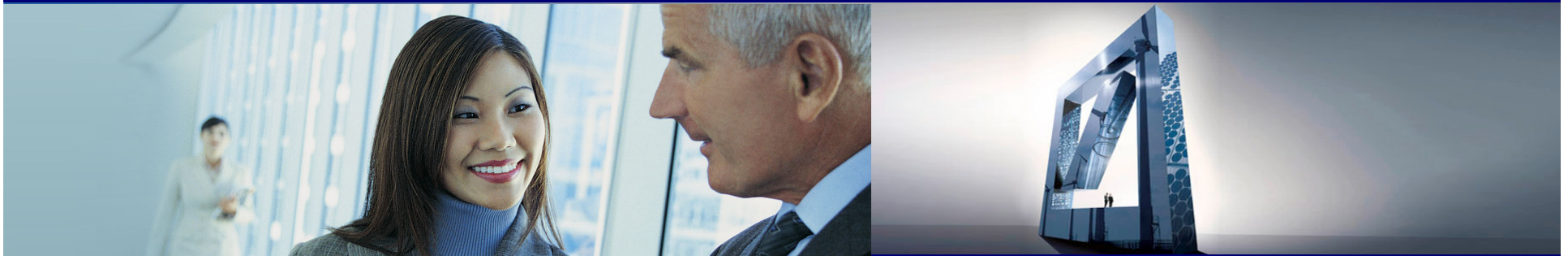


Diversity @ Deutsche Bank – Beispiele für Zielgruppenmarketing

Aletta Gräfin von Hardenberg
HR - CoE Development, OD Culture & Diversity

29. Juni 2007



Leistung aus Leidenschaft.

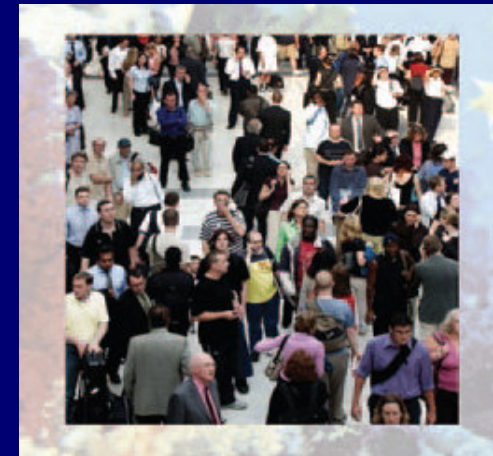
Deutsche Bank





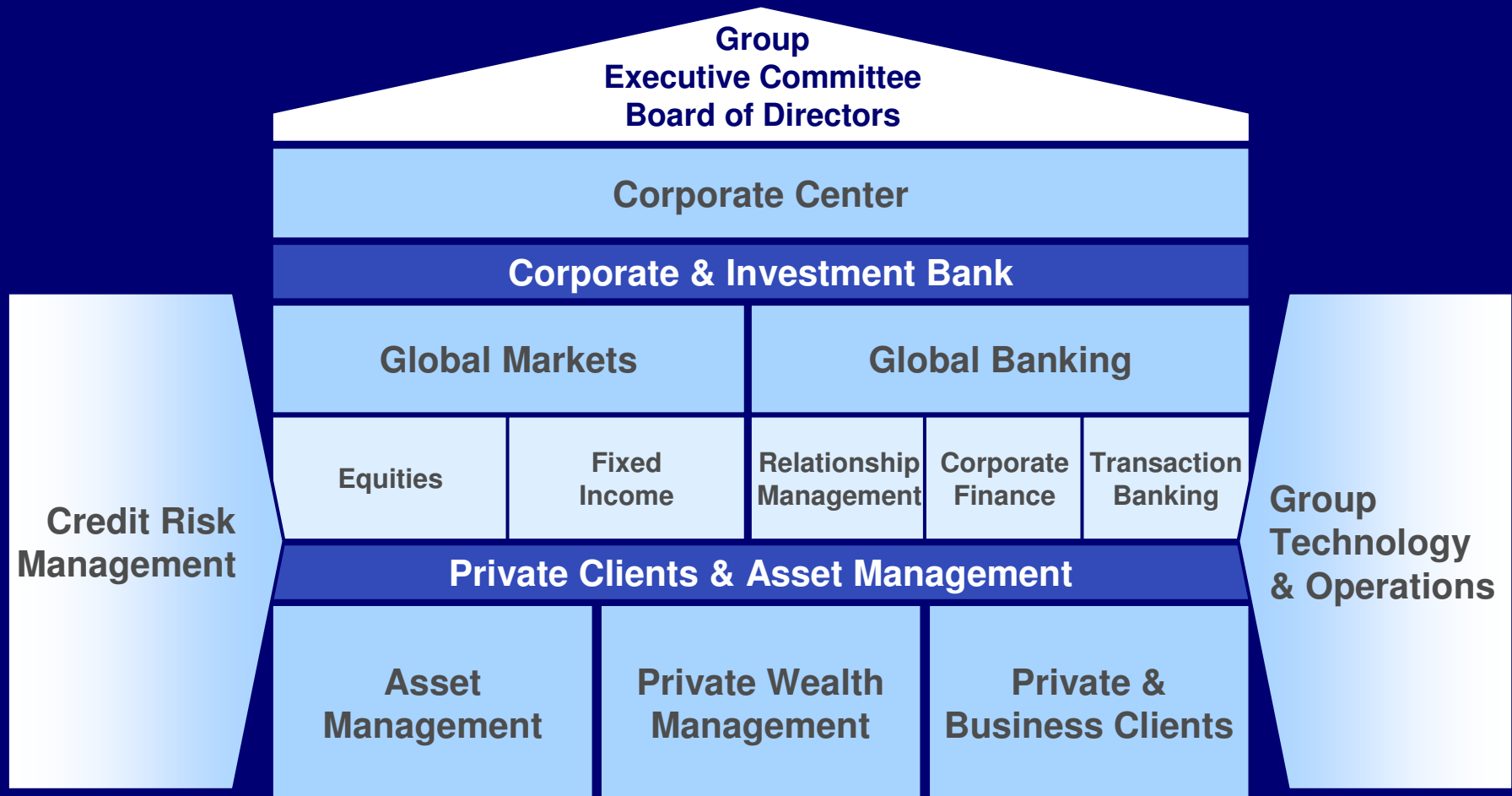
Agenda

- Die Deutsche Bank im Überblick
- Was verstehen wir unter “Diversity”?
- Warum Diversity?
- Schwerpunkt Kundenbeziehungen
 - Rainbow Group
 - Bankamiz
 - Women in European Business
- Charta der Vielfalt





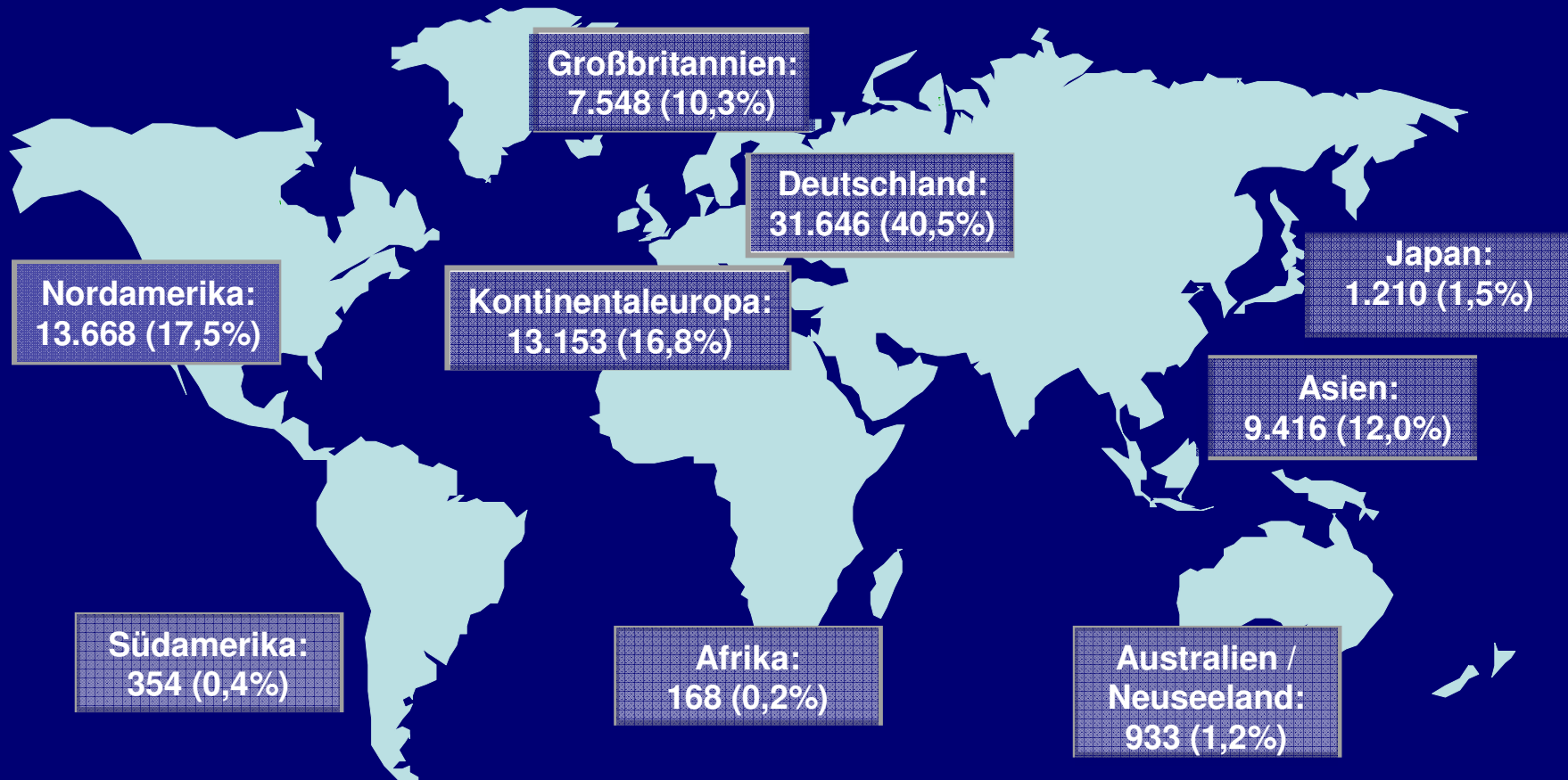
Kerngeschäftsfelder der Deutschen Bank





Die deutsche Bank im Überblick: 78.096 Mitarbeiter in 75 Ländern

Regionaler Einsatz der Mitarbeiter; Stand März 2007





Diversity Management in der Deutschen Bank ist eine der Grundlagen für unseren Erfolg

Wurzeln:

- **amerikanisches Konzept**
- **unterrepräsentierten Minderheiten** besseren Zugang zum Arbeitsmarkt verschaffen
- lediglich **offensichtliche Kriterien** wie bspw. Geschlecht oder Ethnizität

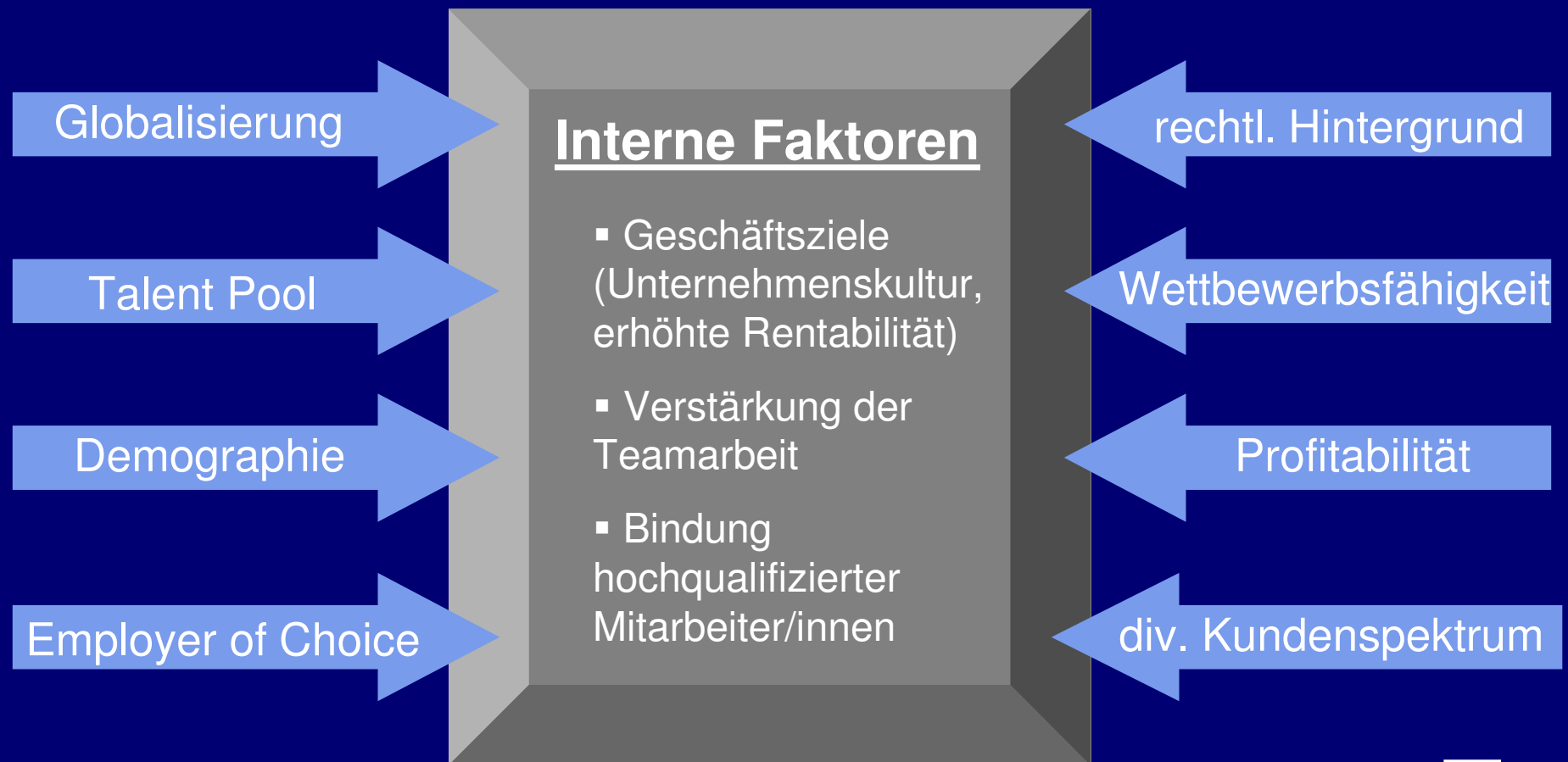
heutige Auffassung:

- **offene, respektvolle Haltung** gegenüber Unterschieden aufgrund z.B. Alter, Geschlecht, Behinderung, sexuelle Orientierung, ethn. Hintergrund, rel. Weltanschauung
- **auch gegenüber unterschiedlichen Arbeitsstilen, Erfahrungen, Bildungshintergründen oder Kulturen**
- Diversity Management dient der **Schaffung eines vorurteilsfreien Arbeitsumfeldes**, in dem alle ihr **volles Leistungspotenzial** einbringen können.



Einflussfaktoren auf die Deutsche Bank AG

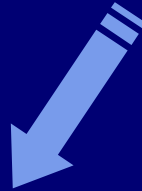
Externe Faktoren





Heterogenität der Mitarbeiter

Vielfalt der Kunden



Vielfalt der Produkte



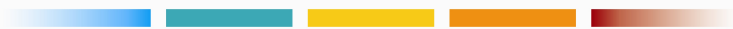
Vielfalt der Kundenberater





Schwul-lesbische Initiativen

Rainbow Group



Germany

Die Deutsche Bank möchte durch den Abbau von Vorurteilen und die Förderung gegenseitiger Toleranz ein positives Arbeitsklima schaffen.

- Rainbow Group Germany ist das Netzwerk für schwule, lesbische, bisexuelle und transsexuelle MitarbeiterInnen und deren Freunde und Unterstützer in der Deutschen Bank Gruppe
- Ziel: MitarbeiterInnen, gleich welcher sexuellen Identität, die Möglichkeit zu geben, ihr volles Potential zum Wohle des Unternehmens zu entfalten, sowie ihre Identifikation mit dem Konzern zu stärken



Schwul-lesbische Initiativen

Rainbow Group

Germany

■ Projekte und Erfolge

- **Verleihung des Max-Spohr- Management-Preises an die Deutsche Bank durch den Völklinger Kreis/ Bundesverband Gay Managers im April 2002**
- **seit 2003 Teilnahme an Christopher-Street-Day Paraden und schwul/lesbischen Straßenfesten**
- **bundesweite Strategie-Treffen der Rainbow Group Germany**
- **aktive Zusammenarbeit mit anderen schwul/lesbischen Vereinen und Netzwerken z.B. Mitbegründer der PrOut@work in 2006**
- **erfolgreiches Zielgruppen-Marketing (Schaltung von Anzeigen in schwul-lesbischen Stadtmagazinen in Berlin und Hamburg mit Unterstützung der PBC-Geschäftsleitungen)**





Zielgruppenmarketing

Kundenzielgruppe: Schwule & Lesben in Großstädten

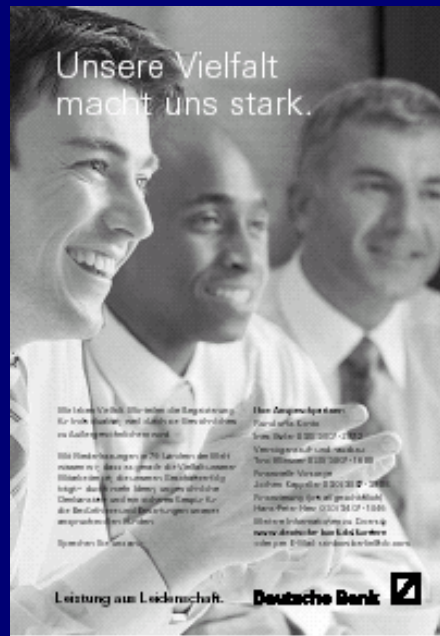
Strategie

Ziel:

- Erhöhung des Marktanteils, indem sich DB als kompetenter, aufgeschlossener und einfühlsamer Finanzdienstleister zeigt

Initiative:

- Ausdrückliche Nennung von Kundenbetreuern vor Ort als Ansprechpartner
- Kostenübernahme von PBC



Neue Kunden konnten gewonnen und Neugeschäft generiert werden.



„Bankamiz - die Bank für uns“



Spezielles Beratungskonzept für türkische und türkischstämmige Kunden
Spezielle Leistungsangebote (z.B. kostenlose Überweisungen in die Türkei)



Bankamiz

- bundesweit bislang 18 Filialen in Ballungsräumen
- Beratung auf Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten
- Werbung, Broschüren, Call Center, Online Angebot auch in türkischer Sprache
- Interkulturelle Kompetenz
- Zielgruppe ca. 3 Mio Menschen in Deutschland
- Zweisprachige Berater





MitarbeiterInnen Netzwerke Unterstützung & Sponsoring am Beispiel



- Ursprung Women on Wallstreet USA
- WEB Konferenz auch in UK / Deutschland
- Teilnehmer aus Politik und Wirtschaft, sowie MitarbeiterInnen
- Ziele der Konferenz:

- ➔ mehr Frauen in Führungspositionen
- ➔ Thema voranbringen
- ➔ Netzwerke pflegen
- ➔ Kultur der Bank verdeutlichen
- ➔ Marke stärken





Diversity als Chance Die Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland

Die Vielfalt der modernen Gesellschaft, beeinflusst durch die Globalisierung und den demografischen Wandel, prägt das Wirtschaftsleben in Deutschland. Wir können wirtschaftlich nur erfolgreich sein, wenn wir die vorhandene Vielfalt erkennen und nutzen. Das betrifft die Vielfalt in unserer Belegschaft und die vielfältigen Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden sowie unserer Geschäftspartner. Die Vielfalt der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen Fähigkeiten und Talenten eröffnet Chancen für innovative und kreative Lösungen.

Die Umsetzung der „Charta der Vielfalt“ in unserem Unternehmen hat zum Ziel, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Rasse, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Die Anerkennung und Förderung dieser vielfältigen Potenziale schafft wirtschaftliche Vorteile für unser Unternehmen.

Wir schaffen ein Klima der Akzeptanz und des gegenseitigen Vertrauens. Dieses hat positive Auswirkungen auf unser Ansehen bei Geschäftspartnern, Verbraucherinnen und Verbrauchern sowohl in Deutschland als auch in anderen Ländern der Welt.

Im Rahmen dieser Charta werden wir

1. eine Unternehmenskultur pflegen, die von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung jedes Einzelnen geprägt ist. Wir schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Vorgesetzte wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diese Werte erkennen, teilen und leben. Dabei kommt den Führungskräften bzw. Vorgesetzten eine besondere Verpflichtung zu.
2. unsere Personalprozesse überprüfen und sicherstellen, dass diese den vielfältigen Fähigkeiten und Talenten aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserem Leistungsanspruch gerecht werden.
3. die Vielfalt der Gesellschaft innerhalb und außerhalb des Unternehmens anerkennen, die darin liegenden Potenziale wertschätzen und für das Unternehmen gewinnbringend einsetzen.
4. die Umsetzung der Charta zum Thema des internen und externen Dialogs machen.
5. über unsere Aktivitäten und den Fortschritt bei der Förderung der Vielfalt und Wertschätzung jährlich öffentlich Auskunft geben.
6. unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Diversity informieren und sie bei der Umsetzung der Charta einbeziehen.

Wir sind überzeugt: Gelebte Vielfalt und Wertschätzung dieser Vielfalt hat eine positive Auswirkung auf die Gesellschaft in Deutschland.

Joachim Horras Leiter Personal Deutschland, Deutsche Bank AG

Deutsche Bank

Wir begrüßen und unterstützen die Initiative der Unternehmen.

Prof. Dr. Maria Böhmer Staatsministerin und Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration

forum integration

Charta der Vielfalt

▪ **Selbstverpflichtung von Unternehmen zur Anerkennung und Wertschätzung von Vielfalt**

▪ **Betonung der Bedeutsamkeit von Diversity für Wirtschaft und Gesellschaft**

▪ **breite Aufmerksamkeit erwünscht → Pressekonferenz etc.**

▪ **Kommunikationsmaßnahmen der beteiligten Unternehmen nach außen und innen**

▪ **best Practice Austausch mit Unternehmen, Politik, Wissenschaft und gesellschaftlichen Multiplikatoren**

Ziele:

▪ **inhaltlichen Beitrag zur Förderung und Wertschätzung von Vielfalt leisten**

▪ **Durchdringung der Unternehmenskultur**

▪ **positive Reputation erwirken**





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Haben Sie noch Fragen?