

Die Diversitäts-Programme in den Unternehmen sind Opium für die Frau

Moderne Firmen engagieren sich gerne und mit grossem Tamtam für die Durchmischung im Betrieb. Das sieht gut aus, ändert im Alltag aber wenig.

von Katja Rost (Gastkolumnistin)

24.11.2018

NZZ am Sonntag

Google stand schon vor einiger Zeit in der Kritik, frauenfeindlich zu sein. Aber erst die jüngsten Mitarbeiterproteste rückten das Thema wieder in den Vordergrund. Dies ist insofern erstaunlich, weil das Unternehmen seit einigen Jahren viel Kraft und Geld in seine Diversitäts- und Inklusionspolitik steckt.

Neuerdings beschäftigt Google sogar eine Konzernbeauftragte und Vizepräsidentin für Diversität und Inklusion. Nur: Die Zahlen von Google haben sich trotz diesen Bemühungen nur unerheblich verändert.

In Googles Jahresbericht zu Diversität und Inklusion ist nachzulesen, dass der Anteil an Frauen mit 30 Prozent und der Anteil an Schwarzen mit 2 Prozent seit 2014 unverändert geblieben sind. Auch in den Führungs- und Technologiepositionen ist der Anteil der Minderheiten kaum gestiegen.

Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat von Google und Alphabet (die Holding von Google) bestehen fast ausschliesslich aus weissen Männern. Letzteres wird im Jahresbericht aus verständlichen Gründen verschwiegen. Es wäre ja auch peinlich. Die Autorin des Diversitätsberichts führt zwar als «VP Employee Engagement and Chief Diversity & Inclusion Officer» einen wichtig klingenden Titel, sie gehört aber weder der Geschäftsleitung an, noch verfügt diese Beauftragte über bedeutungsvolle Entscheidungsbefugnisse.

Die Programme wirken genau so, wie sie das nach Meinung vieler sollen: nach innen zahnlos, nach aussen strahlend.

Aber trotz ernüchternden Zahlen präsentiert sich Google im 22-seitigen Diversitätsreport als Erfolgsgeschichte einer toleranten Firmenkultur: Manager und Angestellte würden in Workshops gegen unbewusste Wahrnehmungsverzerrungen gegenüber Frauen und Minderheiten geschult, heisst es, Minderheiten in Talentgewinnungsprogrammen an Schulen frühzeitig angesprochen. Zudem setze man sich für Behinderte, sexuelle Minderheiten und ältere Personen ein. Sogar die Zulieferer von Google entsprächen den Kriterien der Vielfalt.

Google ist kein Einzelfall. Alle grossen Firmen besitzen mittlerweile Diversitätsrichtlinien und -berichte. Gebracht haben sie wenig. Der Anteil an Frauen und Minderheiten in Unternehmen und Führungsetagen ist nach wie vor gering.

Im Gegenzug hat man viel Papier, eine enorme Anzahl neuer Stellen und Abteilungen sowie wachsenden Missmut gegenüber der expandierenden Anzahl neu zu berücksichtigender Richtlinien produziert. Warum scheitert Diversität in den Unternehmen?

Erstens entspringen die Programme selten dem freiwilligen Wunsch der Unternehmensleitung nach mehr Vielfalt. Sie sind eher die Folge öffentlichen und politischen Drucks. Erfolgreiche Unternehmen müssen gesellschaftlichen Wertvorstellungen entsprechen. Mit der Einführung von Diversitätsrichtlinien präsentieren sich die Firmen als vielfältig und tolerant.

Abgesehen davon glauben nur die wenigsten in der Geschäftsleitung an die Nützlichkeit der Programme für den Unternehmenserfolg. An der Umsetzung ist das Spitzenmanagement selten beteiligt. Es fehlt das Interesse. Die Programme erhalten kaum Sympathiepunkte bei gleichgestellten Kollegen, eine Assoziierung gilt tendenziell als rufschädigend.

Zweitens beauftragt man Frauen und Minderheiten mit der Formulierung und Umsetzung der Programme. Vordergründig dient dies der Glaubwürdigkeit von Diversität. Hintergründig ist dies eine Folge des geringen Ansehens der Programme in den Leitungsetagen. Hierdurch verfestigt sich das Vorurteil, dass Frauen und Minderheiten sonst nichts draufhaben.

Drittens sorgt man dafür, dass die für Diversität Verantwortlichen im Tagesgeschäft wenig zu sagen haben, etwa indem diese nur Stabstellen besetzen oder maximal der erweiterten Geschäftsleitung angehören. Diversitätsprogramme wirken genau so, wie sie das nach Meinung vieler sollen: nach innen hin zahnlos, nach aussen hin strahlend.

Viertens wird der Begriff der Diversität verwässert. Unter dem Motto «Alle Menschen sind verschieden» werden Merkmale, die zu einer Diskriminierung führen, wie Geschlecht oder Ethnie, ebenbürtig behandelt wie Unterschiede beim persönlichen Geschmack. Zusammenaddiert ergibt sich daraus der ideale Arbeitsplatz. Diversitätsprogramme werden hierdurch zunehmend ungleichheitsblind.

Unternehmen könnten sich Aufwand und Ärger somit eigentlich sparen. Aber: Die Diversitätsprogramme sind Opium für Frauen und Minderheiten. Sie geben ihnen das Gefühl, berücksichtigt zu werden und wichtig zu sein. Und genau auf dieses Gefühl baut die Unternehmensleitung.

Katja Rost ist Soziologieprofessorin an der Universität Zürich.