

DIVERSITY IM GESCHÄFTSBERICHT

Eine quantitative Untersuchung anhand der DAX-40-Unternehmen

- + Das Thema "Diversity" spielt in der Unternehmensführung eine immer größere Rolle und wird zunehmend auch in der Finanzkommunikation thematisiert.
- + Bei Diversity werden häufig die Dimensionen Geschlecht und Bildung in den Mittelpunkt gestellt, dabei sind durchaus weitere Dimensionen der Vielfalt von Bedeutung.
- + Diese Studie untersucht, wie DAX-40-Unternehmen Diversitätsaspekte in ihren Geschäftsberichten behandeln, welche Dimensionen dabei genannt werden und inwiefern auch Kennzahlen zu diesen Dimensionen kommuniziert werden.

Über die Studie

Diese Kurzstudie des Center for Research in Financial Communication untersucht, inwiefern in den Geschäftsberichten der DAX-40-Unternehmen aus dem Jahr 2022 Diversity-Aspekte thematisiert werden. Sie wurde durch Simona Gulich, Tammo Heinemann, Emma Starke, Franziska Wehr und Leonie Weiß im Rahmen des Studiengangs Communication Management (M.A.) erarbeitet.

GRUNDLAGEN

In der Finanzkommunikation werden vermehrt Diversity-Aspekte thematisiert (Hoffmann et al., 2022; Krell et al., 2018; Schach, 2023), da Vielfalt einen Wettbewerbsvorteil darstellen und zu einer besseren Marktplatzierung beitragen kann (Krell et al., 2018; Hunt et al., 2018).

Über ihre Diversity-Bemühungen berichten DAX-Unternehmen vorrangig in ihren Geschäftsberichten, die sich von einer reinen Finanzdokumentation hin zu einer umfassenden Beschreibung und Erläuterung von Strategie, Mission, Management, Organisation und sozialer Verantwortung eines Unternehmens entwickelt haben (Köhler & Hoffmann, 2022; Zerfaß et al., 2022).

Dabei ist festzustellen, dass bisher sehr uneinheitlich zu Aspekten des Diversity-Managements berichtet wird (Quach & Frey, 2020)

Gemäß der Charta der Vielfalt (2023) wird unter „Diversity“ insbesondere Vielfalt in sieben Dimensionen verstanden:

- + Alter
- + Ethnische Herkunft und Nationalität
- + Geschlecht und geschlechtliche Identität
- + Körperliche und geistige Fähigkeiten
- + Religion und Weltanschauung,
- + Sexuelle Orientierung
- + Soziale Herkunft

Forschungsfragen:

- + Inwiefern werden in den Geschäftsberichten der DAX-40-Unternehmen Diversity-Aspekte thematisiert?
- + Welche Kennzahlen werden (in diesem Kontext) in Bezug auf vorherige, das aktuelle und künftige Geschäftsjahr(e) genannt?

METHODE

Die vorliegende Kurzstudie basiert auf einer quantitativen Inhaltsanalyse aller deutschsprachigen Geschäftsberichte der DAX-40-Unternehmen aus dem Jahr 2022. Zwei Unternehmen haben lediglich englischsprachige Geschäftsberichte veröffentlicht und wurden daher aus Gründen der begrifflichen Vergleichbarkeit von der Codierung ausgeschlossen. Inhaltlich wurden die Diversity-Dimensionen nach Schach (2023) anhand ihrer Thematisierung, Häufigkeit der Nennung und konkreten Ziel- und Zahlenwerten codiert.

ERGEBNISSE

Thematisierung der Diversity-Dimensionen in den Geschäftsberichten

- + In 36 von 38 Geschäftsberichten der DAX-40-Unternehmen werden Diversity-Dimensionen angesprochen (94,7 %).
- + Am häufigsten werden die Dimensionen Alter sowie Geschlecht und geschlechtliche Identität thematisiert (in 94,7 % der Geschäftsberichte).
- + Die Diversity-Dimension Religion und Weltanschauung wird am seltensten thematisiert – allerdings auch in immerhin 52,6 % der Geschäftsberichte.
- + Die Diversity-Dimensionen Ethnische Herkunft (86,8 %), Soziale Herkunft (84,2 %), Körperliche und geistige Fähigkeiten (73,7 %) sowie Sexuelle Orientierung (68,4 %) sind im Mittelfeld einzuordnen.

Thematisierung von Diversity-Dimensionen

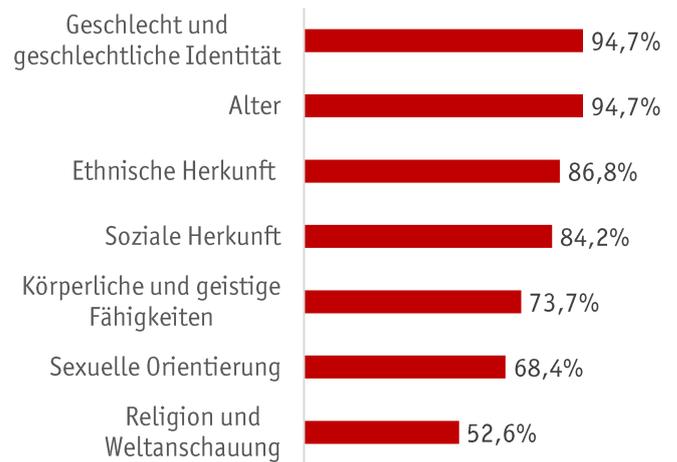


Abbildung 1: Thematisierung von Diversity-Dimensionen

Häufigkeit der Nennung von Diversity-Dimensionen



Abbildung 2: Insgesamte Häufigkeit der Nennung von Diversity-Dimensionen

- + Die Dimension Geschlecht und geschlechtliche Identität wird mit insgesamt 1.481 Schlagwortnennungen innerhalb der 36 Geschäftsberichte deutlich am umfangreichsten thematisiert.
- + Die Dimension Religion und Weltanschauung weist mit insgesamt 41 Schlagwortnennungen in allen Geschäftsberichten den geringsten Wert auf.
- + Das Mittelfeld bilden die Dimensionen Ethnische Herkunft und Nationalität (insgesamt 451 Schlagwortnennungen), Alter (445 Schlagwortnennungen) und Körperliche und geistige Fähigkeiten (299 Schlagwortnennungen), gefolgt von den Dimensionen Soziale Herkunft (139 Schlagwortnennungen) und Sexuelle Orientierung (96 Schlagwortnennungen).
- + Auffällig ist, dass die Dimension Alter sowie die Dimension Geschlecht und geschlechtliche Identität zwar beide in 36 von 38 Geschäftsberichten thematisiert werden, die Dimension Alter jedoch deutlich weniger Schlagwortnennungen aufweist (445 gegenüber 1481 Schlagwortnennungen).

Angabe von Kennzahlen zu den Diversity-Dimensionen

- + In 36 von 38 Geschäftsberichten der in dieser Studie berücksichtigten DAX40-Unternehmen werden zu den Diversity-Dimensionen konkrete Kennzahlen formuliert.
- + Am häufigsten werden Kennzahlen zur Diversity-Dimension Geschlecht und geschlechtliche Identität (94,7 %) angeführt, gefolgt von Kennzahlen zur Dimension Alter (92,1 %) und Kennzahlen zur Dimension Ethnische Herkunft und Nationalität (60,5 %).
- + Für die Diversity-Dimensionen Körperliche und geistige Fähigkeiten (18 %), Soziale Herkunft (7 %) und Sexuelle Orientierung (5 %) werden deutlich weniger konkrete Zahlwerte formuliert.
- + Für die Diversity-Dimension Religion und Weltanschauung sind in keinem der 38 Geschäftsberichte konkrete Kennzahlen aufzufinden.

Anzahl Kennzahlen je Diversity Dimension



Abbildung 3: Nennung von Kennzahlen zu einzelnen Dimensionen [Anzahl Berichte]

Angabe von Kennzahlen zu vergangenen und zukünftigen Geschäftsjahren

Kennzahlen bezüglich vergangener und zukünftiger Geschäftsjahre

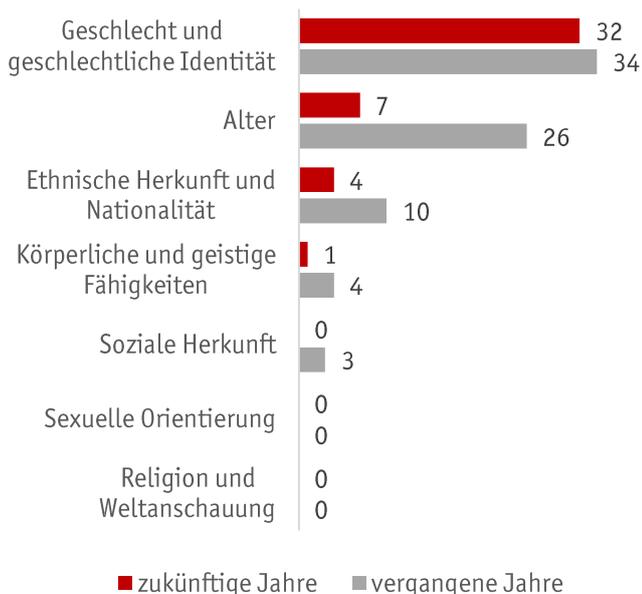


Abbildung 4: Häufigkeit der Nennungen von Zahlenwerten bezüglich vergangener und zukünftiger Geschäftsjahre [Anzahl Berichte]

- + In 34 von 38 Geschäftsberichten werden konkrete Kennzahlen zu den Diversity-Dimensionen mit Bezug auf vergangene Geschäftsjahre formuliert.
- + In 32 von 38 Geschäftsberichten werden konkrete Ziel-Kennzahlen zu den Diversity-Dimensionen mit Blick auf zukünftige Geschäftsjahre angeführt.
- + Besonders zur Diversity-Dimension Geschlecht und geschlechtliche Identität werden sowohl Ist- (in 34 von 38 Geschäftsberichten) als auch Soll-Kennzahlen (in 32 von 38 Geschäftsberichten) formuliert.
- + Für die Dimensionen Religion und Weltanschauung sowie Sexuelle Orientierung wurden weder für vergangene noch für zukünftige Geschäftsjahre Kennzahlen genannt.
- + Eine starke Diskrepanz zwischen der Formulierung von Ist- und Soll-Kennzahlen ist bei der Diversity-Dimension Alter zu erkennen. Hier werden in 26 Geschäftsberichten Kennzahlen zu vergangenen Geschäftsjahren und in nur 7 Geschäftsberichten Kennzahlen für zukünftige Geschäftsjahre genannt.

Art der Kennzahlen zu den Diversity-Dimensionen

- + Für die Diversity-Dimension Alter werden 13 verschiedene Kennzahlen genannt. Am häufigsten wird die Altersgrenze im Vorstand und im Aufsichtsrat (in 22 von 36 Geschäftsberichten) thematisiert. Es folgt die Altersstruktur der Mitarbeitenden (in 13 von 38 Geschäftsberichten) und das Durchschnittsalter der Mitarbeitenden (in 9 von 38 Geschäftsberichten).

Kennzahlen der Dimension „Alter“



Abbildung 5: Kennzahlen in der Dimension „Alter“ [Anzahl Berichte]

- + Für die Diversity-Dimension Geschlecht und geschlechtliche Identität werden 12 unterschiedliche Kennzahlen genannt, wobei der Frauenanteil im Aufsichtsrat am häufigsten thematisiert wird (in 30 von 38 Geschäftsberichten), gefolgt vom Frauenanteil in Führungspositionen (in 27 von 38 Geschäftsberichten) und dem Frauenanteil in der ersten Führungsebene (in 25 von 38 Geschäftsberichten).

Kennzahlen der Dimension „Geschlecht“

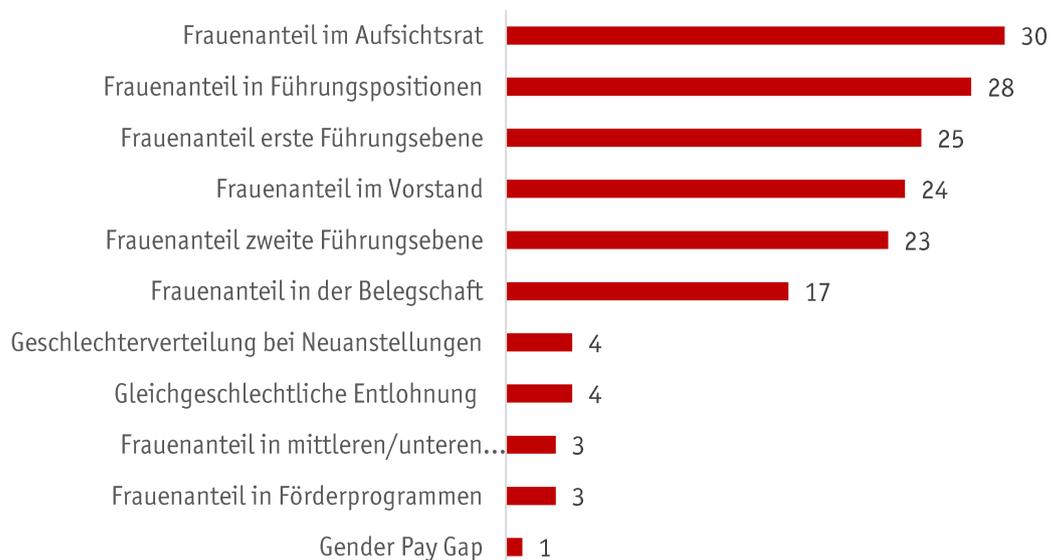


Abbildung 6: Kennzahlen in der Dimension „Geschlecht“ [Anzahl Berichte]

- + Für die Diversity-Dimension Ethnische Herkunft werden 8 unterschiedliche Kennzahlen genannt, wobei die Internationalität der Belegschaft und im Aufsichtsrat am häufigsten thematisiert werden (in 10 von 38 Geschäftsberichten).

Kennzahlen der Dimension „Ethnische Herkunft“



Abbildung 7: Kennzahlen der Dimension „Ethnische Herkunft“ [Anzahl Berichte]

- + Auffällig ist, dass für die Dimension Körperliche Fähigkeiten nur eine Kennzahlart mehrfach thematisiert wird. Der Anteil an Führungskräften, die eine Fortbildung zur Inklusion machen, wird in 4 von 38 Geschäftsberichten ausgeführt.
- + Wie erwähnt, werden in allen 38 Geschäftsberichten keine Kennzahlen zu den Dimensionen Religion und Weltanschauung sowie Sexuelle Orientierung genannt.

Kennzahlen der Dimension „Körperliche Fähigkeiten“



Abbildung 8: Kennzahlen in der Dimension „Körperliche Fähigkeiten“ [Anzahl Berichte]

Geschlecht, Alter und ethnische Herkunft im Fokus der DAX-40-Diversity-Berichterstattung

Die Analyse der Geschäftsberichte der DAX-40-Unternehmen zeigt ein unausgewogenes Muster mit Blick auf die Thematisierung der unterschiedlichen Diversity-Dimensionen. Die Dimension Geschlecht und geschlechtliche Identität findet überdurchschnittlich oft Erwähnung. Auffällig ist zudem die relativ starke Betonung der Dimensionen Alter und Ethnische Herkunft. Dies gilt auch hinsichtlich der Häufigkeit, mit der konkrete Kennzahlen genannt werden, sowie mit Blick auf die Vielfalt der hier berichteten Kennzahlen. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass sich die Dimensionen Alter, Geschlecht und geschlechtliche Identität sowie Ethnische Herkunft auf vielfältige Weise operationalisieren lassen. Hier besteht in der Praxis am meisten Erfahrung. Eine einfache Messbarkeit kann jedoch zu blinden Flecken im Management führen: Dimensionen, die einfach messbar sind, können überbetont, andere unterbetont werden, wie die Ergebnisse zeigen.

Vernachlässigung weiterer Diversity-Dimensionen

Dimensionen wie Körperliche und geistige Fähigkeiten, Soziale Herkunft oder Sexuelle Orientierung, werden erkennbar weniger beleuchtet. Diese Unausgewogenheit in der Aufmerksamkeit spiegelt sich ebenfalls in der Formulierung von konkreten Kennzahlen zu diesen Dimensionen wider. Hier besteht eine Lücke zwischen Theorie und Praxis, da in der Theorie meist alle Diversity-Dimensionen als gleichermaßen bedeutsam beschrieben werden. Besonders auffällig ist zudem, dass für die Dimension Religion und Weltanschauung keine Kennzahlen ausgeführt werden. Dies könnte auf einen Mangel an empirischem Wissen über diese Dimension zurückzuführen sein, wobei die schwierige Messbarkeit ebenfalls eine Rolle spielt.

Vergangenheitsorientierung in der Diversity-Kennzahlenformulierung

Die Untersuchung zeigt die Kennzahlen zu vergangenen Geschäftsjahren, während nur vereinzelt Ziel- und/oder Zahlenwerte zu zukünftigen Geschäftsjahren zu identifizieren sind. Möglicherweise halten Befürchtungen vor wahrgenommenen Resultatverfehlung Unternehmen davon ab, konkrete Zielwerte zu formulieren. Bei einigen Diversity-Dimensionen dürfte es Unternehmen jedoch auch schwerfallen, sinnvolle Ziel-Werte zu bestimmen. Hier haben die berichteten Kennzahlen tatsächlich keinen Ziel-Charakter.

Differenziertes Diversity-Management und die Notwendigkeit einer ausgewogenen Strategie

Zusammenfassend verdeutlichen die Ergebnisse, dass die etablierte Praxis der Diversity-Berichterstattung gewisse Unausgewogenheiten aufweist – mit starkem Fokus auf wenige Dimensionen (in der Häufigkeit und Quantifizierung der Dimensionen sowie hinsichtlich der Transparenz von Ziel-Werten). Die einschlägige Literatur empfiehlt dagegen eine ganzheitliche und ausgewogene Diversity-Strategie, um sicherzustellen, dass alle relevanten Dimensionen angemessen berücksichtigt werden. Offen bleibt dabei, inwiefern bzw. in welchen Fällen die Definition von Ziel-Werten notwendig oder sinnvoll ist. Bedeutsam ist, den Fokus des Diversity-Managements nicht durch Opportunitäten in der Messbarkeit von Diversity-Dimensionen bestimmen zu lassen.

LITERATUR

- + Charta der Vielfalt (2023). *Vielfaltsdimensionen. Die sieben Dimensionen von Vielfalt*. Zugriff am 14.08.2023. Verfügbar unter: <https://www.charta-der-vielfalt.de/fuer-arbeitgebende/vielfaltsdimensionen/>.
- + Hoffmann, C. P., Schiereck, D. & Zerfaß, A. (2022). *Handbuch Investor Relations und Finanzkommunikation*. Springer Gabler.
- + Hunt, V., Yee, L., Price, S. & Dixon-Fyle, S. (2018). *Delivering through diversity*. McKinsey & Company. Zugriff am 06.12.2023. Verfügbar unter: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/delivering-through-diversity>
- + Köhler, K. & Hoffmann, C. P. (2022). Intangible Werte und Integrated Thinking in der Kapitalmarktkommunikation. In C. P. Hoffmann, D. Schiereck & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Investor Relations und Finanzkommunikation* (S. 388–403). Springer Gabler.
- + Krell, G., Ortlieb, R. & Sieben, B. (2018). *Gender und Diversity in Organisationen. Grundlegendes zur Chancengleichheit durch Personalpolitik*. Springer VS.
- + Schach, A. (2023). *Diversity und Inclusion in Strategie und Kommunikation. Vielfalt in Konzeption, Kultur und Sprache im Unternehmen*. Springer VS.
- + Quach, S. & Frey, D. (2020). Diversity Management in multinational companies in germany. A benchmark study about implementing diversity management. *The International Journal of Organizational Diversity*, 20(2), 11-33.
- + Zerfaß, A., Pwinger, M. & Röttger, U. (2022). *Handbuch Unternehmenskommunikation*. Springer VS.

IMPRESSUM

Center for Research in Financial Communication

Eine Initiative der Günter Thiele Stiftung für Kommunikation und Management im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft
info@financialcommunication.org | www.financialcommunication.org | Alle Rechte vorbehalten. © Januar 2024