

PRESSEMITTEILUNG

19. Mai 2020

McKinsey: Zusammenhang zwischen Diversität und Geschäftserfolg so deutlich wie nie

- Internationale Analyse: Unternehmen mit mehr Frauen im Vorstand sind 25% erfolgreicher als diejenigen mit der geringsten Gender-Vielfalt
- Zwei Drittel der Unternehmen haben seit 2014 keinen Fortschritt in Sachen Vielfalt gemacht oder sich verschlechtert
- Eine inklusive Unternehmenskultur macht den entscheidenden Unterschied

DÜSSELDORF. Je diverser, desto erfolgreicher: Dieser Zusammenhang hat sich laut einer neuen internationalen Analyse der Unternehmensberatung McKinsey & Company jüngst noch verstärkt. Die neuen Daten bekräftigen erneut, dass Inklusion und Diversität (I&D) ein wichtiger Faktor für den Geschäftserfolg sind. Unternehmen mit hoher Gender-Diversität haben eine um 25% und damit signifikant größere Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittlich profitabel zu sein (2014 lag der Wert noch bei 15%). Betrachtet man den Faktor der ethnischen Diversität (Internationalität des Vorstands), liegt dieser Wert sogar bei 36%. Das sind zentrale Ergebnisse der Studie „Diversity Wins – How Inclusion Matters“, für die McKinsey Daten von mehr als 1.000 Unternehmen in 15 Ländern analysiert hat. „Umso wichtiger ist es, dass im aktuellen Krisenmodus die Förderung von Inklusion und Diversität nicht auf der Strecke bleibt“, sagt McKinsey-Partnerin und Diversity-Expertin Julia Sperling.

Gemischte Führungsteams gerade in Krisenzeiten entscheidend

Den Zahlen zum Trotz gibt es beim Thema Vielfalt im Vorstand nur langsame Verbesserungen. Die Daten zeigen, dass zwei Drittel der seit 2014 analysierten Unternehmen in den vergangenen fünf Jahren keinen Fortschritt gemacht haben: Etwa 30% haben vorherige Erfolge nicht weiter ausgebaut, ein weiteres Drittel hat sich sogar verschlechtert. Nur 33% der untersuchten Unternehmen konnten sich verbessern, nur 5% deutlich. Dabei zahlen die Nachzügler einen hohen Preis: Das Viertel der Unternehmen mit der niedrigsten Diversität nach Geschlecht und ethnischer Hintergrund hat eine um 25% niedrigere Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittlich zu performen. „Um in der heutigen Arbeitswelt zu bestehen und die aktuellen Herausforderungen zu bewältigen, sind andere Führungsstärken gefragt. Homogene Führungsteams haben es schwer, passende Antworten auf diese Veränderungen zu finden,“ so Julia Sperling.

Aufholbedarf bei inklusiver Unternehmenskultur

Ein entscheidender Faktor, um Diversität und damit auch den Unternehmenserfolg nachhaltig zu verbessern, ist nach der Studie eine inklusive Unternehmenskultur. Julia Sperling: „Es bringt nichts, wenn Frauen zwar formal dabei sind, aber nicht gehört und zu entscheidenden Meetings nicht eingeladen werden.“

Um diesen Faktor genauer zu beleuchten, hat McKinsey auch den so genannten Employer Sentiment hinsichtlich Diversität und inklusiver Unternehmenskultur analysiert. Dafür wurden mit Hilfe eines Algorithmus‘ mehr als 30.000 öffentliche Mitarbeiterbewertungen auf den Portalen Glassdoor und Indeed durchleuchtet. Dabei wurde in den Unternehmensbewertungen einerseits nach Begriffen gesucht, die sich auf die tatsächliche Diversität im Unternehmen beziehen. Andererseits wurde auch nach den drei Dimensionen einer inklusiven Unternehmenskultur gesucht: Wie empfinden die Mitarbeitenden die Chancengerechtigkeit, die Offenheit und das Zugehörigkeitsgefühl in ihrem Unternehmen? Diese Nennungen wurden jeweils einer der Kategorien „positiv“, „negativ“ oder „neutral“ zugeordnet. Die Ergebnisse zeigen: Während die Stimmungslage beim Thema Diversität zu 52% positiv und zu 31% negativ ist, sieht es bei der inklusiven Unternehmenskultur wesentlich schlechter aus: Nur 29% der Erwähnungen sind hier positiv, 61% sind negativ.

„Entscheidend ist es, dass im Top-Management möglichst verschiedene Stimmen gehört und unerwartete Fragen gestellt werden – deshalb reicht es nicht, eine Quotenfrau zu benennen und das Thema Diversität dann abzuhaken,“ so Sperling. „Diversität schafft keine Harmonie, sondern erfordert Energie. Es ist deutlich einfacher, Entscheidungen in einer homogenen Gruppe zu treffen, in der ohnehin alle einer Meinung sind. Aber unsere Studie beweist eindeutig: Die Mühe lohnt sich.“

Über McKinsey

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten bietet McKinsey unter anderem strategische Beratung, digitale Transformation, Talententwicklung, Risikomanagement, Marketing, Design, Prozessoptimierung und funktionale Exzellenz für Privatunternehmen, öffentliche Einrichtungen und soziale Organisationen. Zu den Klienten zählen 28 der 30 DAX-Konzerne. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit über 130 Büros in 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist Kevin Sneader, für Deutschland und Österreich zuständig ist seit 2014 Cornelius Baur.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:
Mirona Kraljic, Telefon 030 8845-2152,
E-Mail: mirona_kraljic@mckinsey.com
www.mckinsey.de/news

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>