**Globale Studie zu Diversität: Mangel an Daten behindert die Implementierung effektiver Strategien**

Workday hat die Ergebnisse seiner Studie „[Globaler Blueprint für Zugehörigkeit und Diversität](https://forms.workday.com/de-de/reports/global-blueprint-for-belonging-and-diversity/form.html?step=step1_default)“ veröffentlicht, aus der hervorgeht, dass die Mehrheit der Unternehmen bereits in Gerechtigkeit, Diversität und Inklusion (D&I) investiert. Allerdings verfügen viele Unternehmen entweder nicht über geeignete Daten oder nutzen vorhandene Daten nicht effektiv genug, um ihre Strategien voranzutreiben und geschäftlichen Mehrwert daraus zu ziehen.

Für die Studie wurden Ende 2022 mehr als 3100 HR-Verantwortliche und C-Level-Vertreter mit Zuständigkeit für D&I-Initiativen nach ihren Motivationen, Aktivitäten und Fortschritten in den Bereichen Diversität, Inklusion und Zugehörigkeit befragt. Die von [Workday](http://www.workday.de/) und [Sapio Research](https://sapioresearch.com/) durchgeführte Studie wurde in 23 Ländern umgesetzt – inklusive Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Ergebnisse zeigen, dass positive Fortschritte erzielt wurden. Jedoch zeigten sich auch Bereiche mit deutlichem Verbesserungspotenzial, darunter die Notwendigkeit, die Auswirkungen auf das Unternehmen zu messen und Daten zu nutzen, um Fortschritte effektiver zu verfolgen.

**Mangel an Daten bremst D&I-Initiativen aus**

Obwohl eine Mehrheit der Unternehmen bereits einen strategischen D&I-Ansatz verfolgt, ist dies bei immerhin 39 % noch nicht der Fall. Entsprechend schwierig ist es für diese Unternehmen, D&I-Ziele zu definieren und zu erreichen. Besonders auffällig ist hierbei der asiatisch-pazifische Wirtschaftsraum (APJ), wo 52 % der Befragten berichteten, lediglich über eine rudimentäre oder im Entstehen begriffene D&I-Strategie zu verfügen. Besser sieht es im Vergleich in Australien und Neuseeland (35 %), Europa (39 %), Nordamerika (34 %) und Südafrika (22 %) aus.

In der Schweiz gaben 12 % der Teilnehmenden an, dass sie eine strategische Herangehensweise an das D&I-Thema zu schätzen wissen. 37 % haben keine klar umrissene Strategie und haben auch keine Schritte ergriffen, um eine solche zu entwickeln (Deutschland: 17 % bzw. 46 %, Österreich: 15 % bzw. 50 %).

Rund ein Drittel der Befragten (32 %) gab an, dass für ein Vorankommen ein klares Bekenntnis auf Seiten des Top-Managements erforderlich ist, ebenso wie das Engagement und die Bereitschaft der Mitarbeitenden. Diese Ansicht wird von den Befragten in Deutschland und Österreich geteilt, die sich mit 33 bzw. 26 % ebenfalls mehr engagierte Mitarbeitende wünschen, die entsprechende Initiativen leiten.

31 % der Befragten aus der Schweiz sehen eine effektivere Datennutzung und -analyse als wichtigste Massnahme, um bei ihren D&I-Initiativen voranzukommen.

Schwachstellen bei der Datenerfassung und beim Reporting sind ein weiterer Grund : Weltweit gaben 60 % an, dass die Erfolgsmessung eine Herausforderung darstellt und es neuer Systeme und Software bedarf, um D&I-Strategien und deren Umsetzung effektiv zu unterstützen. In der Schweiz bezeichnen 73 % die Erfassung der notwendigen Daten als schwierig, gefolgt von 63 % in Österreich und 60 % in Deutschland.

Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick:

● Technologie wird immer wichtiger für D&I-Initiativen.

o In Deutschland und Österreich nutzen 33 % der Befragten zusätzlich Softwarelösungen für mehr Mitarbeiterengagement, während in der Schweiz 39 % auf E-Learning-Angebote setzen.

● Es muss mehr getan werden, um Diversität zu würdigen.

o Insgesamt ist mehr als ein Drittel (36 %) der Teilnehmenden davon überzeugt, dass Diversität in ihrem Unternehmen anerkannt, wertgeschätzt und gefördert wird. In Deutschland teilen 34 %, in Österreich 32 % und in der Schweiz 25 % diese Ansicht.

**Kommentare zur Meldung**

„Bei Workday verfolgen wir das Ziel, einen grossartigen Arbeitsplatz für alle zu schaffen, was bedeutet, dass wir uns bewusst für Value Inclusion, Belonging und Equity (VIBE™) einsetzen und ein Umfeld schaffen, in dem alle unsere Mitarbeitenden für ihre einzigartigen Perspektiven geschätzt, als gleichwertig und ganzheitlich respektiert werden und einen fairen Zugang zu Chancen erhalten“, sagt Carin Taylor, Chief Diversity Officer bei Workday. „Im Zuge dessen bewerten und reflektieren wir regelmässig unsere eigenen Bemühungen um Zugehörigkeit und Diversität und verfeinern unsere Strategie, damit wir weiterhin Fortschritte erzielen können.“

„Seit unserer Umfrage von 2021 haben viele Organisationen ihre eigene D&I-Reise begonnen, jedoch erwarten die Mitarbeitenden einen stärkeren Fokus auf die Schaffung eines nachhaltigen Wandels. Unsere Untersuchung zeigt, dass eine klare D&I-Vision und -Strategie, die von engagierten Führungskräften aus dem gesamten Unternehmen vorangetrieben wird, die Fähigkeit eines Unternehmens verbessert, das Bewusstsein für D&I zu schärfen und die Umsetzung und Verantwortlichkeit zu fördern. Technologie ist ein mächtiges Tool, welches uns nicht nur dabei hilft, die verschiedenen Gruppen, aus denen sich unsere Belegschaft zusammensetzt, zu verstehen, sondern auch zu erkennen, wie eine D&I-Strategie auf die Geschäftsergebnisse einzahlt.“

**Zusätzliche Informationen**

Die Studie wurde von [Sapio Research](https://sapioresearch.com/) und Workday in 23 Ländern unter mehr als 3100 HR-Experten und Führungskräften mit Verantwortung für Diversity-Initiativen innerhalb ihrer Organisation durchgeführt: Australien, Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Grossbritannien, Hongkong, Irland, Italien, Japan, Kanada, Korea, Neuseeland, Niederlande, Norwegen, Österreich, Schweden, Schweiz, Singapur, Spanien, Südafrika und USA.

Die Befragungen wurden von Sapio Research im August und September 2022 per E-Mail-Einladung und einer Online-Umfrage durchgeführt.

Die Datenanalyse wurde von der [EW Group](https://theewgroup.com/) unterstützt. Die [EW Group](https://theewgroup.com/) ist ein in London ansässiges Beratungsunternehmen mit über 28 Jahren Erfahrung in den Bereichen Gleichstellung, Diversität und Inklusion, das mit Unternehmen im Vereinigten Königreich, in Europa und in Übersee zusammenarbeitet.

**Medienkontakte**

Nicole Melzer  
Workday  
[nicole.melzer@workday.com](mailto:nicole.melzer@workday.com)  
+49 152 264 810 93

Markus Häfliger  
Häfliger Media Consulting  
[info@haefligermediaconsulting.com](mailto:info@haefligermediaconsulting.com)  
+41 44 422 66 00