

PRESEMELDUNG

## Neue Studie: Diversity Management – Bereich oder Bereicherung im Employer Branding?

Bewusster Umgang mit Vielfalt wirkt sich positiv auf die Arbeitgeberattraktivität aus.

Wien, 04.12.2024. Der Fachkräftemangel nimmt zu, während Mitarbeitende internationaler, älter und vielfältiger werden. Diversity ist also kein vorübergehender Trend, sondern längst gelebte Realität. Doch wie weit sind Unternehmen in Österreich im Umgang mit Vielfalt tatsächlich? Eine neue Studie von identifire® und wortwelt® zeigt ein durchmisches Bild.

Rund 200 Expert:innen bestätigen die Relevanz von Diversity Management: Nur 7,2 Prozent der Befragten geben an, dass das Thema im Unternehmen keine Rolle spielt. Für die Arbeitgebermarke, das Recruiting und die Unternehmenskultur wird der bewusste Umgang mit Vielfalt immer wichtiger. „Von einer Diversity-Strategie sind viele Unternehmen weit entfernt. Nur 28,3 Prozent der Befragten geben an, strategisch vorzugehen“, fasst Theresa Niederl als Co-Autorin der Studie zusammen.

Ergänzt wurden die Umfrage-Ergebnisse durch 7 Expert:innen-Interviews und Best-Practice-Beispiele. Mit dabei: AK Wien, dm, Erste Group, Porsche, Stadt Graz, Sorger und die Wiener Linien.

### Glaubwürdigkeit als Problem – besonders bei jungen Menschen

73,3 Prozent der Befragten teilen die Meinung, dass sich Unternehmen diverser darstellen, als sie sind. „Erfolgreiche Maßnahmen werden gerne in die Auslage gestellt, Diskriminierungserfahrungen und strukturelle Ungleichheiten aber wenig thematisiert. Diese Schere können Diversity-Initiativen unglaubwürdig machen und der Arbeitgeberattraktivität schaden“, fasst Irmgard Zirkler, Partnerin bei identifire® und wortwelt® zusammen. Vor allem jüngere Menschen stellen die Authentizität von Diversity Management häufig in Frage.

Abb. 9: Allgemeine Zustimmung zur Aussage: Unternehmen stellen sich diverser dar, als sie sind

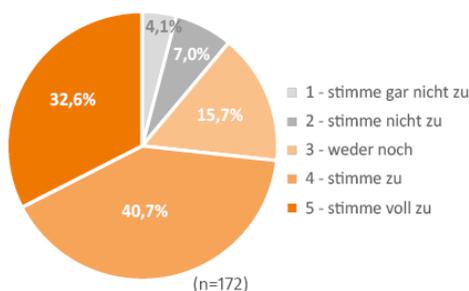
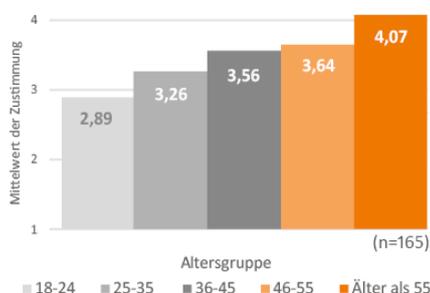


Abb. 10: Zustimmung nach Alter: Was wir nach außen im Diversity Management kommunizieren, leben wir nach innen

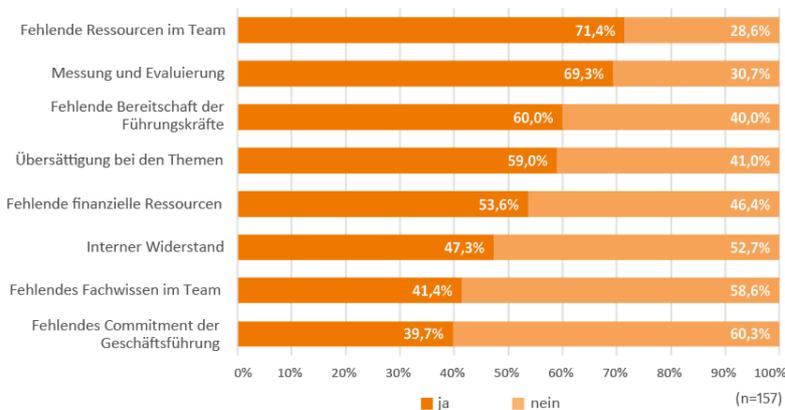


## Ressourcenmangel & interne Widerstände

Ob Zeit, Geld oder Personal – in den Unternehmen fehlt es an Mitteln, um Diversity-Maßnahmen umzusetzen. 71,4 Prozent der Befragten sehen fehlende Ressourcen im Team als Herausforderung. Etwas mehr als die Hälfte hat zu geringe Budgets. In kleinen Unternehmen sind es sogar 86,4 Prozent. 69,3 Prozent kämpfen mit der Messung und Evaluierung von Diversity-Maßnahmen.

59 Prozent der Befragten sehen eine Übersättigung beim Thema. Besonders herausfordernd sind interner Widerstand und Vorurteile. Sie kommen mit 62,3 Prozent vor allem in großen Unternehmen vor. „Diversity Management läuft nicht von allein. Ohne klare Strategie, konsequente Maßnahmen und die Unterstützung des Managements drohen Konflikte“, ergänzt Irmgard Zirkler.

Abb. 15: Herausforderungen im Diversity Management



Neben praktischen Hürden spielt auch die Unterstützung durch das Management eine entscheidende Rolle. Für 86,1 Prozent der Umfrage-Teilnehmer:innen ist dies eine wichtige bzw. sehr wichtige Voraussetzung. Dicht gefolgt von professioneller interner und externer Kommunikation mit 84,4 Prozent. Allerdings sehen 60 Prozent der Befragten im fehlenden Engagement der Führungskräfte für Diversity eine Herausforderung.

## Das Fazit

Trotz aller Stolpersteine zeigt die Studie, dass Diversity Management immer wichtiger für das Employer Branding wird. Was braucht es für den Erfolg? Das Commitment der Geschäftsführung, eine nachhaltige Strategie und Kommunikation.

Zum Download der Studie: <https://www.wortwelt.at/studie-diversity-management/>

Inhaltliche Rückfragen:

[theresa.niederl@identifire.at](mailto:theresa.niederl@identifire.at)

[i.zirkler@identifire.at](mailto:i.zirkler@identifire.at)

# identifire

# wortwelt<sup>®</sup>

*identifire<sup>®</sup> ist Österreichs 1. Agentur für Employer Branding & Corporate Culture. 7 Partnerinnen und Partner verbinden seit 2004 in über 300 Projekten das Know-how und Do-how aus Positionierung, Kommunikation, Strategie- und Personalarbeit. Der Fokus: Mitarbeitende als wirkungsvolle Markenbotschafter:innen gewinnen und halten. Der Weg dahin: innen beginnen. [www.identifire.at](http://www.identifire.at)*

*wortwelt<sup>®</sup> ist seit 2001 die Nummer 1 für textfrische Unternehmenssprache in Österreich. Die Wortwerker:innen analysieren Texte auf Verständlichkeit, Substanz und Zielgruppenrelevanz. So entsteht eine marken- und serviceorientierte Schreibkultur. Ein Fokus dabei: Jobinserate und Personalschreiben, die Ihre Employer Brand spürbar machen. Und natürlich der Einsatz von KI. [www.wortwelt.at](http://www.wortwelt.at)*