

Authentische DEI: Individuell, umsetzbar und transparent

Autoren

Vishal Hindocha
Global Head of Sustainability Strategy

Michelle Thompson-Dolberry
Chief Diversity Equity and Inclusion Officer



Vollständiges
Gespräch anhören

Um zu überzeugen, muss DEI individuell, umsetzbar und transparent sein

In puncto Diversität, Gleichstellung und Inklusion (Diversity, Equity and Inclusion, DEI) müssen Unternehmen authentisch und glaubwürdig sein. Michelle Thompson-Dolberry betrachtet DEI nicht als „Zuschauersport“. Jeder kann seinen Beitrag leisten. Nach ihrer Erfahrung bedeutet DEI für jeden etwas anderes. Deshalb muss man als Erstes direkt mit den Leuten sprechen und verstehen, was genau sie meinen. Der nächste Schritt ist die Umsetzbarkeit, damit die Mitarbeiter wissen, was man von ihnen erwartet, was sie tun können und wie wichtig ihr Beitrag ist. Sie empfiehlt, vor allem auf Transparenz zu achten. Dann verstehen die Mitarbeiter, warum es DEI-Initiativen gibt. Das kann helfen, sie ins Boot zu holen. Dabei geht es weniger darum, für DEI zu werben, sondern darum zu respektieren, dass die Leute unterschiedlich angesprochen werden müssen. Daher gilt es, Interesse zu wecken – indem man eine Geschichte erzählt oder vielleicht auch die Hintergründe erläutert.

Nutzen Sie Unstimmigkeiten, um Dinge zu klären und Empathie zu fördern

Aus Sicht von Thompson-Dolberry muss man nicht immer einer Meinung sein, um gemeinsam Fortschritte zu machen. Wichtiger sei, dass man als Unternehmen zusammenfindet und sich in die richtige Richtung bewegt. Viele Menschen scheuen Unstimmigkeiten und Differenzen. Thompson-Dolberry betrachtet sie als Möglichkeit, Dinge zu klären. Außerdem sollte man mehr über Empathie reden statt über Verständnis. Empathie für einen Menschen ist auch dann möglich, wenn man dessen Entscheidungen nicht nachvollziehen kann.

Die praktische Umsetzung von DEI

Thompson-Dolberry ist der Überzeugung, dass DEI-Richtlinien eine Basis für Unternehmen sein sollten, kein Extra. Ziel sollte sein, sie für alle Mitarbeiter und Kunden – und in allen Werbeaktivitäten, Produkten und Leistungen – spürbar und erfahrbar zu machen. Sie hält Prozesse für besser als das Abarbeiten vorgegebener Punkte, weil man das Ergebnis dann besser annehmen kann – unabhängig davon, wie es aussieht. Gut sei es auch, Erfolge mit anderen zu teilen, damit jeder im Kleinen sieht, dass man zusammen mehr erreichen kann.

Unternehmen sollten vor allem auf Verbindlichkeit achten. Transparenz und das Verständnis der Daten sind der Anfang. Wenn die Mitarbeiter nicht wissen, was man verändern will und warum, ist es schwerer, sie ins Boot zu holen. Beispielsweise hat Thompson-Dolberry bei MFS für mehr Verbindlichkeit gesorgt, indem sie in die Zielvereinbarungen zur Leistungsbeurteilung aller Mitarbeiter ein DEI-Ziel aufgenommen hat.



Teamleiter könnten DEI auch zu einer Teamaufgabe erklären, wobei alle Mitglieder abwechselnd für die Umsetzung verantwortlich sind. Dabei müssen sie nicht unbedingt in irgendeiner Diskussion Stellung beziehen, sondern können beispielsweise auch eigene Analysen einbringen und im Team besprechen. Außerdem schlägt Thompson-Dolberry vor, grundsätzlich mehr Gespräche unter Kollegen zu führen, die sich nicht unbedingt um Themen wie Ethnien, Geschlecht, sexuelle Orientierung oder Identität drehen müssen. Beispielsweise könnten sich die Teammitglieder über ihre unterschiedlichen Lernmethoden und Arbeitsweisen austauschen.

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen über wichtige Nachhaltigkeitsthemen zu sprechen. Unter allangles@mfs.com helfen wir Ihnen gerne weiter.

In unserem Diversity Annual Report 2022 finden Sie mehr darüber, was uns wichtig ist, sowie über die für uns maßgeblichen Kennzahlen und Fortschritte.

Die hier dargestellten Meinungen sind die des Autors/der Autoren und können sich jederzeit ändern.

Die hier dargestellten Meinungen sind die von MFS und können sich jederzeit ändern. Sie dienen ausschließlich Informationszwecken und dürfen nicht als Empfehlung oder Aufforderung zum Kauf eines Wertpapiers oder als Anlageberatung verstanden werden. Prognosen sind keine Garantien.

Sofern nicht anders angegeben, sind Logos sowie Produkt- und Dienstleistungsnamen Marken von MFS® und den Tochtergesellschaften von MFS und können in manchen Ländern eingetragen sein.

Herausgegeben von: **USA:** MFS Institutional Advisors, Inc. (MFSI), MFS Investment Management und MFS Fund Distributors, Inc.; **Lateinamerika:** MFS International Ltd.; **Kanada:** MFS Investment Management Canada Limited. **Hinweise für Anleger in Großbritannien und der Schweiz:** Herausgegeben in Großbritannien und der Schweiz von MFS International (U.K.) Limited (MIL UK), einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (Private Limited Company) mit Sitz in England und Wales, Zulassungsnummer 03062718. Das Investmentgeschäft von MIL UK steht unter der Aufsicht der britischen Financial Conduct Authority. MIL UK, ein indirektes Tochterunternehmen von MFS®, hat seinen Sitz in der One Carter Lane, London, EC4V 5ER. **Hinweise für Anleger in Europa (ohne Großbritannien und Schweiz):** Herausgegeben in Europa von MFS Investment Management (Lux) S.à r.l. (MFS Lux), einem in Luxemburg für das Management von Luxemburger Fonds zugelassenen Unternehmen, das institutionellen Investoren Investmentprodukte und -leistungen anbietet. Der Unternehmenssitz ist in der Rue Albert Borschette 4, L-1246 Luxemburg, Tel. + 352 2826 12800. Dieses Dokument richtet sich ausschließlich an professionelle Investoren gemäß lokalen Bestimmungen. Andere dürfen sich nicht darauf verlassen. Auch darf das Dokument nicht an Personen weitergegeben werden, wenn eine solche Weitergabe gegen die geltenden Vorschriften verstoßen würde. **Singapur:** MFS International Singapore Pte. Ltd. (CRN 201228809M). **Australien/Neuseeland:** MFS International Australia Pty Ltd (MFS Australia) (ABN 68 607 579 537) ist ein in Australien unter der Nummer 485343 eingetragener Finanzdienstleister. MFS Australia steht unter der Aufsicht der Australian Securities and Investments Commission. **Hongkong:** MFS International (Hong Kong) Limited (MIL HK) ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, die der Aufsicht der Hong Kong Securities and Futures Commission (SFC) untersteht und von ihr zugelassen wurde. MIL HK darf Wertpapiere handeln, regulierte Assetmanagementgeschäfte tätigen und bestimmte Investmentdienstleistungen „professionellen Investoren“ gemäß Securities and Futures Ordinance (SFO) anbieten. **Für professionelle Investoren in China:** MFS Financial Management Consulting (Shanghai) Co., Ltd. 2801-12, 28th Floor, 100 Century Avenue, Shanghai World Financial Center, Shanghai Pilot Free Trade Zone, 200120, China, ist eine regulierte chinesische Gesellschaft mit beschränkter Haftung, die Finanzmanagementberatung anbieten darf. **Japan:** MFS Investment Management K.K. ist zugelassen als Financial Instruments Business Operator, zugelassen als Kanto Local Finance Bureau (FIBO, Nr. 312), Mitglied der Investment Trust Association, Japan, und Mitglied der Japan Investment Advisers Association. Da die von den Investoren zu tragenden Gebühren von verschiedenen Umständen abhängen – Produkte, Dienstleistungen, Anlagezeiträume und Marktumfeld –, können weder deren Gesamthöhe noch die Berechnungsmethoden im Voraus offengelegt werden. Alle Finanzinstrumente gehen mit Risiken einher, unter anderem dem Risiko von Marktschwankungen, sodass Investoren ihr investiertes Kapital verlieren können. Investoren sollten vor einer Anlage den Verkaufsprospekt und/oder die in Art. 37-3 des Financial Instruments and Exchange Act genannten Dokumente sorgfältig lesen.