

DACH-STUDIE 2024

Diversity – Reporting zur Vielfalt

TEILSTUDIE #1 – DIE NICHTFINANZIELLE
BERICHTERSTATTUNG IN DAX 40, ATX UND SMI



Inhalt

3 EINFÜHRUNG

4 KLARES BEKENNTNIS ZUR VIELFALT

- 4 Bereicherung
- 4 Wesentlichkeit
- 5 Diversitätsmanagement
- 7 Strategie und Ziele
- 8 Gender Pay Gap
- 9 Diskriminierungsvorfälle
- 10 Diversitätskategorie: Geschlecht
- 13 Diversitätskategorie: Alter
- 14 Diversitätskategorie: Schwerbehinderungen
- 14 Diversitätskategorie: Kulturelle Diversität, sexuelle Orientierung und Neurodiversität
- 15 Maßnahmen bezüglich einzelner Diversitätskategorien

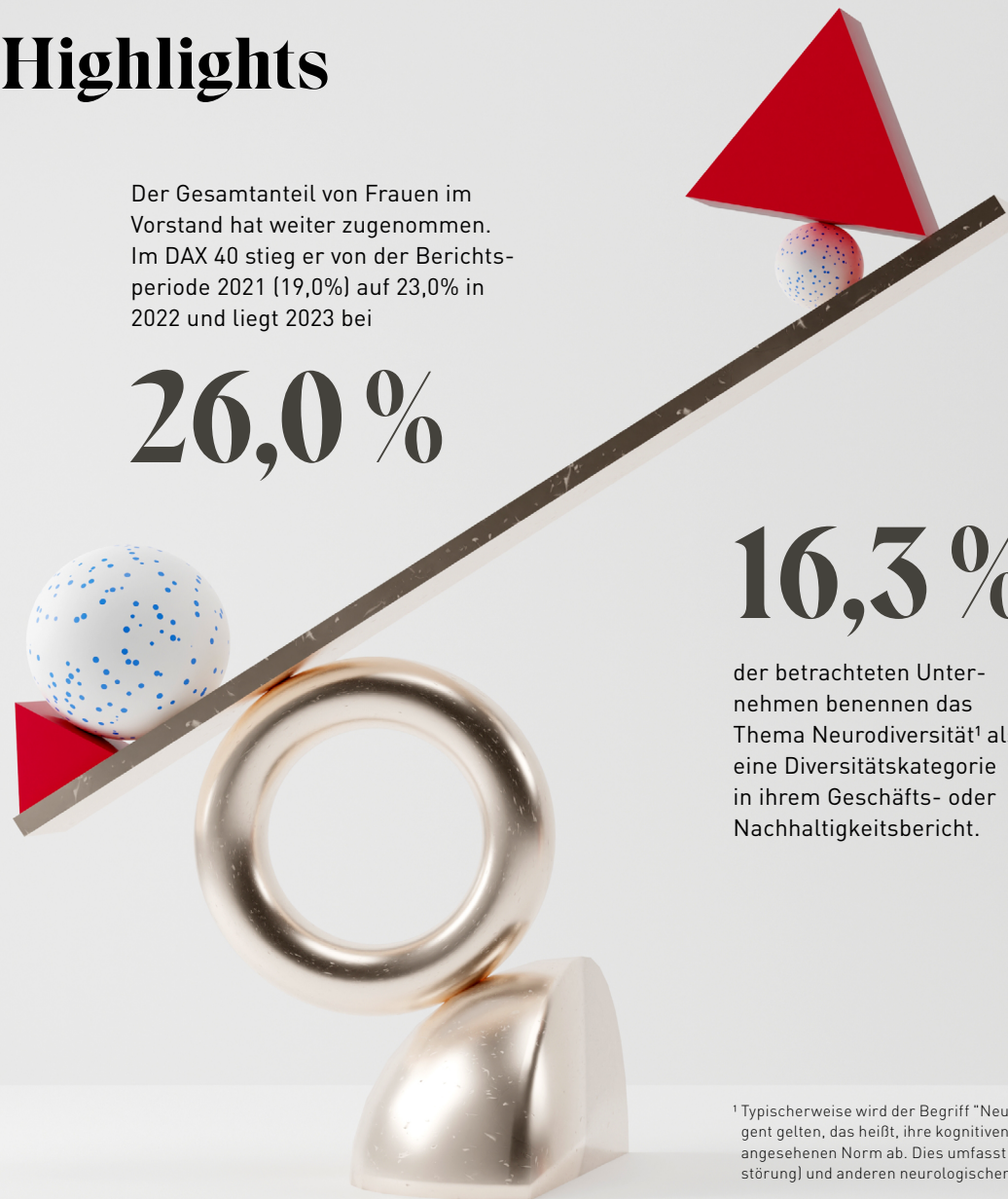
17 AUSBLICK

18 IMPRESSUM/KONTAKT

Highlights

Der Gesamtanteil von Frauen im Vorstand hat weiter zugenommen. Im DAX 40 stieg er von der Berichtsperiode 2021 (19,0%) auf 23,0% in 2022 und liegt 2023 bei

26,0 %



16,3 %

der betrachteten Unternehmen benennen das Thema Neurodiversität¹ als eine Diversitätskategorie in ihrem Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsbericht.

7,6 %

der Unternehmen geben in ihrem Bericht einen bereinigten Gender Pay Gap an und erfüllen damit – wenn wesentlich – eine der Berichtspflichten der European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

96,3 %

der untersuchten Unternehmen inkludieren Diversität in ihrer Unternehmensstrategie und verfolgen mindestens ein diversitätsbezogenes Ziel in ihrer ESG- oder Unternehmensstrategie.

¹ Typischerweise wird der Begriff "Neurodiversität" im Zusammenhang mit Menschen verwendet, die als neurodivergent gelten, das heißt, ihre kognitiven, sensorischen oder neurologischen Funktionen weichen von der als "typisch" angesehenen Norm ab. Dies umfasst Menschen mit Autismus, ADHS (Aufmerksamkeitsdefizit-Hyperaktivitätsstörung) und anderen neurologischen Besonderheiten.

Einführung

ABSTRACT

Die vorliegende Studie untersucht die Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichtserstattung der 80 Leitindex-Unternehmen der DACH-Region (DAX 40, ATX, SMI) in Hinblick auf die verschiedenen Aspekte von Diversität. Dabei fielen deutliche Diskrepanzen auf: Fast jedes untersuchte Unternehmen erklärt, dass sie Diversität als Bereicherung auffassen und deren Förderung in ihren Unternehmenswerten verankert haben. Im Vergleich lassen jedoch deutlich weniger Unternehmen in ihren Berichten erkennen, dass sie sich tiefergehend mit dem Thema auseinandergesetzt und Maßnahmen ergriffen haben, um die Potenziale von Diversität wirklich zu nutzen und mögliche Ungleichgewichte zu beseitigen.

EINLEITUNG

In Zeiten zunehmender gesellschaftlicher Polarisierung gewinnt die Positionierung von Unternehmen bzgl. Diversität an Relevanz.

Diese Studie untersucht daher, wie Firmen in der DACH-Region Diversität in ihren Unternehmensstrukturen verankern und welche Maßnahmen sie ergreifen, um eine inklusive Unternehmenskultur zu fördern. Der Fokus der Untersuchung liegt dabei auf den Diversitätsdimensionen Geschlecht, Alter, kulturelle Vielfalt, sexuelle Orientierung, Neurodiversität und Inklusion von Menschen mit Behinderungen.

Darüber hinaus beleuchtet die Studie verschiedene Merkmale der Auseinandersetzung mit Diversität. Dazu zählt der Gender Pay Gap, das Auftreten und das Management von Diskriminierungsvorfällen oder die organisatorische Verankerung des Themas innerhalb der Unternehmen.

Diese Studie bildet den Auftakt einer Studienserie, die die Kirchhoff Consult GmbH und die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft gemeinsam durchführen. In der Studienserie werden Aktiengesellschaften der deutschen, österreichischen und Schweizer Top-Indizes (DAX 40, ATX und SMI) unter die Lupe genommen. Als Datengrundlage dienen Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte, die bis zum Stichtag des 31. März 2024 veröffentlicht wurden.

EXECUTIVE SUMMARY

Die Ergebnisse dieser umfassenden Analyse offenbaren, dass die meisten Unternehmen die Relevanz des Themas anerkennen und Diversität als wesentliches Element ihrer Unternehmensstrategie betrachten. So hat sich gezeigt, dass bis auf wenige der untersuchten Firmen Diversität als Bereicherung beschreiben und diese aktiv fördern möchten. Allerdings zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Unternehmen im Ausmaß des tatsächlichen Engagements für Diversität in all ihren Facetten.

Bemerkenswert ist etwa, dass nahezu alle Unternehmen (96,3%) Diversität in ihre Unternehmensstrategie einbeziehen, jedoch bisher nur 72,5% ihre diversitätsbezogenen Ziele auch nach den Kriterien der European Sustainability Reporting Standards – messbar, ergebnisbezogen, zeitgebunden – definieren.

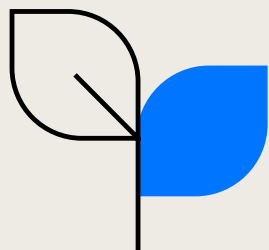
Besondere Aufmerksamkeit finden die Diversitätskategorien Geschlecht und Alter. Beispielsweise haben 86,3% der Unternehmen spezifische Ziele hinsichtlich des Frauenanteils formuliert, was ein deutliches Engagement für Geschlechterdiversität zeigt. In Hinblick auf andere Diversitätskategorien zeigen sich erhebliche Defizite – so thematisieren beispielsweise nur 16,3% der Unternehmen das Thema Neurodiversität in ihren Berichten. In Bereichen wie sexuelle Orientierung und kulturelle Diversität lassen sich Diskrepanzen zwischen einem Bekenntnis und der

80

Unternehmen aus DAX 40, ATX und SMI

tatsächlichen Umsetzung von Maßnahmen zur Förderung von Diversität in diesen Aspekten feststellen.

Die vorliegende Studie liefert nicht nur einen Einblick in die aktuelle Praxis der Berichterstattung in Hinblick auf Diversität, sondern hebt auch die Notwendigkeit hervor, weiterführende und tiefergehende Maßnahmen zu ergreifen, um die vielfältigen Potenziale einer diversen Belegschaft vollständig zu erschließen und langfristig zu nutzen. Auf den folgenden Seiten finden Sie eine umfassende Betrachtung der verschiedenen untersuchten Diversitätsdimensionen.



Klares Bekenntnis zur Vielfalt

Das wachsende gesellschaftliche Bewusstsein für Diversität rückt deren Bedeutung auch in den unternehmerischen Fokus. Vielfältige Belegschaften können eine reiche Mischung aus Perspektiven und Ideen schaffen und dadurch Innovationen und Kreativität als Wettbewerbsvorteil ermöglichen. Ein inklusives Umfeld, welches Menschen unterschiedlicher Ethnien, Geschlechter, Überzeugungen und Fähigkeiten einbezieht, kann zudem die Bindung der Mitarbeiter:innen stärken und den Wert des Unternehmens auch als Arbeitgebermarke steigern. Dessen sind sich Unternehmen auch in der DACH-Region bewusst.

BEREICHERUNG:

97,5 %

der untersuchten Unternehmen heben in ihren Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten hervor, dass Diversität eine Bereicherung für ihr Unternehmen ist. Das lässt darauf schließen, dass eine breite Akzeptanz und ein Verständnis für den Wert von Diversität bei den allermeisten Firmen vorhanden sind. Unternehmen haben Vielfalt als relevantes unternehmerisches Thema erkannt und dieses entsprechend in ihre öffentliche Kommunikation integriert.

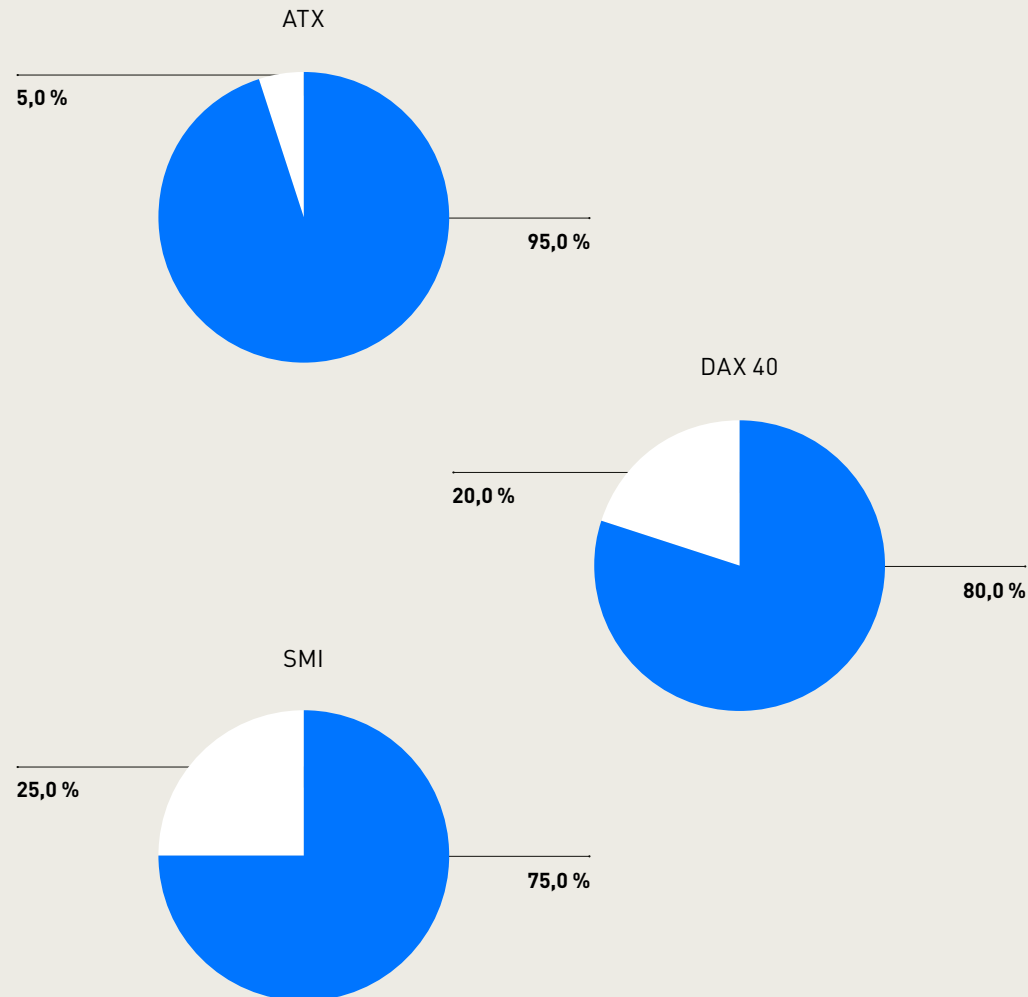
WESENTLICHKEIT:

82,5 %

der Unternehmen geben an, Diversität (oder vergleichbare Themen wie Vielfalt, Chancengleichheit oder Gerechtigkeit) im Rahmen ihrer Wesentlichkeitsanalyse als wesentliches Thema identifiziert zu haben. Demnach hat das Thema für den Großteil der Unternehmen aus der DACH-Region einen relevanten Einfluss.

Diversität als wesentliches Thema – Vergleich Indizes

■ Ja ■ Nein



DIVERSITÄTSMANAGEMENT

Eine klare Zuteilung von Verantwortlichkeiten für Diversität innerhalb des Unternehmens ist ein entscheidender Faktor für die erfolgreiche Integration in die Unternehmensstruktur. Ohne eine klare Benennung von Verantwortlichkeiten ist die positive Konnotation des Themas in einem Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht nicht untermauert. Entsprechend haben 70,0% der untersuchten Unternehmen mindestens eine Person im Unternehmen ernannt, welche das Thema Diversität verantwortet.

Um den Themenkomplex Diversität innerhalb eines Unternehmens besser zu strukturieren und effektiver zu organisieren, ist es von Vorteil, eine:n Diversitätsmanager:in zu benennen. Insgesamt geben 38,8% der Unternehmen an, eine solche Position für Diversität geschaffen zu haben. Die deutschen DAX 40 Unternehmen sind dabei mit 55,0% dem ATX (15,0%) und dem SMI (30,0%) einen Schritt voraus.

Zudem haben mehr als zwei Drittel der Unternehmen ein Diversitätsmanagement etabliert. 26,3% der Unternehmen haben darüber hinaus ein eigenes Vorstandsressort für Diversität geschaffen. Dabei fällt auf, dass das auf 40,0% der Schweizer SMI-Unternehmen zutrifft, während nur 10,0% der befragten österreichischen Unternehmen und 27,5% der DAX 40-Unternehmen Diversität im Vorstand verankern. Eine klare Verortung des Themas Diversität im Aufsichtsrat ist nur bei rund 9,0% der untersuchten Unternehmen in der DACH-Region festzustellen. Es zeigt sich also Verbesserungspotenzial in der systematischen Förderung von Diversität.



38,8 %

haben eine:n Diversitätsmanager:in
im Unternehmen benannt



70,0 %

haben min. eine Person oder eine Abteilung
benannt, die Diversität verantwortet

Vergleich der Verantwortlichkeiten

■ Ja ■ Nein

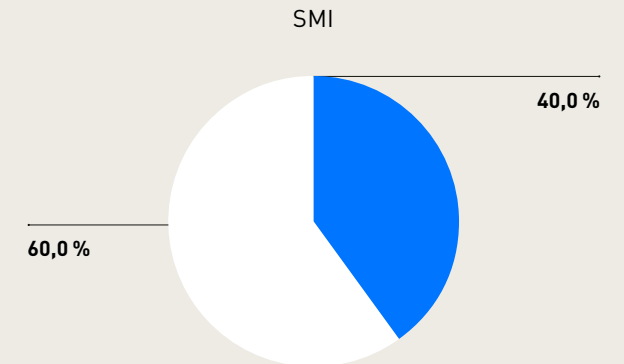
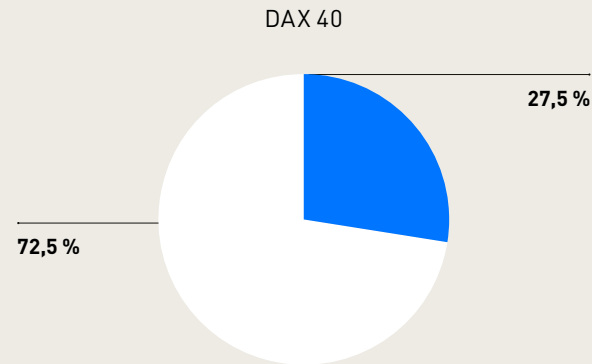
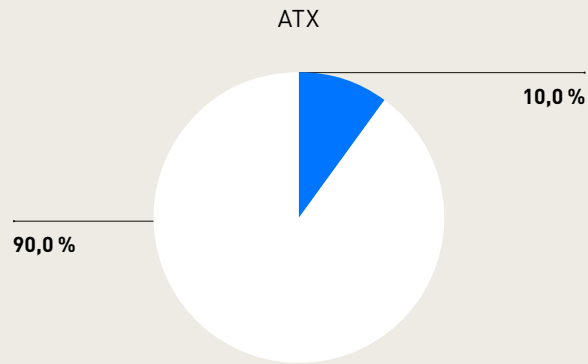
Gesamt Verantwortung
benannt im Vorstand

26,3%

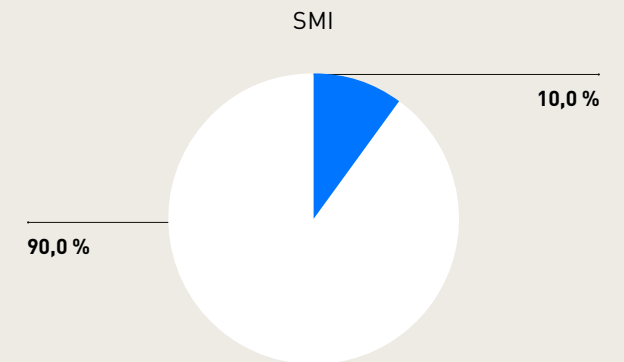
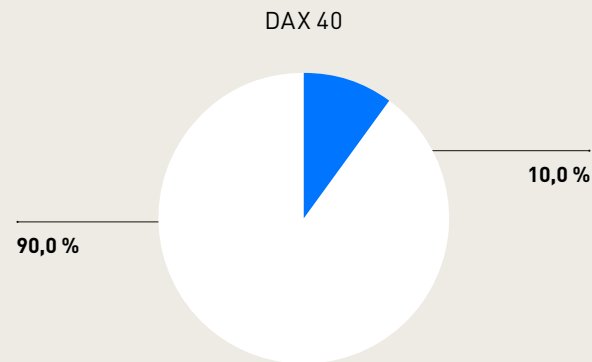
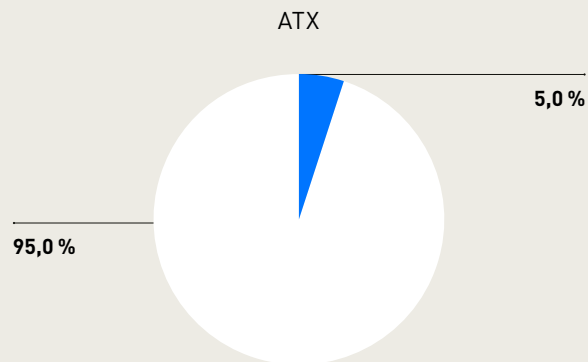
Gesamt Verantwortung
benannt im Aufsichtsrat

8,8%

Verantwortung benannt im Vorstand



Verantwortung benannt im Aufsichtsrat



72,5 %

formulieren ihre Diversitäts-Ziele bereits nach den Kriterien der European Sustainability Reporting Standards (ESRS)

STRATEGIE UND ZIELE

Nahezu alle der untersuchten Unternehmen (96,3%) inkludieren Diversität in ihrer Unternehmensstrategie und verfolgen mindestens ein diversitätsbezogenes Ziel in ihrer ESG- oder Unternehmensstrategie. Bereits 72,5% der untersuchten Unternehmen formulieren diese Ziele nach den künftig geltenden Kriterien der European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Die DAX 40-Unternehmen sind hier mit 90,0% den Unternehmen aus ATX (60,0%) und SMI¹ (50,0%) deutlich voraus. Die ESRS schreiben vor, dass ein Ziel messbar, ergebnisorientiert und zeitbezogen sein muss.

Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass die DAX 40-, die SMI- und ATX-Firmen Diversität als wichtiges unternehmerisches Thema erkannt und Schritte zur Förderung unternommen haben. Hierbei sind wenige länderspezifische Unterschiede festzustellen. Gleichzeitig ist bei allen untersuchten Indizes im Schnitt ein ausbaufähiges Maß an klaren Verantwortlichkeiten und messbaren Zielen erkennbar.

¹ Die Unternehmen des Schweizer SMI sind aktuell nicht dazu verpflichtet einen Nachhaltigkeitsbericht gem. der ESRS-Kriterien zu veröffentlichen.

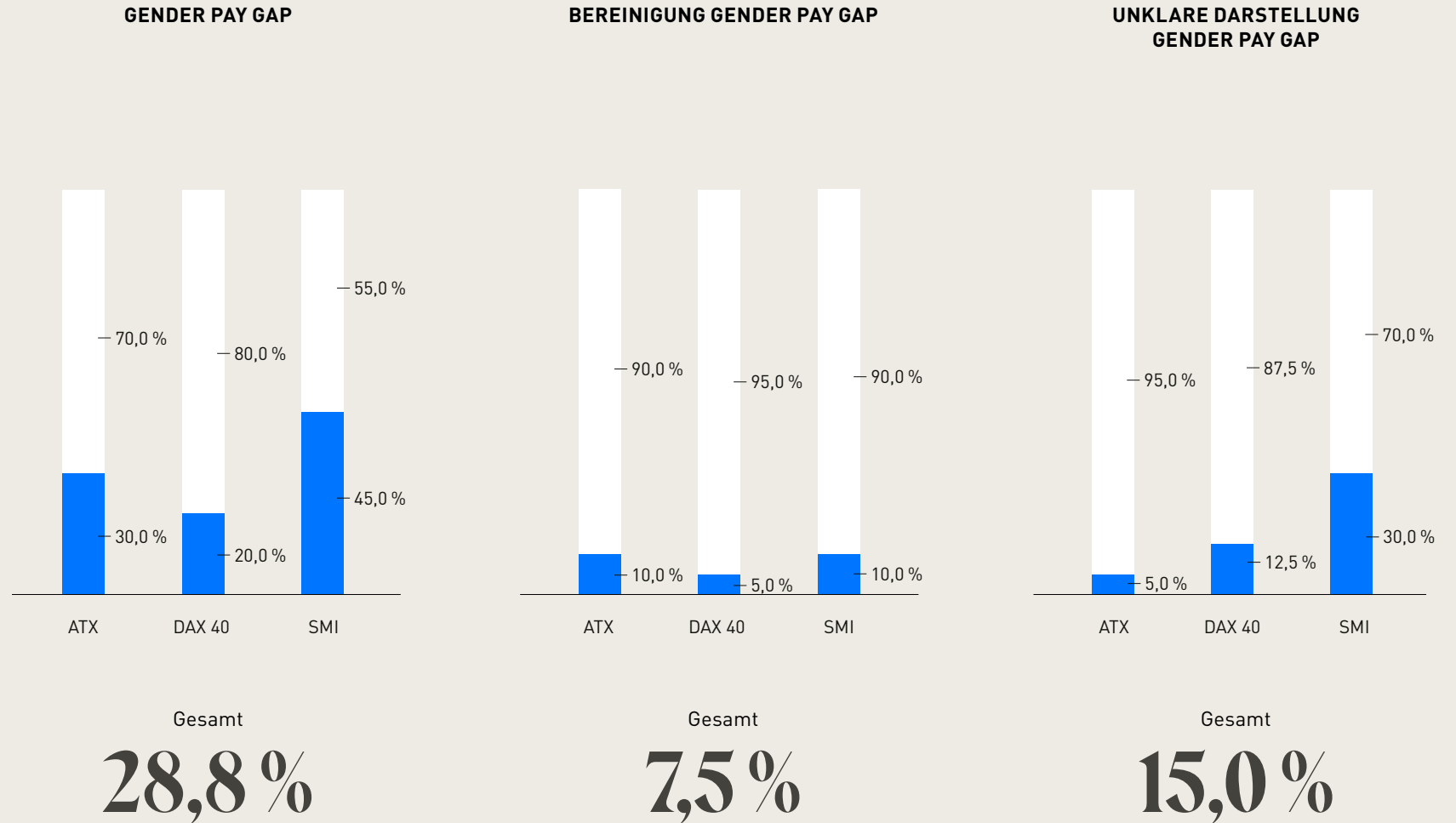
GENDER PAY GAP

Obwohl viele Unternehmen ihr Bekenntnis zu Diversität und Gleichberechtigung betonen, zeigt sich eine erhebliche Diskrepanz zwischen diesem qualitativen Bekenntnis und der Offenlegung messbarer Faktoren. Nur 28,8% der Unternehmen veröffentlichen einen Gender Pay Gap. Von diesen geben lediglich 26,1% der Unternehmen (7,5% der Grundgesamtheit) einen bereinigten Gender Pay Gap an, welcher geschlechtsspezifische Lohnunterschiede bei vergleichbarer Qualifikation und Tätigkeit betrachtet. 52,2% der Unternehmen (15,0% der Grundgesamtheit) geben nicht an, ob der veröffentlichte Gender Pay Gap bereinigt wurde oder eine unbereinigte Kennzahl ist. Der Spitzenwert der berichteten Gender Pay Gaps ist im ATX zu finden: Hier berichtet ein Unternehmen von einem unbereinigten Gender Pay Gap von 39,0%.

Die niedrige Offenlegungsquote verdeutlicht, dass der Großteil der Unternehmen noch erhebliche Schritte hinsichtlich der Transparenz dieser Kennzahl unternehmen muss, um die systematische Untersuchung und Analyse von Geschlechtergerechtigkeit in Bezug auf Bezahlung zu ermöglichen. Zusätzlich erfordert eine ESRS-konforme Berichterstattung, wenn wesentlich, die Nennung eines bereinigten Gender Pay Gaps. Hier erkennt man eine große Lücke, welche die Unternehmen – insbesondere die berichtspflichtigen DAX 40- und ATX-Unternehmen – alsbald schließen müssen.

Gender Pay Gap

■ Ja ■ Nein



DISKRIMINIERUNGSVORFÄLLE

Die Mehrheit der untersuchten Unternehmen zeigt Defizite im Hinblick auf die akkurate Erfassung von Diskriminierungsfällen sowie die eindeutige Festlegung von adäquaten Gegenmaßnahmen. Nur 38 der 80 untersuchten Unternehmen (47,5%) haben Diskriminierung als eigene Kategorie in ihren Meldesystemen integriert. Zusammen berichteten diese Unternehmen von insgesamt 1.060 Diskriminierungsvorfällen, die in dem Berichtsjahr gemeldet wurden.

Darüber hinaus gaben nur 29 von 80 Unternehmen (36,3%) konkrete Maßnahmen als Reaktionen auf Diskriminierungsvorfälle an, die im Berichtszeitraum in ihren Meldesystemen registriert wurden. Dabei liegen die DAX 40-Unternehmen mit 20,0% deutlich über den Firmen des SMI (10,%) und ATX (6,3%). Diese Werte zeigen, dass viele Unternehmen noch Nachholbedarf hinsichtlich der Erfassung von Diskriminierungsmaßnahmen sowie der Einleitung geeigneter Maßnahmen haben, um ein integratives und respektvolles Arbeitsumfeld tatsächlich zu gewährleisten.

Anteil der Unternehmen,
die Diskriminierungsvorfälle in
ihrem Meldesystem erfassen

47,5 %

Konkrete Maßnahmen
als Reaktionen auf
Diskriminierungsvorfälle

36,3 %

Insgesamt berichtete
Diskriminierungsvorfälle,
die gemeldet wurden

1.060

Darstellung der betrachteten Diversitätskategorien



DIVERSITÄTSKATEGORIE: GESCHLECHT

Die Studie zeigt, dass Unternehmen bestimmten Diversitäts-Kategorien in ihrer Berichterstattung deutlich mehr Aufmerksamkeit schenken als anderen. Besonders ausführlich berichtet wird zur Kategorie „Geschlecht“.

Ein Großteil der untersuchten Unternehmen hat Angaben zum Anteil der Geschlechter in der Belegschaft gemacht: 87,5% haben entsprechende Daten veröffentlicht. Dies zeigt eine weit verbreitete Praxis der Transparenz bezüglich der Geschlechterverteilung in der gesamten Belegschaft. Der Frauenanteil der Beschäftigten beträgt über alle Indizes hinweg durchschnittlich 36,0%. Mit 40,2% liegt der SMI dabei vor den anderen Indizes (ATX: 34,2%, DAX 40: 34,8%).

Auch im Aufsichtsrat wird die Geschlechterverteilung vermehrt in den Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten thematisiert. 57 der 80 Unternehmen (71,3%) haben Angaben zur Verteilung der Geschlechter im Aufsichtsrat in ihren Nachhaltigkeitsberichten veröffentlicht. Der durchschnittliche Frauenanteil in den Aufsichtsräten der untersuchten Unternehmen beträgt 35,0%.

Ein etwas geringerer Anteil von 61,3% der Unternehmen macht quantitative Angaben zur Verteilung der Geschlechter im Vorstand. Der Mittelwert der Frauenquote in den Vorständen liegt bei 23,9%. Den niedrigsten Anteil weist der ATX mit nur 14,7% Frauen im Vorstand auf

(DAX 40: 26,0%, SMI: 29,0%). Der Spitzenwert von Frauen im Vorstand liegt bei 50,0%, der von Männern jedoch bei 100 %. Dies zeigt deutlich, dass die Geschlechterverteilung in den Vorständen der DACH-Region noch immer unausgeglichen ist. Es lässt sich jedoch ein Aufwärtstrend erkennen: Der Gesamtanteil von Frauen im Vorstand hat in den DAX 40 Unternehmen über die letzten Jahre stetig zugenommen. Im DAX 40 stieg er von der Berichtsperiode 2021 (19%) auf 23% in 2022 und liegt 2023 bei 26 %.¹

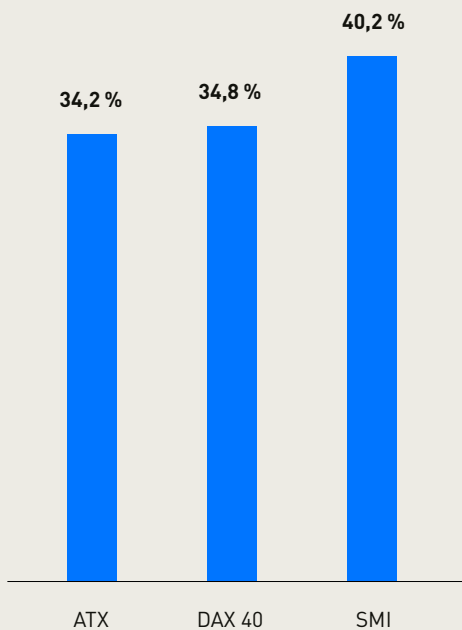
Ein kleiner Anteil der Unternehmen aus dem DAX 40 und SMI veröffentlichen den Anteil ihrer Belegschaft, der sich als divers identifiziert. Der Anteil liegt über alle Indizes hinweg bei 0,04%.

80,0% der Unternehmen haben Angaben zu den Anteilen der Geschlechter in eigens definierten Hierarchieebenen gemacht (beispielsweise „Women in Senior Management“). Diese spezifischen Angaben unterstützen Unternehmen zwar dabei, gezielte Maßnahmen und Strategien zur Förderung der Geschlechterdiversität in unterschiedlichen Hierarchieebenen zu entwickeln und umzusetzen, erschweren jedoch die Vergleichbarkeit. Auch mit Blick auf die Anforderungen der ESRS, in denen eine Aufteilung in unternehmensspezifische Hierarchieebenen unzulässig ist, sind die berichtspflichtigen Unternehmen dazu veranlasst, von dieser Unterteilung abzusehen.

¹ Quelle: Kirchhoff Consult GmbH & BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „Nachhaltigkeit in heißen Zeiten“.

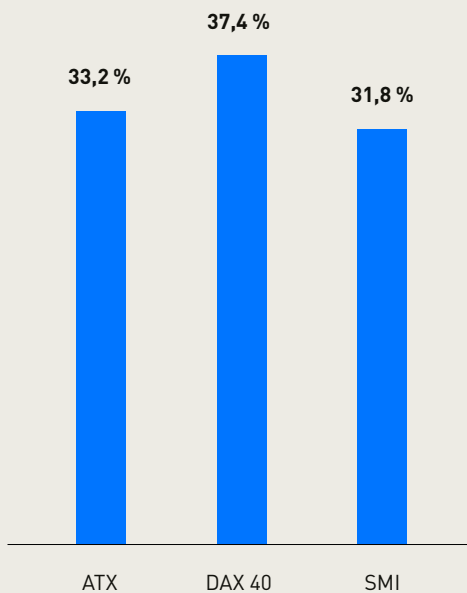
Mittelwert von Diversitätsquote weiblich

BELEGSCHAFT



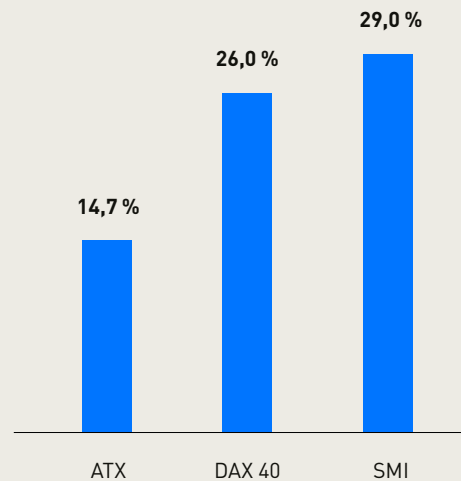
Gesamt
36,0 %

AUFSICHTSRAT



Gesamt
35,0 %

VORSTAND



Gesamt
23,9 %

ZIELE

Hervorzuheben ist, dass 86,3% der Unternehmen konkrete Ziele hinsichtlich des Frauenanteils auf verschiedenen Hierarchieebenen oder in der Belegschaft insgesamt formuliert haben. Dies zeigt nicht nur ein Bewusstsein für die Wichtigkeit der Geschlechterdiversität, sondern auch ein aktives Engagement, diese Vielfalt zu fördern und zu steigern. Diese Ziele wurden überwiegend (88,8%) in den von den Unternehmen eigens definierten Hierarchieebenen angegeben.

Insgesamt ist festzustellen, dass die Kategorie „Geschlechterdiversität“ in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Unternehmen eine zentrale Rolle spielt und dass viele Unternehmen Maßnahmen ergreifen und Ziele setzen, um langfristig eine ausgewogene Geschlechterverteilung zu erreichen.

Anteil der sich als divers identifizierten Personen in der Belegschaft

0,04 %

DIVERSITÄTSKATEGORIE: ALTER

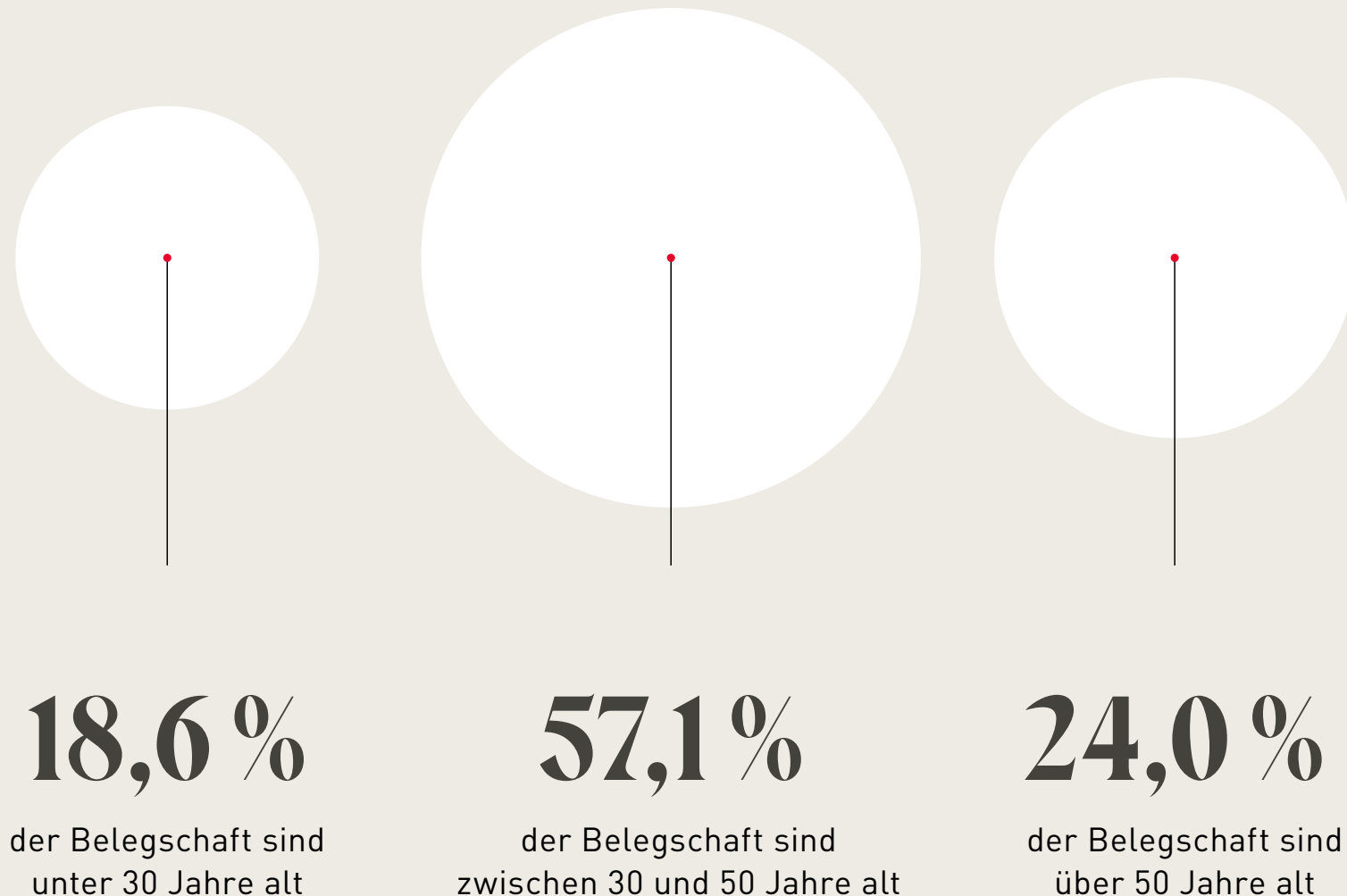
Drei Viertel der untersuchten Unternehmen haben Angaben zur Altersverteilung in der Belegschaft insgesamt publiziert, was die Bedeutung dieser Diversitätsdimension unterstreicht (ATX: 75,0%, DAX 40: 77,5%, SMI: 70,0%).

Die Untersuchung zeigt, dass die Altersgruppe 30-50 in allen Indizes die Mehrheit (57,1%) in den Unternehmen bildet. 18,6% der Belegschaft in den untersuchten Unternehmen sind unter 30 Jahre alt und 24,0% sind über 50 Jahre alt.

Deutlich weniger Unternehmen haben jedoch Altersquoten im Vorstand und Aufsichtsrat offengelegt. Hier zeigt sich in den berichteten Daten eine klare Dominanz der Altersgruppe 50+. Diese Altersverteilung in den höchsten Führungsebenen weist auf eine Konzentration von Führungserfahrung hin, die für einen Generationenwechsel allerdings hinderlich sein kann.

Transparenz über Altersstrukturen hilft Unternehmen, die Bedürfnisse und Stärken verschiedener Altersgruppen besser zu verstehen und zu nutzen. Eine diverse Altersstruktur kann etwa sowohl wertvolle Erfahrungen und Stabilität als auch neue Perspektiven und technologische Affinität unter der Belegschaft gewährleisten. Durch eine bewusste Förderung der Altersdiversität können Unternehmen daher nicht nur soziale Verantwortung demonstrieren, sondern auch wirtschaftliche Vorteile erzielen. Nur sechs von 80 Unternehmen haben ein spezifisches Ziel bzgl. der Altersstruktur in ihrem Unternehmen veröffentlicht.

Altersstruktur der Belegschaft im DAX 40, SMI und ATX¹





Insgesamt liegt der Anteil an Personen mit Schwerbehinderung bei den Unternehmen, die hierzu eine Angabe gemacht haben, bei knapp

4,0 %

DIVERSITÄTSKATEGORIE: SCHWERBEHINDERUNGEN

Bezüglich der Diversitätskategorie „Menschen mit Schwerbehinderungen“ hat die Mehrheit der Unternehmen (80,0%) eine qualitative Angabe veröffentlicht. Während 80,0% der ATX-Unternehmen und sogar 90,0% der DAX 40 diese Information bereitstellten, haben lediglich 60,0% der SMI-Unternehmen dies in ihren Nachhaltigkeitsberichten angegeben. Darüber hinaus haben nur wenige Unternehmen eine Kennzahl zum Anteil von Menschen mit Schwerbehinderung im Unternehmen aufgeführt. Hierbei zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen den verschiedenen Indizes: Nach Angaben der DAX 40-Unternehmen liegt der Anteil von Menschen mit Schwerbehinderungen im Unternehmen zwischen 1,5% und 8,7%, während dieser Wert im SMI zwischen 1,1% und 3,5% variiert. Die österreichischen Leitindex-Unternehmen geben wiederum an, dass der Anteil von Menschen mit Schwerbehinderungen in der Belegschaft zwischen 1,0% und 2,3% liegt. Nicht nur durch die Berichtsanforderungen der ESRS sondern auch durch gesetzliche Vorgaben der UN-Behindertenrechtskonvention kommen zukünftig Unternehmen stärker in die Pflicht sich für ein inklusives Arbeitsfeld zu engagieren.

DIVERSITÄTSKATEGORIEN: KULTURELLE DIVERSITÄT, SEXUELLE ORIENTIERUNG UND NEURODIVERSITÄT

Insgesamt berichten 72 der 80 untersuchten Unternehmen aus der DACH-Region in ihren Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten über die kulturelle Diversität innerhalb ihres Unternehmens. Darüber hinaus gibt der Großteil der Unternehmen (81,3%) an, dass sie kulturelle Diversität in ihrem Unternehmen als eine Bereicherung anerkennen.

Ähnlich hohe Werte bezüglich der qualitativen Angaben in Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten sind auch hinsichtlich der sexuellen Orientierung festzustellen: Insgesamt thematisieren 82,5% der untersuchten Unternehmen die sexuelle Orientierung ihrer Mitarbeiter:innen als eine der von ihnen betrachteten Diversitäts-Kategorien. Dabei liegt der Durchschnitt im DAX 40 mit 90,0% 15 Prozentpunkte über jenem des SMI und des ATX. Knapp über die Hälfte der Unternehmen (52,5%) hebt dabei ausdrücklich den Stellenwert von Vielfalt hinsichtlich der sexuellen Orientierung als bereicherndes Attribut des Unternehmens dar.

Deutlich anders fallen die Daten zur Neurodiversität aus: Nur 16,3% der Unternehmen aus den drei Leitindizes haben entsprechende Informationen veröffentlicht. Dabei liegt der Anteil im SMI mit 20,0% über dem im DAX 40 (17,5%) und im ATX (10,0%). Zudem wird Neurodiversität von nur 10,0% der Unternehmen ausdrücklich als eine Bereicherung für das Unternehmen dargestellt. Obwohl die Bedeutung von Neurodiversität für funktionierende Teams nachgewiesen ist, scheint diese Diversitätskategorie bei vielen Unternehmen oftmals noch nicht berücksichtigt zu werden – möglicherweise aus Unkenntnis.

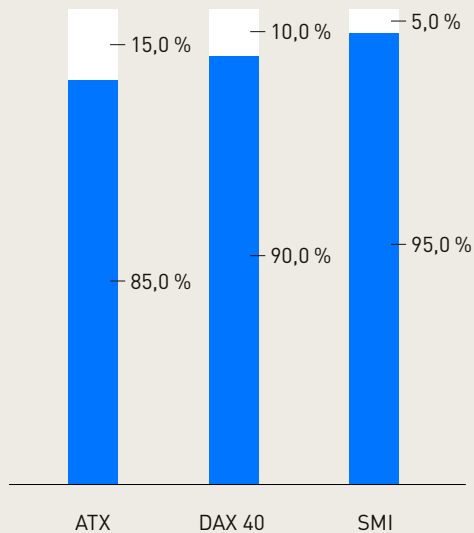
MASSNAHMEN BEZÜGLICH EINZELNER DIVERSITÄTSKATEGORIEN

Bei einer genaueren Betrachtung der Angaben zu den Maßnahmen bezüglich einzelner Diversitätskategorien wird einmal mehr eine Diskrepanz zwischen dem theoretischen Bekenntnis zu Diversität und dem praktischen Einsatz für Diversität offenkundig. Im Hinblick auf kulturelle Diversität, sexuelle Orientierung und Neurodiversität haben teils deutlich weniger Unternehmen Maßnahmen in Bezug auf diese Kategorien genannt, als Unternehmen allgemein eine qualitative Angabe zu diesen Kategorien gemacht haben. So veröffentlichten 90,0 % der Unternehmen in den DAX 40, SMI und ATX zwar qualitative Angaben zur kulturellen Diversität, jedoch benannten nur 68,7 % entsprechende Maßnahmen. Vergleichbar groß ist die Differenz zwischen den qualitativen Angaben zur sexuellen Orientierung (82,5 %) und der Nennung von entsprechenden Maßnahmen (61,3 %). Im Fall der Neurodiversität nennen elf der 13 Unternehmen, die eine qualitative Angabe zu dieser Diversitätskategorie gemacht haben, auch diesbezügliche Maßnahmen. Hier liegen die Zahlen insgesamt auf einem niedrigen Niveau.

Betrachtung der Diversitätskategorie

■ Ja ■ Nein

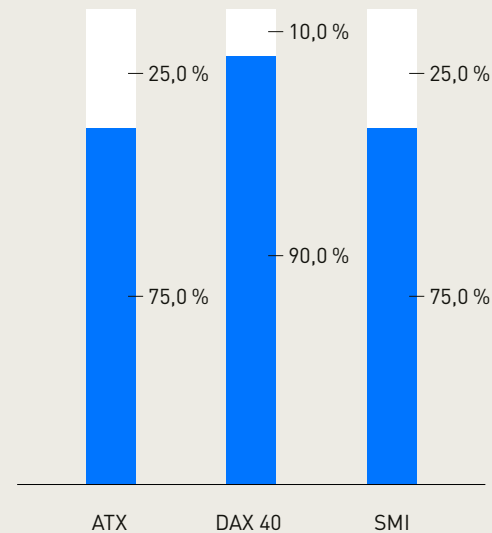
KULTURELLE DIVERSITÄT



Gesamt

90,0 %

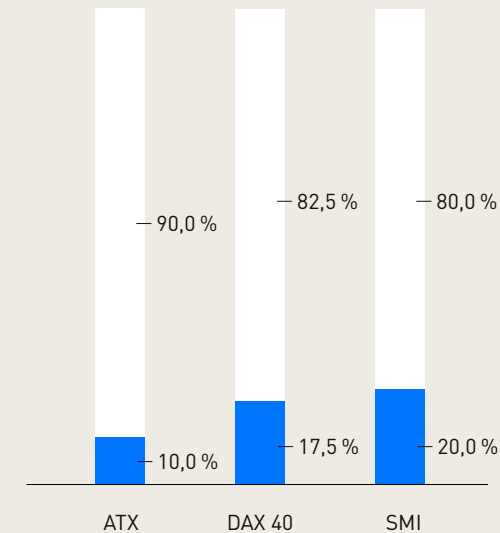
SEXUELLE ORIENTIERUNG



Gesamt

82,5 %

NEURODIVERSITÄT



Gesamt

16,3 %



81,2 %

der Unternehmen geben an,
dass eine kulturelle Diversität
im Unternehmen eine
Bereicherung ist



68,7 %

nennen entsprechende Maßnahmen,
um Diversität zu fördern oder
Diskriminierung zu vermeiden



52,5 %

der Unternehmen geben an,
dass eine diverse sexuelle
Orientierung im Unternehmen
eine Bereicherung ist



61,3 %

nennen entsprechende Maßnahmen,
um Diversität zu fördern oder
Diskriminierung zu vermeiden



10,0 %

der Unternehmen geben an,
dass eine hohe Neurodiversität
im Unternehmen eine
Bereicherung ist



13,7 %

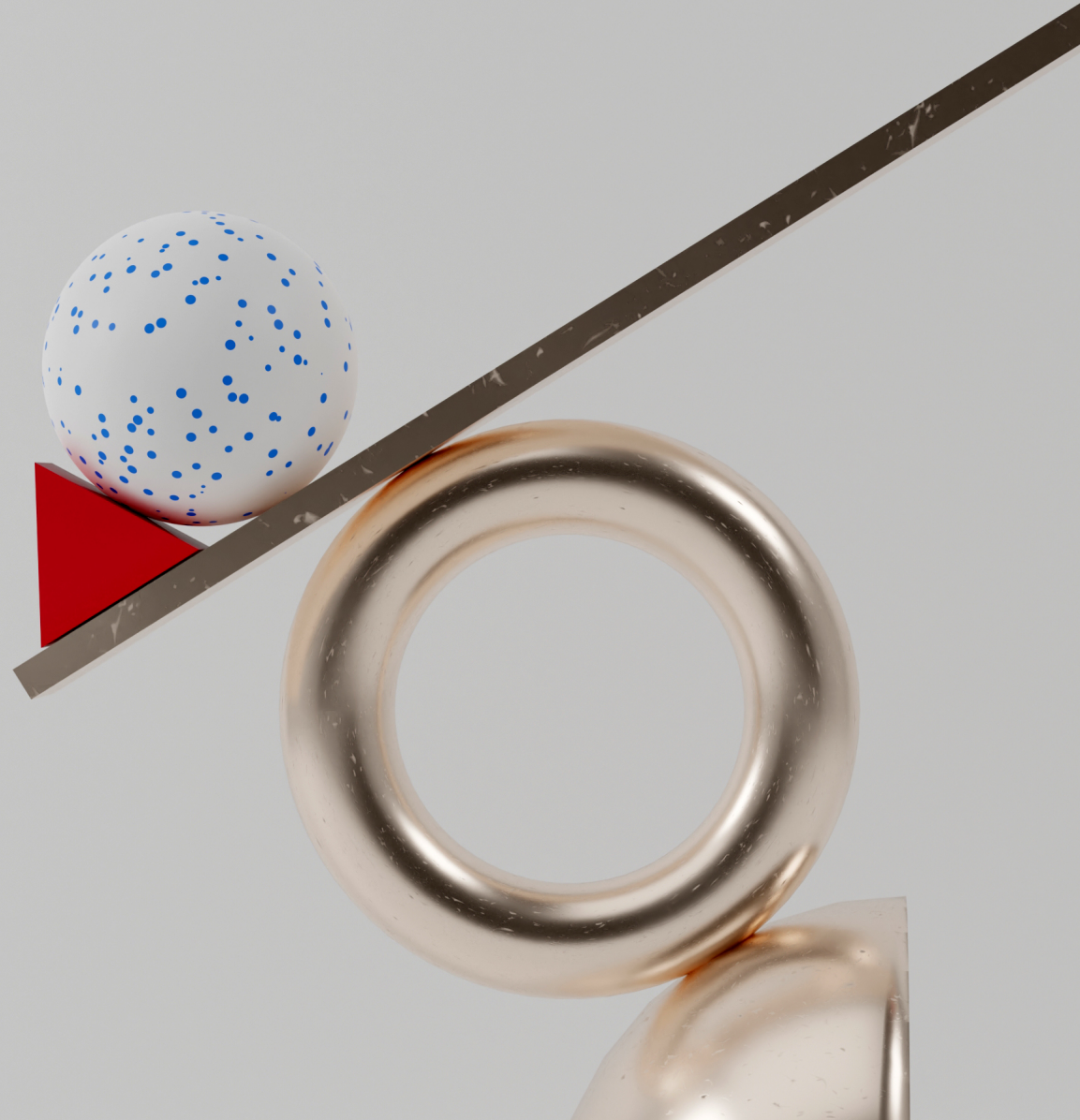
nennen entsprechende Maßnahmen,
um Diversität zu fördern oder
Diskriminierung zu vermeiden

Ausblick

Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass ein Großteil der Unternehmen aus den Indizes DAX 40, ATX und SMI die Bedeutung von Diversität erkennt und in ihre strategischen Überlegungen einbezieht. So erachtet eine klare Mehrheit der analysierten Unternehmen Diversität als ein wesentliches Thema für ihr Unternehmen. Auch die Integration des Themas in die ESG- und Unternehmensstrategie zeigt, dass Diversität ein hoher Stellenwert beigemessen wird. Damit positioniert sich eine deutliche Mehrheit der Unternehmen aus dem DAX 40, ATX und SMI gegen Diskriminierung und hebt den Wert einer diversen Belegschaft klar hervor.

Doch die Daten weisen auch auf eine Diskrepanz zwischen der allgemeinen Benennung von Diversität als Unternehmenswert und dem geringen Maß an Beschreibungen tatsächlich implementierter Maßnahmen hin. Das betrifft auch Maßnahmen zur Schaffung von Transparenz über zentrale Diversitätsmerkmale wie den Gender Pay Gap eines Unternehmens. Um Diskriminierung am Arbeitsplatz zu verhindern und eine Förderung potenziell benachteiligter Gruppen zu gewährleisten, benötigen Unternehmen beides: Eine Übersicht über die konkreten Umstände bezogen auf Diversitätsaspekte im Unternehmen und daraus abgeleitete Ziele und Maßnahmen.

Mit den neuen Offenlegungsverpflichtungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) sind Unternehmen künftig in noch höherem Maße dazu verpflichtet, sich diesen Anforderungen zu stellen und Transparenz über Unternehmensaktivitäten, die im Zusammenhang mit Diversität stehen, zu schaffen. Es bleibt abzuwarten, inwiefern diese neuen regulatorischen Anforderungen auch mehr unternehmerische Aktivität zur Förderung von Diversität in der Arbeitswelt hervorrufen.



Impressum/ Kontakt

HERAUSGEBER

Kirchhoff Consult GmbH

Borselstraße 20
22765 Hamburg

T +49 40 609186-0
F +49 40 609186-16

info@kirchhoff.de
www.kirchhoff.de

BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Fuhrentwiete 12
20355 Hamburg

T +49 40 302930
F +49 40 337691

hamburg@bdo.de
www.bdo.de

KONTAKT

Kirchhoff Consult GmbH

Jela Böltz
Consultant ESG/Sustainability
jela.boeltz@kirchhoff.de

BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Janina Seufert
Managerin Sustainability Services
janina.seufert@bdo.de

Die vorliegende Studie ist eine deskriptive, kategoriensystembasierte Sekundärdatenanalyse der Nachhaltigkeitsberichterstattung und Geschäftsberichterstattung gemäß der DAX 40-, ATX- und SMI-Unternehmen zum Stichtag 31.3.2024. Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine umfassende Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des/der Leser:in. Jegliche Haftung seitens der Kirchhoff Consult GmbH bzw. BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wird ausgeschlossen. An bestimmten Stellen kann es zu Rundungsdifferenzen kommen.

ÜBER KIRCHHOFF CONSULT GMBH

Kirchhoff Consult ist mit rund 70 Mitarbeitenden eine führende Kommunikations- und Strategieberatung für Finanzkommunikation und ESG im deutschsprachigen Raum. Seit über 30 Jahren berät Kirchhoff Kunden in allen Fragen der Finanz- und Unternehmenskommunikation, bei Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten, beim Börsengang, im Bereich der Investor Relations sowie der ESG- und Nachhaltigkeitskommunikation. 'Designing Sustainable Value': Kirchhoff verbindet inhaltliche Kompetenz mit exzellentem Design und schafft damit nachhaltig Werte.

Kirchhoff Consult ist Mitglied im TEAM FARNER, einer europäischen Allianz von partnergeführten Agenturen. Gemeinsames Ziel: Aufbau des europäischen Marktführers für integrierte Kommunikationsberatung.

ÜBER BDO AG WIRTSCHAFTSPRÜFUNGS- GESELLSCHAFT

BDO zählt mit über 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in 27 Offices zu den führenden Gesellschaften für Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahe Dienstleistungen, Steuerberatung und wirtschaftsrechtliche Beratung sowie Advisory in Deutschland. Im Berichtsjahr 2023 erzielte die deutsche BDO Gruppe einen Umsatz von 404 Mio. Euro – ein Plus von 16,5 Prozent.

Die deutsche BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist Gründungsmitglied des internationalen BDO Netzwerks (1963), das mit über 115.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in 166 Ländern vertreten ist und im Berichtsjahr 2023 einen Umsatz von 14 Mrd. US-Dollar erwirtschaftete.

