

#### **2.3.7.4 Diversity bei Daimler - „Es gibt keine Alternative“**

**Ursula Schwarzenbart**, Leiterin Global Diversity Office,  
Daimler AG, Stuttgart

Die Vorgaben kamen von ganz oben. „Wir als Unternehmen können es uns nicht leisten“, so Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG, „Mitarbeiter und deren Know-how zu verlieren, weil sie eine Familie gründen. Die Gesellschaft kann es sich nicht leisten, dass so viele Menschen auf Kinder verzichten, weil sie befürchten, Beruf und Familie nicht vereinbaren zu können.“ Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in der Wirtschaft sei daher mehr als ein Akt sozialer Verantwortung, sondern vor allem auch für die Sicherung des Wirtschaftsstandortes Deutschland von großer Bedeutung. Im Übrigen möchte man „im Wettbewerb um die besten Talente erfolgreich sein“ und auch im Führungskräftenachwuchs „verstärkt Frauen fördern, um das gesamte Potenzial des Arbeitsmarktes besser zu nutzen“.

Die Förderung der Chancengleichheit beim Stuttgarter Automobilkonzern ist daher alles andere als eine „Good-Will-Veranstaltung“ „Daimler“, so die Botschaft des gesamten Vorstandes, „lebt und fördert Chancengleichheit.“ Vor diesem Hintergrund wurde vor mehr als zwei Jahren das so genannte Global Diversity Office ins Leben gerufen. Vorbild ist ein Konzept der Unternehmensführung aus den USA, das die Verschiedenheit (Diversity) der Beschäftigten beachtet und zum Vorteil aller Beteiligten nutzen möchte. Dabei wird nicht nur die individuelle Verschiedenheit der Mitarbeiter als gegeben hingenommen, sondern im Sinne einer positiven Wertschätzung besonders gelebt und gefördert.

Dieses konzernweite Diversity Management, das alle Unternehmens- und Personalprozesse einschließt, steuert und unterstützt die Umsetzung vielfältiger Aktivitäten. Die haben bei Daimler in den letzten Jahren dazu beigetragen, in Deutschland den Frauenanteil kontinuierlich zu steigern. Und das mit äußerst positiven Auswirkungen für den Konzern. So würden gleiche Chancen für Frauen und Männer die Position von Daimler als attraktiver Arbeitgeber stärken, womit die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Unternehmen gewonnen und gehalten werden könnten. Die verstärkte Rekrutierung von Frauen in technischen Berufen, ihre Förderung im Management und die Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sind dabei Schwerpunktthemen.

Es können aber auch ganz einfache Marktbedingungen sein, die eine höhere Frauenquote notwendig machen. So geht man in Stuttgart davon aus, dass immer mehr Neuwagen von Frauen gekauft werden. Die haben häufig ganz andere Ansprüche an ein Fahrzeug als Männer. An der Planung neuer Fahrzeuge müssten daher entsprechend mehr Frauen beteiligt sein, und das sowohl im Entwicklungs- als auch im Management-Bereich.

Für viele Frauen ist und bleibt die Kinderbetreuung ein großes Handicap. Vor allem bei Betreuungsplätzen für Kinder unter drei Jahren ist die Situation nach wie vor mehr als bescheiden. Daimler hat daher im Juni eine Initiative für mehr Kinderrippenplätze gestartet. Bis 2009 sollen für Kinder unter drei Jahren insgesamt rund 350 zusätzliche Plätze in betriebsnahen Kinderkrippen geschaffen werden. Ab September werden die ersten vier Kinderkrippen „Sternchen“ an den Standorten Stuttgart-Untertürkheim, Sindelfingen, Bremen und Berlin eröffnet und die in Wörth ausgebaut. Bis 2009 sollen weitere Standorte in Deutschland folgen. Mit diesem Angebot wollen wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den Wiedereinstieg in den Beruf vor Ablauf der Elternzeit erleichtern sowie den Anteil von Frauen in der Belegschaft weiter steigern. Parallel dazu soll das bestehende Angebot an betrieblichen Kindertagesstätten weiter ausgebaut werden.

Die Betreuungszeiten in den Kinderkrippen und Kindertagesstätten orientieren sich an den Arbeitszeiten sowie an dem individuellen Bedarf der Mitarbeiter. Dies ist besonders wichtig, da viele konfessionelle oder kommunale Betreuungseinrichtungen über Mittag schließen und nachmittags nur bis 16 Uhr geöffnet haben und berufstätige Eltern somit große Probleme bekommen. Auch inhaltlich möchte man sich bei Daimler positiv abheben. „Mit einem neu entwickelten Bildungskonzept, das modernen internationalen Standards und neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen entspricht“, so Konzern-Chef Zetsche, „sollen auch qualitativ neue Maßstäbe gesetzt werden.“ Schwerpunkte des Konzepts sind daher unter anderem der Aufbau von Sprachkompetenz der Kinder durch zwei- und mehrsprachige Erziehung sowie die Förderung von Kreativität, Bewegung und gesunder Ernährung. Vor allem auf die Themen Natur und Technik wird großer Wert gelegt.

Ein weiterer Baustein des Diversity Managements ist das Mentoring von Frauen in Führungspositionen. Dabei bekommt jede Nachwuchsmanagerin eine übergeordnete Führungskraft, in der Regel sind es Männer, für ein Jahr beratend zur Unterstützung an die Seite gestellt. Zur Zeit befinden sich rund 120 Frauen in dem Programm, ab Herbst sollen weitere 150 folgen. Das hat eine „Doppeldecker-Funktion“, da es nicht nur die Frauen betrifft, sondern auch die fast gleiche Anzahl von Männern, die sich mit der Situation auseinandersetzen müssen und entsprechend für das Thema sensibilisiert werden.

Die Förderung von Frauen insgesamt umfasst bei Daimler eine Vielzahl von Programmen und Angeboten. Das fängt bei flexiblen Arbeitszeitmodellen und Telearbeit an, geht über die beschriebenen Maßnahmen bis hin zu speziellen Workshops für Führungskräfte. Dazu betont Daimler Personalvorstand und Arbeitsdirektor Günther Fleig: „Diversity braucht einen langen Atem. Wir lassen nicht locker, da es keine Alternative gibt.“