Unternehmen möchte, dass Fachkräfte auch nach der Geburt ihrer Kinder oder der Pflege von Angehörigen dem Unternehmen erhalten bleiben. Die Lösung: flexible Arbeitszeiten, Homeoffice-Möglichkeiten sowie Kontaktprogramme und Fortbildungen für Väter und Mütter in der Elternzeit. „Das lässt sich sehr gut organisieren. Meistens kündigen sich

besondere familiäre Situationen wie Elternzeit oder Pflege von Angehörigen eine Weile im Voraus an“, erklärt Unternehmenssprecherin Isabel Baum. Bei kurzfristigen Ausfällen springen die Kolleginnen und Kollegen ein. „Es ist Teil unserer Unternehmenskultur, dass wir auf die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter/-innen eingehen und individuelle Lösungen finden.“ Der Erfolg von ConSol*: In den letzten Jahren stieg der Frauenanteil im Unternehmen von 13 auf 20 Prozent. Alle Beschäftigten in Elternzeit kehren meist schon nach wenigen Monaten zurück. Isabel Baum: „Unser Ziel ist es, die Mitarbeiter/-innen mit ihren Fähigkeiten und Kompetenzen langfristig an unser Unternehmen zu binden.“

B) Alter

Eine zweite wichtige Dimension im Diversity Management ist das Lebensalter. Nicht nur werden in den kommenden Jahren mehrere Millionen Arbeitnehmer/-innen in Rente gehen, ohne dass entsprechender Nachwuchs zur Verfügung steht. Heute sind auch vier Generationen mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Lebensumständen gleichzeitig erwerbstätig. Führungskräfte und Personalmanager/-innen müssen die unterschiedlichen Anforderungen dieser Generationen über alle Arbeitsphasen hinweg berücksichtigen: von der Rekrutierung über das Talentmanagement und Beförderungen bis hin zur Pensionierung. Vier Handlungsfelder gibt es:

- **Personalbedarfsanalysen:** Diversity Management heißt, sich einen gründlichen Überblick über den Personalbestand, erwartete Renteneintritte und künftige Personalbedarfe zu verschaffen.
- **Altersgemischte Teams:** Zum Diversity Management gehört es auch zu planen, wie die Generationen Wissen und Erfahrung untereinander weitergeben können. Altersgemischte Teams sind eine Möglichkeit, sich auf Renteneintritte vorzubereiten.

- **Management altersgemischter Teams:** Vier unterschiedliche Generationen bringen unterschiedliche Erfahrungen und Ansprüche mit. Diversity Management bereitet Führungskräfte auf die besonderen Herausforderungen vor, altersgemischte Teams zu leiten.
- **Beschäftigungsfähigkeit & Work-Life-Balance:** Flexible Arbeitsplätze und -zeiten als Teil des Diversity Managements können den Übergang zur Rente sanft gestalten und ältere Beschäftigte länger im Unternehmen halten. Altersgerechte Arbeitsplätze entlasten nicht nur ältere Arbeitnehmer/-innen, sondern helfen, den Krankenstand der gesamten Belegschaft zu senken.

Best Practice 2

Jena-Optronik GmbH

Jena

155 Mitarbeiter/-innen



Sabine Oppitz

Für das international tätige Raumfahrtunternehmen Jena-Optronik GmbH sind sehr gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiter/-innen die Basis des wirtschaftlichen Erfolgs. Fast jede/r zweite Beschäftigte ist älter als 50 Jahre und wird in absehbarer Zeit in Rente gehen. Damit deren profundes Fachwissen und ihre langjährige Erfahrung nicht verloren gehen, hat das Unternehmen unter anderem das Projekt „55+“ ins Leben gerufen. Es soll einerseits den Austausch der Generationen verbessern und andererseits die älteren Beschäftigten länger im Erwerbsleben halten. Das Projekt beinhaltet:

- Workshops, die das Bewusstsein der älteren Mitarbeiter/-innen stärken, ein wichtiger Bestandteil des Unternehmens zu sein.

- Trainingsprogramme für Computer- und Sprachkenntnisse, die auf das Lernverhalten der Altersstufe der über 50-Jährigen abgestimmt sind.
 - Intergenerative Workshops, in denen die älteren Mitarbeiter/-innen ihr Wissen gezielt an ihre Nachfolger/-innen weitergeben und informelle Treffs in der Cafeteria.
 - Ein betriebliches Gesundheitsmanagement mit Vorsorge, Gesundheitsseminaren und ergonomischen Arbeitsplätzen für alle Beschäftigten unabhängig vom Alter.
- Mit diesem Programm hat Jena-Optronik nicht nur den „2011 AARP Best Employers for Workers Over 50 Award – International“ der amerikanischen Vereinigung der Ruheständler/-innen gewonnen, sondern auch einen Kulturwandel im Unternehmen bewirkt. Personalchefin Sabine Oppitz: „Wer die Erfahrungen und das Wissen der älteren Kolleginnen und Kollegen halten will, muss ihnen Respekt entgegenbringen und auf ihre Bedürfnisse eingehen. Vom Management bis zu den Beschäftigten steht bei uns jeder hinter diesem Anliegen.“

C) Ethnische Herkunft und Nationalität

Menschen unterschiedlicher Herkunft stellen für Unternehmen und Organisationen ein erhebliches Potenzial an Arbeitskräften dar. So kann eine gesteuerte Zuwanderung allein der deutschen Wirtschaft bis zu 800.000 neue Fachkräfte bringen. Die Aufgabe ist, diese Fachkräfte in die Unternehmen einzubinden. Auch das Potenzial vieler Jugendlicher mit Migrationshintergrund, die in Deutschland aufgewachsen sind, bleibt häufig ungenutzt. Maßnahmen eines erfolgreichen Diversity Managements sind beispielsweise Stipendien und Förderprogramme, Workshops oder interkulturelle Netzwerke.



Beschäftigte mit ausländischen Wurzeln werden sichtbar, können Impulse für die Firmenstrategie liefern und für das Thema Vielfalt sensibilisieren.

Best Practice 3

Deutsche Bank

Frankfurt/Main
98.000 Mitarbeiter/-innen
weltweit



Kerstin Pramberger

Ein türkischstämmiger Mitarbeiter der Deutschen Bank lieferte die Idee, die heute als Angebot „Bankamiz (zu Deutsch ‚Unsere Bank‘) – Kultursensible Kundenberatung“ an derzeit 41 Standorten in sieben Bundesländern umgesetzt wird. Es greift die besonderen Bedürfnisse der rund drei Millionen türkischstämmigen Kundinnen und Kunden in Deutschland auf und bietet ihnen neben der zielgruppenspezifischen Beratung unter anderem auch Konten mit kostenlosen Überweisungen in die Türkei, Kontokarten mit Motiven aus ihrer Heimat, eine zweisprachige Internetseite sowie eine Kunden-Hotline. Gesteuert wird Bankamiz von einem aus türkischen und deutschen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bestehenden Team. Für die Kundenbetreuung stellte der Konzern kulturgemischte Teams zusammen. Führungskräfte erhielten ein Training, um interkulturelle Kompetenzen zu stärken und wurden für die Zielgruppe sensibilisiert. Leitfäden hielten die Grundlagen der Zusammenarbeit fest – Respekt, Leistung,

Anerkennung. Der Erfolg: Die Deutsche Bank hatte vor der Einführung von Bankamiz in Deutschland 226.000 türkischstämmige Kundinnen und Kunden, mittlerweile sind es über 360.000. Kerstin Pramberger, Head of Diversity Deutschland: „Ein respektvoller und wertschätzender Umgang miteinander ist Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Das ist Teil unserer Unternehmenskultur und Bestandteil unseres Diversity-Managements.“

D) Religion und Weltanschauung

Mitarbeiter/-innen, die offen mit ihrer Religion oder Weltanschauung umgehen dürfen, fühlen sich am Arbeitsplatz willkommen. Diversity Management berücksichtigt beispielsweise die Feiertage unterschiedlicher Religionen bei der Urlaubsplanung oder religiöse Bräuche für die Speisekarten der Kantinen.

Best Practice 4

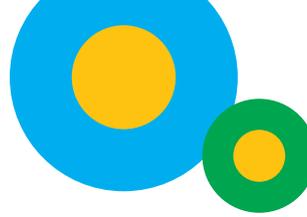
Ford-Werke GmbH

Köln
22.000 Mitarbeiter/-innen



Brigitte Kasztan

Jeder fünfte Beschäftigte bei der Ford-Werke GmbH mit Hauptsitz in Köln hat keinen deutschen Pass. In dem Konzern arbeiten viele Menschen zusammen, die ganz unterschiedlichen Religionen angehören. Daraus ergeben sich verschiedene Bedürfnisse, auf die Ford reagiert. In den Betriebskantinen



gibt es jeden Tag mindestens ein Gericht ohne Schweinefleisch. Während des islamischen Fastenmonats Ramadan planen die Köche tagsüber weniger Mahlzeiten ein und öffnen abends dafür länger. Bei der Urlaubsplanung ist berücksichtigt, dass Mitarbeiter/-innen zu unterschiedlichen Zeiten für religiöse Feiertage freinehmen möchten. Diversity Managerin Brigitte Kasztan: „Das Entscheidende ist aber, dass wir eine Unternehmenskultur pflegen, die für alle Religionen offen ist. Diese Selbstverständlichkeit überträgt sich auch auf unsere Beschäftigten. Wir haben eine Fluktuation von weniger als einem Prozent pro Jahr. Das liegt zu einem großen Teil an dem respektvollen Umgang, den unsere Mitarbeiter/-innen untereinander pflegen.“

E) Sexuelle Orientierung und Identität

In der öffentlichen Debatte gilt die sexuelle Orientierung als Teil der Intimsphäre und damit als irrelevant für Unternehmen. Tatsächlich jedoch hat jede/-r zweite homo-, bi- oder transsexuelle Arbeitnehmer/-in Angst, sich unter den Kolleginnen und Kollegen zu outen. Gleichgeschlechtliche Partnerschaften können beispielsweise bei Betriebsfeiern öffentlich werden, zu denen die Lebenspartner/-innen mit eingeladen sind. Ein offener Umgang mit allen sexuellen Orientierungen stellt sicher, dass niemand einen wichtigen Teil seiner eigenen Identität verbergen muss. Das steigert Leistungsfähigkeit und Motivation.

Best Practice 5

SAP AG
Walldorf
15.000 Mitarbeiter/-innen



Anka Wittenberg

Die sexuelle Orientierung ist für die SAP, einer der weltweit führenden Anbieter von Unternehmenssoftware, kein Tabuthema. LGBT-Beschäftigte gründeten das weltweit agierende Mitarbeiternetzwerk HomoSAPIens. Es soll lesbischen, schwulen, bisexuellen oder Transgender-Kolleginnen und -Kollegen vermitteln: Ihr seid nicht allein und müsst euch nicht verstellen. Rund 200 Beschäftigte an allen Standorten des Konzerns gehören dazu. In Deutschland tritt das Netzwerk bei Veranstaltungen wie dem Christopher Street Day oder der LGBT-Karrierewoche in Berlin auf. Es gibt klare Leitlinien für Beschäftigte und Führungskräfte, die etwa transsexuellen Kolleginnen und Kollegen den Geschlechterübergang erleichtern sollen. HomoSAPIens hat zudem eine feste Ansprechperson im HR-Management. Der Konzern stellt das Netzwerk und seine Aktivitäten regelmäßig über die Kanäle der internen Kommunikation vor. Chief Diversity & Inclusion Officer Anka Wittenberg: „Respekt ist die Grundlage einer erfolgreichen Zusammenarbeit. Hierzu gehört auch der Respekt vor der Einzigartigkeit einer jeden Mitarbeiterin und eines jeden Mitarbeiters.“



F) Behinderung

Diversity Management zu dieser Dimension setzt dabei an, die Potenziale von Menschen mit körperlichen oder psychischen Beeinträchtigungen in den Vordergrund zu rücken – zum Beispiel die Stärke, sich über lange Zeit konzentrieren oder besser auf die Bedürfnisse von Kundinnen und Kunden mit Behinderung reagieren zu können. Dabei müssen Führungskräfte gegebenenfalls auf veränderte Lebensrhythmen und Leistungsschwankungen eingehen können. Auch Barrierefreiheit beim Zugang zum Arbeitsplatz spielt eine große Rolle.

Best Practice 6

AfB social & green IT gGmbH

Essen

160 Mitarbeiter/-innen



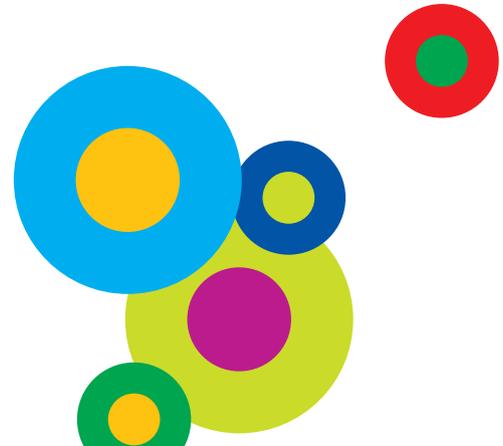
Nathalie Ball

Das bundesweit tätige IT-Unternehmen AfB gGmbH mit Sitz in Essen beschäftigt 160 Menschen, je zur Hälfte mit und ohne Behinderung. Das Ausbildungsprogramm „Werkstatt – Ausbildung – Beruf“ bildet Menschen aus Werkstätten für Behinderte zu Fachkräften für IT-Systeme weiter. Die Betriebsabläufe mit Sitzungen, Zielvorgaben und Projektumsetzungen ähneln denen anderer Unternehmen. Erst auf den zweiten Blick werden Arrangements sichtbar, die die Mitarbeiter/-innen in ihrem Alltag unterstützen sollen: Erfahrene Betriebssozialarbeiter/-innen und Führungskräfte sorgen für feste

Strukturen und halten Stress von der Belegschaft fern.

„Häufig sind nur ganz kleine Hilfestellungen nötig, zum Beispiel bei Zeitfristen. Wir bauen keinen Druck auf, sondern formulieren Aufgaben so klar wie möglich. Die Fristen halten unsere Beschäftigten unter diesen Umständen ganz automatisch ein“, sagt die Unternehmenssprecherin Nathalie Ball. Vertriebsmitarbeiter/-innen im Rollstuhl halten Besprechungen schon mal in ihren Autos ab, wenn das Büro ihrer Geschäftspartner/-innen nicht barrierefrei ist. Nathalie Ball: „Das machen die meisten Kundinnen und Kunden ohne Probleme mit. Oft fällt ihnen in solchen Situationen zum ersten Mal auf, wie schwer ihr Büro zu erreichen ist.“

Das Geschäftsmodell ist erfolgreich. Die AfB gGmbH wächst – seit 2008 kamen fünf Standorte hinzu. Das Unternehmen hat keinerlei Probleme, offene Stellen zu besetzen. Nathalie Ball: „Die Motivation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die bei uns einen Job am ersten Arbeitsmarkt bekommen, ist überdurchschnittlich hoch.“



So bleiben Unterzeichner/-innen auf dem Laufenden



Bei der Umsetzung von Diversity Management ist Wissen eine entscheidende Ressource. Führungskräfte, Personalleiter/-innen und Diversity Manager/-innen, die eine Kultur der Vielfalt im Unternehmen etablieren wollen, stehen vor einer Reihe von Fragen, die sie in den meisten Fällen nicht aus dem Stegreif beantworten können. Solche Fragen sind:

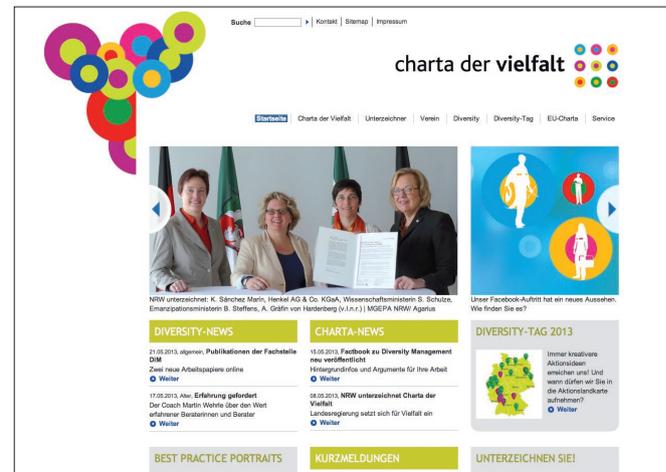
- Wie entwickeln sich gesellschaftliche und wirtschaftliche Trends, beispielsweise der demografische Wandel oder die wirtschaftliche Globalisierung – und was sind die Herausforderungen, die sich speziell für mein Unternehmen oder meine Organisation daraus ergeben?
- Welche Strategien im Diversity Management haben Expertinnen und Experten schon entwickelt, welche davon könnten für mich interessant sein und wie passe ich sie für mein Unternehmen oder meine Organisation an?
- Was muss ich beachten, um mir intern und extern Unterstützung für Diversity-Projekte zu sichern? Wie kommuniziere ich, warum wir Diversity Management brauchen? Wie hole ich vom Management über die Belegschaft bis hin zu Zulieferern sowie Kundinnen und Kunden alle relevanten Akteurinnen und Akteure ins Boot? Welche Sozialpartner/-innen und Rollenvorbilder können mein Unternehmen oder meine Organisation unterstützen und wie überzeuge ich sie, sich hier zu engagieren?
- Welcher wirtschaftliche Erfolg ist mit Diversity Management verbunden, und wie kann ich sicherstellen, dass alle Maßnahmen nach Plan verlaufen?

Der Charta der Vielfalt e. V. unterstützt seine Unterzeichner/-innen, indem er sie gezielt zum Thema Diversity Management auf dem Laufenden hält.

A) Internetseite

Unser wichtigster Kanal, Informationen und Know-how bereitzustellen, ist unsere Internetseite. Neben Informationen zum Verein und seiner Arbeit finden Sie auch eine Einführung in die Themen Diversity und Diversity Management, eine vollständige Unterzeichnerdatenbank und konkrete Beispiele für Maßnahmen, aber auch alle Publikationen des Charta der Vielfalt e. V., unseren Diversity-Veranstaltungskalender sowie eine Sammlung interessanter Links. Von dort aus führen wir Sie auch zu unseren Profilen in sozialen Netzwerken wie **Twitter**, **Xing** und **Facebook**. Folgen Sie uns – und verpassen Sie keine interessanten Fakten mehr.

» www.charta-der-vielfalt.de



Die Startseite der Internetseite des Charta der Vielfalt e.V.

B) Newsletter

Alle drei Monate schicken wir an unsere Unterzeichner/-innen sowie Abonnentinnen und Abonnenten unseren Newsletter. Hier finden Sie die aktuelle Ausgabe:

» www.charta-der-vielfalt.de/service/newsletter.html

C) Diversity-News

In den Diversity-News auf unserer Internetseite sowie dem Facebook-Auftritt und via Twitter geben wir kurz und knapp weiter, was uns selber voranbringt. Finden wir eine Studie oder einen Diversity-Index interessant, teilen wir das mit Ihnen. Auch Artikel über innovative Diversity-Ansätze oder Berichte über relevante Konferenzen fassen wir für Sie zusammen. Alle Inhalte sind nach den Diversity-Dimensionen sortiert, damit Sie auf einen Blick finden, was Sie interessiert. Die Diversity-News bestücken wir mehrmals in der Woche. Wir freuen uns, wenn Sie die News auf Facebook kommentieren und mitdiskutieren.

» www.charta-der-vielfalt.de/service/diversity-news/browse/4.html

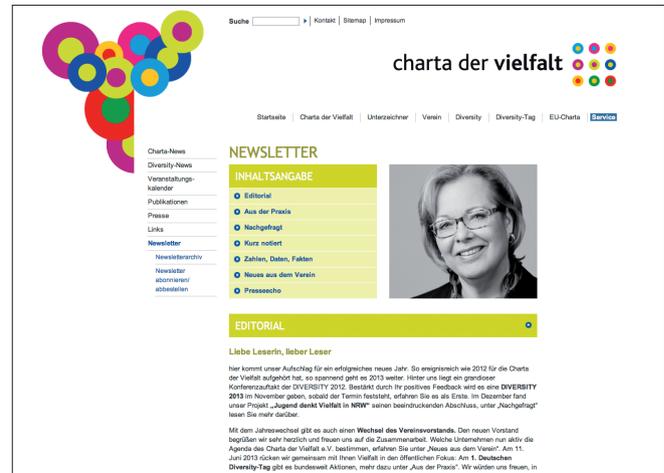
» www.facebook.de/chartadervielfalt

» www.twitter.com/ChartaVielfalt

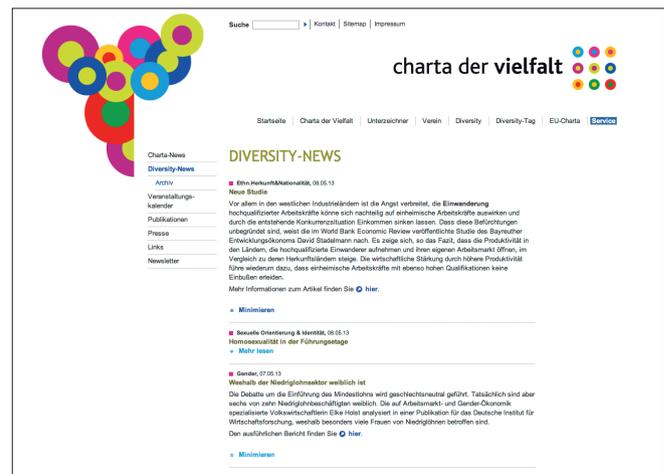
D) Dossiers des Charta der Vielfalt e.V. und seiner Kooperationspartner/-innen

In regelmäßigen Abständen geben wir thematische Dossiers heraus, die einerseits einen wissenschaftlichen Anspruch haben, andererseits so prägnant und verständlich aufbereitet sind, dass auch Laien sie sofort verstehen. Im Herbst 2012 haben wir das Dossier „Jung – Alt – Bunt“ veröffentlicht, das sich mit den Auswirkungen des demografischen Wandels befasst. Wissenschaftler/-innen, Top-Politiker/-innen sowie zahlreiche Expertinnen und Experten aus Wirtschaft und Gesellschaft haben an dem Dossier mitgewirkt. Im Jahr 2013 wird ein vergleichbares Dossier zum Thema Interkulturalität erscheinen.

» www.charta-der-vielfalt.de/service/publikationen.html

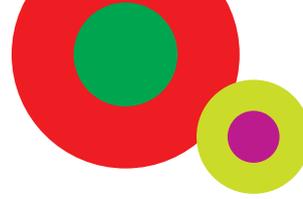


Der Newsletter.



Die Diversity-News.





E) Studien aus der Fachwelt

Wissenschaftliche Artikel, Forschungsergebnisse und Diskussionsbeiträge aus der Diversity-Forschung finden Sie auf unserer Internetseite zum Herunterladen oder als weiterführende Links. Es lohnt sich, regelmäßig die Rubrik „Diversity“ auf unserer Startseite anzuklicken. Die Studien und Literaturhinweise finden Sie in den Unterrubriken „Diversity-Dimensionen“ und „Diversity Management“.

» www.charta-der-vielfalt.de/diversity.html

F) Deutscher Diversity-Tag

Einen Überblick über Projekte und praktische Erfahrungen gibt der Deutsche Diversity-Tag. Einmal im Jahr präsentieren Unternehmen und Organisationen bundesweit gebündelt ihre vielfältigen Ideen für ein gutes Diversity Management. Lassen Sie sich inspirieren – und tauschen Sie sich gern mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus.

» www.deutscher-diversity-tag.de

Suche | Kontakt | Sitemap | Impressum

charta der vielfalt

Startseite | Charta der Vielfalt | Unterzeichner | Verein | Diversity | **DiversityTag** | EU-Charts | Service

Über den Diversity-Tag

Mitwirkende von A-Z
Aktionen
Aktion anmelden
Unsere Unterstützung

ÜBER DEN DIVERSITY-TAG

Am 11. Juni 2013 ist es soweit. Mit innovativen Ideen und offenen Augen richtet der Verein „Charta der Vielfalt e.V.“ am 1. Deutschen Diversity-Tag den Blick nach vorn und präsentiert seinen Lesern Plakatum zukunftsweisende Diversity-Analysen. Alle Unternehmen und Institutionen, die Vielfalt zeigen wollen, sind zum Mitmachen aufgefordert.

Unternehmen und Institutionen in ganz Deutschland zeigen am 11. Juni 2013 wie Vielfalt dazu beiträgt, ihre Position zu stärken und wichtige aktuelle gesellschaftspolitische Fragen zu bewältigen. Neben einer zentralen Veranstaltung in Berlin, die von Staatsministerin Prof. Dr. Anja Bionisch als festes Vorstandsmitglied des Vereins „Charta der Vielfalt e.V.“ begleitet wird, finden bundesweit zahlreiche Aktionen rund um das Thema „Diversity“ statt – ein bunter Tag im Namen der Vielfalt.

Zum Mitmachen sind alle aufgefordert, die Diversity als Bereicherung verstehen, den Vielfalt-Gedanken bereits aktiv fördern oder ihn in Zukunft in die Organisationskultur integrieren möchten. Ob mit einem Videocast über Vielfalt oder einem eigenen organisierten Tag der offenen Tür – ganz unterschiedliche Aktionen sind möglich. Der Kreativität rund um den 1. Deutschen Diversity-Tag sind keine Grenzen gesetzt. Zudem bietet der Tag jenen Firmen und Institutionen, die bisher nicht offiziell dabei sind, die Möglichkeit, die Charta der Vielfalt zu unterstützen.

Mit freundlicher Unterstützung durch

Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration

» Zurück nach oben

Internetauftritt zum 1. Deutschen Diversity-Tag.

G) Konferenz DIVERSITY

Fachleute und Praktiker/-innen aus ganz Europa schätzen die Konferenz DIVERSITY in Berlin, die der Charta der Vielfalt e.V. zusammen mit dem Verlagshaus des Tagesspiegels organisiert. Im November 2012 nahmen rund 300 Expertinnen und Experten aus Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Verwaltung teil. Ziel ist es nicht nur, den aktuellen Stand der Diversity-Forschung zusammenzutragen, sondern auch durch einen intensiven Erfahrungsaustausch weitere (Forschungs-)Projekte anzustoßen. Den Unterzeichnerinnen und Unterzeichnern der Charta der Vielfalt stellen wir alle Reden und Diskussionen zusammengefasst zur Verfügung. Erfragen Sie bei uns den aktuellen Termin – die Teilnahme ist gegen eine Konferenzgebühr möglich.

» www.diversity-konferenz.de

H) Workshops

Mehrmals im Jahr veranstaltet der Charta der Vielfalt e.V. deutschlandweit Workshops zur konkreten Umsetzung von Diversity-Maßnahmen in den einzelnen Dimensionen. Im Mittelpunkt steht hier der Austausch von praktischem Wissen und Erfahrung. Termine und nähere Informationen können Sie unserer Internetseite und unseren Auftritten in den sozialen Netzwerken entnehmen.

» www.charta-der-vielfalt.de/service.html

I) Veranstaltungskalender

Nicht nur unsere eigenen Workshops, Vorträge und Aktionen kündigen wir auf unserer Internetseite an. In unserer Geschäftsstelle laufen viele Informationen zu Aktionen und Veranstaltungen der Diversity-Community in ganz Europa zusammen. Was unsere Unterzeichner/-innen interessieren könnte, tragen wir in unseren Veranstaltungskalender ein. Nutzen Sie unseren Kalender, um Ihre Diversity-Veranstaltungen anzukündigen.

» www.charta-der-vielfalt.de/service/veranstaltungs-kalender.html



Charta-Unterzeichner/-innen vernetzen sich – seien Sie dabei!

Neben theoretischem Wissen zu Diversity Management bündelt die Charta der Vielfalt als größte Unternehmensinitiative zu diesem Thema auch praktisches Wissen und Erfahrungen von Unterzeichnerinnen und Unterzeichnern, die zum Teil schon über Jahre Projekte für mehr Vielfalt umsetzen. Diese Expertinnen und Experten können genau einschätzen:

- welche Zielgruppen für welche Branchen am wichtigsten sind,
- welche ersten Schritte sich empfehlen,
- welche Konzepte für mehr Vielfalt warum besonders gut funktionieren,
- welche Herausforderungen am Anfang zu bewältigen sind,
- wen Sie im Boot haben sollten, um Ihrem Anliegen die nötige Aufmerksamkeit zu sichern,
- mit welchen Argumenten Sie von der Führungskraft bis zur Belegschaft alle Mitarbeiter/-innen erreichen,
- wie Sie sicherstellen, dass Ihr Projekt auch den gewünschten Erfolg zeigt.

Der Verein unterstützt deshalb ganz gezielt, dass die Unterzeichner/-innen zusammenfinden und Netzwerke bilden können. Diese bringen auch Sie und Ihr Anliegen nachhaltig voran.

A) Präsentation der Unterzeichner/-innen auf www.charta-der-vielfalt.de

Alle Unterzeichner/-innen werden in eine Onlineplattform aufgenommen. Diese finden Sie auf der Internetseite. Hier können Sie gezielt nach möglichen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern suchen. Die Unternehmen und Organisationen sind nach Bundesland und Stadt, Segment, Größe und Diversity-Dimension sortiert.

Suche | Kontakt | Impressum

charta der vielfalt

Startseite | Charta der Vielfalt | **Unterzeichner** | Verein | Diversity | Diversity-Tag | EU-Charta | Service

UNTERZEICHNER DER CHARTA DER VIELFALT

Unterzeichner werden

Bundesland: | Organisationsgröße:

Segment:

Stadt: | Name der Organisation:

[Zurück zur Gesamtübersicht](#)

Ärztzgemeinschaft am Strelasund

Charta-Mitglied seit:	06/2012
Bundesland:	Mecklenburg-Vorpommern
Firmengröße:	mittel: 51-1000 Beschäftigte
Segment/Fähigkeitsfeld:	Unternehmen / Gesundheits-, Veteranen- und Sozialwesen
Adresse:	Marienstr. 2-4
PLZ, Ort:	18439 Strelasund
Kontakt:	Andreas Werth
Funktion:	Geschäftsführer
Telefon:	03831-458272

Die Unterzeichnerdatenbank.

Sie sehen, ob ein/-e Unterzeichner/-in gerade erst hinzugekommen ist oder sich schon länger mit Diversity Management beschäftigt. Außerdem finden Sie alle Kontaktdaten. Nutzen auch Sie die Plattform, um Ihre Organisation zu präsentieren – senden Sie uns Informationen zu Ihren Diversity-Aktivitäten, Statements Ihrer Leitung oder ein Foto Ihrer Belegschaft. Diese Elemente können Sie auch selbst hochladen. Für Rückfragen steht Ihnen das Projektteam der Charta der Vielfalt natürlich gern zur Verfügung.

» www.charta-der-vielfalt.de/unterzeichner/unterzeichner-der-charta-der-vielfalt.html

TIPP

Bitte teilen Sie uns eine Änderung Ihrer Ansprechpartner/-innen oder Kontaktdaten mit. So ist sichergestellt, dass andere Unterzeichner/-innen Sie erreichen.



Suche | Kontakt | Stamp | Impressum

charta der vielfalt

Startseite | Charta der Vielfalt | Unterzeichner | Verein | **Diversity** | Diversity-Tag | EU-Charta | Service

Diversity-Dimensionen
Diversity-Management

Vorläufe
Best Practices
Porträts
Beispiele
Rechtliches

PORTRAITS

Ma 2013
„Wir geben behinderten Menschen ein Stück Selbstwertgefühl zurück.“
Ein Vorortbesuch bei der Technischen Jugendzeits- und Bildungsgesellschaft (TJBG) GmbH in Berlin-Mitte zeigt, wie Menschen mit und ohne Behinderung zusammen für das gleiche Thema aktiv sind.
➤ [Weiter](#)

Februar 2015
Diversity-Forum als Dialogveranstaltung im Mittelstand
BTC AG veranstaltet als mittelständisches Unternehmen das „BTC Diversity Forum“. Der interne Austausch der Beschäftigten zum Thema Vielfalt sensibilisiert die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Diversity und stellt den Nutzen von Vielfalt für die eigene Arbeit heraus.
➤ [Weiter](#)

Januar 2013
„Wir bringen Alt und Jung zusammen“
Der Konzern Bayer AG bereitet sich bereits seit langem auf die Erfordernisse des demographischen Wandels vor. Dazu gehören Maßnahmen, die die Gesundheit der Beschäftigten sichern, genau so wie Programme zum Erhalt der Expertise im Unternehmen.
➤ [Zum Porträt](#)

Dezember 2012
„Unsere Ziele und Ideale stimmen“

Die Best Practices im Internet.

B) Best Practices

Interessante Beispiele für gelungenes Diversity Management stellen wir auf unserer Internetseite in ausführlichen Porträts vor. Hier erklären Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen, warum Vielfalt ihnen wichtig ist, für welches Projekt sie sich entschieden haben und warum es bei ihnen so gut läuft. Sie sind herzlich eingeladen, zu den Unternehmen und Organisationen Kontakt aufzunehmen. Die Ansprechpartner/-innen und ihre Daten finden Sie auf unserer Internetseite.
» www.charta-der-vielfalt.de/diversity/best-practice/beispiele.html

TIPP

Sie wollen, dass wir auch Sie vorstellen? Nehmen Sie einfach mit unserer Geschäftsstelle Kontakt auf. Telefon: 030 / 84 71 20 84 oder E-Mail: info@charta-der-vielfalt.de.

C) Deutscher Diversity-Tag

Der Deutsche Diversity-Tag ist ein bundesweiter Aktionstag, der den Unterzeichnerinnen und Unterzeichnern der Charta der Vielfalt sowie guten Projekten eine breite öffentliche Aufmerksamkeit

sichern soll. Auf Initiative des Charta der Vielfalt e.V. zeigen Hunderte Unternehmen und Organisationen gleichzeitig mit ganz unterschiedlichen Aktionen, wie vielfältig Deutschland schon ist. Zu diesen Aktionen gehören Workshops, Tage der offenen Tür oder Diversity-Menüs in der Betriebskantine. Die Unterzeichner/-innen der Charta der Vielfalt haben so die Gelegenheit, die Projekte der anderen besser kennenzulernen. Der Verein unterstützt alle Mitwirkenden mit Aktionsideen, bundesweiter Medienarbeit und Materialien.

» www.deutscher-diversity-tag.de

TIPP

Seien auch Sie dabei! Der Diversity-Tag findet immer im Frühsommer statt. Das Datum verraten wir Ihnen rechtzeitig auf unserer Internetseite, im Newsletter und über Facebook, Twitter & Co.

Suche | Kontakt | Stamp | Impressum

charta der vielfalt

Startseite | Charta der Vielfalt | Unterzeichner | Verein | **Diversity** | Diversity-Tag | EU-Charta | Service

Diversity-Dimensionen
Diversity-Management

Vorläufe
Best Practices
Porträts
Beispiele
Rechtliches

SELBSTWERTGEFÜHL DURCH ARBEIT

„Wir geben behinderten Menschen ein Stück Selbstwertgefühl zurück.“

Jeder fällt es mir selbst oft nicht mehr auf, dass ich behindert bin“, sagt Michael Harschka. Seit gut einem Jahr ist er bei der TJBG GmbH angestellt. Er hat Multiple Sklerose und ist mehrfach behindert. Harschka kümmert sich um Menschen, Anfragen bei Kindern und unterstützt bei der Pflege und dem Einsatz des Erlebensparcours. An diesem Erlebnisparcours lernen Menschen mit und ohne Behinderung, was es bedeutet, wenn Menschen mit Behinderung einen Computer bedienen.

M. Harschka Foto: Thine

Diese doppelte Funktion des Parcours stellt auch Edeltraud Hoffland heraus. Sie ist stellvertretende Vorstandsvorsitzende der „Stiftung berufliche Kommunikation“ und betont, dass dieser Parcours den Behinderten zur Erprobung und den nicht Behinderten zum Verstehen diene, denn: „Jeder wachtet das Verständnis vieler Menschen für Behinderungen oft erst durch persönliche Betroffenheit im Freundes- oder Familienkreis.“

E. Hoffland Foto: Thine

„Ich möchte normale Menschen dafür sensibilisieren, was es heißt, mit einer Behinderung zu leben“

ergänzt Michael Harschka. Harschka ist Mitte Dreißig und betont, er könne sich gut in Menschen hineinversetzen, die keine Hände mehr haben oder querschnittsgelähmt sind. Er gibt mittlerweile viele Möglichkeiten, Einschränkungen durch Technik auszugleichen, so dass viele Betroffene wieder am Arbeitsleben teilnehmen können.

Der gebürtige Berliner Harschka studierte eine Mechatronik, bis er sich selbst eingestehen musste, dass mit seiner Behinderung die Ausübung des Arztberufs für ihn nie möglich sein würde. Er erwarb die Gesundheitsökonomie und ging zum Studium nach Köln, wo er einen Abschluss als Verwaltungsreferent machte. In Nordrhein-Westfalen war er dann eine Zeitlang im Büro des Landesbehördenbeauftragten, bevor er in seine Heimatstadt nach Berlin zurückkehrte. Harschka

Die Best Practices im Internet.

D) Social Media

Der einfachste Weg, unsere Unterzeichner/-innen im Alltag zu treffen, sind die sozialen Netzwerke des Charta der Vielfalt e.V. bei Facebook, Xing & Twitter. Dort versammeln sich mehrere Hundert Follower. Sie haben die Möglichkeit, ihre Kommentare zu verfolgen und selber zu schreiben – und somit wichtige Anregungen zu erhalten sowie zu geben. Außerdem können Sie im Netzwerk nach geeigneten Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern suchen. Trauen Sie sich ruhig, interessanten Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern eine Nachricht zu schicken oder selbst zu posten. Die meisten aktiven Unterzeichner/-innen der Charta der Vielfalt haben ein großes Interesse daran, sich auszutauschen.

- » www.facebook.com/chartadervielfalt
- » www.twitter.com/ChartaVielfalt
- » www.xing.com/companies/chartadervielfalte.V.

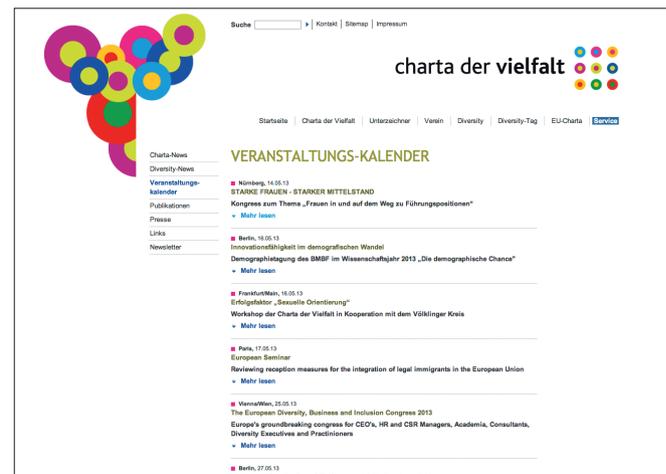


Der Facebook-Auftritt des Charta der Vielfalt e.V.

E) Workshops

In kleinen Workshops haben Sie gleich dreifach die Möglichkeit, sich persönlich zu vernetzen: Erstens treffen Sie dort Unterzeichner/-innen mit einem ähnlichen thematischen Interesse und ähnlichen Fragen. Ihr Austausch hält erfahrungsgemäß weit über das Ende der Veranstaltung an. Zweitens laden wir für unsere Workshops Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft ein, die ihrerseits wiederum mit weiteren Fachleuten oder Praktikerinnen und Praktikern verbunden sind. Und drittens sind Vertreter/-innen des Charta der Vielfalt e.V. vor Ort, mit denen Sie in Austausch treten können. Auf den Workshops finden Sie also manche hochkarätige Ansprechpartner/-innen, die Sie sonst nicht so leicht erreichen. Außerdem können Sie Ihre Anliegen oder Erfahrungen aus der Praxis weitergeben. Die Termine unserer Workshops erfahren Sie über unsere Social-Media-Auftritte oder auf unserem Veranstaltungskalender im Internet.

- » www.charta-der-vielfalt.de/service/veranstaltungs-kalender.html



Der Veranstaltungskalender.

Ohne große Worte: Die Markenzeichen der Charta der Vielfalt



Um das Netzwerk der Unterzeichner/-innen der Charta der Vielfalt zu stärken, hat der Verein einheitliche Markenzeichen, wie zum Beispiel das Logo. Sie sollen sicherstellen, dass die Charta der Vielfalt auf den ersten Blick (wieder)erkannt wird. Von diesen Symbolen profitieren Sie in vielerlei Hinsicht:

- Sie machen auf den ersten Blick deutlich, dass Sie dazugehören.
- Sie treten einheitlich mit vielen anderen Unterzeichnerinnen und Unterzeichnern für mehr Vielfalt in der deutschen Unternehmenskultur ein. Damit wird für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sichtbar, wie groß das Netzwerk schon ist. Die Botschaft lautet: Am Thema Diversity kommen wir nicht mehr vorbei. Das geballte Auftreten vieler Fürsprecher/-innen verleiht Ihren eigenen Argumenten für mehr Vielfalt zusätzliche Wirkung. Außerdem zeigen Sie künftigen Bewerberinnen und Bewerbern, Partnerinnen und Partnern oder Journalistinnen und Journalisten auf einen Blick, für welche Werte Sie eintreten. Das hilft Ihnen, Ihr Diversity-Image weiter zu festigen und sich im Wettbewerb um die besten Köpfe als bevorzugte/r Arbeitgeber/-in zu positionieren und neue Zielgruppen anzusprechen.

Im Folgenden stellen wir Ihnen vor, wie Sie unsere Markenzeichen einsetzen können. Alle Symbole haben wir so gestaltet, dass sie auf den ersten Blick wiederzuerkennen sind. Setzen Sie die Logos ein, wie es Ihnen beliebt: auf Websites und Visitenkarten, in der E-Mail-Signatur und in Newslettern, auf Briefköpfen und Vorlagen, oder, oder, oder ...

A) Das Logo für Unterzeichner/-innen

Für unsere Unterzeichner/-innen haben wir ein eigenes Logo kreiert. Herzstück sind die bunten Bubbles, die das offizielle Markenzeichen der Charta der Vielfalt sind.



B) Das Logo zum Deutschen Diversity-Tag

Zum Deutschen Diversity-Tag haben wir ein eigenes Logo kreiert. Unterstützen Sie uns, den Tag anzukündigen und setzen Sie das jährlich aktualisierte Logo in Newslettern, E-Mails und natürlich in Ihren Veranstaltungsmaterialien ein.



Bitte beachten Sie: Beide Logos sind feststehende Einheiten und geschützte eingetragene Wort-Bild-Marken. Sie dürfen also nicht verändert, verdreht, gestaucht oder umgefärbt werden. Verwenden Sie die Originaldateien, die Ihnen die Geschäftsstelle zusammen mit den Gestaltungsrichtlinien gern kostenlos per E-Mail zuschickt.



C) Internet

Viele Unterzeichner/-innen weisen auf ihrer Internetseite auf die Charta der Vielfalt hin. Geeignete Rubriken sind:

- Ihre Karriereseiten, auf denen Sie deutlich machen, warum sich eine Bewerbung bei Ihnen lohnt,
- Seiten, in denen Sie die Grundzüge Ihres Leitbildes oder Ihrer Organisationskultur beschreiben,
- Ihre Startseite, die das Logo der Charta der Vielfalt zeigt,
- Seiten, die Ihr soziales Engagement, Ihre Integrationspolitik oder interne Projekte beschreiben,
- Seiten, in denen Sie auf Ihr wirtschaftliches, gesellschaftliches oder soziales Engagement hinweisen,
- Nachrichtenseiten, wenn Sie die Charta der Vielfalt gerade erst unterzeichnet und dazu vielleicht sogar eine Pressemitteilung veröffentlicht haben.

Binden Sie das Logo direkt in die Seiten ein und verlinken Sie es auf die Internetseite der Charta der Vielfalt. Interessierte gelangen mit einem Klick zu weiteren Informationen.

The screenshot shows the BP website's 'Charta der Vielfalt' page. At the top, there's a navigation bar with links like 'FAQ', 'Glossar', 'Investor Relations', etc. Below that is a search bar. The main content area has a yellow header for 'Charta der Vielfalt' and a green sub-header. The central text reads: 'Die Charta der Vielfalt ist eine Unternehmensinitiative initiiert von der BP Europa SE, der Deutschen Bank, der Deutschen Telekom und von Daimler. Seit 2006 haben über 1.300 weitere Unternehmen und Organisationen die Charta unterschrieben.' To the right, there's a 'Kontakt' section with an email icon and the address: 'Charta der Vielfalt e.V., Geschäftsstelle Schumannstr. 5, 10117 Berlin'. Below that is a 'DIVERSITY 2012' badge and a 'Diversity-Konferenz' section. At the bottom, there's a 'Mehr zur Charta' section with a link to the 'Homepage Charta der Vielfalt'.

BP bindet das Logo im Internetauftritt ein, um auf die Charta der Vielfalt hinzuweisen.

The screenshot shows the Auto-Müller website's 'Charta der Vielfalt' section. At the top, there's a navigation bar with links like 'HOME', 'UNTERNEHMEN', 'UNSERE KUNDEN', etc. Below that is a 'Herzlich Willkommen' section with a photo of a woman. The 'Charta der Vielfalt' section features the colorful logo and text: 'Auto-Müller ist Unterzeichner der "Charta der Vielfalt". Die "Charta der Vielfalt" ist eine Unternehmensinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen. Die Initiative will die Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Unternehmensstruktur in Deutschland voranbringen...'. To the right, there's a photo of a woman and text: 'Verehrte Kundinnen und Kunden, liebe Freunde unseres Hauses, Wir sind 2013 zum wiederholten Mal von Volkswagen zu den TOP 50 der besten Arbeitgeber Deutschlands ausgezeichnet worden. Eine Auszeichnung, die uns alle sehr stolz macht, weil es die Konsequenz unseres täglichen Handelns und unserer Leistungsgedanken an uns selbst bestätigt und verbürgt. Nachhaltiger Erfolg und menschliches...

Auto-Müller nutzt das Logo der Charta der Vielfalt, um im Internet auf ihre Unternehmenswerte hinzuweisen.



D) Stellenanzeigen

Besonders viel Aufmerksamkeit gut ausgebildeter Fachkräfte erreichen Sie, wenn Sie in Ihren Stellenanzeigen darauf hinweisen, dass Bewerber/-innen bei Ihnen ein vorurteilsfreies und wertschätzendes Arbeitsumfeld erwarten dürfen. Binden Sie das Charta-Logo mit einem Link auf Ihrer Anzeige ein. Ergänzen Sie einen Textbaustein, der zusammen mit dem Logo erklärt, wofür Sie einstehen.

Beispiele für solche Textbausteine sind:

- Unternehmen/Organisation XY tritt für ein wertschätzendes und vorurteilsfreies Arbeitsumfeld ein, das Talente aufgrund ihrer Leistungen schätzt – unabhängig von Alter, Geschlecht, ethnischer oder kultureller Herkunft, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung und Identität oder Behinderung. Deshalb haben wir die Charta der Vielfalt unterzeichnet.
- Wir bekennen uns ausdrücklich zu Vielfalt in unserem Arbeitsumfeld und freuen uns über die Bewerbungen aller Talente – unabhängig von Alter, Geschlecht, ethnischer und kultureller Herkunft, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung und Identität oder Behinderung. Deshalb hat Unternehmen/Organisation XY die Charta der Vielfalt unterzeichnet.
- Bei uns sind alle Talente willkommen, die sich und uns voranbringen wollen. Benachteiligungen haben bei uns keine Chance. Unabhängig von Alter, Geschlecht, ethnischer und kultureller Herkunft, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung und Identität oder Behinderung erfährt jede/-r bei uns Wertschätzung. Dafür stehen wir mit unserer Unterschrift unter der Charta der Vielfalt ein.

Infineon Technologies AG Share: € 6.60 - 0.83%

Home | Where to Buy | Stamp | Login

Products Applications Technology About Infineon

▼ Career

Print Page
Add for notice boards
Share this Page

Infineon JobSearch
Power search for open positions within Infineon worldwide.
more

Unsuccessful Application
If you do not find a suitable position among our current job openings, you are welcome to adjust your application directly. We will review your application thoroughly and contact you in case of any suitable vacancies.
more

Student Online Application
We are looking forward to receiving your online application.
more

Job Newsletter
You are welcome to subscribe to our Job Newsletter that will inform you once a week about new job offers.
more

Software-Entwickler im Bereich Anlagenbau (m/w)

Job Code:
34314-1213-OP-RGB-000

Beschäftigungsbeginn:
ab sofort

Funktionsbereich:
Test & Product Engineering

Unternehmen:
Infineon Technologies AG

Standort:
Regensburg, Deutschland

Beschäftigungsart:
unbefristet

Innovative Halbleiterlösungen für mehr Energieeffizienz, Mobilität und Sicherheit.

Wollen Sie die Herausforderungen der modernen Gesellschaft meistern und zu mehr Nachhaltigkeit beitragen? Dann starten Sie bei Infineon! Unser internationales Team mit ca. 26.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verbessert die Energieeffizienz, ermöglicht neue Mobilitätskonzepte und sorgt für Sicherheit in digitalen Welten. Mit innovativen Halbleiter- und Systemlösungen, die uns in eine bessere, nachhaltige Zukunft steuern. Was es dafür braucht? Tolle Ideen. Erstklassiges Können. Sie.

Stellenbeschreibung:
Die Abteilung Test and Handling Automation (THA) in Regensburg entwickelt Spezialequipment und innovative Lösungen für die Produktionen von Infineon Technologies. Hintergrund ist der ständige und kurzfristige Optimierungsbedarf an Infineons vielfältigem Produktspektrum. Darunter fallen vor allem passende Testlösungen für Einzelbauteile, Power, Highpower, MEMS, aber auch passende Handlings- oder Tapingskonzepte, entsprechend den Anforderungen unserer weltweiten Kunden.

Für unsere Fachabteilung Controls and Vision suchen wir zur Unterstützung unserer Software-Entwicklung einen hochmotivierten Ingenieur, Informatiker oder Techniker (m/w) mit mehrjähriger Berufserfahrung mit folgenden Tätigkeitsschwerpunkten:

- Konzeption und Entwicklung von Softwareapplikationen für THA-Handlings-Systeme
- Betreuung bestehender Anlagen im Serienbetrieb
- Erstellung von SW-Dokumentationen
- Mitarbeit in Projekten

Qualifikation:

- Fachhochschule / Berufsakademie: Bachelor / Master Abschluss in Elektrotechnik, Informationstechnik oder Informatik wünschenswert
- Berufsausbildung zum/zur Fachinformatiker/in oder Elektroniker/in wünschenswert

Erfahrungen / Kenntnisse:

- Fundierte Programmierfähigkeiten in C++/C# (Visual Studio 2005, 2008, 2010)
- Kenntnisse in Windows Forms und WPF Application (Windows 7)
- MySQL, sowie Oracle Grundlagen
- Erfahrungen mit SECS/GEM (SEMI Standards) wünschenswert

Infineon

Infineon Technologies AG
Charta der Vielfalt

Infineon weist deutschlandweit in allen Stellenausschreibungen darauf hin, dass das Unternehmen die Charta der Vielfalt unterzeichnet hat.

E) Flyer, Berichte und Broschüren

Die meisten Unterzeichner/-innen der Charta der Vielfalt geben jährlich eine ganze Reihe von Publikationen heraus, mit denen sie viele wichtige Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für den Vielfaltsgedanken erreichen. Investorinnen und Investoren sowie potenzielle Kundinnen und Kunden wollen wissen, ob ein Unternehmen oder eine Organisation die personelle Grundlage dafür hat, in einem anderen Sprach- oder Kulturkreis tätig zu werden

beziehungsweise vielfältige Kundenkreise optimal zu bedienen. Sie können in Ihren Publikationen wie zum Beispiel Geschäftsberichten, Produktflyern oder Imagebroschüren darauf hinweisen, dass Sie die Charta der Vielfalt unterzeichnet haben. Gestalterische Hinweise, wie Sie zum Beispiel die Logos richtig verwenden, haben wir in einer Richtlinie zusammengestellt, die Ihnen die Geschäftsstelle gern zukommen lässt.



Deutsche Bank

Mission Statement

Wir wollen eine offene Geschäftskultur leben, die die Vielfalt unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wertschätzt, ihre einzigartigen Talente nutzt und ihnen ein vorurteilsfreies Arbeitsumfeld bietet, indem sie ihr volles Potential entfalten können. Für die Deutsche Bank sind vielfältige Teams die erfolgreicheren Teams, da Erfolg auf unterschiedlichen Perspektiven, Erfahrungen und Hintergründen beruht. Nur mit gelebter Diversity können wir auf die vielfältigen Kundenanforderungen mit innovativen Lösungen erfolgreich reagieren.

Unser Engagement

Für die Deutsche Bank, die in rund 70 Ländern vertreten ist und mehr als 98.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 136 Nationen beschäftigt, findet Diversity Ausdruck in der offenen und respektvollen Haltung gegenüber Unterschieden aufgrund von Geschlecht, Alter, Behinderung, ethnischem Hintergrund, religiöser Weltanschauung sowie sexueller Orientierung, aber auch gegenüber unterschiedlichen Lebensstilen und Lebensformen, verschiedenen Kulturen und Bildungsverläufen, Arbeitsweisen und Erfahrungen.

Charta der Vielfalt

Die Deutsche Bank ist Gründungsmitglied und seit Dezember 2012 Mitglied im Vorstands des Vereins der Charta der Vielfalt, einer Initiative deutscher Unternehmen und Institutionen. Mit der Unterzeichnung der Charta hat sich die Deutsche Bank verpflichtet, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen und Diskriminierung ist. Ziel der Deutschen Bank ist die Schaffung einer offenen Unternehmenskultur, die auf Integration und gegenseitigem Respekt basiert. Wir bringen Menschen mit verschiedenen Talenten zusammen, um den vielfältigen Bedürfnissen unserer Kunden gerecht werden zu können. Weiterhin sind wir auch Gründungsmitglied und Erstunterzeichner der Charta de la Diversité in Luxemburg und Charter de la Diversidad in Spanien.
www.charta-der-vielfalt.de

charta der vielfalt

Unser Blau ist bunt.
Über 98.000 Mitarbeiter aus 136 Nationen – Vielfalt schafft überlegene Lösungen.
db.com/diversity

Leistung aus Leidenschaft

Die Deutsche Bank beschreibt ihr Engagement für Diversity in einem Flyer und weist darin auf die Charta der Vielfalt hin.



So funktioniert Medienarbeit

Vielfalt sichtbar zu machen bedeutet auch, die Medien ins Boot zu holen. Über einen Artikel in der Lokalzeitung oder einen Beitrag in Hörfunk/Fernsehen können Sie auf einen Schlag sehr viele Menschen erreichen. Der erste Schritt ist es, Journalistinnen und Journalisten für Ihr Thema zu interessieren. Das ist einfacher als viele Menschen denken.

Public Relations oder Werbung?

- **Werbung** zielt in der Regel darauf ab, ein Produkt zu verkaufen,
- **Public Relations** hingegen will das Image einer Person, eines Unternehmens oder einer Organisation bewusst gestalten.

A) So wird Ihr Thema zum Thema

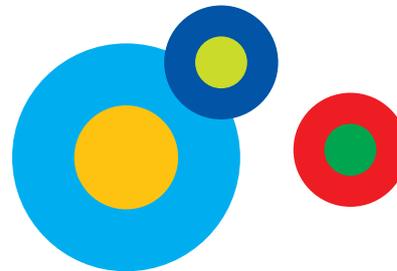
So wie Sie jeden Tag viele unterschiedliche Dinge erfahren, läuft auch in den Redaktionen eine Vielzahl von Informationen zusammen. Der Platz, den Journalistinnen und Journalisten zur Verfügung haben, ist aber begrenzt. Sie müssen deshalb eine Vorauswahl treffen, welche Themen sie aufgreifen wollen. Dabei filtern sie nach folgenden Nachrichtenfaktoren:

- **Neuigkeit:** Interessant ist ein Thema, wenn Menschen etwas erfahren, das sie vorher nicht wussten.
- **Aktualität:** Themen, die in der Gegenwart wichtig sind, finden eher ihren Weg in die Medien. Längst Vergangenes oder weit in der Zukunft Liegendes hingegen hat im redaktionellen Alltag kaum eine Chance.
- **Nähe:** Die meisten Menschen interessieren sich mehr für ihr direktes Umfeld als für Regionen, die sie nicht kennen.

- **Betroffenheit:** Zum Thema wird, womit sich Menschen identifizieren können und was bei ihnen Emotionen wie Freude, Neugierde, Erstaunen, Ärger oder Trauer auslöst.
- **Prominenz:** Je bekannter ein Mensch ist, desto bedeutender wird, was er zu sagen hat oder tut.
- **Kuriosität:** Interessant sind Ereignisse auch, wenn sie selten passieren oder irritieren. Eine Faustregel lautet: Hund beißt Mann = kein Thema. Mann beißt Hund = Thema.
- **Kontroversen:** Vertreten Menschen oder Gruppen zu einem Thema unterschiedliche Positionen, ist das häufig interessanter als ein Thema, bei dem sich alle einig sind.

TIPP

Die ersten vier Kriterien sollte Ihr Thema auf jeden Fall erfüllen. Die besten Chancen auf eine Berichterstattung haben Sie also, wenn Sie einen Anlass bieten, der bald ansteht und bei dem etwas Neues passiert, das eine größere Gruppe Menschen in Ihrem Umfeld betrifft.



Welche Medien gibt es?

Für Ihre Themen sind folgende Medien besonders interessant:

- **Tageszeitungen** erscheinen lokal oder überregional.
- **Anzeigenblätter** haben einen starken Lokalbezug und werden in der Regel einmal wöchentlich kostenlos an die Haushalte verteilt.
- **Wochenzeitungen / Magazine** liefern mehr Analysen, Hintergrundberichte, Porträts und Reportagen.
- **Amtsblätter** werden durch Behörden veröffentlicht und bringen einen Mix aus amtlichen Bekanntmachungen und lokalen Berichten.
- **Hörfunk**
- **Fernsehen**
- **Internetmagazine** und **Weblogs** sind in den vergangenen Jahren immer wichtiger geworden und werden häufig von Menschen gelesen, die gut vernetzt sind.

B) Wann Sie Journalistinnen und Journalisten am besten erreichen

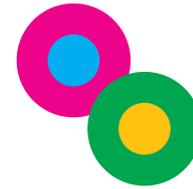
Journalistinnen und Journalisten planen ihre redaktionellen Inhalte und Programme. Das gibt ihrem Alltag einen bestimmten Ablauf mit guten und eher unpassenden Momenten für eine Ansprache. In vielen Tageszeitungen sieht der Arbeitstag so aus:

Redaktionsablauf

- 9-11 Uhr: Morgenkonferenz
- 11-14.30 Uhr: Recherche / Beitrag erstellen
- 14.30-17 Uhr: Verfassen der Artikel / Beitrag erstellen
- 17 Uhr: Nachmittagskonferenz
- bis 19 Uhr: Blatt fertigstellen / Beiträge für den kommenden Morgen fertigstellen

Wichtig sind drei Redaktionskonferenzen:

- **Wochenkonferenz:** In aller Regel planen Redaktionen eine Woche im Voraus, welche Themen anstehen und welche Ideen sie selber haben. Wenn dann doch etwas Wichtigeres passiert, wird der Plan spontan geändert.
- **Morgenkonferenz:** Jeden Morgen setzen sich die Redaktionen kurz zusammen und besprechen, was tagesaktuell anliegt. Dabei wird auch festgelegt, wie lang ein Artikel wird oder wann ein Beitrag sendefertig sein muss.
- **Nachmittagskonferenz:** Oft setzen sich Journalistinnen und Journalisten am späten Nachmittag erneut zusammen, um zu klären, wie der Stand der Recherche ist und ob sie ihre Pläne noch einmal ändern müssen.



TIPP

Sprechen Sie die Redaktion ruhig einige Tage vor dem Termin an, an dem der Bericht erscheinen soll. Am besten erreichen Sie sie vormittags oder am frühen Nachmittag.

C) Wie Sie eine Pressemitteilung schreiben

Häufig werden Sie erleben, dass Journalistinnen und Journalisten um schriftliche Informationen bitten. Das wichtigste Instrument dafür ist die Pressemitteilung. Sie ist in wenigen Schritten verfasst und besteht aus folgenden Teilen:

- **Überschrift und Vorspann:** Hier wecken Sie das Interesse, sich die Pressemitteilung durchzulesen. In der Überschrift versuchen Sie, die Hauptaussage in einem kurzen Satz auf den Punkt zu bringen. Besonders kreativ sein müssen Sie dabei nicht. Wichtig ist, dass die Journalistin oder der Journalist sofort versteht, worum es Ihnen geht. Im Vorspann liefern Sie die wichtigsten Stichpunkte aus dem Inhalt.
- **1. Absatz:** Hier beschreiben Sie in drei bis fünf Sätzen die eigentliche Nachricht.
- **2.-4. Absatz:** Hier liefern Sie Erklärungen und Hintergründe zur Nachricht.
- **Letzter Absatz:** Hier ist Platz für Kontaktdaten, Einladungen und Angebote.

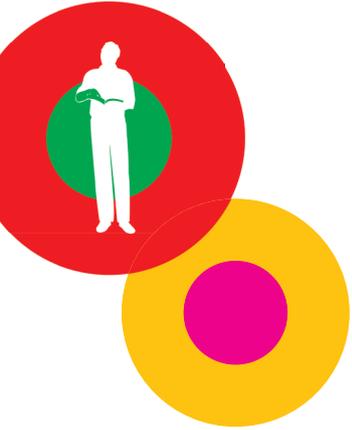
Das muss in die Pressemitteilung hinein:

- Eine gute Pressemitteilung beantwortet die **wichtigen W-Fragen:** Wer, Wann, Was, Wo, Wie, Warum.
- Journalistinnen und Journalisten sowie Leser/-innen sind in der Regel keine Expertinnen und Experten. Wählen Sie daher eine **einfache Sprache**, die mit den allernötigsten Fachworten auskommt.
- Für einen guten Stil verwenden Sie am besten **kurze und einfache Sätze**, nutzen möglichst wenig Substantive und schreiben hauptsächlich im Aktiv.

Sieben Gründe, warum sich Medienarbeit für Charta-Unterzeichner/-innen lohnt:

1. Sie erzeugen Aufmerksamkeit bei Kundinnen und Kunden, Lieferantinnen und Lieferanten, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Medien sowie künftigen Bewerberinnen und Bewerbern.
2. Sie zeigen mit der Selbstverpflichtung, dass Sie Diversity Management ernst meinen.
3. Sie erreichen Zielgruppen (sowohl potenzielle Kundinnen und Kunden als auch Bewerber/-innen), die Sie vielleicht bisher nicht in Betracht gezogen haben.
4. Im Wettbewerb um die zunehmend knappen Fachkräfte können Sie sich als Wunscharbeitgeber/-in positionieren, die /der weiß, dass Elternschaft oder das Bedürfnis nach einer ausgewogenen Work-Life-Balance keine Herausforderungen sind, sondern Teil des Lebens. Bewerberinnen und Bewerbern aus dem Ausland signalisieren Sie, dass bei Ihnen ein besonderes Klima der Toleranz und Vielfalt herrscht.
5. Ausländischen Zulieferern sowie Kundinnen und Kunden verdeutlichen Sie Ihre Bereitschaft und Kompetenz, auf deren kulturelle Bedürfnisse und Wünsche einzugehen. So erschließen Sie sich neue Kundenkreise und Märkte.
6. Sie beziehen klar Position – und können so auf die Wertedebatte in Ihrem Umfeld Einfluss nehmen.
7. Sie machen deutlich, dass Sie einem der größten wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Netzwerke Deutschlands angehören.





Wussten Sie schon, dass ...

... bis zu **4 Millionen** zusätzliche Arbeitskräfte durch Diversity Management aktiviert werden können?

Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2011): Perspektive 2025: Fachkräfte für Deutschland.

... **90 %** der Personalverantwortlichen einen Zusammenhang zwischen dem wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens und Diversity sehen?

Quelle: Boston Consulting Group (2012): Shattering the Glass Ceiling. An Analytical Approach to Advancing Women into Leadership Roles.

... **6 %** der Väter und rund **70 %** der Mütter in Teilzeit arbeiten.

Quelle: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Familienreport 2012.

... **21 Milliarden Euro** von deutschen Unternehmen durch Diversity-Maßnahmen und die damit verbundene geringere Fluktuation des Personals eingespart werden können?

Quelle: Roland Berger Strategy Consultants (2011): Dreamteam statt Quote – Studie zu Diversity und Inclusion.

... erfolgreiches Diversity Management die Innovationskraft steigert?



Die Mitglieder des Charta der Vielfalt e. V.



Bildnachweise

Seite 12: ConSol* Consulting & Solutions Software GmbH
Seite 13: Oppitz
Seite 14: Deutsche Bank
Seite 14: Ford-Werke GmbH
Seite 15: Norman Boesche
Seite 16: AfB gGmbH

Kontakt

Geschäftsstelle Charta der Vielfalt e.V.
Albrechtstraße 22
10117 Berlin

Telefon: 030/84 71 20 84

Fax: 030/84 71 20 86

E-Mail: info@charta-der-vielfalt.de

www.charta-der-vielfalt.de

www.deutscher-diversity-tag.de

www.facebook.com/chartadervielfalt

www.twitter.com/ChartaVielfalt

www.xing.com/companies/chartadervielfalte.V

Impressum

Herausgeber: Charta der Vielfalt e.V.

Konzept & Redaktion: ergo Unternehmenskommunikation, Köln

Gestaltung: tack graphik GmbH, Berlin

Druck: Druckerei Humburg, Berlin

Stand: Juni 2013

Mit freundlicher Unterstützung durch



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Migration, Flüchtlinge und
Integration