

Inhaltsverzeichnis	
Statt eines Vorwortes	5
Zum Aufbau des Buches	6
Hinweise zur Nutzung des Buches	8
1 Was ist Diversity?	16
1.1 Diversity aus Sicht von Personen	16
Das Phänomen „Vielfalt“	16
Die Geisteshaltung „Offenheit“	19
1.2 Diversity aus Sicht von Organisationen	20
Das Instrument „Diversity Management“	20
Der Leitgedanke „Diversity & Inclusion“	21
1.3 Exkurs: Annahmen zu Diversity	24
2 Warum ist Diversity wichtig?	33
2.1 Diversity ist ein Schlüsselthema wirtschaftlicher Metatrends	34
2.2 Diversity ist eine Antwort auf veränderte Rahmenbedingungen	40
Wachsende Anforderungen durch rechtlichen Wandel	40
Wachsende Vielfalt durch demographischen Wandel	43
Wachsende Offenheit durch Wertewandel	55
Wachsende Inklusion durch veränderten Umgang	64
3 Welche Ziele verfolgt Diversity?	71
Vielfalt der Stakeholder als Spiegel des Umfeldes	73
Produktives Arbeitsumfeld als Basis des Erfolges	74
Klare Imageposition als Verbindung zu externen Stakeholdern	75
Exkurs: Diversity-Ziele im nicht gewinnorientierten Umfeld	77
4 Warum müssen sich Organisationen verändern?	85
Monokulturen	86
Persönliche Vorurteile	88
Organisationale Präferenzen	90
Exkurs: Frauen in Führungspositionen	92
Schlussbetrachtung	96

5 Welches Umfeld findet Diversity in Deutschland vor?	101
Prolog: Sind Grundvoraussetzungen für Offenheit in Deutschland gegeben?	102
Staatlich-politische Rahmenbedingungen	107
Gesellschaftlich-kulturelle Rahmenbedingungen	115
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	121
Epilog: Lässt sich Diversity von den USA auf Deutschland übertragen?	128
6 Wie erfolgt die Implementierung von Diversity?	135
6.1 Grundlagen der Implementierung	138
Business-Kontext	138
Verständnis für Diversity	140
Diversity-Ziele	141
Ist-Analyse	143
Business Case	146
Strategieentwicklung	148
6.2 Umsetzung: Einführung und Mainstreaming von Diversity	157
Diversity-Einführung „Top-down“	161
Diversity-Einführung „Bottom-up“	173
Diversity Mainstreaming im HR-Management	190
Diversity Mainstreaming in der Unternehmenskommunikation	212
Diversity Mainstreaming im Marketing	215
6.3 Prozessmanagement: Organisation und Erfolgsmessung	224
Die Organisation von Diversity	224
Die Erfolgsmessung von Diversity	227
7 Welche Vorteile und Nachteile sind mit Diversity verbunden?	233
7.1 Externe Abwägungen	234
Kunden & Märkte	234
Shareholders	235
Arbeitsmarkt	235
Community	236

7.2 Interne Abwägungen	239
Individuelle Ebene	239
Interpersonale Ebene	242
Organisationale Ebene	244
8 Welche konkreten Ansätze führen Diversity zum Erfolg?	249
Mit Head, Heart und Hand Veränderungen initiieren	250
Durch bewusste Phasengestaltung Veränderungen fördern	253
Fazit: Die fünf häufigsten Fehler und wichtigsten Erfolgsfaktoren	255
Ausblick	261
Anhang	
Service: Ausgewählte Internetadressen	265
Stichwortverzeichnis	270