

Berlin, 21. Januar 2022

Studie von HDE, PwC Deutschland und Google Deutschland:

## **Für Handelsunternehmen wird Diversität zum Erfolgsfaktor**

**Diversity, Equity und Inclusion (DEI) gewinnt für Handelsunternehmen in Deutschland zunehmend an Bedeutung. Das zeigt eine gemeinsame Studie des Handelsverbands Deutschland (HDE), der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC Deutschland und Google Deutschland. Während DEI-Konzepte im Mittelstand noch wenig Verbreitung gefunden haben, bestehen in vielen Großunternehmen bereits entsprechende Initiativen. Vor allem mit Blick auf die bereichsübergreifende Verankerung von DEI zeigt die Studie Handlungsbedarf auf und gibt darüber hinaus Empfehlungen für die Praxis.**

Von den 334 befragten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) erwarten 55 Prozent, dass Diversität für ihr eigenes Unternehmen in Zukunft ein immer wichtigeres Thema werden wird. Für 37 Prozent der Teilnehmenden sind DEI schon heute von Bedeutung, während 30 Prozent dem Konzept gegenüber neutral eingestellt sind. Nur ein knappes Drittel gab an, Diversität habe keine Relevanz für ihren Betrieb. Wie aus der Studie hervorgeht, steigt die Bekanntheit von DEI im Mittelstand mit der Unternehmensgröße. Insbesondere kleine Unternehmen mit wenigen Mitarbeitenden hatten bislang keinen Kontakt mit dem Konzept, nur 13 Prozent von ihnen haben sich hiermit beschäftigt. Von größeren Betrieben mit mehr als 50 Mitarbeitenden gaben 26 Prozent an, sich schon mit DEI befasst zu haben.

Anhand von Strategien, internen Prozessen, Richtlinien, Kommunikation und Unternehmenskultur wurden die 52 teilnehmenden Großunternehmen einem DEI-Reifegrad zugeordnet. Ein Drittel der Befragten erreicht mit ersten Schritten im Bereich DEI Reifegrad 1, in dem die Prinzipien an vielen Stellen noch nicht im Betrieb verankert sind. Mit 44 Prozent befindet sich die Mehrheit der Großunternehmen im Reifegrad 2, hat somit eine oder mehrere DEI-Initiativen und stößt Veränderungen an. Reifegrad 3 entsprechen 20 Prozent der Befragten, die DEI-Prozesse überarbeiten, Maßnahmen umsetzen und deren Prinzipien sich im Unternehmen widerspiegeln. Nur zwei Prozent der Großunternehmen erreichen Reifegrad 4 und haben DEI als strategischen Grundpfeiler in allen Unternehmensbereichen verankert.

Die Umsetzung und Verankerung von DEI stellt sowohl mittelständische als auch Großunternehmen vor eine Herausforderung. Auf Grundlage der Erkenntnisse geben HDE, PwC und Google in ihrer Studie daher Handlungsempfehlungen, die bei der Implementierung eines erfolgreichen Diversity Managements im Handel unterstützen. Wichtig ist demnach, alle Mitarbeitenden durch einen kontinuierlichen Dialog für DEI zu sensibilisieren, Rollen und Verantwortlichkeiten klar zu definieren sowie formulierte Ziele entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu verfolgen und mithilfe messbarer Leistungskennzahlen zu steuern.

„Vielfalt ist nicht nur ein Gerechtigkeitsthema. Vielmehr geht es dabei auch um Kreativität, die aus dem Aufeinandertreffen unterschiedlicher sozialer und gesellschaftlicher Hintergründe entstehen kann. Deshalb liegt in der Diversität des Personals für jedes Unternehmen auch die große Chance, den eigenen wirtschaftlichen Erfolg positiv zu beeinflussen. Unterschiedliche Blickwinkel und Herangehensweisen sind ein Mehrwert, den es zu nutzen gilt. Diverse Teams sind erfolgreicher, das zeigen unsere Erfahrungen aus der Praxis. Der Handel steht hier zwar noch am Anfang, doch die Branche hat bereits ein Bewusstsein für die Bedeutung von Diversität entwickelt. Jetzt braucht es Mut zum Handeln“, sagt Dara Kossok-Spieß, Initiatorin der Diversity Offensive des Handels beim HDE.

„Auch wenn eine wachsende Zahl der kleinen und großen Handelsunternehmen erkannt hat, dass Diversity in Zukunft einen maßgeblichen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten wird, steht ein wesentlicher Teil bei der konkreten Implementierung einer DEI-Strategie noch am Anfang. Dies liegt auch an oftmals fehlenden KPIs. Aus diesem Grund haben wir ein Reifegradmodell entwickelt, das es den Unternehmen erleichtert, Ziele auf dem Weg zu einer ganzheitlichen DEI-Strategie zu definieren und den Prozess messbarer und transparenter zu machen. Mit Hilfe von insgesamt sieben Dimensionen wird eine valide und vergleichbare Einordnung der DEI-Aktivitäten in ein 4-stufiges Bewertungsraster möglich“, sagt Ilana Rolef-Heberling, Head of Brand Transformation, Communications & DEI bei PwC Deutschland. „Unternehmen, die DEI als integralen Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie betrachten und leben, schaffen nachhaltiges Vertrauen in die Marke bei ihren Kund:innen und erhöhen ihre Attraktivität als Arbeitgeber“, so Rolef-Heberling weiter.

„Für Google sind Diversity, Equity und Inclusion seit jeher zentrale Werte und tief in unserer Unternehmenskultur verankert. Wir wissen, dass gelebte DEI-Kultur zu besseren Entscheidungen, mehr Innovation und Erfolg führen kann. Dieses Wissen möchten wir in Form der Studie mit dem deutschen Einzelhandel teilen und die Branche weiter für dieses wichtige Thema sensibilisieren. Unsere im Rahmen der Studie durchgeführten Workshops haben bewiesen, wie wertvoll der Austausch untereinander ist und dass Veränderungen möglich sind. Mit Mut zu DEI wird der Einzelhandel noch erfolgreicher, davon sind wir überzeugt“, sagt Alexander Zerdick, Director Retail, Google Deutschland.

*Die gesamte Studie finden Sie unter [www.einzelhandel.de/vielfalt](http://www.einzelhandel.de/vielfalt) und [www.pwc.de/DEI-Handel](http://www.pwc.de/DEI-Handel).*

## **Über das Studiendesign**

Für die Studie wurde im Zeitraum von Mai bis September 2021 jeweils eine Befragung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) mit bis zu 250 Mitarbeitenden sowie von Großunternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitenden aus dem Handel durchgeführt. Teilgenommen haben 334 KMU sowie 52 größere Handelsunternehmen. Die Umfragen richteten sich insbesondere an Geschäftsführende und Personalmitarbeitende. Der Fragebogen für KMU enthielt Fragen zum aktuellen und künftigen Stellenwert von Diversity, zu Verantwortlichkeiten im Unternehmen und Dimensionen von DEI. Zur detaillierten Bestimmung des Status quo von DEI bei Großunternehmen im Handel ordneten sie ihre aktuellen Maßnahmen im Rahmen eines umfangreicheren Fragebogens in ein siebensäuliges Reifegradmodell ein, gaben etwa Einblicke

# PRESSE INFO



in Strategien, Richtlinien, Kultur und Kommunikation. Auf Basis der Unternehmensbefragungen, einer zweiteiligen Workshop-Diskussionsreihe mit 20 Teilnehmenden aus der Branche und Tiefeninterviews mit der REWE Group, der Otto Group und METRO entstand neben einer Bestandsaufnahme zu DEI im Handel auch eine Zusammenstellung von Best Practices und konkreten Handlungsempfehlungen.

## Über Handelsverband Deutschland (HDE)

Der Handelsverband Deutschland (HDE) ist die Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels. Insgesamt erwirtschaften in Deutschland 300.000 Einzelhandelsunternehmen mit drei Millionen Beschäftigten an 450.000 Standorten einen Umsatz von mehr als 540 Milliarden Euro jährlich. Der HDE hat seinen Sitz in Berlin, ist mit einem Büro in Brüssel vertreten und wirkt in mehr als 60 nationalen sowie internationalen Organisationen mit.

## Über PwC

PwC betrachtet es als seine Aufgabe, gesellschaftliches Vertrauen aufzubauen und wichtige Probleme zu lösen. Mehr als 295.000 Mitarbeitende in 156 Ländern tragen hierzu mit hochwertigen, branchenspezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei.

Die Bezeichnung PwC bezieht sich auf das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere der rechtlich selbstständigen Netzwerkgesellschaften. Weitere Details unter [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure).

## Über Google

Die Mission von Google besteht darin, die Informationen der Welt zu organisieren und sie allgemein zugänglich und nützlich zu machen. Durch Produkte und Plattformen wie Search, Maps, Gmail, Android, Google Play, Chrome und YouTube spielt Google eine wichtige Rolle im täglichen Leben von Milliarden von Menschen und ist zu einem der bekanntesten Unternehmen der Welt geworden. Google ist eine Tochtergesellschaft von Alphabet Inc.

## Pressekontakte

### HDE

Stefan Hertel  
[hertel@hde.de](mailto:hertel@hde.de)  
030 72625061

### PwC Deutschland

Martin Krause  
[m.krause@pwc.com](mailto:m.krause@pwc.com)  
0211 9811657

### Google Deutschland

Philipp Dangschat  
[pdangschat@google.com](mailto:pdangschat@google.com)  
0162 8686008