

DAIMLER

Diversity Management

Liesel Beckmann Symposium

„Gender und Diversity in der Technikkultur“

Ursula Schwarzenbart, Global Diversity Office (GDO)

29.11.2007

Was ist Diversity Management?

“Diversity is not only the right thing to do, it’s the smart thing to do.”

Dr. Dieter Zetsche

Diversity bezeichnet die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen uns.

Vielfalt allein bringt nicht den Erfolg.

Erst die Wertschätzung der Unterschiede ist der Schlüssel zum Erfolg.

Es gibt verschiedene Dimensionen von Unterschiedlichkeit

eher juristische (z.B. AGG)

Geschlecht, Alter, ethnische Herkunft,
Nationalität, Sexuelle Identität,
Religion/Weltanschauung, Behinderung

eher breiteres Verständnis

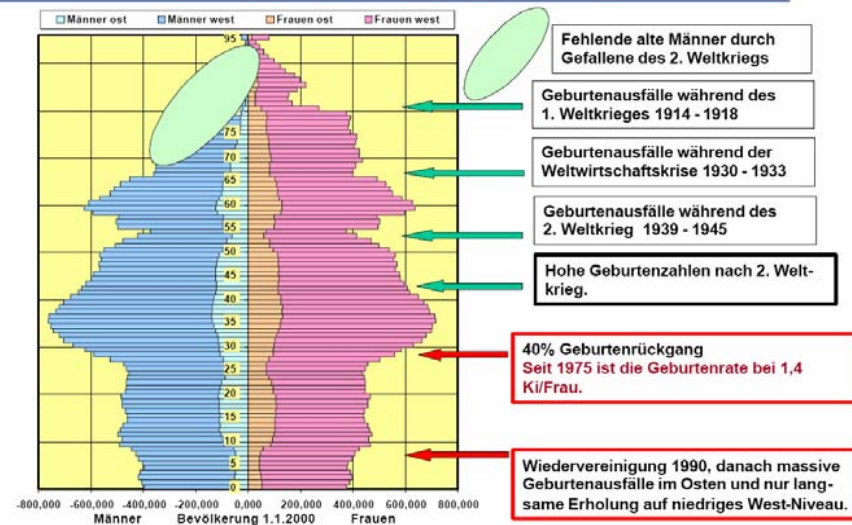
Talente, Qualifikation, Führung, Werte,
Kleidung, Familienstatus, Erfahrung,
Essen, Umgang mit Stress,



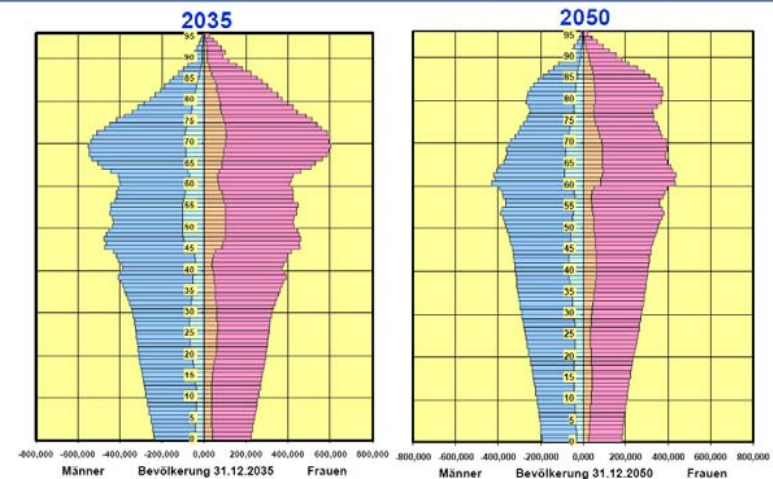
Warum brauchen wir Diversity vor allem in Deutschland?

- Die demographischen Daten zeigen die Notwendigkeit für Diversity in Deutschland:
Deutschlands Bevölkerung altert, wird internationaler, weiblicher und schrumpft!
- Konsequenzen:
 - weniger junge Talente sind verfügbar
 - mehr ältere Menschen sind länger in Arbeit
 - mehr Frauen auf dem Arbeitsmarkt und zunehmend besser ausgebildet
 - mehr Menschen mit Migrationshintergrund

Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland am 31.12.1999

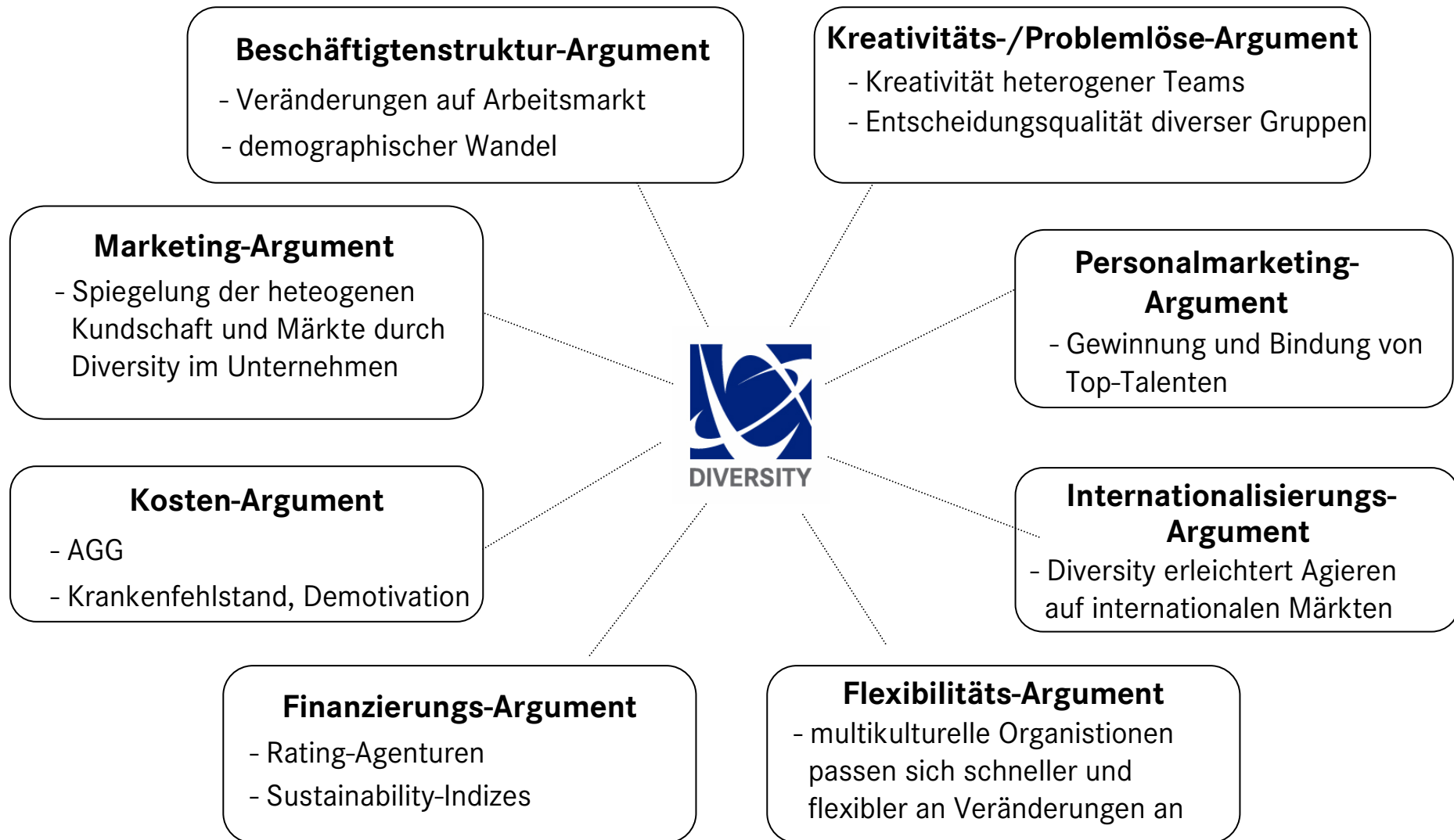


Variante 1: Geburtenraten in West und Ost konstant auf heutigem Wert von 1,4 Kinder pro Frau



Nach 2050 ändert sich die Form des Altersaufbaus nicht mehr wesentlich, sie wird aber beständig schmaler. Die Bevölkerung beträgt dann 54 Millionen, nimmt jährlich um 1,4% weiter ab und weist viele alte Menschen auf.

Warum ist Diversity Management ökonomisch sinnvoll?



Welchen Nutzen hat Daimler von Diversity Management?

- Innovations- und Kreativitätspotenziale können durch Diversity besser ausgeschöpft werden.
- Unternehmen können es sich nicht leisten, die Vielfalt der Talente ungenutzt zu lassen.
- Diversity liefert eine Antwort auf den zunehmenden Wettbewerb um Kunden, Kundinnen und Talente.
- Vielfältig zusammengesetzte Teams fällen in der Regel bessere Entscheidungen.

Produkte



Fähigkeiten



Umfeld



Produktivität



“Diversity does not only make business sense. It’s a business ‘must’ ”

Dr. Dieter Zetsche

Diversity & Inclusion

Diversity unterstützt die Innovationsfähigkeit von DaimlerChrysler und eröffnet uns zusätzliche Märkte. Das Zusammenbringen und die Wertschätzung von unterschiedlichen Merkmalen und Kompetenzen unserer Mitarbeiter und Führungskräfte machen unsere Entscheidungen besser und steigern unser Image als employer of choice.

Diversity

Die Vielfalt unterschiedlicher persönlicher Merkmale wie Geschlecht, Alter, Qualifizierung, Herkunft, Werte, Kenntnisse, etc. bilden für uns die Basis für Diversity und Inclusion.

&
Inclusion

...sind das Gegenteil von Gleichförmigkeit!

Welche regionalen Ansätze verfolgen wir?

Diversity Focus pro Kontinent und Region:

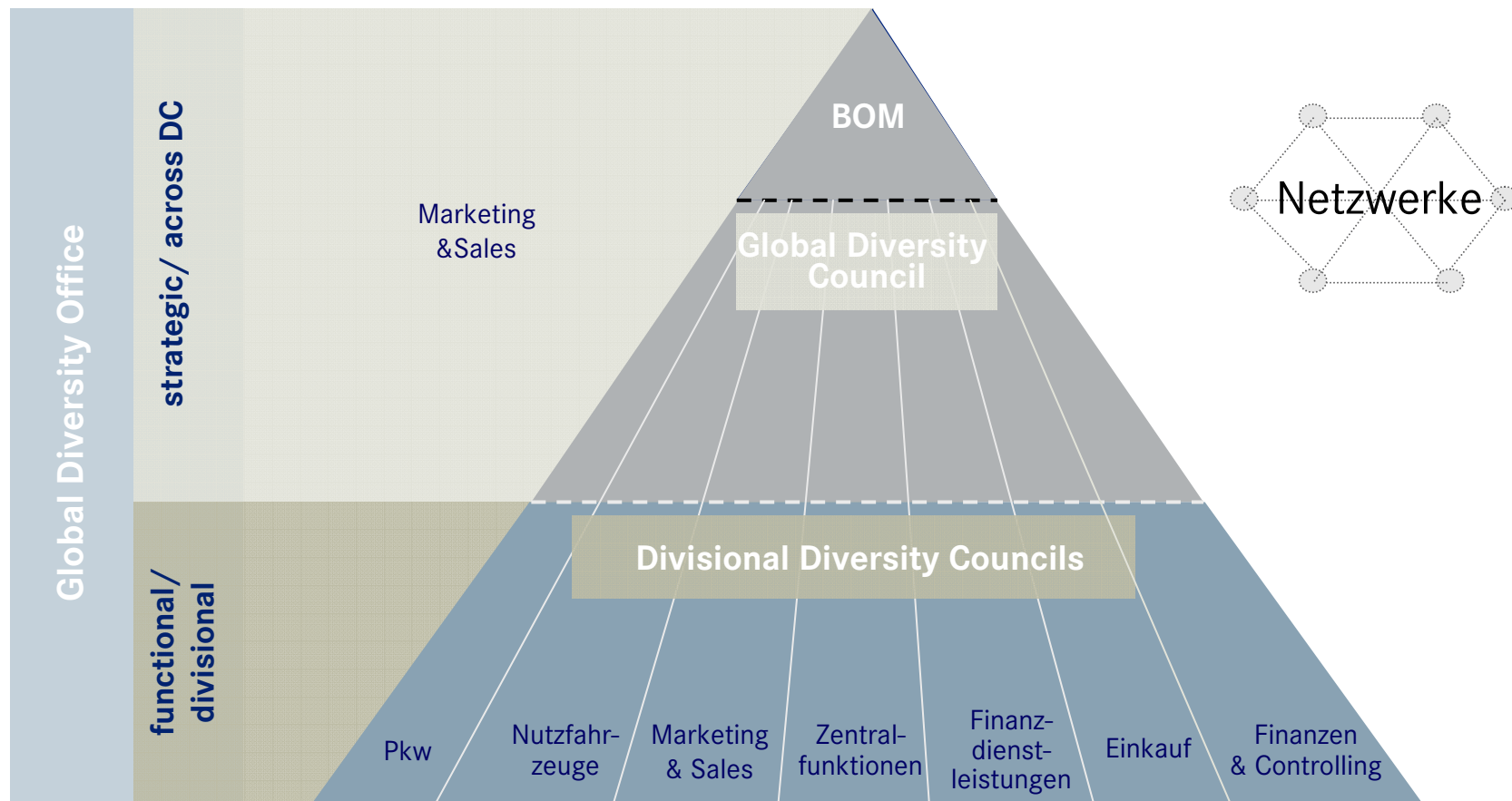
In **Europa** wird speziell der Gender-Aspekt betont.

Nord Amerika konzentriert sich auf Gender Diversity und ethnische Herkunft.

In **Asien** liegt der Fokus auf die Förderung von Frauen und auf der Übertragung von Verantwortung auf die lokalen Manager.

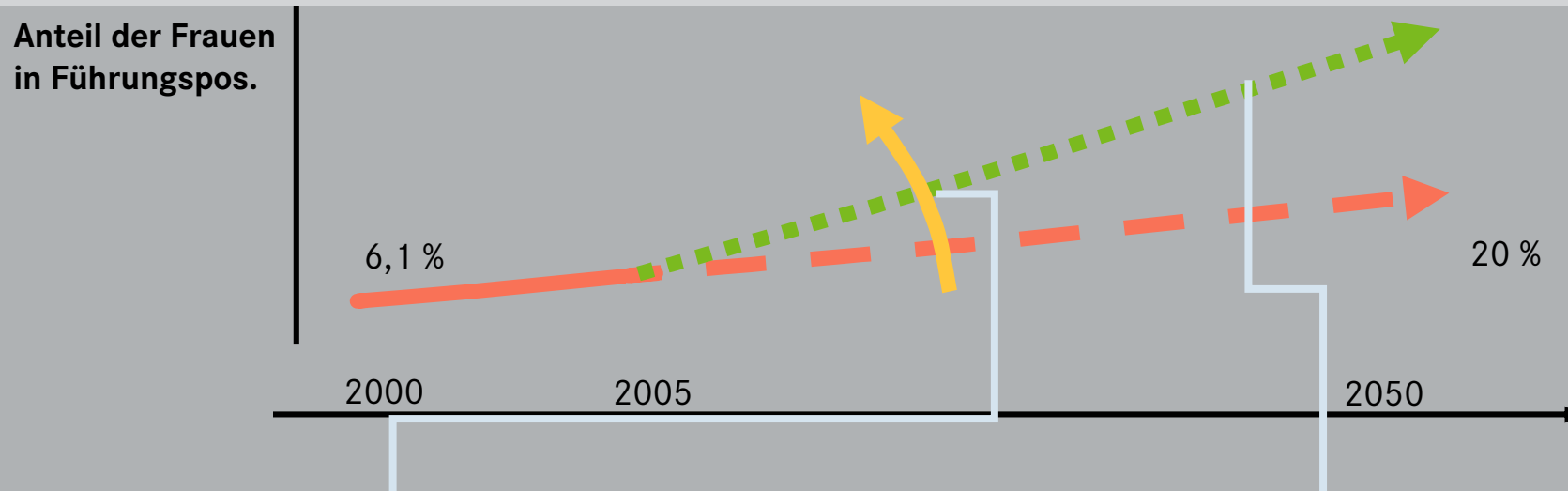
Südafrika richtet sich auf die Förderung von benachteiligten Gemeinschaften, Behinderten und Frauen, unabhängig von ihrer Herkunft.

Wie ist Diversity Management bei Daimler aufgestellt?



Was zeigt die Analyse der Zahlen?

Bei gleichem Anspannungsgrad werden wir einen Anteil von 20% der Frauen in Führungspositionen trotz Annahme eines stetigen Anstiegs nicht vor Mitte dieses Jahrhunderts erreichen



Diversity kann nur durch Implementierung in den einzelnen Divisionen vorangetrieben werden.

Es ist noch ein langer Weg bis ein repräsentativer Anteil von Frauen in Führungspositionen erreicht wird.

Das Plädoyer für eine “natürliche Entwicklung” des Frauenanteils auf Führungsetagen greift zu kurz

Was zeigt die Analyse der Barrieren für Frauen?

Gesellschaftsbedingt	aus Sicht der Manager	aus weiblicher Sicht
Fehlende Vorbilder	Genauere Beobachtung der Performance der Frauen	Zugang zu männlichen Netzwerken für Frauen erschwert
Elternzeit bis zu 3 Jahren pro Kind in Deutschland kann zu Karrierestopp führen	Ansicht, dass Frauen Fokus auf Familie legen und weniger auf den Beruf	Schwangerschaft als „Damokles-Schwert“ für berufliche Weiterentwicklung
Unterschiede in männlichen/ weiblichen Persönlichkeitsmerkmalen:	Teilzeit- und Jobsharing-Modelle sind nicht bzw. wenig praktikabel	Teilzeit- und Jobsharing-Stellen nicht ausreichend vorhanden
„Tue Gutes und sprich darüber“ – vs – „Tue Gutes - es wird schon anerkannt!“	Mangel an Bewerbungen von Frauen/Potentialträgerinnen	Angst vor Nichterfüllung der Erwartungen des Unternehmens hinsichtlich zeitlicher Flexibilität, Reisetätigkeit und Standortwechsel
„Familienthemen sind Frauensache“ Kinderbetreuung ist zu begrenzt und unflexibel	Auffassung, dass Frauen eher zu „weich“ sind	Mehr berufliche Verantwortung reduziert Privatleben
		Schlechtes Selbstmarketing

Basis: ca. 750 Interviews mit männlichen und weiblichen Daimler Führungskräften

Wieso lohnt ein Blick auf Frauen als Kundinnen?

Das Käuferinnenpotenzial von Frauen steigt deutlich an.

85 % aller Automobilkäufe werden von Frauen beeinflusst

In den kommenden Jahren wird die Kaufkraft von Frauen steigen

Der Anteil der weiblichen Auto-Halter wird in den kommenden 20 Jahren von derzeit 30% auf 50% steigen (von 17% in den 80er Jahren).

Shell-Studie: "Pkw-Szenarien bis 2030", 2004

Frauen haben ähnliche Anforderungen an Fahrzeuge wie Männer, sind als Kundinnen aber doch spezifisch.

Frauen werden in der Markenkommunikation und Werbung eher als Männer durch die Funktionalität der Autos angesprochen.



Welche Maßnahmen erachtet die Wissenschaft und Praxis als zentral für Diversity Management?

- strukturelle Institutionalisierung
- Beratungsangebote für „Minderheiten“-Gruppen
- Mentoringprogramme
- Diversity-Trainings
- Evaluation der Maßnahmen
- diversity-orientierte Betriebsvereinbarungen, Personalpolitik, Einrichtungen (z.B. Kinderbetreuung)
- Verankerung in der Unternehmenskultur
- Ermittlung und Überprüfung des Diversity Management Bedarfs
- Kommunikation
- flexible Arbeitszeiten
- gemischte Teams

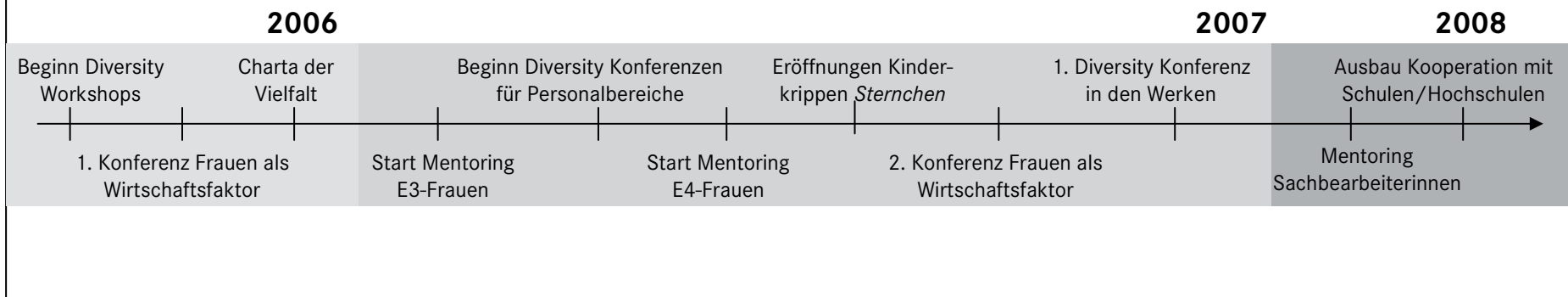
Quelle: Krell, Chancengleichheit durch Personalpolitik, 5. Aufl., 2008

Welches sind die Diversity Maßnahmen im Überblick?



Diversity Masterplan und Maßnahmen

Auswahl an Diversity-Maßnahmen



Zeitstrahl Diversity-Management bei Daimler



Vertiefung: Auswahl an GDO Maßnahmen

Zielkorridore & Transparenz in Besetzungsprozessen

Diversity/AGG Workshops für Führungskräfte

Diversity Kommunikation

- Poster Marketing
- Diversity Management Special in neuer Daimler INSIDE (MA Zeitung)

Konferenzen

- HR Diversity Konferenzen (4.7. & 5.11.)
- 2. Konferenz Wirtschaftsfaktor Frauen im Unternehmen, 12.11.

Mentoring E3/E4 (SB über lokale HR Bereiche ab 2008) & Executive Circles

Flexibles Arbeiten

Kinderbetreuung 0-3 Jahre

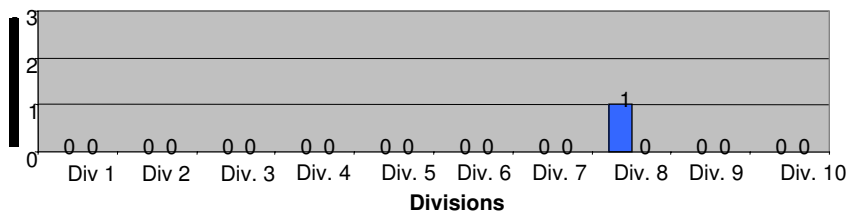
Prinzipdarstellung Aspirational Guidelines Frauen der Ebenen 1 bis 3

Division	BU	Status quo 2006		2007		2008		2009		Vorrauss. Ernennungen	Frauen gesamt
		Anzahl Frauen	%	Pers.	%	Pers.	%	Pers.	%	Personen	Personen
Division A		65	10,40%	5	11,20%	5	12,00%	5	13,00%	15	80
Division B		14	1,70%	4	2,20%	5	2,80%	5	3,40%	14	28
Division C	BU 1	18	6,20%	2	6,90%	3	7,90%	4	9,30%	9	27
	BU 2	6	8,30%	1	9,60%	2	12,00%	3	15,80%	6	12
	BU 3	21	9,60%	2	10,90%	2	11,80%	2	13,00%	6	27
Division D		13	2,20%	2	2,50%	3	3,00%	6	4,10%	11	24
Division E		59	23,80%	4	25,40%	2	26,20%	1	26,60%	7	66

Diversity Logbuch Level 1 – 3 in Germany

Overview Placements 3. quarterly report in Germany

E 1 Placements / 3. Quarter 2007



Summary:

1 open positions on **Level 1**

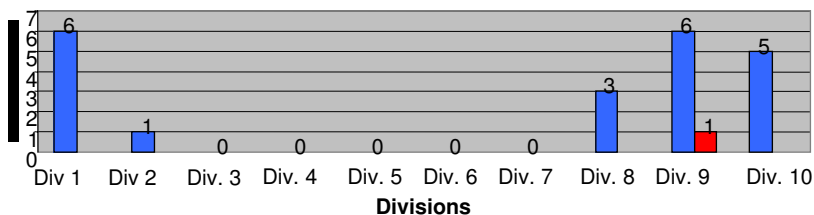
0 female candidates on short list

0 interview with female candidate



0 placement with a female candidate

E 2 Placements / 3. Quarter 2007



Summary:

21 open positions on **Level 2**

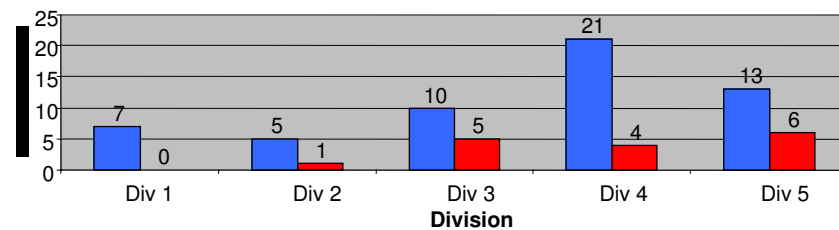
1 female candidates on short list

1 interview with female candidate



1 placement with a female candidate

E 3 Placements / 3. Quarter 2007



Summary:

56 open positions on **Level 3**

20 female candidates on short list

14 interview with female candidate



16 placement with a female candidate

Welcome to Diversity! Diversity/AGG Workshops für Führungskräfte



Juli 2007:

- Kommunikation an alle P-Leiter Deutschland

Ab September 2007:

- Workshops auch an den MCG und TG Standorten (Bremen, Mannheim, Ludwigsfelde, Düsseldorf, Wörth, Kassel, Berlin, Hamburg, DCFS)
- Fester Trainerpool mit 5 qualifizierten Trainern
- Vereinfachtes Feedbackverfahren (per Mail an die Teilnehmer nach dem Workshop)
- Anmeldeverfahren über DC Intranet > Diversity Homepage

Aktueller Stand 11/2007 :

Ca. 120 Workshops mit ca. 1.000

Führungskräften von August 2006 – Nov. 2007

Welcome to Diversity! Diversity/AGG Workshops für Führungskräfte

Dauer: 4 - 5 Stunden

Teilnehmer: Führungskräfte E1 - E4, Deutschland

Anzahl: 12 - 15 Teilnehmer/Innen

Teil 1: Diversity bei DaimlerChrysler
Verständnis, Strategie

Teil 2: Diversity in Führungssituationen
Fallbeispiele DC-Kontext, z.B.
- Performancebeobachtung und Feedback an weibliche und männlichen High Pot
- eMail-Kommunikation: Kommunikation im Projekt, Kommunikation Deutschland - USA

Teil 3: rechtliches Umfeld
Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), DC-interne Richtlinien

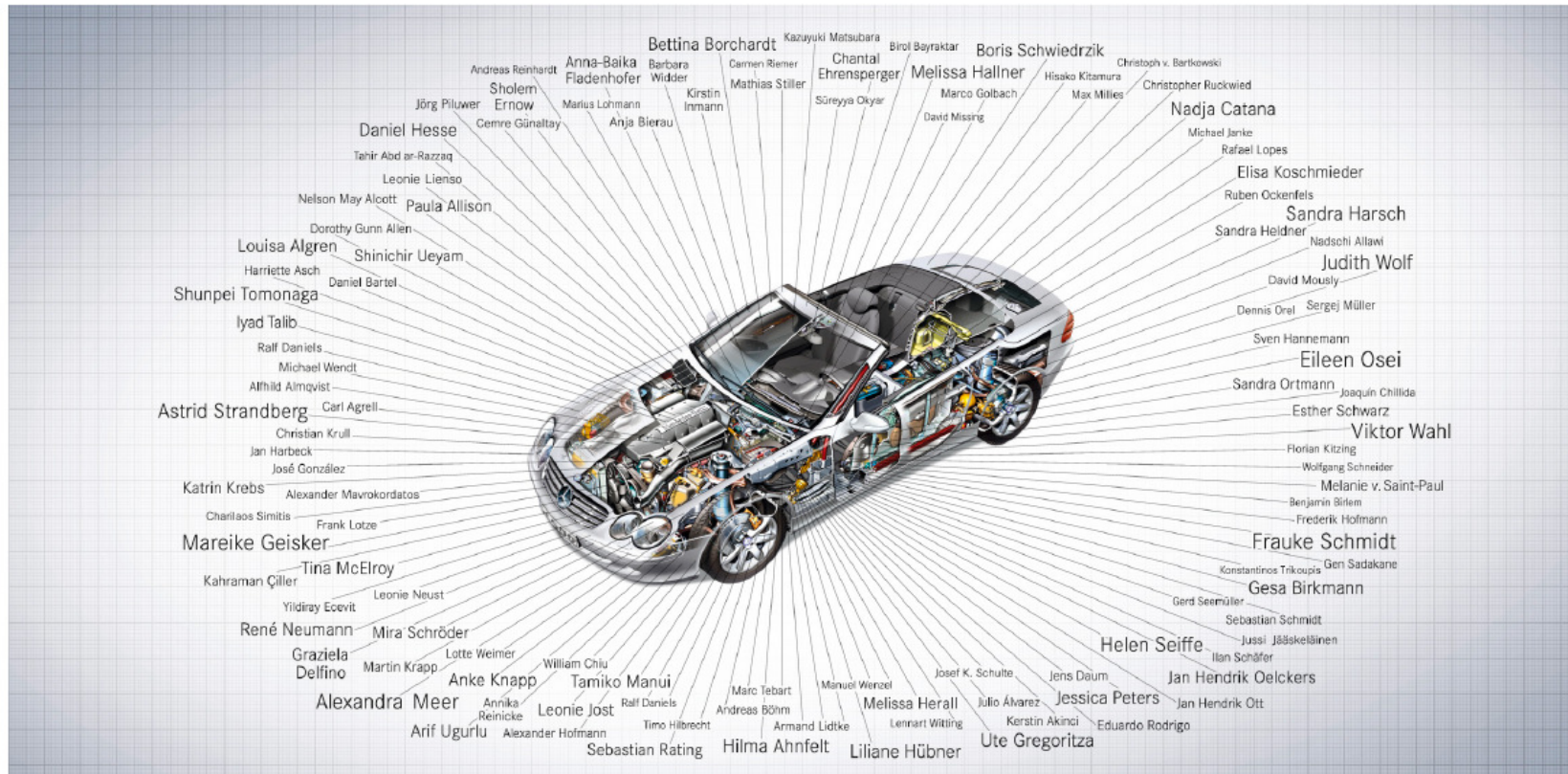
- interaktiv
z.B. Erarbeitung Diversity-Verständnis
- persönlich
z.B. eigene Führungserfahrung in Rollenspielen
- umfassend
z.B. breites Verständnis von Diversity
- DC-spezifisch
z.B. konkrete, anonymisierte DC-Fallbeispiele

Marketing-Kampagne Diversity



In einem gleichen wir uns alle – der Leidenschaft für Autos.
Welcome to Diversity.

Marketing-Kampagne Diversity



Unser Erfolg hat viele Namen.
Welcome to Diversity.

Werte leben. Mitgestalten.

Sonderbeilage Diversity Management in der neuen Mitarbeiterzeitung "Daimler Inside"

8 Seiten

(Oktober 2007)

Diversity Management

INSIDE extra

OKTOBER 2007



Liebe Kolleginnen und Kollegen

am 4. Oktober haben wir ein neues Kapitel in der Geschichte unseres Unternehmens aufgeschlagen. Die Oberleitung lautet Daimler - und wir haben es in der Hand, dass diese Kapitel eine Erfolgsgeschichte wird. Dafür haben wir eine wichtige Ziele gesetzt und klare Vorgaben definiert - für die einzelnen Geschäftsfelder und insgesamt für unsere Funktionsbereiche.

Sich um die Vielfalt als wichtiges Diversity Management zu die wichtigsten Aufgaben - und um nicht nur als „politisch korrekt“ zu sein, sondern weil es sozial und geschäftlich Sinn macht, ist notwendig ist. Denn nur wenn in der Automobilindustrie insgesamt eine Gleichberechtigung überhört werden, dann brauchen wir die besten „Köpfe der Branche“ - unabhängig von dem Alter, Herkunft oder Geschlecht.

Über diese Ziele geht dabei die Einführung des Frauenrats in Führungsgremien. Bei Daimler muss zu Jahresbeginn 2007 lediglich neun Prozent aller Führungskräfte weiblich. Das wollen und werden wir ändern, denn diese Zahl steht im Widerspruch zu den Rekrutierungsmaßnahmen unserer Unternehmen.

Die Hälfte aller Hochschulabsolventen ist heute weiblich, aber ist statistisch auch in den Top-10-Positionen Frau.

Investitionen ist auch ein Großteil unserer Kundenschaft weiblich, das sollte sich in unserer Geschäftstätigkeit spiegeln.

Aktuelle Studien zeigen ganz klar, dass Firmen mit mehr Frauen im Top-Management im Aktienkurs sich häufiger Top-Resultate machen. Nicht nur Frauen sind bessere Managerinnen sind sondern weil gute Führungskräfte auf Vielfalt setzen.

Gleichzeitig müssen wir alles „High Potential“ - können wir Frauen - einsteigende Entwicklungsmöglichkeiten bieten. In diesem Jahr haben wir zum Beispiel ein Mentoring-Programm auf den Weg gebracht. Daneben sollen Karrieregesprächen dabei unterstützen wir durch ihre eigene Leistung noch weiter zu fördern. Und um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu unterstützen, werden in bis 2009 an allen unseren deutschen Nebenstandorten einleiten.

Wir sind stolz dabei eine besondere wichtig: Diese Punkte sind keine „weiche“ Themen - wie in dem Sinne, dass sie eine „psychologische Intelligenz“ haben. Sie handeln sich vielmehr um zentrale Erfolgsfaktoren, wenn es darum geht, Top-Resultate zu gewinnen und unseren Unternehmen zu binden.

Wir sind fest entschlossen, auch auf diesem Gebiet eine Führungsposition übernehmen und gewinnen eine „Kultur der Spitzenleistung“ zu etablieren. Über die wichtigsten Initiativen die wir zu diesem Zweck bereits gestartet haben, möchten wir Sie an dieser Sonderausgabe informieren.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lesestunde!

Ein Unternehmen kann nur dann wettbewerbsfähig bleiben, wenn seine Leistungsfähigkeit durch die besten Köpfe der Branche sichergestellt ist. Wie im Falle der Kundenberatung - so ist es auch im Bereich der Personalmanagement. Diversity Management ist ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Diversity bedeutet die Berücksichtigung der Unterschiede der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen hinsichtlich Geschlecht, Alter, Qualifikation, Herkunft, Weltanschauungen und vielen anderen personalbezogenen Merkmalen.

Im Rahmen von Diversity Management werden diese Merkmale berücksichtigt und zum Nutzen des Unternehmens einbezogen. Die in Deutschland bereits 95 Prozent aller Automobilkäufer von Frauen beeinflusst werden und zunehmend mehr Kunden weltweit ein Produkt von Daimler fahren, stimmt die

Welcome to Diversity: Vielfalt unterstützt den Erfolg von Daimler



Balancen von Kundenstruktur und Mitarbeiterzusammensetzung im Konzern dabei nicht mehr überlebensfähig. Die Kaufkraft der Frauen steigt und sie sind in Deutschland eine nicht zu unterschätzende geschäftliche Ressource. Aus diesen Gründen liegt der Schwerpunkt von Diversity Management eindeutig auf der Förderung von Frauen. Zuünftig soll Diversity auf weibliche Dienststellen ausgeweitet werden.

DIVERSITY WORKSHOP FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

Vier Stunden - mehr nicht!

Seit September 2006 werden insgesamt 78 Workshops mit 217 Führungskräften durchgeführt, um sie mit der unverzichtbaren Face to Face des Thema Diversity vertraut zu machen. Hier ein Beitrag von einer weiteren Diversity Management-Traineein, Kirsten Heitz, CONTBA:

„Vier Stunden - mehr nicht!“ - Vier Stunden, um Menschen näher zu legen, das Diversity mehr ist, mehr kann und mehr sollte als „nur“ Frauenförderung und Gender-Themen; das es über all solche Aspekte gibt: Vier Stunden, um einen sinnvollen und nachvollziehbaren Rahmen zu schaffen für Diversity Management als grundlegende Führungs- und LGAD-Aufgabe und modernen Mitarbeitergespräch darzustellen. Vier Stunden, um führende Menschen mit neuen Fähigkeiten zu ihrem eigenen Alltag zu integrieren und miteinander zu ver-

netzen und zu erfahren, wie schnell man nicht nur leicht integriert, sondern dann auch helfend und unterstützende Lösungen anbieten. Vier Stunden, um einfach und nachvollziehbar zu begreifen und auszuüben, dass man auch solche an Situationen mit weiblichen und männlichen Mitarbeiterinnen, Kollegen, Kunden und Geschäftspartnern herangehen kann, ohne sich verunsichern zu müssen. Und vier Stunden, um die Perspektive der neuen Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) zu begreifen und die notwendige Sicherheit im alltäglichen Umgang mit diesem Gesetz zu erlangen. „Vier Stunden - mehr nicht!“

INFO: Workshop-Anmeldung: Kirsten Heitz, Personalmanagement, Daimler AG, Postfach 101 50, 70372 Stuttgart, Tel. 07141 234-2344, E-Mail: k.heitz@daimler.com

NACHFRAGE: GÜNTHER FLIGG, PERSONALVORSTAND UND ABBEITS DIREKTOR

Herr Fligg, warum Diversity bei Daimler?

Ich bin zuzufrieden dass in Deutschland ein professionelles Diversity Management notwendig ist, um Vielfalt gezielt zu erkennen und zu fördern. Diversity umfasst viele Dimensionen und schließt alle ein. Ein besonderes Augenmerk legen wir zusätzlich auf die Frauen.

Da der Frauenanteil in unserer Belegschaft deutlich zu gering ist, werden wir weiterhin geeignete Initiativen ergreifen, um Frauen zu fördern. Wir dürfen uns dabei keine Mindestquoten erhoffen. Diversity braucht einen langen Atem. Wir lassen nicht locker, weil es keine Alternative gibt.

Das Global Diversity Office schafft den Rahmen, um Diversity Management erfolgreich im gesamten Unternehmen zu verankern. Wir brauchen das Engagement aller; um Diversity nicht zu gestalten und die Unternehmensprozesse zu integrieren. Bei jeder Personalentscheidung und bei jeder Einstellung geht es darum, die besten

zu identifizieren und zu gewinnen. Wir alle können einen Beitrag dazu leisten. Top-Talente und erfahrene Menschen zu begeistern und zu fördern. Wie helfen auch Sie mit, unsere internen Talente zu nutzen und für unsere zu begeistern. Stärken geeignete Bewerberinnen und Bewerber zu gewinnen.

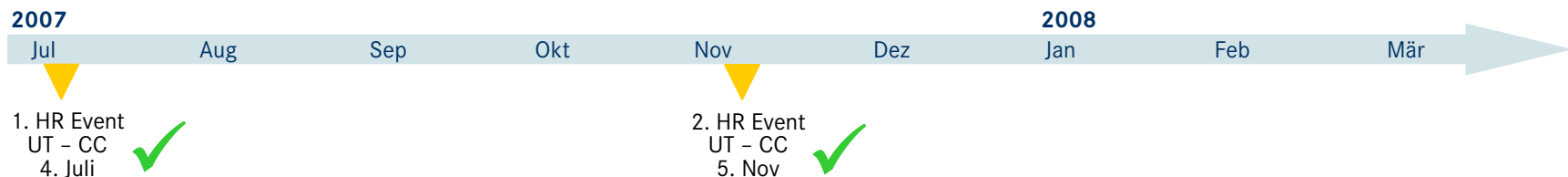
Ihr Einsatz ist der Schlüssel für die erfolgreiche Zukunft unseres Unternehmens. Unterschiedliche Kompetenzen, Persönlichkeiten, Erfahrungen und Sichtweisen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen maßgeblich zu unserer Wettbewerbsfähigkeit bei. Durch den offenen Dialog im Unternehmen erhöhen wir unsere Innovationsfähigkeit und können so noch besser auf die vielfältigen Bedürfnisse unserer Kunden und Kunden eingehen.

Auf mich können Sie dabei auf dem weiteren Weg zählen. Lassen Sie uns diesen gemeinsamen gehen!

Daimler HR Diversity Konferenzen in 2007

Event Profil

- Titel: **HR Diversity Konferenz**
Welcome to Diversity: HR Rolle im DC Diversity Management
- Zielgruppe: HR Ressort in Deutschland mit Ebenen 1-4 (Sprache: deutsch)
ca. 800 – 1000 FKs
- Zielsetzung:
1. Vertiefung der Daimler Diversity Management Strategie & Maßnahmen
2. HR Rollen-Definition für die Umsetzung der Global Diversity Strategie
- Eventgröße: Großgruppen-Event-Serie in Deutschland (ggfs. per Region)
ca. 200 TN/Event → Auswahl der Einzuladenden über HR-Leiter
- Ort & Termine: Auftakt am 4. Juli 2007 in Untertürkheim, Conference Center
2. Konferenz am 5. Nov 2007 in Untertürkheim, Conference Center
(jeweils ganztägig)



In einem gleichen wir uns alle

– der Leidenschaft für Autos.



Konferenz Volume N°2 Wirtschaftsfaktor Frauen im Unternehmen

12. November 2007

Mercedes Event Center (MEC), Sindelfingen

Konferenz Volume N°2 Wirtschaftsfaktor Frauen im Unternehmen 12. November 2007

TOP 1	Opening	Fleig, Schwarzenbart	10:00 – 10:30
TOP 2	4 Professorinnen deutscher Universitäten diskutieren Nachwuchs in Studium, Industrie & Wirtschaft	Prof. Stock-Homburg, Prof. Ihsen, Prof. Bischoff, Prof. Ovtcharova	10:30 – 12:00

LIGHT LUNCH & NETZWERKEN 12:00 – 13:00

TOP 3	Über Hürden zum Erfolg – Inspiration und Motivation	Edgar Itt	13:00 – 14:15
--------------	---	-----------	---------------

PAUSE 14:15 – 14:30

TOP 4	Daimler Best Practice Sharing: Leading vs. Managing in drei Panels	Alle	14:30 – 15:30
	Panel 1: Kuppelsaal	Unger, Secander, Dr. Winkler, Sippel	
	Panel 2: Räume Daimler & Benz, 1. OG	Titzrath-Grimm, Muz, Dr. Riedl	
	Panel 3: Räume FR I & II hinter der Bühne	Dr. Haase, Dr. Gorriz, Dr. Zellmer-Bjick	

PAUSE 15:30 – 16:00

TOP 5	Resümee und Ausblick	Dr. Zetsche	16:00 – 17:00
--------------	----------------------	-------------	---------------

TANDEM Mentoring Programm - Programm Profil

- Ansatz: bereichsübergreifender Erfahrungsaustausch
gewährleistet Vertrauensbasis, fördert Wissen über mehrere Ressorts,
entspricht der selbständigen Karriereplanung der Mentees)
- Format: one-on-one Mentee/MentorIn Matching gemäß Mentee Wunschbereich
Mentorenschaft: mind. ein bis zwei höheren Hierarchieebenen
- Zielgruppe: weibliche Führungskräfte der Ebenen 3 & 4 in Deutschland
- Einladung: Ebene 3: alle Abteilungsleiterinnen in Deutschland
Ebene 4: Potenzialträgerinnen in Deutschland, weitere auf Bewerbung ab 2008
- Teilnahme: freiwillig, impliziert keinen Karriereschritt
- Dauer: jeweils ca. einjähriges Programm
- Beginn: ab März 2007 für **Ebene 3** – ca. **50** Mentees (+ca. 50 von MCG)
ab Oktober 2007 für **Ebene 4** – ca. **100** Mentees
- Abschluss: März 2008 für Ebene 3 | Dezember 2008 für Ebene 4
- Support: unterjährig durch GDO (+ggfs. durch lokale HR für Ebene 4)
- Treiber: Mentees tragen Verantwortung für inhaltliche Ausgestaltung durch Eigeninitiative
- ... *basiert auf einem Beschluss des Global Diversity Councils (GDC) im Dez 2006.*

Nomination und Matching
Prozess

Auftakt-Event
Mentees &
MentorInnen

Individuelle Mentoring Treffen
(mind. alle 2 – 4 Monate über ein Jahr)
GDO: Impuls Sessions & Mentee Runden

Abschluss-Event
Mentees &
MentorInnen

TANDEM Mentoring Programm – Ziele & Support

- **Programm Zielsetzung**
 - Bekanntheitsgrad der Mentees im Top Management erhöhen
 - erweitertes Netzwerk
 - individuell passender Entwicklungsplan samt Umsetzungsschritten
-
- **GDO Support**
 - TANDEM Begleitheft mit Hintergrundinformationen zum Thema Mentoring sowie einen 'Freiraum'-Teil mit Zitaten und offenen Fragen für Notizen
 - erweitertes Programm Inhalte, Events & Aktivitäten (Qualifizierung & Netzwerken) koordiniert durch Lotus Notes Teamroom

TANDEM Teamroom Struktur (für Mentees)

- ▶ Diversity Themen
- ▶ Events
- ▶ Mentee - Mentor Gespräche
- ▶ Mentee Entwicklungsplan
- ▶ **Mentee Impuls Sessions**
- ▶ Mentee Runden
- ▶ Programm Hintergrund

Projektauftrag – Flexibles Arbeiten

Auftraggeber und Auftrag:

Handlungs- und Umsetzungskonzepts “Flexibles Arbeiten” für Frauen und Männer

- auf LFK-Ebene,
- E4, E5
- weitere ausgewählte Mitarbeiter/innen auf SB-Ebene und im gewerblichen Bereich

Global Diversity Council, Sitzung v. 25.04.2007

Definition “Flexibles Arbeiten”: Flexibilität hinsichtlich Zeit und Ort

- Teilzeit
- Jobsharing
- mobiles Arbeiten

Basis: bestehende gesetzliche, tarifliche und betriebliche Regelungen

Ziel:

Verstärkung der Möglichkeiten flexiblen Arbeitens unter Abgleich unternehmerischer und persönlicher Interessen.

Analyse: Nutzen von Flexiblen Arbeiten

Wettbewerbsfaktor im War for Talents

Für High Potentials und gute Mitarbeiter/innen sind flexible Arbeitszeiten mit 30% das zweitwichtigste Merkmal eines **attraktiven Arbeitgebers** (nach internationalen Entwicklungschancen mit 41%).
„The European Graduate Survey 2002“

Instrument zur Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungsfunktionen

The Harvard Business Review veröffentlichte 2002 einen Artikel in dem High-Achieving-Women direkt dazu geraten wird, Unternehmen auszuwählen, in denen sie Work-Life-Balance erreichen können.

Element zur Förderung der Mitarbeiterzufriedenheit und Arbeitsqualität

Wird Flexibles Arbeiten ermöglicht, stellen 22% der Unternehmen einen positiven Einfluss auf den Krankenstand, 28% eine verminderte Fluktuation, 89% Vorteile im Wettbewerb um qualifiziertes Fachpersonal und 83% eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit fest (davon nannten 86% höhere Motivation und 70% die Qualität der Arbeit).

Studie des Forschungszentrums für Familienbewusste Personalpolitik 2005

Eröffnung Daimler-Kitas sternchen



Aktueller Projektstand Kinderbetreuung Darstellung für 2007



Kinderbetreuung - Maßnahmen im Überblick

Ausbau Kinderbetreuungsangebot in Deutschland:

- Gaggenau
- Kassel
- Mannheim / Ulm
- Wörth
- Düsseldorf / Ludwigsfelde
- Berlin-Marienfelde
- etc.

Integration bestehender Kinderbetreuungsangebote

- Kindertagesstätten
- Belegplätze
- Ferienprogramm
- Austauschprogramme
- Notfallprogramme

Umsetzung und Weiterentwicklung des pädagogischen Konzepts

- Spezielle Förderung (z.B. Zweisprachigkeit, Beobachtung und Dokumentation)
- Aktive Elternarbeit (Elternzeitung, Workshops, Informationsabende und Erziehungsberatung)

Qualitätsmanagement

- Personalqualifizierung (durch Universitäten und Forschungsinstitute, Bundesfachtagung und Workshops)
- Festlegung und Sicherung von Qualitätsstandards (Qualitäts-handbuch, Krippengütesiegel, Kontrollen und Elternfeedback)

Erstunterzeichner Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland

Diversity als Chance Die Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland

Die Vielfalt der modernen Gesellschaft, beeinflusst durch die Globalisierung und den demografischen Wandel, prägt das Wirtschaftsleben in Deutschland. Wir können wirtschaftlich nur erfolgreich sein, wenn wir die vorhandene Vielfalt erkennen und nutzen. Das betrifft die Vielfalt in unserer Belegschaft und die vielfältigen Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden sowie unserer Geschäftspartner. Die Vielfalt der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen Fähigkeiten und Talenten eröffnet Chancen für innovative und kreative Lösungen.

Die Umsetzung der „Charta der Vielfalt“ in unserem Unternehmen hat zum Ziel, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Rasse, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Die Anerkennung und Förderung dieser vielfältigen Potenziale schafft wirtschaftliche Vorteile für unser Unternehmen.

Wir schaffen ein Klima der Akzeptanz und des gegenseitigen Vertrauens. Dieses hat positive Auswirkungen auf unser Ansehen bei Geschäftspartnern, Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie in Deutschland als auch in anderen Ländern der Welt.

Im Rahmen dieser Charta werden wir

1. eine Unternehmenskultur pflegen, die von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung jedes Einzelnen geprägt ist. Wir schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Vorgesetzte wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diese Werte erkennen, teilen und leben. Dabei kommt den Führungskräften bzw. Vorgesetzten eine besondere Verpflichtung zu.
2. unsere Personalprozesse überprüfen und sicherstellen, dass diese den vielfältigen Fähigkeiten und Talenten aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserem Leistungsanspruch gerecht werden.
3. die Vielfalt der Gesellschaft innerhalb und außerhalb des Unternehmens anerkennen, die darin liegenden Potenziale wertschätzen und für das Unternehmen gewinnbringend einsetzen.
4. die Umsetzung der Charta zum Thema des internen und externen Dialogs machen.
5. über unsere Aktivitäten und den Fortschritt bei der Förderung der Vielfalt und Wertschätzung jährlich öffentlich Auskunft geben.
6. unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Diversity informieren und sie bei der Umsetzung der Charta einbeziehen.

Wir sind überzeugt: Gelebte Vielfalt und Wertschätzung dieser Vielfalt hat eine positive Auswirkung auf die Gesellschaft in Deutschland.



Hubertus Trübke
Leiter Truck Group Europe
DaimlerChrysler AG
DAIMLERCHRYSLER

Wir begrüßen und unterstützen
die Initiative der Unternehm



Prof. Dr. Hans-Dieter
Börsch
Vizepräsident und Beauftragter
der Bundesregierung für Migration,
Flüchtlinge und Integration




Joachim Harwig
Landesminister, Deutschland
(Sachverhalt: Ems AG)

Deutsche Bank



Dr. Uwe Franke
Ministerpräsident
Sachsen-Anhalt




Dr. Heinz Kießmann
Präsident
Deutscher Telekom AG

Deutsche Telekom

Rahmenbedingungen erfolgreicher Gender-Diversity in der Automobilindustrie



Werdegang

Schule

Ausbildung/
Studium

Beruf

Bildung/Wiss.



Industrie



Politik/Gesell.

- Wecken und schulen des technischen Verständnisses von Mädchen
- Gewinnung von Frauen für technische Berufe/ Studiengänge, z.B. durch Schnupperkurse, Mentoring, Vorbilder
- Vorbereitung auf das Berufsleben
- (Wissens-)Transfer von Wissenschaft in Industrie

- Schülerinnen für technische Berufe begeistern, z.B. Girls' Day
- Anbindung von Frauen in technische Ausbildung, z.B. durch Praktika, Diplomanden/ Doktoranden, Karriere-Events, Talent-Pools
- Lokale Bündnisse für Kinderbetreuung
- (Wissens-)Transfer von Industrie in Wissenschaft

- Erziehung von Mädchen zu Eigenständigkeit; Berufstätigkeit fördern
- einheitliches und international wettbewerbsfähiges Bildungssystem
- Beseitigung struktureller Barrieren zur Verbesserung der gesellschaftlichen Akzeptanz von Frauenkarrieren, Ausbau Kinderbetreuung, Etablierung Leitbild Doppelverdienerfamilien, etc

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!