

SEIT DER STUNDE NULL: D&I FORSCHUNG IN EUROPA

Praxisstudien und Sekundärforschung stellten für die anfängliche Entwicklung von D&I eine Notwendigkeit dar. Eine handliche Übersicht dieser Studien gibt heute Einblicke in die Erkenntnisse aus mehr als 15 Jahren.

Als Diversity & Inclusion einen neuen Ansatz darstellte, Unterschiedlichkeiten wirtschaftlich zu berücksichtigen, mussten grundlegende Fragen geklärt werden. Manche davon stellen sich Unternehmen in ähnlicher Form noch heute, wie zum Beispiel:

- ◆ Ist das Thema in Europa ebenso relevant und anwendbar wie in seinem Entstehungsland, den USA?
- ◆ Welche Umfeldbedingungen und Veränderungen herrschen hier für eine produktive Nutzung von Vielfalt?
- ◆ Welche Ansätze verfolgen Unternehmen, um die Themen aufzugreifen und zu integrieren, und welche Fortschritte und Mehrwerte entstehen dadurch?

Abhängig von Geschäftsmodell und Strategie bestehen für Unternehmen weitere Fragen zum Business Case, zur Kommunikation von D&I oder zur komplexen Umsetzung.

Innovative Themen: Zu jeder Zeit dem Trend voraus

Eine forschersche Neugier führt auf eine natürliche Art und Weise zu Trendfragen und in der Folge zu Innovationen. Dies spiegelt sich in vielen der Themenfelder wider, die Ungleich Besser über die Jahre mit Studien abgedeckt hat. So befasste sich die erste Praxisstudie im Jahr 2002 mit einer Standortbestimmung von Diversity Management in Europa (2004 für Deutschland). Weitere Studienprojekte untersuchten neue Schwerpunkte wie Diversity Marketing (2002), Work-Life Balance (2006), oder Diversity im HR Marketing (2007).

„Fakten zu D&I sind das beste Mittel gegen Echokammern und Forschung hilft gegen Stillstand“ Michael Stuber

In den Folgejahren erhoben Inhaltsanalysen, in welcher Form Unternehmen das Thema D&I in ihrer Berichterstattung kommunizieren, wie sie es organisierten und welche Ansätze sie als innovativ erachteten. Alle Studien lieferten wertvollen Wissensvorsprung und Impulse für neue Praxisansätze.

Methoden: So viel globales Wissen wie möglich, so wenig Replikation wie nötig

Während Trendthemen im Rahmen von Praxis- und Wissenschaftskontakten gut identifizierbar sind, stellt sich für die Forschung selbst die Frage nach der Vorgehensweise. Wir sind stets bestrebt gewesen, nur dann eigene Studien zu lancieren (Primärforschung), wenn das fragliche Feld nicht ausreichend abgedeckt war. Ansonsten setzen wir auf die Auswertung vorhandener Forschungsergebnisse (Sekundärforschung). Zu unseren wichtigsten Methoden gehören [Hier finden Sie eine Übersicht über [Arbeitshilfen](#)]:

- ◆ Praxisstudien mittels ExpertInnen-Befragungen sowie Benchmarking einzelner Unternehmen
- ◆ Inhaltsanalysen der Unternehmenskommunikation oder des Marketing
- ◆ Metastudien internationaler Forschungsergebnisse (z. B. zu Mehrwerten von Diversity & Inclusion, zu Gender Diversity, zu Unconscious Biases oder zur Wertschöpfung mit D&I)

Datenfundierung: Wenn Erfolg kein Zufall ist, sondern System hat

Der langjährige Fokus auf Forschung führte auch dazu, dass unsere öffentliche Aufklärungsarbeit zu D&I (Newsletter, Vorträge) und vor allem unsere Beratungstätigkeit wann immer möglich auf belastbaren Erkenntnissen basiert: **ENGINEERING D&I.**