



Deutschlands
führende
Agenturen

DIVERSITY GUIDE

BAND 1



DIVERSITY GUIDE

BAND 1

Impressum

Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.
Neue Mainzer Straße 22
60311 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 256 008-0
info@gwa.de

Autor*innen:

Meret Scheidemann (ACI Consulting)
Laura Schlotthauer (GWA)

Mit Beiträgen von:

Sascha Hanke & Dörte Spengler-Ahrens (ADC)
Geena Schindler & Maylin Vural (GWA Young Board)

Gestaltung:

Markus Zecher (haebmau ag)

1. Auflage 2025

HERZLICH WILLKOMMEN ZUM GWA DIVERSITY- GUIDE!

Vielfalt – das mag für manche inzwischen nur noch ein Buzzword sein. Doch im Ernst: Das Prinzip der Diversität ist tief in der Natur verwurzelt. Wo keine Vielfalt, da keine Evolution und auch kein Fortschritt! Nur in der Kombination unterschiedlicher Perspektiven und Herangehensweisen kann Neues entstehen: Je bunter, desto mehr Möglichkeiten eröffnen sich uns zur persönlichen und auch gesellschaftlichen Weiterentwicklung.

Das Thema berührt somit das Fundament unserer Welt – und unserer Arbeit. Als Grundlage für Kreativität und Innovation ist Diversität, auch in der Agenturwelt, ein unverzichtbares Element und nicht zuletzt ein Wettbewerbsvorteil. Die Verschiedenheit der Beteiligten und ihrer Sichtweisen schafft innovative Ideen, kreiert spannende Kampagnen und erzählt Storys, die berühren und bewegen. Zugleich prägen wir den Diskurs, die Sprache, die Bilder und die Geschichten unserer Zeit mit, weit über die Grenzen unserer Agenturen hinaus.

Diese Erkenntnisse gelten natürlich auch in Zeiten des Gegenwinds, etwa wenn politische Strömungen Stimmung gegen eine bunte Gesellschaft machen. Oder wenn Unternehmen den Nutzen einer diversen Firmenkultur, auch vor dem Hintergrund knapper Budgets, infrage stellen.

Diversität ist kein Projekt mit Enddatum, sondern ein fortlaufender Prozess. Und das Themenfeld ist maximal komplex. Das wisst ihr natürlich längst schon. Trotzdem oder gerade deswegen fanden wir es eine gute Idee, der Sache auf den Grund zu gehen:

- **Band 1** erklärt grundlegende Begrifflichkeiten und Gesetze und zeigt auf, wo wir als Gesellschaft und Agenturwelt stehen.
- **Band 2** richtet den Blick in unsere Agenturen und gibt praktische Anleitungen dazu, wie DEI&B nachhaltig in unseren Strukturen verankert werden kann.
- **Band 3** wagt den Blick nach außen und beschreibt Wege, wie wir DEI&B-Standards in der Zusammenarbeit mit externen Partner*innen und Kund*innen etablieren.

Neben vielen Impulsen soll der Guide vor allem praktische Hilfestellung bieten und beinhaltet deshalb viele Beispiele aus unserem Agenturalltag und Links zu weiterführenden Inhalten. Ein unendlich großer Dank gilt allen, die mit Statements, Interviews, Cases und fortlaufendem Sparring einen so wichtigen Beitrag zu diesem Projekt geleistet haben.

Lasst uns weiterhin kritisch hinterfragen, was wir tun, und uns immer wieder neu erfinden. Denn es sind unsere unterschiedlichen Ideen, Perspektiven und Erfahrungen, die uns zu dem machen, was wir sind: eine kreative und inspirierende Gemeinschaft.

Auf eine vielfältige Zukunft! 🌈

Laura Schlotthauer
GWA

DIVERSITÄT DEN WEG EBEN

In diesem ersten Teil erfährst du mehr über die Bedeutung von DEI&B sowie ihre – wenn die Bedingungen stimmen – positiven Effekte in der Arbeitswelt.

Zunächst stellen wir die wichtigsten Gesetze und Begriffe vor und gehen der Frage nach, wie gut das Thema in Deutschland und in unserer Branche bereits verankert ist.

Den Abschluss dieses Teils bildet eine nützliche Toolbox mit Zertifizierungen, Veranstaltungen und Netzwerken, die vertiefende Einblicke ermöglicht.



INHALT BAND 1

Kapitel 1	Wofür steht DEI&B eigentlich?	10
Kapitel 2	Positive Effekte von DEI&B	20
Kapitel 3	Relevante Gesetze und Normen	26
Kapitel 4	Wo stehen wir bei DEI&B in Deutschland aktuell?	40
Kapitel 5	Wo steht die Branche?	46
Kapitel 6	Toolbox	62



**KAPITEL
1**

WOFÜR STEHT DEI&B EIGENTLICH?

Diversity → dt. Vielfalt

Weil Menschen unterschiedlich sind.

Diversity bezeichnet die verschiedenen Aspekte, die die Identität aller Menschen ausmachen, und beschreibt die Existenz von sichtbaren und/oder unsichtbaren Unterschieden innerhalb einer Gruppe.

Wichtig ist es deshalb, von Diversity immer im Gruppenkontext zu sprechen: Es gibt diverse Gruppen, aber keine diversen Menschen. Ein Mensch ist ein Mensch mit all seinen verschiedenen Facetten.

Die Grafik auf der rechten Seite zeigt, welche Ausprägungen es in den verschiedenen Diversity-Dimensionen gibt.

Die gezeigten zwölf Dimensionen stellen den Kern der Diversitätsdimensionen dar, die die Unternehmen mit ihren DEI&B-Initiativen und -Maßnahmen fördern können.

Darüber hinaus gibt es noch zahlreiche weitere Facetten, die uns unterscheiden, wie etwa unser Auftreten, unsere Berufserfahrung oder aber auch unsere geografische Lage.

Diese Aspekte gehören einer „äußeren“ Ebene an und werden meist von den Kerndimensionen beeinflusst – so ist beispielsweise unsere Berufserfahrung nicht selten von unserer sozialen Herkunft geprägt.

GESCHLECHT

Biologische Geschlechtsmerkmale (männlich, weiblich oder divers)

Douglas Emhoff – US „Second Gentleman“

GESCHLECHTS-IDENTITÄT

Geschlechtszuordnung analog dem oder abweichend vom bei der Geburt zugew. Geschlecht (cis/trans)

Caroline Farberger – schwedische CEO; Transfrau

ALTER

Zugehörigkeit zu verschiedenen Altersgruppen / Generationen

Suhaz Gopinath – indischer Unternehmer; weltjüngster CEO; Gründer mit 14 Jahren

SOZIALE HERKUNFT

Familiärer & sozio ökonomischer Hintergrund (Bildungsstand der Eltern)

Frank-Walter Steinmeier – Sohn eines Tischlers und einer Fabrikarbeiterin

BEHINDERUNG, CHRONISCHE KRANKHEITEN & MENTAL HEALTH

Z. B. Down-Syndrom, Krebs, Depressionen

K. Nadeem Arif – gründete 1993 in Hessen; seit 2007 schwerbehindert & weiterhin berufstätiger CEO seiner Firma

NEURODIVERGENZ

Vielfältigkeit von neurokognitiven Funktionen, z. B. AD(H)S oder Autismus

Lisa Ling – US-amerikanische Journalistin & Autorin; seit 2014 diagnostiziert mit ADHS

NATIONALITÄT

Staatsangehörigkeit, Beispiel: deutsch

Antonio Rüdiger – deutscher Nationalspieler; Real Madrid

ETHNISCHE HERKUNFT

Äußere Erscheinung, Hautfarbe & Migrationsgeschichte (männlich, weiblich oder divers)

Uğur Şahin & Özlem TÜreci – BioNTech-Gründer*innen; Kinder von Gastarbeiter*innen

SEXUELLE ORIENTIERUNG

Interesse am Geschlecht potenzieller Partner*innen (z. B. hetero-, homo-, bisexuell)

Tahnee Schaffarczyk – Stand-up-Comedienne und Moderatorin

CARE WORK, ELTERNCHAFT

Pflegeverpflichtungen von Kindern, anderen Familienmitgliedern oder Angehörigen

Tobias v. Mäßenhausen – Vater & Vorstandsmitglied in Teilzeit

RELIGION & WELTANSCHAUUNG

Ausübung der Religion im Alltag

Malala Yousafzai – Aktivistin und Friedensnobelpreisträgerin, Muslima und Hijabi

SPRACHE & DIALEKT

Akzente, Dialekte, Fachsprachen & Sprechstörungen

Motsi Mabuse – Tänzerin, Tanztrainerin und Wertungsrichterin; u. a. auch bekannt für ihren Akzent

Equity → dt. Chancengerechtigkeit

Weil wir alle die gleichen Möglichkeiten verdienen.

Equity bedeutet, Zugang zu gleichen Chancen zu schaffen und Barrieren abzubauen, die bestimmten Personen einen solchen Zugang verwehren. Doch Vorsicht: Der Begriff ist nicht mit dem Terminus „Equality“ (dt. Gleichheit) zu verwechseln.

Equality besagt, dass alle Personen die gleiche Förderung/Ressourcen/Hilfsmittel bekommen, unabhängig von ihren Voraussetzungen.

Equity drückt aus, dass alle Personen genau die Förderung/Ressource/Hilfsmittel bekommen, die sie benötigen,

um Zugang zu den gleichen Chancen zu haben. Im Arbeitskontext bedeutet das z. B., Wiedereingliederungsprogramme für Mitarbeiter*innen nach der Elternzeit anzubieten oder einen barrierefreien Zugang zum Büro zu schaffen.



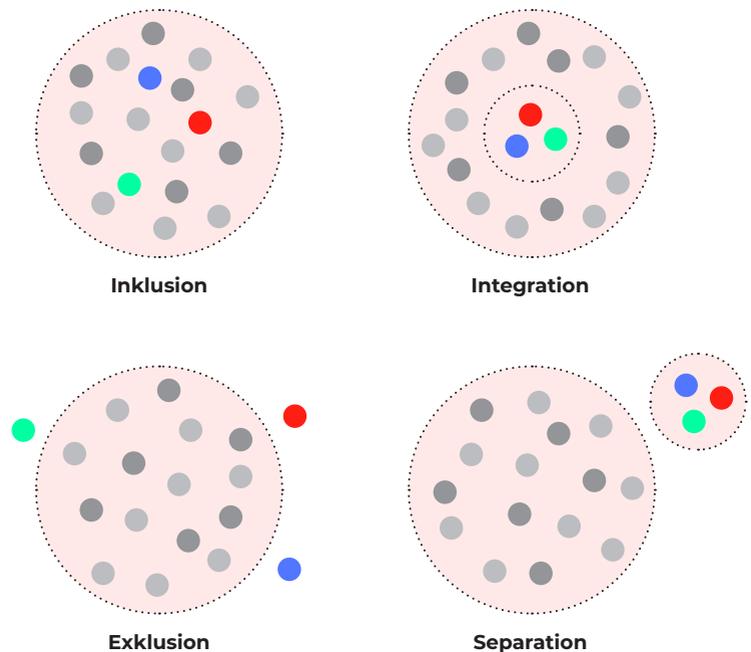
Inclusion → dt. inklusive Arbeitskultur

Damit alle ihre Talente, Fähigkeiten und Stärken leben können.

Inclusion ist die Einladung an alle, mitzumachen und dabei sein zu dürfen, und vermittelt dadurch psychologische Sicherheit.

Eine inklusive Arbeitsplatzkultur schafft ein Umfeld, das Mitarbeiter*innen befähigt, ihr volles Potenzial zu entfalten. Im Unterschied dazu

bezeichnet der deutsche Begriff „Inklusion“ in der Regel das Einbeziehen von Menschen mit Behinderungen.



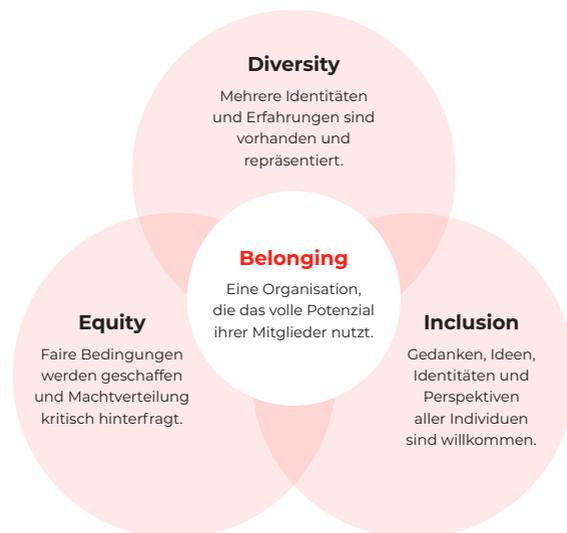
Belonging → dt. Zugehörigkeit

Weil Wertschätzung uns noch lieber arbeiten lässt.

Belonging beschreibt das Gefühl, ein integraler und geschätzter Teil eines Teams oder einer Organisation zu sein. Es geht über bloße Inclusion hinaus, bei der man zwar dabei ist, sich aber möglicherweise nicht wirklich zugehörig fühlt.

Gelebte Inclusion ist die Voraussetzung für Belonging. Man kann sich nur dann zugehörig fühlen, wenn man sich zuvor inkludiert und akzeptiert fühlt. Während sich Inclusion auf äußere Strukturen, Prozesse und Unternehmenskultur bezieht, betont Belonging das innere emotionale Erleben.

Im Arbeitskontext bedeutet Belonging, dass man teilhaben kann, ein Bestandteil des Teams ist oder einer Organisation, ohne Angst vor Diskriminierung haben zu müssen. Es ist ein starkes Zugehörigkeitsgefühl. Kurzum: Die Person gehört dazu und wird so akzeptiert, wie sie ist.



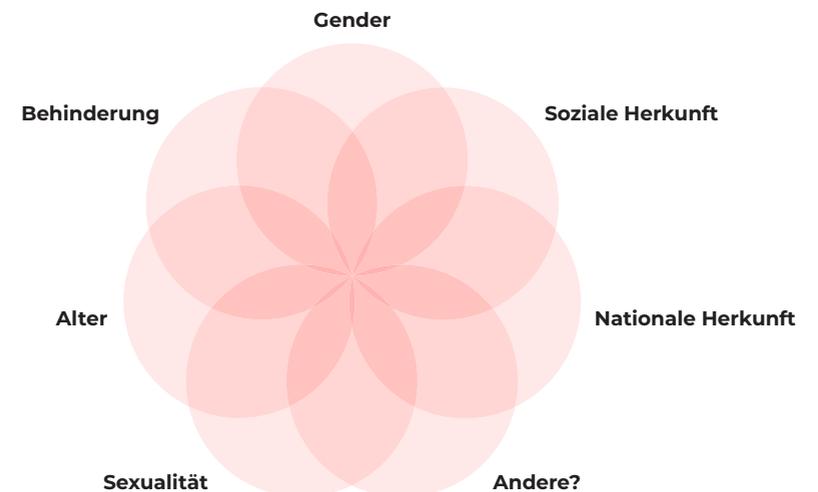
Intersektionalität

Weil wir mehr als eine Facette haben.

Unter Intersektionalität verstehen wir die Erkenntnis, dass jeder Mensch mehrere Facetten und Merkmale besitzt (z. B. Geschlecht, ethnische Herkunft, sexuelle Orientierung, Behinderung, soziale Herkunft), die sich überschneiden und gegenseitig beeinflussen können.

Diese Überschneidungen können zu individuellen Erfahrungen von Diskriminierung und Benachteiligung führen. So erlebt eine schwarze heterosexuelle Frau beispielsweise eine andere Art von sexistischer Diskriminierung als eine weiße lesbische Frau. Im Arbeitskontext bedeutet Intersektionalität, anzuerkennen, dass Mitar-

beiter*innen aufgrund verschiedener Identitätsmerkmale unterschiedliche Herausforderungen erleben und Bedürfnisse haben können. Es gilt, diese Überschneidungen zu berücksichtigen, um eine wirklich inklusive und gerechte Arbeitsumgebung zu schaffen, in der sich alle Mitarbeiter*innen wertgeschätzt und unterstützt fühlen.



DEI&B-Management

Für ein optimales Arbeitsumfeld.

DEI&B-Management ist ein strategischer Prozess, der von der Geschäftsführung geleitet wird und darauf abzielt, eine Arbeitsumgebung für alle Mitarbeiter*innen zu schaffen, in der Vielfalt (Diversity) geschätzt, Chancengleichheit (Equity) gefördert, eine inklusive Kultur (Inclusion) gelebt und ein Gefühl der Zugehörigkeit (Belonging) geschaffen wird – unabhängig von ihren individuellen Hintergründen und Merkmalen.

Es geht über reine Antidiskriminierungsmaßnahmen hinaus und umfasst die aktive Förderung einer Kultur und von Strukturen sowie Prozessen, in denen alle Mitarbeiter*innen befähigt sind, ihr volles Potenzial zu entfalten. DEI&B-Management beinhaltet die Entwicklung und Umsetzung

von Maßnahmen in den Bereichen Rekrutierung, Personalentwicklung, Führung, Unternehmenskultur und Kommunikation, um eine vielfältige, gerechte, inklusive und zugehörige Arbeitsumgebung zu schaffen und langfristig zu erhalten.

„Wir sind als Agentur (Mit-)Gestalter der Gesellschaft, und unsere Aufgabe ist es, neben unserer ökonomischen und wirtschaftlichen auch unserer gesellschaftlichen Verantwortung im Bereich Diversity, Equity & Inclusion gerecht zu werden. Unsere Werte – Respekt, Leidenschaft, Vielfalt, Gemeinschaft und Spaß – dienen als Fundament hierfür und sind Teil unserer Unternehmenskultur.

Gleichzeitig sind sie Richtungsweiser unserer Bestrebungen, die Welt ein kleines bisschen besser zu machen. Deshalb ist es auch unser Anspruch, den Wert Vielfalt in unseren Handlungen zu leben. Das heißt nicht, dass wir von heute auf morgen als Agentur komplett divers aufgestellt sein können. Vielmehr benötigen wir Ausdauer und das kontinuierliche Nachhalten unserer Werte. Und es bedarf vor allem: Fehler erkennen, reflektieren und daraus lernen, um den Agenturalltag jeden Tag etwas vielfältiger und inklusiver zu machen.“



Sebastian Warschow
haebmau ag



**KAPITEL
2**

POSITIVE EFFEKTE VON DEI&B

Ein nachhaltiges DEI&B-Management hilft, gerade auch in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten strukturelle Herausforderungen, vor denen viele Unternehmen stehen, anzugehen und zum nachhaltigen Geschäftserfolg beizutragen.

Demografischer Wandel, steigende Internationalisierung, wechselnder Bezug zu Leben, Arbeit und vieles mehr stellen unsere Unternehmen vor große Herausforderungen. Intern reißen der demografische Wandel und der künftige Wegfall der Boomer-Generation spürbare Personallücken, was zu einer Verschärfung des War for Talent führt. Hinzu kommt, dass fünf verschiedene Generationen – mit unterschiedlichen Bezügen zur Work-Life-Balance und verschiedenen Erwartungshaltungen bzgl. Vielfalt und Sozial- bzw. Umweltgerechtigkeit gegenüber ihrem Arbeitgeber – befähigt werden sollen, effektiv zusammenzuarbeiten.

DEI&B-Management hilft uns als Agenturen, vielfältiges Talent als Wettbewerbsvorteil und Schlüsselfaktor für Zukunftsfähigkeit zu finden und zu binden. Um diese Potenziale nutzen zu können, braucht es inklusive Führung, diversitätsbezogene HR-Praktiken, ein gerechtes Talentmanagement und vieles mehr.

Wichtig ist jedoch, nicht einfach irgendwelche Maßnahmen einzuführen, ohne den Status quo im Blick zu haben. Vielmehr muss gezielt an Stellschrauben gedreht werden, die das Unternehmen nach vorne bringen. DEI&B-Management benötigt dafür einen strategischen Ansatz sowie personelle, zeitliche und finanzielle Ressourcen.

„Europäische Unternehmen mit gemischten Führungsteams haben eine über 60% höhere Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittlich profitabel zu sein. In vielfältige Teams und eine inklusive Unternehmenskultur zu investieren, lohnt sich auch wirtschaftlich mehr denn je.“

Wer sich darum nicht kümmert, riskiert, den Anschluss zu verlieren. In Europa ist Vielfalt sogar ein noch stärker differenzierender Faktor, da gemischte Teams und eine inklusive Kultur in der Breite der Unternehmen noch weniger ausgeprägt sind als beispielsweise in den USA. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zahlt es sich umso mehr aus, vielfältige Perspektiven zu berücksichtigen und robustere Entscheidungen zu treffen.“



sagt Julia Sperling-Magro, McKinsey-Partnerin und Leiterin der People & Organizational Performance Practice in Deutschland und Österreich.

Mehr zu den Ergebnissen der aktuellen „Diversity matters even more“-Studie von McKinsey findet ihr [hier](#).

Diversity, Equity & Inclusion ist kein Wohlfühlthema, sondern ein Business Case



Fachkräftemangel

- Das Potenzial aller Talente nutzen und aktiv auf sie zugehen¹
- Steigerung der Arbeitgeberattraktivität, insbesondere bei jungen Zielgruppen^{1,2,3}



Wettbewerbsvorteil auf dem Markt

- Einsicht in alle Kund*innenperspektiven^{4,5}
- Erzielung eines Wettbewerbsvorteils auf dem Markt^{4,5}
- Verringerung des Risikos von „Shitstorms“



Mitarbeiter*innenzufriedenheit

- Steigerung der Mitarbeiter*innenzufriedenheit und des Engagements
- Verringerung der Fluktuation^{5,6,7,18}



Kreativität und Innovation

- 19% mehr Innovation und bessere Zusammenarbeit in vielfältigen Teams^{6,7,8,9,10,11}



Bessere Performance

- Höhere Wahrscheinlichkeit einer überdurchschnittlichen Rentabilität bei vielfältigen Führungsteams im Unternehmen^{10,12,13,14,15,18}

Quellen: **1)** Avery & McKay, 2006 (<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1744-6570.2006.00807.x>); **2)** Ali et al., 2015 (<https://eprints.qut.edu.au/77881/5/77881a.pdf>); **3)** Jobteaser, 2022 (<https://www.jobteaser.com/de/corporate/das-gen-z-lab/karrierebarometer-2022-wie-die-pandemie-den-arbeitsmarkt-aus-sicht-der-gen-z-veraendert>); **4)** Page, 2007 (<https://journals.aom.org/doi/10.5465/amp.2007.27895335>); **5)** McKay et al., 2007 (<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1744-6570.2007.00064.x>); **6)** Stahl, 2010 (<https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2009.85>); **7)** Stahl & Maznevski, 2021 (<https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2009.85>); **8)** Miller & Triana, 2009 (<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6486.2009.00839.x>); **9)** Ruiz-Jiménez et al., 2016 (<https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-014-2462-7>); **10)** Lorenzo et al., 2017 (<https://www.bcg.com/publications/2017/people-organization-leadership-talent-innovation-through-diversity-mix-that-matters>);

„Diversität ist nicht einfach eine gute Tat, sondern unternehmerische Notwendigkeit – sie führt zum Erfolg, wenn sie richtig entfacht wird. Scholz & Friends will ein Ort sein, an dem Menschen gesehen und gehört werden und sich dazugehörig fühlen. So stärken wir unsere Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit.“



Catherine Gaudry
Scholz & Friends Family

11) Leslie, 2016 (<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0149206314535436>); **12)** Noland et al., 2016 (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2729348); **13)** Hoogendorn et al., 2013 (<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/86933/1/11-074.pdf>); **14)** Badal & Harter, 2014 (<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1548051813504460>); **15)** Ali et al., 2011 (<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09585192.2011.561961>); **16)** Boehm & Dwertmann, 2015 (<https://academic.oup.com/workar/article-abstract/1/1/4/1664799?redirectedFrom=fulltext>); **17)** Shore et al., 2011 (<https://wmfdp.com/wp-content/uploads/2016/05/JOM-Inclusiveness.pdf>); **18)** McKinsey, 2024 (<https://www.mckinsey.com/de/news/presse/2024-03-06-diversity-matters-even-more>)



**KAPITEL
3**

RELEVANTE GESETZE UND NORMEN

Die Umsetzung von DEI&B-Management ist mittlerweile durch diverse gesetzliche Vorgaben reguliert. Dabei gibt es nicht die eine verbindliche Rechtsgrundlage. Vielmehr setzt sich das Regelwerk aus verschiedenen nationalen und internationalen Vorschriften zusammen. Nachfolgende Tabellen bieten einen Überblick über relevante nationale, europäische und weltweite Vorgaben.

Nationale Ebene

Grundgesetz Artikel 3 verlangt, dass alle Menschen vor dem Gesetz gleichbehandelt werden.

Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG) schützt vor Diskriminierung.

Entgelttransparenzgesetz (EntgTranspG) fördert die Transparenz von Entgeltstrukturen.

Führungspositionen-Gesetz (FüPoG I & II) regelt die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen.

Mutterschutzgesetz (MuSchG) schützt die Gesundheit der Frau und ihres Kindes während der Schwangerschaft, nach der Entbindung und in der Stillzeit.

Fachkräfteeinwanderungsgesetz (FEG) erleichtert die Einwanderung qualifizierter Fachkräfte aus Nicht-EU-Ländern (Blaue Karte EU ab November 2023).

Teilzeit- und Befristungsgesetz (TzBfG) hat zum Ziel, Teilzeitarbeit zu fördern und vor Diskriminierung zu schützen.

Behindertengleichstellungsgesetz (BGG) soll die gleichberechtigte Teilhabe von Menschen mit Behinderung ermöglichen.

Selbstbestimmungsgesetz (SBGG) erlaubt die Änderung von Vornamen und der Geschlechtszugehörigkeit.

Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG) schützt Menschen, die Missstände in Unternehmen oder Behörden melden (Whistleblower), vor Repressalien. Es verpflichtet Unternehmen ab 50 Mitarbeiter*innen, sichere Meldekanäle einzurichten.

Europäische Ebene

Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK) sichert den Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten.

Amsterdamer Vertrag beinhaltet ein Diskriminierungsverbot.

Gender-Richtlinie (2006/54/EG) soll Chancengleichheit und Gleichbehandlung von Männern und Frauen in Arbeits- und Beschäftigungsfragen ermöglichen.

Caregiver-Richtlinie (EU 2019/1158) erweitert das AGG um individuelle Rechte für fürsorgende Erwerbstätige.

EU-Richtlinie zur Gleichstellung der Geschlechter (RL 2004/113/EG) bietet Schutz vor geschlechtsbedingter Diskriminierung im Kontext von Gütern und Dienstleistungen außerhalb der Arbeitswelt.

EU-Antirassismusrichtlinie (RL 2000/43/EG) kämpft gegen die Diskriminierung aufgrund ethnischer Herkunft.

Rahmenrichtlinie Beschäftigung (2000/78/EG) schafft einen allgemeinen Rahmen zum Schutz vor Diskriminierung aufgrund der Religion/Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Ausrichtung.

European Accessibility Act (EAA) legt einheitliche Barrierefreiheitsanforderungen für bestimmte Produkte und Dienstleistungen fest, um Menschen mit Behinderung die gleichberechtigte Teilhabe am europäischen Binnenmarkt zu ermöglichen.

Internationale Ebene

Allgemeine Erklärung der Menschenrechte definiert die allgemeinen Rechte und Freiheiten ohne Unterschied nach Diversitätscharakteristiken.

UN-Frauenrechtskonvention (CEDAW) verlangt zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung der Frau in allen Lebensbereichen Schritte zur Förderung der Gleichberechtigung.

UN-Konvention über die Rechte von Menschen mit Behinderungen (UN-BRK) hat den Anspruch, die gleichberechtigte Teilhabe und Teilnahme aller am gesellschaftlichen Leben durchzusetzen.

Internationales Übereinkommen zur Beseitigung jeder Form von rassistischer Diskriminierung (ICERD) stellt sicher, dass Menschen in rechtlicher und tatsächlicher Hinsicht vor rassistischer Diskriminierung geschützt werden.

Natürlich lohnt es sich, alle relevanten Gesetze und Richtlinien zu kennen. Darüber hinaus hilft es, sich weitere Konzepte, die dafür sorgen sollen, dass Unternehmen sozialverträglich handeln, genauer anzuschauen.

Sustainable Development Goals – SDGs

→ dt. Ziele für nachhaltige Entwicklung

Die **Sustainable Development Goals** (kurz die „SDGs“) sind konkrete Empfehlungen für eine nachhaltige Entwicklung unseres Planeten. Im September 2015 hat die UN 17 SDGs festgelegt, die an die Millenniums-Entwicklungsziele (MDGs) der Vereinten Nationen anknüpfen. Sie sind zum 1. Januar 2016 in Kraft getreten und sollen bis zum Jahr 2030 umgesetzt sein.



Das Ziel 10 (SDG 10) in der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung kann als das „Diversity-Ziel“ bezeichnet werden. Neben dem Ziel 5 – Geschlechtergleichstellung (SDG 5 – Gender Equality) – steht es für den Abbau ökonomischer und sozialer Ungleichheiten, sowohl zwischen Staaten als auch innerhalb eines Staates.

Die SDGs sind zudem eine proaktive Einladung an alle Unternehmen und Organisationen, mögliche negative Auswirkungen der Geschäftstätigkeit zu reduzieren und mit ihren Investitionen und den von ihnen entwickelten Lösungen und ihren Geschäftspraktiken zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen, etwa durch

- die Einführung eines strategischen Diversity-Managements,
- zielgruppenspezifische Kommunikation (Diversity- bzw. Ethno-marketing),
- Schulungen von Mitarbeiter*innen und Führungskräften im Bereich der interkulturellen Kompetenzen oder unbewussten Vorannahmen (Unconscious Bias),
- Entwicklung und Einführung diskriminierungsfreier und chancengerechter Prozesse hinsichtlich Personalauswahl, -führung und -entwicklung,
- Schaffung von fairen Arbeitsbedingungen für Arbeiter*innen und Angestellte (gleicher Lohn für gleiche Arbeit unabhängig von Geschlecht und Herkunft etc.).

Während die SDGs eher einen empfehlenden Charakter für Unternehmen haben, gibt es aber auch Entwicklungen mit ganz konkreten Auswirkungen auf die Wirtschaft. Das Bewusstsein, dass Unternehmen Verantwortung tragen und entsprechend zu handeln haben, drückt sich in dem Begriff CSR (Corporate Social Responsibility) aus. Die Möglichkeiten, um in diesem Rahmen gezielt agieren zu können, lassen sich unter der Abkürzung ESG zusammenfassen.

Environmental Social Governance (ESG)

→ dt. Umwelt, Soziales und Unternehmensführung

ESG umfasst Auswirkungen von Unternehmensstrategie und -praktiken auf die drei Bereiche Umwelt, Soziales und Unternehmensführung. Aus DEI&B-Perspektive steht der Mensch im Mittelpunkt eines jeden ESG-Elements.

Die Auswirkungen der globalisierten Weltwirtschaft und die damit verbundenen Herausforderungen führen zu einem steigenden Interesse der Gesellschaft (vor allem bei den jüngeren Generationen) an ihrem Einfluss auf die Umwelt und die Menschen.

In der Vergangenheit waren Unternehmen stark von wirtschaftlichen Anreizen getrieben. Heutzutage gehört aber auch die unternehmerische Verantwortung dazu. Angesichts des wachsenden Drucks von Anleger*innen, Verbraucher*innen und Arbeitnehmer*innen sowie der permanenten Präsenz des Themas in den Medien steht ESG mittlerweile ganz oben auf der Agenda von Leitungsgremien und Organen.

Nachhaltigkeitsberichterstattung auf einen Blick: CSRD

Konkrete Gesetze verlangen von den Unternehmen, Rechenschaft über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten abzulegen. Daneben steigt der Reporting-Druck aber auch durch ein sich wandelndes Bewusstsein bei Stakeholdern und in der Gesellschaft.

Seit Inkrafttreten der **CSR-Richtlinie** der EU 2013 sind größere Unternehmen dazu verpflichtet, eine „nicht finanzielle Erklärung“ zu erstellen, in der die verfolgten Konzepte zu Risiken und Leistungsindikatoren, bezüglich zum Beispiel Arbeitnehmerbelangen, dargelegt sind.

Ab 2025 werden auch viele mittelständische Firmen nach den Vorgaben der sogenannten **Corporate Sustainability Reporting Directive**, kurz CSRD, über ihre Nachhaltigkeit berichten müssen. 2022 hat die EU die CSRD verabschiedet, um die europäische Nachhaltigkeitsberichterstattung zu verbessern

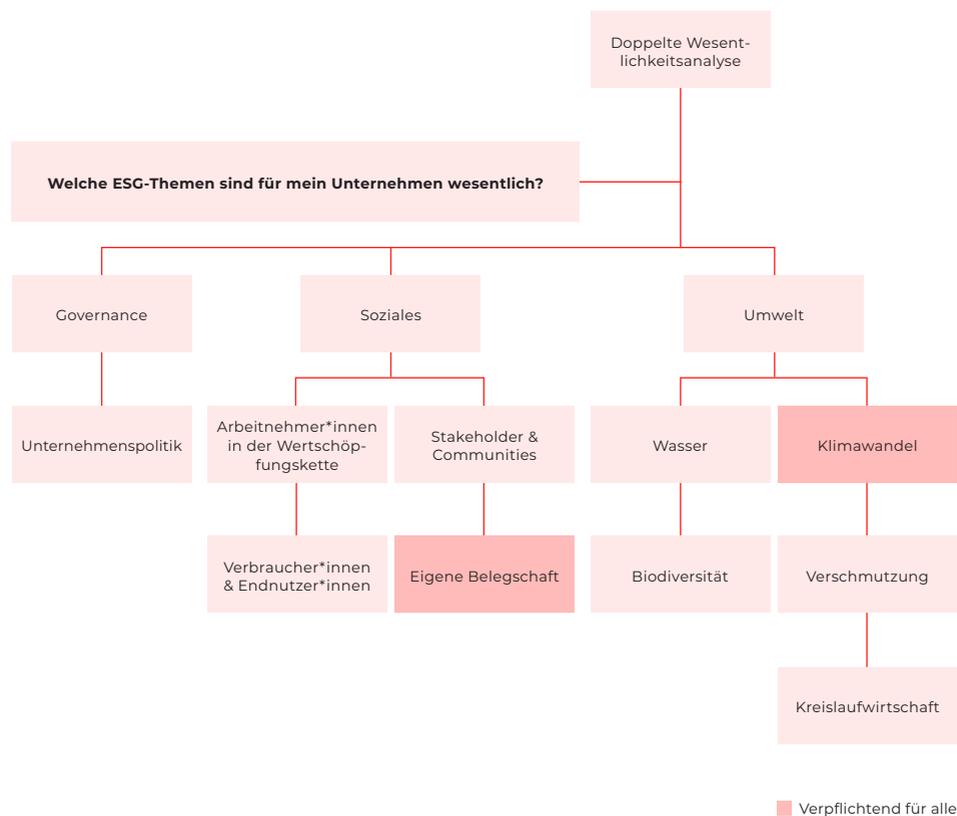
und zu vereinheitlichen. Themen aus den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensgovernance werden so zu einem integrativen Bestandteil der bestehenden Offenlegungspraktiken für berichtspflichtige Unternehmen.

Die **European Sustainability Reporting Standards** (ESRS) verlangen von diesen quantitative (z. B. Diversitätsstatistiken) wie qualitative Daten (z. B. DEI&B-Strategien und -Maßnahmen) auch über deren DEI&B-Praktiken und entsprechende Ergebnisse. So sollen Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion in ihren Geschäftsbereichen gefördert werden.

Achtung neu: die Omnibus-Richtlinie der EU Kommission sieht vor, die bereits beschlossenen Vorgaben zur Nachhaltigkeitsberichterstattung gemäß CSRD zu vereinfachen – da dieser Vorgang noch nicht abgeschlossen ist, informiert euch aktuell zum Thema, etwa [hier](#).

Berichtspflichtige Unternehmen identifizieren im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse, welche Nachhaltigkeitsthemen für das eigene Unternehmen von Bedeutung sind. Dabei werden zum Beispiel sämtliche Stakeholder mithilfe von Fragebögen oder

in Workshops befragt, welche Handlungsfelder sie als relevant für das Unternehmen erachten. Neben den individuell ermittelten wesentlichen Themen sind die Bereiche „Climate Change“ und „Own Workforce“ grundsätzlich berichtspflichtig.



Der Sektor S1 (Own Workforce/Eigene Belegschaft) kann dabei bis zu 17 Unterthemen beinhalten. In nachfolgender Grafik wurden beispielhaft sechs Unterthemen als für das Unternehmen wesentlich identifiziert. Berichtet werden muss dann etwa, welche Strategie das Unternehmen diesbe-

züglich verfolgt, welche positiven wie negativen Auswirkungen sich daraus ergeben und wie das Unternehmen mit diesen Folgen umgeht. Wichtig ist zudem, welche Chancen und Risiken für die Organisation entstehen oder welche Metriken und Ziele man sich in diesem Handlungsfeld gesetzt hat.

S1-1 Spezifische Unternehmensrichtlinien zu Own Workforce, Konformität mit Standards	S1-2 Einbindung von Arbeitskräften & Arbeitnehmervertreter*innen in Unternehmensentscheidungen	S1-3 Meldung von Arbeitnehmer*innenbeschwerden	S1-4 Ansätze & Maßnahmen zur Reaktion auf wesentliche negative & positive Auswirkungen, sowie wesentliche Risiken & Chancen	S1-5 Ziele in Bezug auf das Management wesentlicher Auswirkungen, die Förderung von positiven Auswirkungen sowie Risiken und Chancen	S1-6 Merkmale der Beschäftigten der Organisation
S1-7 Merkmale nicht angestellter Arbeitskräfte, Informationen zur Datenerhebung	S1-8 Informationen zu Tarifverträgen & sozialem Dialog	S1-9 Diversitätsindikatoren der eigenen Mitarbeiter*innen (Geschlechterverteilung oberste Führungsebene, Altersgruppen)	S1-10 Angaben zu angemessenem Lohn	S1-11 Soziale Sicherung	S1-12 Menschen mit Behinderung
S1-13 Angebot von Aus- & Weiterbildungsmaßnahmen der eigenen Mitarbeiter*innen (nach Beschäftigungskategorie & Geschlecht)	S1-14 Gesundheits- & Sicherheitsindikatoren, Arbeitsschutzverträge	S1-15 Anspruch auf Urlaub aus familiären Gründen der eigenen Mitarbeiter*innen (Work-Life-Balance)	S1-16 Lohngefälle F-M, Entgeltgleichheit der eigenen Mitarbeiter*innen	S1-17 Menschenrechtsverfälle & Beschwerden, Diskriminierung (int./ext. Stakeholder in allen Geschäftsbereichen)	

Wie misst man eigentlich soziale Nachhaltigkeit?

Mit steigenden Berichtspflichten steigt auch der Bedarf an relevanten Daten.

Anhand von konkreten Messzahlen – etwa Energieverbrauch pro produzierter Einheit oder Gesamtwasser- verbrauch des Unternehmens – lässt sich die Nachhaltigkeitsleistung einer Organisation in Kennzahlen abbilden.

Dies gilt selbstverständlich auch für den Bereich Soziales – Stichworte: Arbeitssicherheit, Gesundheit, Vergütung, Unternehmenskultur. Hier lassen sich beispielsweise die Weiter-

bildungsstunden je Mitarbeiter*in exakt darstellen. Es gibt diverse Normen und Zertifizierungen,

- an denen sich Unternehmen bei der Berichterstattung orientieren können,
- die es ermöglichen, die erhobenen Werte mit den Leistungen anderer Unternehmen zu vergleichen,
- durch die die Erhebung relevanter Daten standardisiert wird.

Hier ein kurzer Einblick in ausgewählte Standards

EcoVadis beispielsweise ist ein privatwirtschaftliches Unternehmen zur Beurteilung von Nachhaltigkeitsleistungen. Die weltweit führende Plattform bewertet Unternehmen anhand von 21 Kriterien in den Bereichen Umwelt, Soziales, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Organisationen, die ihre wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen transparent

offenlegen möchten, können zudem auf Berichtsstandards zurückgreifen. Der international renommierteste Rahmen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung stammt von der **Global Reporting Initiative (GRI)**. Hierzulande gibt es zudem den **Deutschen Nachhaltigkeitskodex**. Beide Standards sind komplementär zu den neu eingeführten ESRS zu sehen.

Darüber hinaus können sich Unternehmen auch in verschiedenen Teilbereichen zertifizieren lassen. **SA8000** ist ein internationaler Standard für soziale Verantwortung, der von **Social Accountability International (SAI)** entwickelt wurde. Er legt Anforderungen für Arbeitsbedingungen fest,

darunter Mindestlöhne, Arbeitszeiten und das Verbot von Kinder- sowie Zwangsarbeit. Die internationale Norm **ISO 30415** bewertet das Human Resource Management (HRM) eines Unternehmens und umfasst Bereiche wie Kompetenzentwicklung, Mitarbeiterengagement, Vielfalt und Inklusion.

**Noch mehr
Zertifizierungen
findet ihr in
der Toolbox
(Kapitel 6).**



**KAPITEL
4**

WO STEHEN WIR BEI DEI&B IN DEUTSCHLAND AKTUELL?

Deutschland ist auf dem Weg zu einer diverseren Gesellschaft und Arbeitswelt. Aktuelle Daten zeigen jedoch, dass es noch viel zu tun gibt. Um die Potenziale von Diversity voll auszuschöpfen, sind weiterhin gezielte Maßnahmen und eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit dem Thema erforderlich.

Unternehmen holen Frauen in die Vorstände – aber in der Regel nur eine. Die AllBright Stiftung ist eine gemeinnützige Organisation, die sich für mehr Frauen und Diversität in Führungspositionen der Wirtschaft einsetzt. Durch Studien, Veranstaltungen und gezielte Initiativen sensibilisiert sie für die Bedeutung von Vielfalt und fordert Unternehmen zum Handeln auf. AllBright zeigt auf, dass gemischte Teams nicht nur fairer, sondern auch wirtschaftlich erfolgreicher sind.

Jedes Jahr bringt die Stiftung einen [Bericht zum Thema Frauen in Führung](#), speziell in Vorständen, heraus. Dem Bericht von 2023 zufolge sind 37% der neu besetzten Vorstandspeditionen aller börsennotierten Unternehmen an Frauen gegangen.

Jede*r dritte Beschäftigte ist mit Rechtsextremismus am Arbeitsplatz konfrontiert. Eine aktuelle Studie der Initiative [Gesicht zeigen!](#) zeigt, dass Rechtsextremismus am Arbeitsplatz in Deutschland weit verbreitet ist. Fast ein Drittel der Beschäftigten hat rechtsextreme Einstellungen am Arbeitsplatz wahrgenommen, und jede*r Zehnte wurde selbst Opfer. Obwohl viele Betriebe die Problematik und die Notwendigkeit von Maßnahmen sehen, werden diese oft nicht konsequent umgesetzt.

Die Studie unterstreicht den dringenden Handlungsbedarf für Unternehmen: Es ist wichtig, klare Positionen gegen Rechtsextremismus einzunehmen, Schulungen anzubieten und eine offene Unternehmenskultur zu fördern. Nur so können rechtsextreme

Einstellungen effektiv bekämpft und ein positives Arbeitsklima erhalten werden. Die Ergebnisse machen zudem deutlich, dass Rechtsextremismus nicht nur die Betroffenen selbst, sondern auch das gesamte Unternehmen und seine Reputation schädigen kann.

Die soziale Herkunft bestimmt noch immer in hohem Ausmaß den schulischen/beruflichen Erfolg oder Misserfolg. Die [Pisa-Studie 2022](#) sowie der [Bildungsbericht 2024](#) haben erneut bestätigt, dass in Deutschland die soziale Herkunft und der kulturelle Hintergrund weiterhin massiv den Bildungserfolg von jungen Menschen beeinflussen. Kinder aus benachteiligten Familien weisen im Durchschnitt deutlich schlechtere Leistungen auf als ihre privilegierten Mitschüler*innen. Junge Erwachsene (20–25 Jahre) haben eine auffällig geringe Bildungsbeteiligung vorzuweisen, wenn sie aus Familien mit formal gering qualifizierten Eltern stammen. Deutschland gehört sogar zu den Ländern mit der größten Chancenungleichheit im Bildungssystem.

Mehr als jede*r vierte Berufstätige über 50 erlebt Altersdiskriminierung. Die [XING Diversity-Studie 2024](#) offenbart, dass Altersdiskriminierung in der deutschen Arbeitswelt weiterhin ein ernst zu nehmendes Problem darstellt. Trotz der demografischen Tendenz und der Bedeutung älterer Arbeitnehmer*innen für den Arbeitsmarkt berichten viele von ihnen von Benachteiligungen aufgrund ihres Alters.

Besonders auffällig ist, dass die Diskriminierung häufig von Führungskräften ausgeht und sie als Meinungsmacher*innen so wiederum das Arbeitsklima negativ beeinflussen können. Diese Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit, Altersdiskriminierung stärker zu thematisieren und Maßnahmen zu ergreifen, um eine chancengleiche und inklusive Arbeitswelt für alle Altersgruppen zu gewährleisten.

Trotz verbesserter rechtlicher und politischer Situation steigt die Zahl der Straftaten gegen queere Menschen. Obwohl Deutschland im europäischen [Regenbogen-Ranking](#) aufgestiegen ist und positive rechtliche Veränderungen wie das Selbstbestimmungsgesetz verabschiedet wurden, zeigt die Realität ein anderes Bild. Die Zahl der [Straftaten](#) gegen queere Menschen ist deutlich gestiegen, was auf ein sich verschärfendes gesellschaftliches Klima hindeutet. Zudem wird die Dunkelziffer bei den Übergriffen als hoch eingeschätzt. Trotz Fortschritten in der Gesetzgebung bleibt Queerfeindlichkeit daher ein ernstes Problem.

Die Spannungen um Religion und Weltanschauung in Deutschland nehmen zu. Die Dimension „Religion & Weltanschauung“ steht in Deutschland vor Herausforderungen, wie jüngste Berichte zeigen. Die [Bilanz 2023](#) des Deutschen Werbeberates belegt einen Anstieg von 400% bei Beschwerden über Werbung, die religiöse Gefühle verletzt haben. Dies deutet auf eine zunehmende Sensibilität bzw. auf eine Verschärfung von Konflikten in diesem Bereich hin.

Gleichzeitig verzeichnet der [Jahresbericht](#) der Antidiskriminierungsstelle 2023 eine auffällige Zunahme von Beratungsanfragen zu religiöser Diskriminierung, was wiederum eine reale Benachteiligung und Ausgrenzung von Menschen aufgrund ihrer religiösen Überzeugungen oder Weltanschauungen nahelegt.

Selbstbestimmungsgesetz stärkt Trans*Rechte. Mit der Verabschiedung des [Selbstbestimmungsgesetzes](#) hat Deutschland einen wichtigen Schritt in Richtung Chancengleichheit für Trans*- und nichtbinäre Menschen gemacht. Das Gesetz ermöglicht eine selbstbestimmte Änderung des Geschlechtseintrags und Vornamens, ohne belastende Anforderungen wie Gutachten oder medizinische Eingriffe. Dies stellt eine Abkehr von der Pathologisierung von Transidentitäten dar und stärkt das Recht auf Selbstbestimmung.

Obwohl noch Herausforderungen wie Diskriminierung und Gewalt bestehen, sendet das Gesetz ein positives Signal für die Anerkennung und den Schutz von Trans*Rechten in Deutschland.

Menschen mit Behinderung sind auf dem Arbeitsmarkt noch immer benachteiligt. Obwohl die Arbeitslosenquote bei Menschen mit Behinderung in den letzten Jahren gesunken ist, zeigt das aktuelle [Inklusionsbarometer](#) der Aktion Mensch, dass sie weiterhin strukturell diskriminiert werden. Trotz guter Qualifikationen sind sie länger arbeitslos und haben geringere Chancen auf eine Anstellung.

Ein Viertel der Unternehmen, die gesetzlich verpflichtet sind, Menschen mit Behinderung zu beschäftigen, erfüllt diese Quote nicht. Zwar gibt es zahlreiche Fördermöglichkeiten, doch viele Arbeitgeber sind sich dieser nicht bewusst oder scheuen den bürokratischen Aufwand.

Das neue Gesetz zur Förderung eines inklusiven Arbeitsmarktes soll hier Abhilfe schaffen, doch es bedarf noch weiterer Anstrengungen, um Vorurteile abzubauen und eine echte Chancengleichheit zu erreichen.



**KAPITEL
5**

WO STEHT DIE BRANCHE?

Womöglich kannst du es in deinem Job bestätigen: Die Werbe- und Kommunikationsbranche durchläuft einen spannenden Wandel, der von einem wachsenden Bewusstsein für Diversity geprägt ist.

Immer mehr Agenturen erkennen, dass Vielfalt ein entscheidender Faktor für Kreativität, Innovation und Erfolg ist. Die Aufgabe, die vor uns liegt, ist groß, und insgesamt sind wir noch lange nicht da, wo wir hinwollen.

Herausforderungen liegen etwa in der Besetzung von Führungspositionen, in der Repräsentation von Minderheiten in Kampagnen und in der Schaffung einer inklusiven Unternehmenskultur.

2023 hat der GWA eine Diversity-Studie für die Branche durchgeführt. Die Kernergebnisse zeigen:



Diskriminierung wird aufgrund des Alters wegen wahrgenommen – besonders bei den 30- bis 39-Jährigen. Frauen erleben diese (Alters-)Diskriminierung fast dreimal so stark wie Männer.



Agenturen ergreifen weniger Maßnahmen, um Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion zu fördern als die restliche Branche. Die Zufriedenheit mit den Themen ist geringer als in der Branche.



Positiv: Fast die Hälfte der Befragten aus Agenturen gibt an, dass sich Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion am Arbeitsplatz in den letzten fünf Jahren verbessert haben. Selbiges gilt für die Ansprüche an die eigene Arbeit.



Es gibt eine gemischte Sichtweise, inwieweit Diversität die Qualität der Arbeitsergebnisse erhöht. Vergleichbares ist bei der Verbindung von Diversität und vermittelten Werten eines Unternehmens zu beobachten.



Zwei Drittel der Befragten sehen eine Verantwortung der Kommunikationsbranche für den gesellschaftlichen Diskurs bzgl. Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion.

Das Young Board des GWA setzt sich seit mehreren Jahren dafür ein, dass die Meinungen und Interessen junger Kolleg*innen gehört werden. Im Rahmen von Fokusgruppen wurden ebenfalls im Rahmen der Diversity-Studie 2023 zehn Thesen sowie Handlungsempfehlungen abgeleitet.

1.

Die Agenturbranche nimmt DE&I ernst, könnte aber mutiger sein, wobei der Stellenwert von DE&I oft von der Unternehmensgröße abhängt.

2.

Die Mehrheit der DE&I-Maßnahmen in der Branche zielt darauf ab, Bewusstsein für die Themen zu schaffen. Nur einzelne Unternehmen denken bereits darüber hinaus und gehen strukturelle Veränderungen (wie z. B. die Bekämpfung des geschlechtsspezifischen Lohngefälles) an.

5.

Mehrheitlich homogene Führungsebenen, die noch wenig Bereitschaft für die Thematik aufbringen, und Ungleichbehandlung verhindern die Gleichstellung von Meinungen und Bedeutung.

3.

Eines der größten Hindernisse für die Umsetzung von DE&I-Maßnahmen sind aktuell begrenzte zeitliche und finanzielle Ressourcen.

4.

Die Angst vor äußerer Verurteilung (z. B. Unterstellung von „Diversity-Washing“) durch die Gesellschaft oder andere Agenturen hemmt den DE&I-Fortschritt.

6.

Gegenüber der Diversity-Dimension „Sexuelle Orientierung/LGBTIQ+“ wird die Branche als stark inklusiv wahrgenommen. Sie hat hier das Potenzial, Vorbild für andere zu werden.

8.

Tokenism (einzelne Vertreter*innen der Diversity-Dimensionen werden als Aushängeschilder missbraucht) ist stellenweise ein ernst zu nehmendes Problem.

9.

Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben hat sich in den letzten Jahren verbessert. Dennoch machen sich junge Arbeitnehmer*innen bereits Sorgen, den Anschluss zu verlieren, wenn sie sich für Kinder entscheiden. Vor allem die Erwartungshaltungen in der Zusammenarbeit mit Kund*innen ist hier ein Hindernis.

7.

Bezogen auf die Vielfalt von ethnischen Hintergründen ist die Branche noch wenig divers. Es herrscht Bedarf an Aufklärung über Rassismus und Fremdenfeindlichkeit sowie an Verständnis für Erfahrungen damit.

10.

Die junge Generation (18–29 Jahre) hat eine klare Haltung zu DE&I: Sie wünscht sich einen Arbeitgeber, der die Themen proaktiv vorantreibt. Sie will mitgestalten und eine diverse, chancengerechte und inklusive Arbeitsumgebung schaffen.



STATEMENT

**Maylin Vural & Geena Schindler –
GWA Young Board**

Junge Menschen erwarten gerade in Agenturen ein Arbeitsumfeld, in dem Diversität und Inklusion nicht nur theoretische Schlagworte, sondern Realität sind. Dazu gehört ein authentisches Engagement für Vielfalt, Gleichstellung, Inklusion und eine Kultur der Zusammengehörigkeit.

Trotz der hohen Relevanz des Themas nimmt laut der GWA-Diversity-Studie ein Drittel der Befragten keine Maßnahmen ihrer Arbeitgeber*innen zur Förderung von Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion wahr. Agenturen ergreifen nach Einschätzung der Mitarbeiter*innen sogar weniger Maßnahmen, um Vielfalt zu fördern, als der Rest der Branche. Das können wir definitiv besser!

Unser Rat: Nehmt die Stimmen der jungen Generation zu diesen Themen ernst. Bezieht sie in die Diskussion und Umsetzung von DEI&B-Maßnahmen ein. Unsere Generation hat ein ausgeprägtes Bewusstsein für diese Themen und bringt großes Verständnis für die Bedeutung von Vielfalt in einer globalisierten Welt mit. Gerade deshalb können junge Menschen hier wichtige Impulse setzen.

Dass sich in unserer Branche einiges bewegt, macht sich auch an anderen Stellen bemerkbar

Der [DE&I Census 2023](#) der **World Federation of Advertisers (WFA)** zeigt, dass das Bewusstsein für Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion in der Branche weiter gestiegen ist, allerdings gibt es noch viel Raum für Verbesserung:

- Weltweit erleben insbesondere Frauen, ethnische Minderheiten und Menschen mit Behinderungen die größten Herausforderungen. Entsprechend zeigt die Studie eine Repräsentationslücke auf: Frauen und ethnische Minderheiten sind in Führungspositionen deutlich unterrepräsentiert. Männer sind weltweit doppelt so häufig in der C-Suite vertreten.
- Rund 42% der Befragten berichten zudem von Stress oder Angst am Arbeitsplatz. Dies betrifft vor allem Frauen, LGBTQ+-Personen und Menschen mit Behinderungen. Etwa eine*r von sieben Beschäftigten weltweit zieht einen Branchenwechsel aufgrund mangelnder Inklusion und Chancengleichheit in Betracht.
- In Deutschland fühlen sich Beschäftigte hauptsächlich aufgrund von Alter, Geschlecht und familiären Betreuungspflichten benachteiligt.

Die **European Association for Communication Agencies (EACA)** hat im Oktober 2024 ein Playbook zum Umgang mit Behinderungen am Arbeitsplatz veröffentlicht: [Removing Barriers](#). Das Playbook gibt einen guten Einblick in den Umgang mit Behinderungen in unserer Branche und zeigt auf, wo wir konkret noch mehr tun können und sollten. Dabei bezieht es sich nicht nur auf den physischen und virtuellen Arbeitsplatz, sondern auch auf verschiedene Unternehmenspraktiken vom Einstellungsprozess bis hin zu Personalweiterbildung mit zahlreichen Best Practices.

Ein kraftvolles Statement gegen Sexismus in der Werbebranche und ein Aufruf zu mehr Gleichberechtigung und Gleichstellung ist das [Manifest der Ad Girls](#). Es fordert ein Arbeitsumfeld, in dem sich alle Mitarbeiter*innen wohl und respektiert fühlen, unabhängig von ihrem Geschlecht. Das Manifest legt konkrete Maßnahmen fest, damit Agenturen Sexismus bekämpfen und eine inklusive Kultur schaffen können – ein wichtiger Schritt in Richtung einer gerechteren und vielfältigeren Werbebranche, in der alle die gleichen Chancen haben.

Die **European Association of Communications Agencies (EACA)** hat ein DEI Task Force Playbook herausgebracht. [She is a Keeper](#) ist eine wertvolle Ressource für die Kommunikationsbranche, die sich dem Ziel widmet, weibliche Talente zu halten und zu fördern. Die Textsammlung beleuchtet die Gründe für den Verlust von weiblichen Talenten in der Branche, darunter Unterrepräsentation, ungleiche Bedingungen bei der Telearbeit, das geschlechtsspezifische Lohngefälle und die Schwierigkeiten, Beruf und Familie in Einklang zu bringen.

Es bietet eine Fülle von Best Practices und Fallstudien von Agenturen und Organisationen, die erfolgreich DEI-Initiativen umgesetzt haben. Diese Initiativen konzentrieren sich auf die Beseitigung von Hindernissen für den Eintritt in die Branche, die Beschleunigung des Karrierewachstums von Frauen durch Schulungen und Mentoring, die Schaffung eines unterstützenden Umfelds für die Gesundheit von Frauen und die Bereitstellung eines sicheren Raums für psychische Gesundheit.

Das Playbook ist ein praktischer Leitfaden, der dabei helfen kann, konkrete Maßnahmen zu ergreifen, um eine vielfältigere, gleichberechtigte und inklusivere Arbeitsumgebung zu schaffen und weibliche Talente langfristig zu binden und zu fördern.

Der Podcast [Was kann Werbung eigentlich?](#) von Jule Fuhrmann und Minh Ngoc Nguyen geht auf die Verbindung von Werbung und gesellschaftlicher Verantwortung ein. In verschiedenen Episoden diskutieren sie mit Gäst*innen Themen wie „Tokenism“, „Ageism“ oder auch den **Pride Month**.

Um Vorurteile gegenüber älteren Arbeitnehmer*innen abzubauen und die Vorteile eines vielfältigen Teams zu nutzen, hat der Art Directors Club (ADC) die Initiative **Experience Pays** gestartet. Das Projekt umfasst Veranstaltungen und Programme, die Menschen jeden Alters dabei helfen sollen, zusammenzuarbeiten.

Weitere Initiativen und Ideen dazu, wie DEI&B noch stärker verankert werden können, findest du in Band 2 und 3.



INTERVIEW

Mit Dörte Spengler-Ahrens (ADC Vize-Präsidiums-sprecherin) und Sascha Hanke (ADC Vorstand Fachbereich Werbung) zur Initiative „Experience Pays“.

Was hat den ADC dazu bewogen, die Initiative „Experience Pays“ ins Leben zu rufen? Welche konkreten Erfahrungen oder Beobachtungen habt ihr in der Kreativbranche gemacht, die den Bedarf für eine solche Initiative verdeutlichen?

„Die Idee zu einer ADC Future Diversity Age-Ausgabe ist der Tatsache geschuldet, dass nur 5% der Kreativen in der Auftragskommunikation über 50 Jahre alt sind. Wir glauben, Kreativität hat kein Verfallsdatum. Warum denken viele, dass Erfahrung und Energie sich ausschließen? Und dass jung gleich unerfahren und alt gleich unzeitgemäß bedeutet?“

Diese Vorurteile behindern unser Zusammenleben und unsere Arbeitswelt. Sie setzen Schranken, wo es keine geben sollte. Mit Future Diversity Age wollen wir Erfahrung wieder mehr ehren und wertschätzen!“, sagt Sascha Hanke.

Könnt ihr uns mehr über die Ziele der Initiative erzählen? Was möchtet ihr konkret erreichen und welche Veränderungen strebt ihr in der Branche an?

„Der Abbau von Vorurteilen und die Stärkung des Bewusstseins über die Vorteile des Alterns stehen im Zentrum. Denn das Thema Alter wird in unseren Branchen in Deutschland vermieden. Höchste Zeit, es erst recht zum Thema zu machen. Als würde es einen heimlichen Elefantfriedhof geben, wohin die erfahrenen Kreativen verschwinden. Unser Ziel ist es, Inspiration und wertvolle Einblicke zu bieten, wie Hindernisse nicht nur erkannt, sondern auch effektiv überwunden werden können“, sagt Dörte Spengler-Ahrens.

Was können Agenturen und Unternehmen konkret tun, um Ageism zu bekämpfen und eine altersinklusive Arbeitskultur zu schaffen? Habt ihr konkrete Empfehlungen?

„Es gibt so vieles, was man tun kann, und es sind immer dieselben Maßnahmen und Tipps, die auch für andere Formen der Diskriminierung gelten: Vielfalt fördern, offene Kommunikation, Mentorship-Programme, Schulungen zur Sensibilisierung ... Ich glaube, die wichtigste Voraussetzung ist, dass man sich bewusst wird, welche Vorurteile habe ich möglicherweise und warum – egal ob in Bezug auf sexuelle Orientierung, Hautfarbe, Alter etc.“, sagt Sascha Hanke.

Wie können Agenturen und Unternehmen den Erfolg ihrer Age-Diversity-Maßnahmen messen und bewerten?

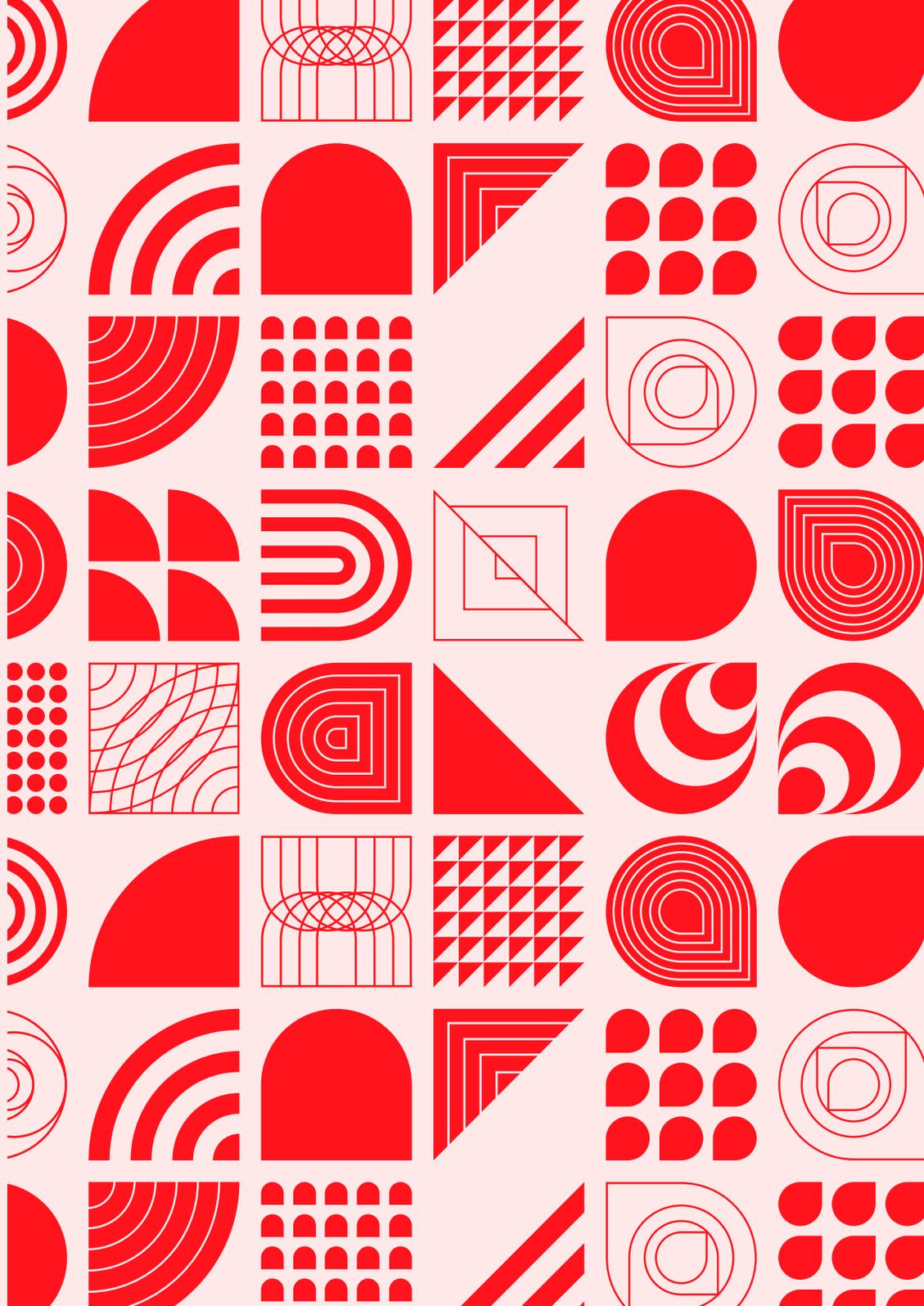
„Zum Beispiel durch zuerst einmal ein Umdenken und Bewusstmachen, dann durch aktives Ansprechen und gegebenenfalls Mitarbeiterumfragen, Quoten, Leistungsbewertung und Analyse von Mitarbeiterfluktuation und Teamdynamik. Bei der Bewertung ist es sinnvoll, zu Beginn KPIs zu definieren und Ziele zu formulieren“, sagt Dörte Spengler-Ahrens.

Welche Rolle spielen Netzwerke und Mentorenprogramme bei der Förderung von Age Diversity?

„Eine entscheidende, denn sie fördern Empathie, Verständnis und Respekt auf beiden Seiten“, sagt Dörte Spengler-Ahrens.

Wie können ältere Kreative ihre Erfahrung und ihr Wissen am besten an jüngere Generationen weitergeben?

„Reverse Mentoring, also der Wissenstransfer von Jung zu Alt, ist heutzutage ein beliebtes Modell. Eines, das wir aber eigentlich umbenennen sollten in Bidirectional Mentoring, denn es sollte immer darum gehen, dass Mitarbeiter*innen wechselseitig voneinander lernen. Ich finde, es gibt täglich unzählige Gelegenheiten auf beiden Seiten, Erfahrung weiterzugeben. Wichtig sind immer Offenheit, Interesse und Wertschätzung, und wenn das so noch nicht da ist, kann ein entsprechendes Mentoring natürlich ein Anlass sein“, sagt Sascha Hanke.



The background is a solid red color with a repeating grid of various geometric patterns. These patterns include concentric circles, squares, triangles, and abstract shapes, all rendered in a lighter shade of red. A white semi-circular shape is positioned on the right side of the page, containing the text.

**KAPITEL
6**

TOOLBOX

Welche Zertifizierungen und Standards helfen bei der Implementierung eines nachhaltigen DEI&B-Managements?

Zum Thema Diversity gibt es nicht die eine weltweit anerkannte Zertifizierung, sondern nahezu unzählige Labels. Dennoch haben sich in Deutschland bestimmte Zertifizierungen bundesweit und auch im gesamten deutschsprachigen Raum bzw. EU-weit durchgesetzt:

Urkunde Charta der Vielfalt

Einer der ersten Schritte, den viele Organisationen für mehr Vielfalt gehen, ist die Unterschrift bei der Charta der Vielfalt. Die Urkunde unterstreicht das interne ebenso wie das externe Engagement für ein faireres, inklusiveres Arbeitsumfeld sowie für eine gerechtere Gesellschaft, die allen Bürger*innen dieselben Entwicklungsmöglichkeiten bietet.

B Corp Zertifizierung

Benefit Corporation ist eine Zertifizierung für Unternehmen, die hohe soziale und ökologische Standards erfüllen. Um eine [B Corp Zertifizierung](#) zu erhalten, durchlaufen Organisationen einen strengen Bewertungsprozess, der ihre Auswirkungen auf Mitarbeiter*innen, Kund*innen, die Gemeinschaft und die Umwelt misst.

TÜV-Prüfzeichen für digitale Barrierefreiheit

Seit Inkrafttreten des European Accessibility Act (EAA) müssen Unternehmen ihre digitalen Plattformen, Produkte und Dienstleistungen für Menschen mit Behinderung zugänglich machen, um einen gleichen Zugang und Teilhabe zu ermöglichen. Die [TÜV-Begutachtung](#) prüft, ob das Softwareprodukt oder die Dienstleistung den in der Europäischen Union geltenden Normen und Vorschriften zur Barrierefreiheit entspricht.

EDGE-Zertifizierung (Gender)

Der [EDGE-Zertifizierung](#) liegt ein robuster Ansatz zugrunde, um den Stand einer Organisation in Bezug auf die Geschlechtergleichheit am Arbeitsplatz und die intersektionelle Gerechtigkeit zu bewerten. Als wirksames Instrument für nachhaltigen Fortschritt, das auf objektiven, messbaren Nachweisen beruht, bietet es klare Leistungsstandards und schafft Transparenz und Verantwortlichkeit für Veränderungen.

Im Rahmen dieser Bewertung werden Bereiche und Prozesse analysiert, etwa gleiche Bezahlung für gleichwertige Arbeit, Einstellungen und Beförderungen, Schulungen und Mentoring zur Führungskräfteentwicklung, flexibles Arbeiten und die Unternehmenskultur. Der größte Vorteil: Die EDGE-Zertifizierung ist die einzige weltweit anerkannte DEI&B-Zertifizierung!

PROUT Employer Partner Program (PEPP)

Mithilfe des Programms [PEPP](#) der PROUT AT WORK-Foundation können Organisationen ein besseres Verständnis in Fragen rund um die Dimensionen sexuelle Orientierung und geschlechtliche Identität entwickeln. Dabei werden eine individuelle Begleitung, verschiedene Schulungen, Workshops und Veranstaltungen sowie aktuelles Aufklärungsmaterial angeboten. Darüber hinaus können Mitglieder das PROUT AT WORK-Employer-Siegel zu Kommunikations- bzw. Employer-Branding-Zwecken erhalten.

Relevante begleitende Initiativen

Das Thema DEI&B ist breit gefächert und deckt viele Dimensionen ab. Seit einiger Zeit haben sich bestimmte Initiativen bzw. Verbände gegründet, die Organisationen dabei helfen, ein besseres Verständnis von verschiedenen Themen zu bekommen und somit einen inklusiveren Umgang mit den betroffenen Menschengruppen zu entwickeln:

PROUT AT WORK (sexuelle Orientierung & Identität)

Gegründet im Jahr 2014 begleitet die [PROUT AT WORK-Foundation](#) Organisationen, die sich für ein faires Arbeitsumfeld für queere Menschen engagieren, und bietet dazu vieles an, u. a. Aufklärungsmaterial, Workshops, Schulungen und Veranstaltungen.

STICKS & STONES-Messe (sexuelle Orientierung & Identität)

Seit 2009 hat sich die [S&S-Messe](#) als eine der größten LGBTIQ+-Karrieremessen im deutschsprachigen Raum etabliert. Sie bringt über 100 deutsche und international agierende Unternehmen und queere Talente zusammen und bietet eine Plattform für Fachleute, um ihre Fähigkeiten zu präsentieren und Synergien zu schaffen.

ADAN Career Day (ethnische Herkunft/afrostämmige Menschen)

Die [Karrieremesse](#) des Afro Diasporischen Akademischen Netzwerks (ADAN) ist das größte Karriereevent im deutschsprachigen Raum für in Deutschland lebende Talente aus der afrostämmigen Diaspora. Mit seinen Aktivitäten arbeitet das Netzwerk an einer höheren Akzeptanz von afrostämmigen Menschen in Unternehmen.

Netzwerk Chancen (soziale Herkunft)

Das [Netzwerk Chancen](#) wurde im Jahr 2016 von Natalya Nepomnyashcha, der Tochter einer ukrainischen Einwanderungsfamilie und selber Sozialaufsteigerin, gegründet. Es möchte die Dimension „Soziale Herkunft“ auf die Agenda der DEI&B-Manager*innen setzen. Das von der Initiative entwickelte Förderprogramm in Kooperation mit potenziellen Arbeitgebern bietet Menschen aus einkommensschwachen Milieus eine Chance, sich beruflich einfacher und besser zu integrieren sowie sozial aufzusteigen.

SWANS Initiative

Die [SWANS Initiative](#) ist eine gemeinnützige Organisation, die im deutschsprachigen Raum aufgewachsene Studentinnen und junge Akademikerinnen mit Einwanderungsgeschichte, Schwarze Frauen und Women of Color (BIWoC) bei allen Themen rund um Beruf und Karriere fördert. Sie bietet ein umfassendes, für sie kostenloses berufliches Förderangebot (u. a. Seminare, Coaching und Beratung) und eine Plattform, um sich zu informieren, miteinander zu vernetzen und gegenseitig auszutauschen.

EnableMe Deutschland

Die gemeinnützige Organisation [EnableMe Deutschland](#) setzt sich für die Inklusion von Menschen mit Behinderungen ein und bietet eine umfassende Plattform für Information, Austausch und Unterstützung. Sie begleitet Menschen mit Behinderungen und chronischen Krankheiten bei ihren Herausforderungen im Alltag, indem sie ihnen Zugang zu relevanten Informationen und einer aktiven Community ermöglicht.

EnableMe Deutschland arbeitet auch mit Unternehmen und anderen Organisationen zusammen, um die Barrierefreiheit zu verbessern und die Teilhabe von Menschen mit Behinderungen am Arbeitsleben zu fördern.





Deutschlands
führende
Agenturen

