

# „Elect a clown, expect a circus“

Diversity steht unter massivem Druck  
aus den USA – was zu tun ist

Von Anna Engers



**Anna Engers**

Diversity Coach, Frankfurt am Main

[ae@anna-engers.com](mailto:ae@anna-engers.com)

[www.anna-engers.com](http://www.anna-engers.com)



„Elect a clown, expect a circus“ lautet ein amerikanisches Sprichwort. Wenn das Publikum genug vom Spektakel hat, kann die ernsthafte Diskussion um das Potential der Diversität weitergehen.

## Ich bin Optimistin. Ich bleibe Optimistin.

Ja, das, was gerade in den USA passiert, erschreckt uns. Mich tangieren die Ereignisse dort nicht nur persönlich, sondern auch beruflich. Ich bin Diversity Coach.

Im Jahr 2012 habe ich mich mit dem Thema Diversity selbständig gemacht. Damals wollte das noch niemand hören. Vielen durfte ich erklären, dass das durchaus ein Business-Case ist. Ich kam aus der Anwaltsbranche und hatte gedacht: „Die haben es besonders nötig – da fange ich an.“ Dicke Bretter musste ich bohren, standhaft sein, Durststrecken durchhalten. Nicht nur die Anwaltskanzleien haben sich zu dieser Zeit des Themas noch nicht wirklich mit Herzenswärme angenommen. Auch in vielen Unternehmen steckte das Thema Vielfalt noch in den Kinderschuhen. Digitalisierung war erst einmal wichtiger.

## In der Coronakrise: Diversity nahm Fahrt auf

Doch dann kam die Pandemie, und mit ihr nahm Diversity Fahrt auf. Das Thema bekam endlich die Aufmerksamkeit, die es verdient und die ich mir immer gewünscht hatte. Unternehmen und Kanzleien ergriffen Maßnahmen, richteten in den letzten Jahren Diversity-Management-Abteilungen ein. Nach dem Durchführen reiner Maßnahmen haben einige Unternehmen schon erste echte Strategien entwickelt. Einige fangen gerade an und machen sich Gedanken, wie sie das Vielfaltsmanagement fest im Unternehmen verankern können. Sie haben verstanden, dass diverse Teams wirklich kreativer, innovativer und somit

auch für den Unternehmenserfolg verantwortlich sind. Ich muss die zahlreichen Studien nicht mehr zitieren.

Und jetzt? Jetzt machen die USA, von denen wir so viel lernen konnten, wie und was ein Diversity-Management alles bewirken kann, eine Rolle rückwärts. Mehr noch: Die Regierung versucht nicht nur, Diversity und diese „Wokeness“ zu stoppen, es ist wahrscheinlich eine Frage der Zeit, bis Diversity sanktioniert wird.

## Aktuelle Entwicklung in den USA: Die Uhr wird zurückgedreht

Gerade vergangene Woche hat die Branche die Nachricht erreicht, dass einige Großkanzleien in den USA die Aufforderung erhielten, Daten über ihre Diversity-Programme herauszugeben beziehungsweise überprüfen zu lassen, ob diese Programme diskriminieren. Bitte? Auf diese Idee muss man(n) erst einmal kommen: Diversity-Programme, die benachteiligen? Den alten weißen Mann (Anwalt) etwa? Ich dachte, die Zeiten, in denen ich spaßeshalber in Workshops m/w/d noch mit „männlich, weiß, deutsch“ übersetzt habe, sind vorbei. Zum Glück nehmen die Wirtschaftskanzleien das so nicht hin und wehren sich.

Was macht das mit uns? Mir erzählen die ersten Diversity-Verantwortlichen aus international tätigen Unternehmen, dass auch ihre Arbeit auf dem Prüfstand steht. Unternehmen, die mit den USA Geschäfte machen, fahren ihre Programme zurück, halten sich bedeckt. Aus wirtschaftlichem Druck. Können wir ihnen das verübeln? Gerade die Autobranche hat massive Probleme, Gewinne brechen

ein, Entlassungen stehen bevor. Wenn jetzt noch das USA-Geschäft wegbricht? Dann lieber dieses Jahr nicht so viel „Diversity“.

Genau das ist schon im letzten Jahr in den USA passiert. Auch als Trump noch gar nicht das Sagen hatte. Sehr konservative Influencer haben ihre Follower aufgerufen, die Produkte der Unternehmen zu boykottieren, die sich mit dieser „Wokeness“ (also Diversity) brüsten. Namhafte Unternehmen wie Jack Daniels, Harley Davidson und Bud Light gingen in die Knie. Dass es sich hier um sehr „männliche Produkte“ handelt, ist kein Zufall. Aber es hörte nicht auf. Auch große Firmen wie Microsoft, Zoom, Meta, Ford, Toyota, JP Morgan Chase, Morgan Stanley, Novartis und selbst McDonald's schraubten ihre Programme zurück und setzen jetzt auf „Leistung“. Manche schlossen ihre Diversity-Abteilungen gleich ganz.

## Deutschland: Ein Stimmungsbild

Und jetzt? Was tun wir in Deutschland? Kopf in den Sand stecken? Die Sache aussitzen? Dafür sind vier Jahre zu lang.

Uns wird schmerzhaft bewusst, wie mächtig die USA wirklich sind. „Elect a clown, expect a circus“ ist ein amerikanisches Sprichwort und ist schon nach der ersten Wahl Trumps in Deutschland und der Welt vielfach zitiert worden: „Wählst du einen Clown, bekommst du einen ganzen Zirkus.“ Der Clown und sein Zirkus sind da, aber zu unserer Unterhaltung trägt er sicherlich nicht bei. Tickets für eine Vorführung würden hierzulande wahr-

scheinlich keinen großen Absatzmarkt finden. Es ist nicht mehr witzig.

Und wieder frage ich: Und jetzt? – Ich bin Optimistin und ich bleibe Optimistin: Noch sehe ich viele Unternehmen, die ihre Diversity-Maßnahmen weiter durchführen. Viele planen verschiedenste Veranstaltungen. Sei es zum gerade stattgefundenen internationalen Frauentag oder zum Diversity-Day am 27.05.2025. Sie gehen auch weiter: Aufträge zur Entwicklung von Diversity-Strategien landen in meinem Postfach.

In Deutschland ist das Thema gerade erst verankert worden: Die Chancen werden gesehen und die ersten Erfolge gemessen. Unternehmen unterziehen sich Diversity-Audits, lassen sich zertifizieren und bewerben sich um Diversity-Preise. Hinter den Türen wird sicher viel diskutiert, aber noch sehe ich weitgehend ein vielfältiges Engagement.

Diversity ist gut und richtig. Deutschland ist ein Einwanderungsland. Jeder fünfte deutsche Mensch hat mittlerweile eine Migrationsgeschichte. Also können wir es uns schlicht nicht leisten, Menschen auszuschließen. Wir müssen wirklich alle ansprechen, Talente breitgefächert suchen und vielfältige Menschen in Unternehmen beschäftigen. Sind es nur der Druck des „War for Talents“ und der Fachkräftemangel, der uns weitermachen lässt? Ich denke nicht. Mit Diversity kamen nicht nur Themen wie die Sichtbarkeit von marginalisierten Gruppen, sondern auch Themen wie Inclusive Leadership, Corporate Culture und Mental Health auf. Wichtige Themen, die nicht mehr wegzudenken sind in Unternehmen. Denn sie

haben erkannt: Eine zufriedene und gesunde Belegschaft hat großen Einfluss auf den Unternehmenserfolg.

Diversity ist also ein Fakt. Sie ist längst da. Wir dürfen lernen, mit ihr umzugehen und sie zu nutzen. Das nicht zu tun, wäre wirtschaftlich fatal. Wir sind ein vielfältiges Volk, das gerade mit seiner Diversität viel erreichen kann. Denn das haben die Studien auch gezeigt, diverse Teams sind nicht nur kreativer, sie sind auch robuster. Eine Fähigkeit, die in Krisenzeiten immens wichtig ist. Es ist gerade keine leichte Zeit, wir müssen aushalten, dass wir vieles nicht beeinflussen können. Es ist unbeständig und vage. Das mögen wir Menschen nicht. Wir sind wenig ambiguitätstolerant. Wir hätten es gerne einfach und klar. Nicht vage. Das verunsichert. Also brauchen wir robuste, widerstandsfähige und kraftvolle Menschen. Das zu sehen ist nicht nur Aufgabe der Politik, sondern auch der Unternehmen. Sie sind ein Abbild der Gesellschaft.

### Jetzt erst recht: Ein Plädoyer

Habe ich DIE Lösung? Nicht wirklich, aber eine Idee: nicht in Deckung gehen und aussitzen. Sondern: Haltung bewahren. Ich würde gerne die Unternehmen und Kanzleien zu einem „Jetzt erst recht!“ aufrufen:

Jetzt erst recht sollte verstärkt an Diversity-Maßnahmen gedacht werden. Die Mitarbeitenden sind verunsichert und haben vielleicht sogar Angst um ihren Arbeitsplatz. Die vielen Krisen in der Welt und die schwächelnde Wirtschaft machen müde. Hier gilt es, positiv zu denken, Perspektiven aufzuzeigen, neue Lösungen zu finden.

Jetzt erst recht sollten wir unsere Stimme erheben und uns für marginalisierte Menschen einsetzen. Sie sind Teil unserer Gesellschaft und tragen genauso zum Geschäftserfolg bei. Fangen wir bei den Frauen an. Immer noch wird das Potential der Frauen im Wirtschaftsalltag massiv unterschätzt und nicht ausreichend genutzt.

Und jetzt erst recht sollten wir nicht nur an uns, sondern auch an die Generationen nach uns denken. Wir hinterlassen eine Welt, die anders ist als die, in der es immer aufwärts ging. Wir dürfen überlegen, wie wir diese Generation motivieren und sie dazu zu bringen, Verantwortung zu übernehmen.

Ich bin überzeugt: Eine Unternehmenskultur, die dies alles auffängt, wird gestärkt aus der Krise gehen.

Diese Zeit der Unsicherheit geht vorbei. Jeder Zirkus baut irgendwann seine Zelte ab und zieht weiter. Denn wenn kein Publikum die Show sehen will, sie gar lautstark boykottiert und Haltung zeigt, werden die Lichter im Zelt erlöschen.

Dann haben wir wieder ein freies Feld und eine weite Sicht. Das zertretene Gras erholt sich und wächst von neuem. Vielleicht entsteht sogar eine bunte Blumenwiese, schöner und vielfältiger denn je. Daran können wir arbeiten. Jetzt.

Ich bin Optimistin und bleibe Optimistin: Der Zirkus geht vorüber. ←