



Diversity, Equity und Inclusion (DEI) gewinnt für Handelsunternehmen in Deutschland immer mehr an Bedeutung, so eine aktuelle Studie des Handelsverbands (HDE) mit PwC und Google. Warum ist Diversity wichtig? Was kommt in Zukunft auf Unternehmen zu? Was sollten auch kleine Handelsunternehmen jetzt tun? In diesem Artikel erfahrt ihr es.

Unternehmen sagen: Diversity wird immer wichtiger

Diversity, Equity & Inclusion (DEI) bedeutet zu Deutsch: Vielfalt, gerechte Teilhabe und eine inklusive Kultur im Unternehmen.

Diversitätsmanagement ist schon länger ein Trendthema. Das zeigt auch die aktuelle Studie, für die 334 kleine und mittlere Unternehmen und 52 Großunternehmen befragt wurden. 55 Prozent der KMU erwarten, dass Diversität für ihr eigenes Unternehmen in Zukunft immer wichtiger wird. Für 37 Prozent der Teilnehmenden sind DEI schon heute von Bedeutung,

während 30 Prozent dem Konzept gegenüber neutral eingestellt sind. Nur ein knappes Drittel gab an, Diversität habe keine Relevanz für ihren Betrieb.

Die Studie zeigt, dass die Bekanntheit von DEI im Mittelstand mit der Unternehmensgröße steigt. Insbesondere kleine Unternehmen mit wenigen Mitarbeitenden hatten bislang keinen Kontakt mit dem Konzept, nur 13 Prozent von ihnen haben sich hiermit beschäftigt. Von größeren Betrieben mit mehr als 50 Mitarbeitenden gaben 26 Prozent an, sich schon mit DEI befasst zu haben.

Warum ist das Thema wichtig?

Wir befinden uns in Zeiten des Fachkräftemangels. Das merkt auch die Handelsbranche, hier geben aktuell knapp 12 % der Unternehmen an, nicht ausreichend gut qualifiziertes Personal finden zu können. Dieser Trend verstärkt sich mit dem Ausscheiden der Babyboomer aus dem Arbeitsleben in den kommenden Jahren noch. Schon jetzt befinden sich die Arbeitgeber im „War for Talents“ - dem Krieg um Talente. Wie kann man hier gewinnen? Indem man ein moderner, attraktiver Arbeitgeber wird. Junge Fachkräfte arbeiten gerne bei Unternehmen, die sich zukunftsfest aufstellen - das liegt auf der Hand. Zukunftsfest bedeutet, dass man sich mit Trends auseinandersetzen muss, wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und nun auch Diversity.

Der Handel war schon immer Kundenversther

Niemand ist so nah dran an der Kundin wie der Handel. Kundenzentriertes Denken ist für den Erfolg zentral. Wer ist meine Zielgruppe? Wie erreiche ich sie? In einer immer diverser werdenden Gesellschaft wollen sich die Kunden beim Einkaufen wieder finden.

Mit anderen Worten: wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.

Was Unternehmen jetzt tun müssen

Die Studie von HDE, PwC und Google gibt neben Best-Practices einiger großer Handelsunternehmen auch konkrete Handlungsempfehlungen für kleine und mittlere Unternehmen.

1. Sensibilisierung für Diversity, Equity und Inclusion

Das Unternehmen, also Führungsebene und Mitarbeitende müssen sich mit dem Thema auseinandersetzen und anerkennen, dass Diversity für den langfristigen Geschäftserfolg zentral ist. Dazu gehört auch das Hinterfragen bestehender Strukturen und das regelmäßige Training - für Chefinnen und Kollegen gleichermaßen!

2. Verantwortung im Top-Management

DIE Maßnahmen müssen das klare Bekenntnis der Chef-Etage haben. An dieser Stelle sollten unter anderem folgende Fragen geklärt werden: Wie ist das Unternehmen angesichts der menschlichen Herausforderungen, die mit kontinuierlichem Wandel einhergehen, aufgestellt? Wodurch werden Innovation und nachhaltige Geschäftsmodelle geschaffen? Welche unternehmerische und soziale Verantwortung ergibt sich aus den Werten und Worten des Unternehmens?

3. Ziele messen

Die Verfasser:innen der Studie empfehlen, Diversity Maßnahmen nicht mehr als reine Themen der Personalabteilungen zu behandeln. Es sollten klare Ziele definiert werden, die meßbar sind und regelmäßig überprüft und diskutiert werden.

4. Persönliches Engagement fördern

Wie in jedem komplexen Veränderungsprozess steht und fällt der Erfolg von DEI-Maßnahmen letztlich damit, ob die Organisation und ihre Mitarbeitenden das Thema verkörpern. Mitarbeitenden sollten dabei die Möglichkeit und der Raum gegeben werden, sich persönlich zu engagieren und auch echten Einfluss zu üben.

Einige Beispiele von großen Handelsunternehmen und ihren umfangreichen Maßnahmen, sowie die ganze Studie findet ihr [hier](#).

Im [Zukunft des Einkaufens Podcast](#) behandelte unsere Host und Handelsexpertin Marilyn Repp schon mehrfach das Thema Diversity in der Handelswelt. Repp legt in ihren Podcast

Ausgaben einen besonderen Schwerpunkt auf Frauen in der Branche.