

Diversity beginnt – und endet – mit der Erfahrung des Einzelnen

Viel wurde in der letzten Zeit geschrieben und gesprochen zum Thema Diversity. Podiumskussionen mit Führungskräften aus Wirtschaft, Politik und Akademie füllen die Säale. In Berlin fand letzte Woche die erste Diversity 2012 statt, die größte Tagung ihrer Art. Genau zum selben Zeitpunkt wurde Präsident Obama wiedergewählt – das Vorzeigemodell der offenen und vielfältigen Gesellschaft.

Ist doch toll, wenn sich so viel tut, sollte man meinen. Doch beim Blick hinter die Schlagzeilen und in die Praxis drängen sich dem Beobachter Zweifel auf. Mag sein, dass Diversity durch die öffentliche Aufmerksamkeit eine Menge in den Köpfen der Menschen in Wirtschaft und Gesellschaft bewirkt. Der Kopf allein bestimmt aber nicht das soziale Miteinander. Vielmehr wird Offenheit der Andersartigkeit auch durch den Bauch gesteuert. Der kann nur ein gutes Gefühl haben, wenn persönliche Erfahrungen Offenheit und Neugier auf das andere beflügeln. Warum das in den Chefetagen der meisten deutschen Unternehmen noch nicht angekommen ist, beschreiben folgende Gründe.

Klar sind wir vielfältig – jedenfalls stellenweise

Vielfalt bedeutet nicht nur Frauen und Gedöns, das zumindest ist im Zuge der post-Krisen Aufklärung schon mal bei den meisten angekommen. Längst schaut man also nicht mehr nur auf den Proentsatz von Frauen in Führungspositionen sondern schaut sich auch an, wo Internationalität und z.B. sexuelle Orientierung Platz und Stimme finden. Doch diese Breite übersieht das Problem, das in der Tiefe liegt. Wenn es um Wirtschaft geht, genauso wie um Politik, dann reden wir über Hierarchien. Hierarchien bestimmen, trotz aller neumodischer Entwicklungen, den Alltag von Unternehmen. Entschieden wird noch immer oben, das stimmt, und wenn da Frauen sitzen, dann ist das gut. Dabei wird einerseits übersehen, dass Vielfalt in der Top-Etage vielleicht als Vorzeigbar gilt, Unternehmen aber zahlenmäßig die meisten Mitarbeiter in der Mitte stehen. Gerade bei Mittelständlern stehen also unten die Jungs aus der Türkei und Griechenland in der Produktion und and er Spitze steht eine internationale in Harvard ausgebildete Frau. Was aber tut sich dazwischen? Solange hier nic... KMU

Individuell ja, aber bitte nicht anders

Ein zweites Problem des herbeigesehnten Siegezuges von Diversität liegt nicht in den Zahlen begründet, sondern im Alltag der Unternehmenspraxis. Man stelle sich nur einmal eine Viertelstunde während der Mittagszeit in die Lobby eines deutschen DAX-Unternehmens. Noch amüsanter wird es bei einem Besuch auf einer Großveranstaltung der deutschen IHKs. Hier kann beobachtet werden, was Schmalspur-Diversität bedeutet. Es gibt bei jedem Aspekt immer zwei Wahlmöglichkeiten. Bei der Frisur ist es entweder lang und gegeelt oder ganz kurz. Schwarzer Anzug oder grauer Anzug. Weißes Hemd oder hellblaues. Brille Horn oder randlos. Gesichts Dauerlächeln oder gar nicht lächeln. Koffer Rimova oder Leder old fashioned von Bugatti. Ach so, und die Frauen? Na das gleiche. Alles was sich zwischen diesen beiden Polen oder gar darüber hinaus abspielt – jedenfalls draußen auf der Straße und in anderen sozialen Gefilden abseits der Unternehmen – kommt in der Wirtschaft nicht vor. Ein Schelm, wer dabei Konformitätsdruck vermutet.

International, natürlich – von Montag bis Freitag im 5-Sterne-Hotel

Im Jahr 2011 gab es 8,8 Millionen deutsche Geschäftsreisende. Die durchschnittliche Reisedauer sank dabei auf 2 Tage. Bei weiteren Reisen erhöht sich die Verweildauer. Das Problem liegt aber gar nicht mal so sehr in der Anzahl und Dauer der Reisen, es liegt in der Qualität. Geschäftsreisen sind das ultimative Gütesiegel erfolgreicher Manager. Jeder, der es auch nur ansatzweise an eine wichtige Position geschafft hat, muss ja reisen mit Laptop, Smartphone und Rimova-Rollie – keine Frage. Am Ziel angekommen geht es vom Flughafen ins Taxi zum Büro des Partners, abends vielleicht noch in eine teure Bar, dann wieder ins Hotel. Der Ablauf wiederholt sich beliebig oft. Der Ort spielt keine Rolle. Das geht auch den Reisenden selbst so, die teils wahrscheinlich selbst nicht wissen, wo sie gerade sind. Die schicken Büros der Führungsetagen sehen jedenfalls sehr ähnlich aus auf der ganzen Welt. Vielleicht mag sich einer wundern, warum es gerade nur Wasser ohne Sprudel gibt oder nur Tee statt Kaffee. Damit hört es dann aber auch schon auf mit den interkulturellen Erfahrungen. Kaum ein Geschäftsreisender lernt auch nur ansatzweise über die Kultur des Landes, in der er sich gerade befindet. Es sei denn, es erhöht seine Chancen auf einen Deal. Dann darf vorher ein Crashkurs in Kultur und Sprache belegt werden. Vor Ort muss aber immer alles ganz schnell gehen. Denn je weniger Zeit man schließlich hat und je schneller man zum nächsten Termin

nach Hause muss, je wichtiger ist man eben auch. Jede Nacht im 5-Sterne-Hotel kostet ja schließlich auch. Ob das dann wirklich zur Internationalität der Menschen führt?

Bildungsvielfalt – aber klar

Der Blick durch die Reihen der Lufthansa-Maschine am Morgen von Frankfurt nach Berlin ist immer gleich. Die einen schlafen, die anderen lesen, die anderen tippen auf dem Laptop. Letztere Gruppe kann man wiederum unterteilen in Bild-Leser, Bunte-Leser und Financial-Times Leser. Einige lesen auch andere Zeitungen. In den Zeitungen ist natürlich der Wirtschaftsteil wichtig – ganz wichtig. Man muss ja schließlich wissen, was die Großen im Geschäft so machen, auch wenn man selbst eigentlich nur ein ganz kleiner Fisch ist, der sich um 4:00 Uhr zum Flughafen quälen musste, um eine wichtige Reise zu unternehmen.

...

Und wie könnte es weitergehen? Diversity beginnt beim Einzelnen!