

sowieso fast nie von der obersten Führungsriege selbst ausgegangen seien: „DEI-Initiativen kamen meist vom mittleren Management oder der Personal-, ESG- oder Kommunikationsabteilung.“

Auch Alexandra Kammer stellt in ihrem Berufsalltag fest, dass immer mehr Führungskräfte das Thema DEI satt haben. Sie ist Mitgründerin des HR-Tech-Start-ups Aivy. Anfang des Jahres stieg sie dort aus, berät seitdem Konzerne zu DEI-Fragen. Seit Trump öffentlich Stimmung gegen Diversitätsinitiativen macht, signalisierten ihr viele Führungskräfte in Deutschland eine trotzige Haltung, die laut Kammer impliziere: „Ich musste die ganze Zeit korrekt sein – jetzt sagt's endlich mal jemand.“

„Trumps Politik fällt in deutschen Führungsriegen mitunter auf fruchtbaren Boden“, sagt sie. Das spürten auch diejenigen, die in den Unternehmen für Diversitätsthemen verantwortlich seien: „Diversity-Chefinnen und -chefs sind schüchterner geworden, wollen weniger konfrontativ wirken, das Feuer nicht unnötig anfachen.“ Diejenigen unter ihnen, die noch nicht um ihre Jobs bangten, fürchteten zumindest den internen Bedeutungsverlust.

Kammer berichtet, dass sie von ihrer Unternehmenskundschaft mittlerweile oft gebeten werde, den Begriff „Diversität“ aus den Titeln ihrer Coachings zu streichen. „Häufig werde ich jetzt gefragt, ob wir die Initiativen nicht umbenennen können.“ Aus einem Diversity-Training solle dann plötzlich ein Leadership-Seminar werden, „weil das unkomplizierter zu verargumentieren sei“.

Hätte verhindert werden können, dass DEI-Themen bei Unternehmensbossen derart in Ungnade fallen? Dutzende Studien belegen schließlich, dass Diversität, Gleichstellung und Inklusion positive Effekte hat – zum Beispiel, wenn es darum geht, Innovationen im Unternehmen zu fördern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter langfristig zu binden und neue Talente für sich zu gewinnen.

„Das Problem ist, dass die Leute all das nicht mehr hören können, weil es immer nur die halbe Wahrheit war“, sagt Management-Professor Lanwehr.

Es habe in den vergangenen fünf Jahren zu viel „Happy Talk“ gegeben: Beratungen, Personalexperten und Keynotespeaker hätten ausschließlich über die positiven Aspekte von Diversität gesprochen. „Dadurch fühlten sich die Leute irgendwann veräppelt. Das Thema ist nämlich gerade für Führungskräfte auch mit Mühsalen verbunden“, sagt Lanwehr. Ein Beispiel: Wer ein diverses Team manage,

“

Unternehmenslenkerinnen und -lenker haben gerade ganz andere Megathemen auf dem Tisch.

Ralf Lanwehr
Professor für Management
an der Fachhochschule
Südwestfalen

müsste auch mit mehr Konflikten und Reibungen umgehen. Auch das müsste offen angesprochen werden. Fragt man Klaus Schweinsberg, ist das, was in deutschen Unternehmen gerade passiert, gar keine Abkehr von DEI-Themen. Er beobachtet vielmehr eine „Fokussierung aufs Wesentliche“. Schweinsberg leitet das Zentrum für Höhere Führung, als langjähriger Berater diverser CEOs aus Konzernen und Mittelstand hat er Einblicke in viele deutsche Chefetagen.

„Zu 99 Prozent sind Managerinnen und Manager in Deutschland gerade mit den Märkten beschäftigt, die ihnen davonrauschen“, sagt er. Sie stünden vor großen Sanierungsaufgaben. „Wenn Führungskräfte gerade mit der Personalabteilung zusammensitzen, geht es nicht um Diversity, sondern um Betriebsschließungen oder Stellenabbau.“ Wer in der aktuellen wirtschaftlichen Lage mit DEI-Themen komme, fange sich von vielen Chefs schnell Bemerkungen ein wie: „Wir haben gerade wirklich andere Probleme.“ Gemessen an der unternehmerischen Wirklichkeit, bekomme DEI tatsächlich zu viel Aufmerksamkeit – so sieht es auch Management-Professor Lanwehr. „Natürlich ist Diversity wichtig“, sagt er, „Aber Unternehmenslenkerinnen und -lenker haben gerade ganz andere Megathemen auf dem Tisch.“

Unternehmen unter Kostendruck

Die Wirtschaft stecke im Abschwung, ganze Industrien wie die Autobranche müssten sich neu erfinden, die Bürokratie laufe aus dem Ruder und die Infrastruktur im Land sei desaströs. Von der Bedeutung her spielten all diese Probleme „in einer anderen Liga“ als DEI. Momentan komme hinzu, dass der Arbeitsmarkt die Unternehmen gerade in eine Lage versetze, in der sie DEI-Themen eher schleifen lassen können. Viele Unternehmen haben Einstellungsstopps verhängt, stehen unter Kostendruck. Für neue Bewerberinnen und Bewerber attraktiv zu wirken, ist da keine Priorität.

Mittelfristig dürfte sich das wieder ändern: Demografischer Wandel und Fachkräftemangel werden aller Wahrscheinlichkeit nach dafür sorgen, dass Kandidaten wieder in eine stärkere Position geraten als Arbeitgeber. „Spätestens sobald es in Deutschland wieder einen Arbeitnehmermarkt gibt – so wie noch vor wenigen Jahren – müssen sich Unternehmen auch wieder stärker um DEI-Themen kümmern“, sagt Forscher Lanwehr.

CEO-Berater Schweinsberg schätzt: Nachhaltig etablierten sich in Unternehmen sowieso nur die Themen, die aus den Märkten kämen. Der Arbeitsmarkt werde Unternehmen früher oder später zu einer Einsicht zwingen: „Kein internationales Talent wird in ein Unternehmen wechseln, wenn es sich dabei um eine total verkrustete Macho-Bude handelt.“

Bis diese Gewissheit einsickere, rät er CEOs dazu, nicht in vorauselendem Gehorsam auf politische Entscheidungen zu reagieren, so wie im Falle von Trumps Anti-DEI-Politik. „Oft genug hat überhaupt keiner danach gefragt.“ Zurückhaltung sei in alle Richtungen des politischen Meinungsspektrums geboten, sagt Schweinsberg. Auch von den Unternehmen, die gemäß dem Zeitgeist vor einigen Jahren das Ziel ausgerufen hätten, „DEI-Weltmeister“ werden zu wollen, habe er damals nicht viel gehalten.

Autoindustrie

Volvo streicht 3000 Stellen

Stockholm. Der schwedische Autohersteller Volvo will im Zuge seiner laufenden Umstrukturierung etwa 3000 Stellen streichen. Der von der chinesischen Geely-Holding kontrollierte Hersteller kämpft mit hohen Kosten, einer gesunkenen Nachfrage nach Elektroautos und der Unsicherheit über die Zollpläne von US-Präsident Donald Trump.

„Die Autoindustrie befindet sich mitten in einer herausfordernden Phase. Um dem zu begegnen, müssen wir unseren Cashflow verbessern und unsere Kosten strukturell senken“, sagte Volvo-Chef Hakan Samuelsson.

Die Stellenkürzungen betreffen nach Unternehmensangaben hauptsächlich Arbeitsplätze in der Verwaltung in Schweden. Sie entsprechen etwa 15 Prozent aller Verwaltungsmitarbeiter. Weltweit beschäftigt das Unternehmen 43.800 Menschen, davon mehr als die Hälfte in Schweden.

Volvo hatte bereits mit den schwachen Zahlen zum ersten Quartal Ende April verkündet, dass Stellen wegfallen würden und inklusive anderer Maßnahmen insgesamt 18 Milliarden schwedische Kronen (knapp 1,7

Milliarden Euro) eingespart werden sollen. Details waren aber offengeblieben. Für das Paket werden nun erst einmal Sonderkosten von rund 1,5 Milliarden Kronen fällig, die im zweiten Quartal verbucht würden.

Volvo hatte früh einen Fokus auf batteriebetriebene Elektroautos gelegt und in den vergangenen Jahren des Öfteren unter hohen Kosten für die Batteriematerialien gelitten. Ex-Chef Jim Rowan musste plötzlich gehen, mit Samuelsson übernahm Anfang April ein Manager die Geschicke, der Volvo bereits zuvor viele Jahre geführt hatte.

Zuletzt wurde das Umfeld im Verkauf härter. Die Zahlen der ersten drei Monate fielen unerwartet schwach aus, eine detaillierte Finanzprognose traut sich das Unternehmen auch wegen der US-Zölle aktuell nicht zu.

Weil der Hochlauf von reinen Elektroautos bei Volvo stockt, legt das Unternehmen künftig auch wieder einen stärkeren Fokus auf Plug-in-Hybride. Im ersten Quartal lag der Anteil reiner Elektroautos bei Volvo bei 19 Prozent und damit zwei Prozentpunkte niedriger als ein Jahr zuvor. rtr, dpa, bло

Anzeige

schwarz digits

Digitale Souveränität Das Original.

SEIT 2017 BY STACKIT.

STACKIT ist als Teil von Schwarz Digits der Cloud-Anbieter der größten Handelsgruppe Europas, der Schwarz Gruppe. Souverän, zukunftssicher und zuverlässig. Die Cloud für alle Unternehmen, die unabhängig bleiben wollen. Aus Deutschland für Europa.



www.stackit.de

STACKIT
A Brand of Schwarz Digits