

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Zum Aufbau des Buches	7
Hinweise zur Nutzung des Buches	9
1 Diversity: Das Potenzial-Prinzip	15
1.1 Die erste Komponente des Potenzial-Prinzips: Vielfalt.....	18
1.2 Die zweite Komponente des Potenzial-Prinzips: Aufgeschlossenheit.....	24
1.3 Die dritte Komponente des Potenzial-Prinzips: Einbeziehung.....	25
1.4 Die vierte Komponente des Potenzial-Prinzips: Mehrwert.....	27
1.5 Exkurs: Annahmen zu Diversity.....	28
2 Warum ist Diversity wichtig?	31
2.1 Diversity als Schlüsselthema wirtschaftlicher Metatrends.....	32
2.2 Diversity als Antwort auf veränderte Rahmenbedingungen.....	37
2.2.1 Wachsende Anforderungen durch rechtlichen Wandel.....	37
2.2.2 Wachsende Vielfalt durch demografischen Wandel.....	39
2.2.3 Wachsende Offenheit durch Wertewandel.....	59
2.2.4 Wachsende Inklusion durch veränderten Umgang.....	67
2.3 Diversity im HR-Kontext.....	68
3 Welche Ziele verfolgt Diversity?	73
3.1 Vielfalt der Stakeholder als Spiegel des Umfeldes.....	75
3.2 Aufgeschlossenheit durch Respekt und Wertschätzung.....	77
3.3 Produktives Arbeitsumfeld durch Einbeziehung.....	77
3.4 Mehrwert durch klare Positionierung gegenüber externen Stakeholdern.....	78
3.5 Exkurs: Diversity-Ziele im nicht gewinnorientierten Umfeld.....	79
4 Warum müssen sich Organisationen verändern?	85
4.1 Monokulturen.....	86
4.2 Persönliche Vorurteile.....	88
4.3 Organisationale Präferenzen.....	91

5 Welches Umfeld findet Diversity in Deutschland vor?	93
5.1 Sind Grundvoraussetzungen für Offenheit in Deutschland gegeben?	94
5.2 Staatlich-politische Rahmenbedingungen	96
5.2.1 Gesetzliche Regelungen.....	96
5.2.2 Politische Positionierung	100
5.3 Gesellschaftlich-kulturelle Rahmenbedingungen	102
5.3.1 Bildung	102
5.3.2 Sprache	104
5.3.3 Religion.....	107
5.4 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	109
5.4.1 Unternehmenskultur in Deutschland	109
5.4.2 Führungsstil in Deutschland	110
5.4.3 Werbekultur in Deutschland	113
5.5 Exkurs: Lässt sich Diversity von den USA auf Deutschland übertragen?	115
6 Wie erfolgt die Implementierung von Diversity?	117
6.1 Grundlagen der Implementierung.....	119
6.1.1 Business-Kontext: Anbindung von Diversity an das Kerngeschäft.....	121
6.1.2 Verständnis für Diversity: Definitionen der Elemente und Perspektiven.....	122
6.1.3 Diversity-Ziele: Beschreibung des Zielsystems	123
6.1.4 Ist-Analyse: Bestandsaufnahme der aktuellen Situation	126
6.1.5 Business Case: Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen für Diversity	129
6.1.6 Strategie-Entwicklung: Identifikation effektiver Vorgehensweisen	131
6.1.7 Organisation von Diversity.....	137
6.2 Grundlagen der Einführung	144
6.2.1 Einführung top-down	146
6.2.2 Einführung bottom-up.....	157

7 Diversity Mainstreaming	181
7.1 HR-Management	182
7.1.1 Diversity in der Personalbeschaffung.....	184
7.1.2 Diversity in der Personalentwicklung	196
7.1.3 Navigation von Privat- und Berufsleben	204
7.1.4 Diversity in Vergütungssystemen	214
7.2 Diversity Mainstreaming in der Unternehmenskommunikation.....	217
7.3 Diversity Mainstreaming im Marketing.....	222
7.4 Diversity im Beschaffungswesen	231
7.5 Diversity Controlling	232
8 Welche Vor- und Nachteile sind mit Diversity verbunden?	237
8.1 Externe Perspektive	238
8.1.1 Kunden und Märkte.....	238
8.1.2 Anteilseigner.....	239
8.1.3 Arbeitsmarkt.....	240
8.1.4 Community.....	242
8.2 Interne Perspektive.....	243
8.2.1 Individuelle Ebene	243
8.2.2 Interpersonale Ebene.....	247
8.2.3 Organisationale Ebene.....	248
9 Welche konkreten Ansätze führen Diversity zum Erfolg?	251
9.1 Veränderung initiieren – Entwicklung fördern	252
9.2 Durch bewusste Phasengestaltung Veränderungen fördern	256
9.3 Diversity Manager müssen Vielfalt leben	257
9.3.1 Die fünf häufigsten Fehler.....	259
9.3.2 Die fünf wichtigsten Erfolgsfaktoren.....	260
9.4 Die Entwicklungsstadien der Implementierung von Diversity	262
Ausblick	265

Anhang	267
Abbildungsverzeichnis	269
Literaturverzeichnis	271
Service-Teil	278
Verzeichnis der genannten Organisationen	282
Stichwortverzeichnis	284