

Eine Frage der Unternehmenskultur: Diversity Management bei HP Deutschland

Im Fokus der öffentlichen Diskussion steht der Frauenanteil unter Führungskräften – und entsprechend auch oben auf der Agenda von Nachhaltigkeits- oder Diversity-Managern. Mit Eva Faenger, Diversity Manager bei HP Deutschland, sprach Achim Halfmann darüber für das CSR MAGAZIN.

► **CSR MAGAZIN: Frau Faenger, was verbirgt sich alles hinter dem Begriff „Diversity and Inclusion“?**

Unsere großen Themenbereiche sind Gender, Multi-Generation und Multi-Culture. In Europa ist Gender angesichts der Diskussionen um eine gesetzlich verankerte Frauenquote natürlich ein starkes Thema, und in Deutschland haben wir da auch einiges aufzuholen.

In den USA besitzt dieses Thema nicht die gleiche Brisanz und Dringlichkeit. Weltweit beträgt der Anteil der Frauen in Führungspositionen – also in Positionen mit Personalverantwortung – bei HP knapp 30%. In Deutschland dagegen sind es zirka 15%, allerdings mit starken Unterschieden in den einzelnen Unternehmensbereichen: So liegt der Frauenanteil in den Führungspositionen kundennaher Bereiche wie dem Vertrieb zwischen 25% und 30%. In technischen Bereichen wie Consulting, Service und Support oder Outsourcing sind es dagegen nur zwischen 10% und 15%. Dort brauchen wir dringend mehr Frauen.

► **Wie erreicht HP konkret, dass Frauen Karriere machen können?**

Zum einen bieten wir ein unterstützendes Arbeitsumfeld, das ist sozusagen das Engagement mit der längsten Geschichte. Dazu gehören unsere Vertrauenskultur, unsere flexiblen Arbeitszeitmodelle, Child Care- und Mentoring-Programme und Mitarbeiternetzwerke wie die Eltern- und Frauennetzwerke. Vor zwei Jahren haben wir uns dann unsere Programme angesehen und festgestellt: Wir haben viel getan, aber nicht genug bewegt. Daraus haben wir Konsequenzen gezogen:

Um das Thema im Unternehmen in die Breite zu bringen, haben wir einen Diversity Council gegründet. Zu ihm gehören aus den verschiedenen Unternehmensbereichen Mitarbeiter mit Entscheidungskompetenz, die zum Teil direkt an die Geschäftsführung berichten. Wir haben unser Ziel, Führungspositionen zu durchschnittlich 25% mit Frauen zu besetzen, auf die verschiedenen Geschäftsbereiche heruntergebro-

chen und uns gefragt: Was muss konkret geschehen? Dazu drei Beispiele:

Eine Erkenntnis in diesem Bereich war: Wir müssen uns um unsere eigenen weiblichen Talente stärker kümmern als bisher. Zunächst fehlte eine bereichsübergreifende Übersicht unserer Talente. Diese haben wir nun mit einem Female-Talent-Pool erreicht und diesen Pool in drei Führungsebenen gegliedert. In den Pool werden Frauen aufgenommen, die dies auch selbst wollen, und wir unterstützen sie bei ihrer Zielsetzung und Karriereplanung. Offene Führungspositionen werden heute mit diesem Pool abgeglichen, und wir schlagen den Hiring-Managern Talente daraus vor.

Zudem gehört heute zu unserer Hiring-Policy für Führungskräfte, dass auf der Shortlist der Kandidaten mindestens eine Frau steht. Zunächst gab es das Gegenargument: Dafür bewerben sich zu wenig Frauen. Die Zahl der Bewerberinnen steigt aber, wenn wir unsere Talente genau kennen und aktiv an die Hand nehmen.

Und schließlich geht es uns um die persönliche Haltung unserer Mitarbeiter. In der deutschen Kultur gibt es in Bezug auf das Bild einer berufstätigen Mutter sehr stereotype Vorstellungen. Frauen, die kurz nach der Entbindung wieder arbeiten, werden nicht selten schief angesehen. Bei der jungen Generation ändert sich das heute. Jedenfalls passiert es schnell, dass ein Vorgesetzter bei einer schwangeren Mitarbeiterin davon ausgeht: Die geht in Elternzeit und kommt so schnell nicht wieder. Hier setzen wir mit Awareness-Workshops an. Wir wollen, dass Führungskräfte das Visier öffnen und mit ihren Mitarbeiterinnen reden: Will sie tatsächlich nach zwei Jahren wiederkommen – oder doch schon nach acht Wochen? Stereotype Vorstellungen sind zutiefst menschlich, sie lassen sich nicht mit einem einzelnen Workshop überwinden. Deshalb arbeiten wir kontinuierlich an dieser Herausforderung. Unsere Unternehmens- und Führungskultur unterstützt hier enorm. Dennoch sind wir auch Teil der deutschen Kultur und dafür wollen wir sensibilisieren. □



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>