

Gewinn aus Verschiedenheit



Es geht um Potenzial, Gewinn und Motivation beim Thema der Interkulturalität und Diversität.

Kleine, bewusste Aufmerksamkeiten führen schon in die richtige Richtung.

Moluksadat Homayouni

Oft wird bei der Diskussion rund um Diversität und Interkulturalität vergessen, dass es um Potenzial, Gewinn und Motivation geht. Heutzutage wachsen Unternehmen immer schneller, expandieren und haben internationale Kunden. Bei dieser Entwicklung ist es von großer Bedeutung, auch ein stabiles, zufriedenes und motiviertes Personal zu haben. Gleichzeitig dürfen Innovationsgeist und Kreativität für neue Produkte nicht fehlen.

Wenn wir Diversitäts- bzw. Interkulturelles Management betrachten, geht es genau darum – die bewusste Wahrnehmung und Beachtung von Ressourcen und Potenzialen und deren aktive Einbeziehung ins Unternehmen, zum Nutzen aller Beteiligten.

Durch den Einsatz entsprechender organisations- und personalpsychologischer Maßnahmen im Unternehmen kann eine Leistungsoptimierung erreicht werden. Konkret können drei Gewinne festgelegt werden: an Zufriedenheit bei Kunden und Mitarbeitern, an Motivation und Innovation, an Potenzialen und Effizienz.

Diversität führt zu ökonomischen Vorteilen im Unternehmen. Die bewusste Vermittlung der Förderung von Mitarbeitern – unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft etc. – steigert die Motivation und das Zugehörigkeitsgefühl zum Unternehmen, und das wie-

derum führt zur Leistungs- und Einsatzbereitschaft.

Entscheidet man sich zur Umsetzung von Maßnahmen im Bereich Diversity und Interkulturalität, muss man sich bewusst sein, dass es zuerst eine enorme Herausforderung darstellt. Immer wieder zeigen Studien, dass heterogene Teams in Unternehmen aber eine bessere Leistung hervorbringen, eine größere Motivation zeigen und mehr Kreativität an den Tag legen als homogene Teams. Sich als Unternehmen daher für Interkulturelles Management bzw. Diversitymanagement zu entscheiden und es umzusetzen, ist auch ein Zeichen in Richtung Mitarbeiterförderung und mehr Flexibilität am Markt. All diese Punkte klingen sehr verlockend und er-

folgersprechend. Aber wie und wo anfangen? Bei Prozessen, im Besonderen bei Veränderungen, geht es nicht darum, alles von heute auf morgen umzukrempeln. Wichtig ist es, Schritt für Schritt anzufangen, sich erste Ziele zu setzen und Ideen zu entwickeln. Im Bereich Interkulturalität/Diversity kann man schon mit kleinen ersten Schritten etwas bewirken. Wissen Sie, wie viel Sprachen in Ihrem Unternehmen gesprochen werden? Wissen Sie von Ihrer

Abteilung, wer welche Zusatzqualifikationen hat? Haben Sie schon einmal einen Teamevent gemacht, wo jeder was zum Essen mitbrachte (kulturspezifisch)? All diese kleinen – bewussten – Aufmerksamkeiten, führen zu einem Mehr an Zugehörigkeitsgefühl und Wertgeschätztwerden. In einem nächsten Schritt kann man erste Personalmaßnahmen festlegen.

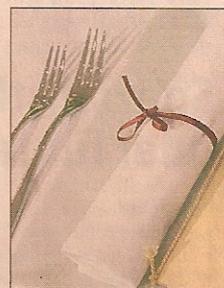
All das ist Teil integrativer Führung. Es geht dabei um die menschlichen Beziehungen, die im Mittelpunkt

stehen. Zu den neuen Werten gehören Respekt vor dem Einzelnen, Zurückhaltung beim Einsatz von Macht und das Anliegen für eine nachhaltige Entwicklung. Ressourcen können dann richtig aktiviert werden, wenn Unterschiedlichkeiten erkannt, akzeptiert und integriert werden.

MOLUKSADAT HOMAYOUNI ist Personalpsychologin und Expertin auf dem Gebiet des Diversitymanagements.

moluk.homayouni@gmail.com

www.boep.eu



**CORTIS
NÄHRWERT**

Eine Reise zu Mutter Erde

Es mag gar zeitig scheinen, schon jetzt auf ein tief im Oktober verortetes Ereignis hinzuweisen – angesichts der weltweiten Attraktion des Turiner „Salone del Gusto“, der heuer wieder in Kombination mit dem „Terra Madre“-Treffen nachhaltiger arbeitender Lebensmittelproduzenten abgehalten wird, sollte man aber besser jetzt schon zu planen beginnen. Das von Slow Food organisierte Treffen ist schließlich einer der wunderbarsten Orte, um qualitätsvolle Kleinproduzenten (vom österreichischen Bäcker über den mauretanischen Fischer bis zum toskanischen Wildschweinverwurster) kennenzulernen, ihre Produkte zu verkosten und sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen. Vor allem aber ist es jedes Mal ein Riesenspaß, wie chaotisch und doch effektiv so ein Großereignis mit zigtausenden Besuchern unter italienischer Obhut abläuft. Wer sich über eine individuelle Reiseorganisation nicht drübertraut, kann jetzt bei einem Waldviertler Reisebüro eine speziell um den Salone organisierte Reise buchen. Neben dem Messespektakel in der denkmalgeschützten, einstigen Fiat-Fabrik Lingotto steht eine Fahrt an die Wurzeln von Slow Food im piemontesischen Städtchen Bra ebenso auf dem Programm wie ausgedehnte Touren durch umliegende Regionen. Nur so viel: die gelten nicht zufällig als Epizentren der Köstlichkeit.

FAM, Bahnhofstr. 1, 3950 Gmünd, Tel.: 02852/54712, fam-reisen.at

KARRIERENSTANDARD, BILDUNG & KARRIERE

Redaktion: Karin Bauer (Leitung), karin.bauer@derStandard.at, Heidi Aichinger, heidi.aichinger@derStandard.at, Gudrun Ostermann, gudrun.ostermann@derStandard.at

Anzeigen: Stellenmarkt (+43/1) 531 70, DW 291, karrieren@derStandard.at, Bildung & Karriere: (+43/1) 531 70, DW 291, bildung.anzeigen@derStandard.at

Chiffre-Post: Standard Verlagsges. m. b. H., 1014 Wien, Herrngasse 19–21, chiffre@derStandard.at