



Het Charter Diversiteit Monitor 2018

- Eindrapport -

Auteurs

Laura Buimer
Jeanine Klaver
Eline Verbeek
Bertine Witkamp

Amsterdam, 29 januari 2020

© 2020 Regioplan, in opdracht van Diversiteit in Bedrijf/Stichting van de Arbeid

Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Niets uit deze uitgave mag worden veeleenvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Regioplan. Regioplan aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

Inhoudsopgave

Samenvatting	5
1 Inleiding	10
1.1 Achtergrond	10
1.2 Methode en respondenten	10
1.3 Leeswijzer	11
2 Ondertekenaars en plannen van aanpak	13
2.1 De ondertekenaars en plannen van aanpak	13
2.2 Kenmerken ondertekenaars	13
2.3 Dimensies van diversiteit	14
3 Monitoring voortgang 2018	17
3.1 Accenten binnen het diversiteitbeleid	17
3.2 Doelstellingen	18
3.3 Activiteiten	22
3.4 Succesvolle activiteiten	24
3.5 Succesfactoren en knelpunten	27
3.6 Monitoring	29
3.7 Beoordeling van voortgang en resultaten	30
3.8 Ondersteuning door Diversiteit in Bedrijf	36
3.9 Vernieuwing	38



Samenvatting

S

Samenvatting

De Stichting van de Arbeid heeft in 2015 het project *Diversiteit in Bedrijf* opgezet. Dit project heeft als doel om meer inclusie en diversiteit in bedrijven te bewerkstelligen. Hiervoor zijn een Charter Diversiteit en een Kennisplatform opgericht. Dit rapport richt zich op het Charter Diversiteit en laat zien in hoeverre bedrijven hun plan van aanpak al in de praktijk brengen en welke resultaten ze hebben geboekt in 2018. Van de 85 Nederlandse bedrijven die vóór 1 augustus 2018 het Charter Diversiteit in Bedrijf hebben getekend en een plan van aanpak hebben ingediend, hebben 79 bedrijven een enquête ingevuld over hun aanpak en voortgang.

Aard, sector en omvang

De Charterondertekenaars die een rapportage hebben ingeleverd voor dit onderzoek hebben de volgende kenmerken:

- De meeste bedrijven hebben een private (43%) of (semi)publieke (53%) aard; er zijn enkele belangenorganisaties (4%) bij.
- Bijna alle sectoren zijn vertegenwoordigd en de overheid vormt de grootste sector (35%).
- Qua omvang zijn er vooral grote organisaties (76%) en ongeveer evenveel middelgrote (10%) als kleine (14%) organisaties.

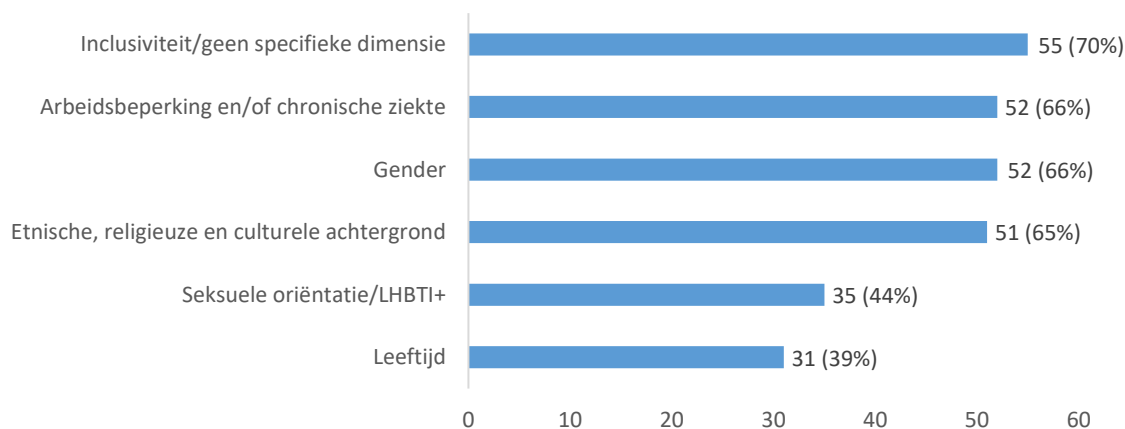
Hiermee zijn de bedrijven die deelnemen aan dit onderzoek redelijk representatief voor de gehele groep van 205 Charterondertekenaars.

Dimensies van diversiteit

Diversiteit in Bedrijf richt zich op vijf dimensies van diversiteit: arbeidsbeperking/chronische ziekte, gender, leeftijd, seksuele oriëntatie/LHBTI+ en etnische en culturele achtergrond. Van de 79 bedrijven richtten 63 bedrijven (80%) zich in 2018 op meerdere dimensies van diversiteit. De meeste gekozen dimensie in 2018 is inclusiviteit in het algemeen. Arbeidsbeperking/chronische ziekte, gender en etnisch-culturele achtergrond zijn ook veel en ongeveer even vaak gekozen. Seksuele oriëntatie en leeftijd zijn minder vaak focus van beleid (zie figuur 0.1).

- inclusiviteit in het algemeen (70%);
- werknemers met een arbeidsbeperking of chronische ziekte (66%);
- gender (66%);
- etnische, religieuze of culturele achtergrond (65%);
- seksuele oriëntatie/LBHTI+ (44%);
- leeftijd (39%).

Figuur 0.1 Dimensies van diversiteit waar de bedrijven in 2018 hun beleid op richten (N=79)



Noot: Bedrijven kunnen hun diversiteitsbeleid op meerdere dimensies richten.

Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Doelstellingen

De doelstellingen voor 2018 behelzen voornamelijk de ambitie om instroom en doorstroom van doelgroepen te stimuleren en bewustwording en draagvlak te bevorderen.

Activiteiten

In 2018 voeren 69 bedrijven (87%) activiteiten uit op alle drie de strategieën die Diversiteit in Bedrijf in het plan van aanpak onderscheidt:

- 73 bedrijven (92%) voeren activiteiten uit ter bevordering van draagvlak en bewustwording, waarbij het oprichten van medewerkersnetwerken en het geven van workshops/lezingen het meest voorkomen;
- 74 bedrijven (94%) voeren activiteiten uit ter aanpassing van het personeelsbeleid, waarbij het vernieuwen van wervingskanalen en het aanpassen van vacatureteksten het meest voorkomen;
- 72 bedrijven (92%) voeren activiteiten uit ten behoeve van communicatie: interne communicatie met name via intranet of bijeenkomsten en externe communicatie via sociale media, jaarverslagen en de website.

Succesvolle activiteiten

De meeste succesvolle activiteiten per strategie:

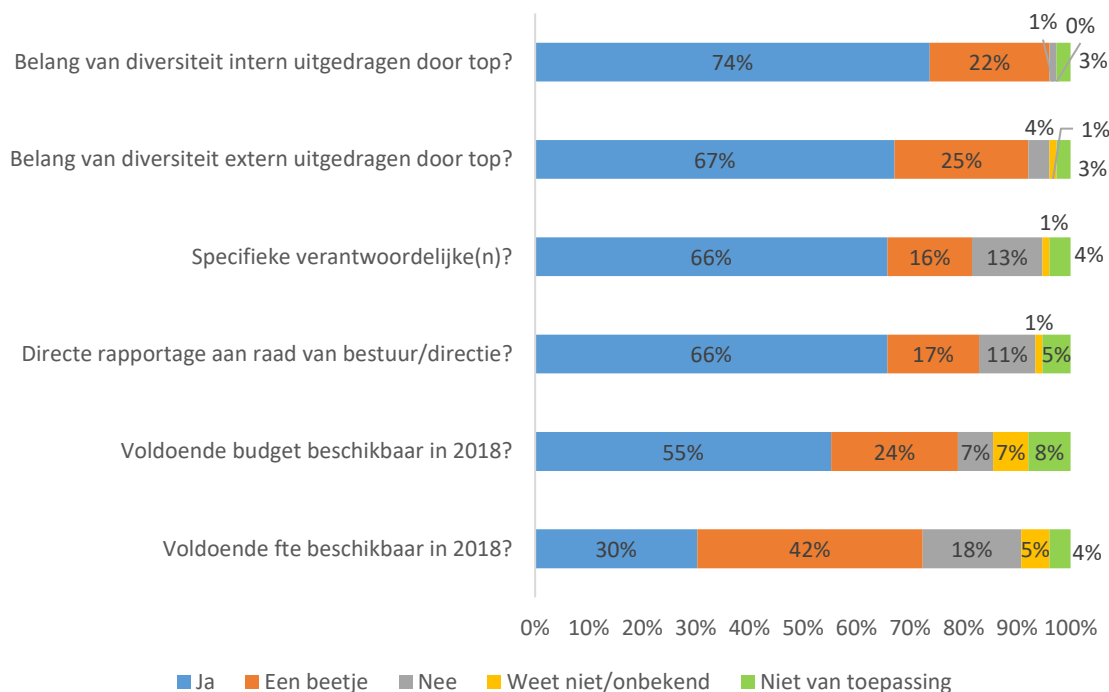
- Op het gebied van het creëren van bewustwording en draagvlak waren vooral **trainingen** (23 activiteiten; bv. over unconscious bias of female leadership) en **evenementen** (20 activiteiten; bv. een levende bibliotheek of een Diversity Award) een succes.
- Op het gebied van het aanpassen van het personeelsbeleid bleek het **wijzigen van de werving- en selectiestrategie** (42 activiteiten) vooral succesvol (bv. het organiseren van een meet-and-greet met vluchtelingtalenten of het opzetten van een mentorprogramma voor potentiële werknemers met een arbeidsbeperking).
- Op het gebied van communicatie bleek het **oprichten van samenwerkingsverbanden** (10 activiteiten) een succes (bv. een werkgroep met managers uit verschillende organisatieonderdelen om werknemers met een arbeidsbeperking goed te kunnen plaatsen).

Succes- en faalfactoren

Een aantal aspecten wordt bij succesvolle uitvoering van het plan van aanpak aangewezen als succesfactor en bij onsuccesvolle uitvoering aangewezen als struikelblok. Deze aspecten blijken dus belangrijk voor de uitvoering van diversiteitsbeleid in 2018:

- **Draagvlak/urgentie.** De meeste bedrijven vinden dat de top het belang van diversiteit uitdraagt. Onder de bedrijven die knelpunten ervaren, wordt een gebrek aan draagvlak onder het personeel en/of een gebrek aan urgentie onder het management benoemd.
- **Duidelijke belegging verantwoordelijkheid.** Bij de meeste bedrijven is de verantwoordelijkheid voor het diversiteitsbeleid belegd bij een specifieke medewerker of een groep medewerkers, die vaak direct rapporteren aan de directie/raad van bestuur. Bedrijven die problemen ervaren in de uitvoering, wijzen een onduidelijke belegging van de verantwoordelijkheid aan als oorzaak.
- **Budget en personele capaciteit.** De meeste bedrijven zijn tevreden over het budget en de personele capaciteit waarover zij beschikken om het diversiteitsbeleid uit te voeren. Bedrijven die minder tevreden zijn over de uitvoering van het beleid noemen een gebrek aan budget/personele capaciteit als oorzaak.

Figuur 0.2 Aantal bedrijven uitgesplitst naar hun reactie per stelling over de uitvoering van het diversiteitsbeleid (N=76)



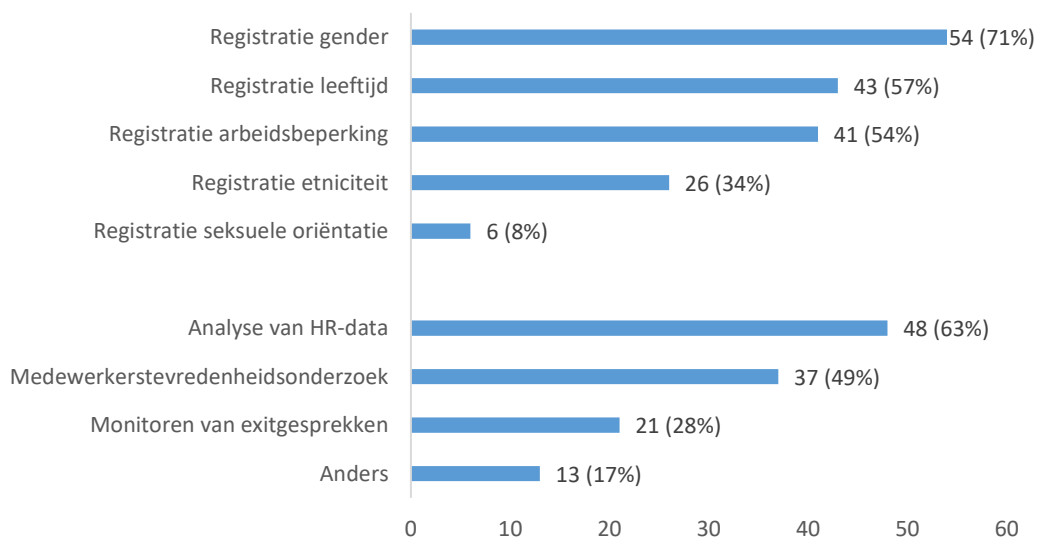
Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Monitoring

Er zijn 62 bedrijven (82%) die de voortgang van hun diversiteitsbeleid op verschillende manieren monitoren. De meest voorkomende instrumenten die de bedrijven in 2018 hebben ingezet, zijn:

- registratie van kenmerken van werknemers (86%), vooral gericht op geslacht, leeftijd en arbeidsbeperking en in mindere mate op etniciteit en seksuele oriëntatie;
- analyse van HR-data (63%);
- specifieke vragen over diversiteit en inclusie in medewerkerstevredenheidsonderzoeken (49%).

Figuur 0.3 Gebruikte instrumenten om resultaten diversiteitsbeleid te monitoren (N=76)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Resultaten

Over de gehele linie zijn bedrijven tevreden over de resultaten in 2018, maar ze geven ook aan meer tijd nodig te hebben om hun doelstellingen te behalen.

Als registratie over een doelgroep wordt bijgehouden in 2018, is die meestal gericht op instroom en in mindere mate op uitstroom en doorstroom. Belangrijke bevindingen hierbij zijn:

- Bedrijven nemen een toename waar van de instroom van arbeidsbeperkten/chronisch zieken, etnische minderheden, vrouwen en jongeren in vergelijking met 2017.
- Bedrijven zien een toename van de uitstroom van oudere medewerkers.

Er zijn ook veel bedrijven die moeite hebben om hun voortgang in beeld te brengen.

Bedrijven zijn tevens positief over de bewustwording over en het draagvlak voor diversiteit en inclusie en nemen een verbetering waar ten opzichte van 2017.

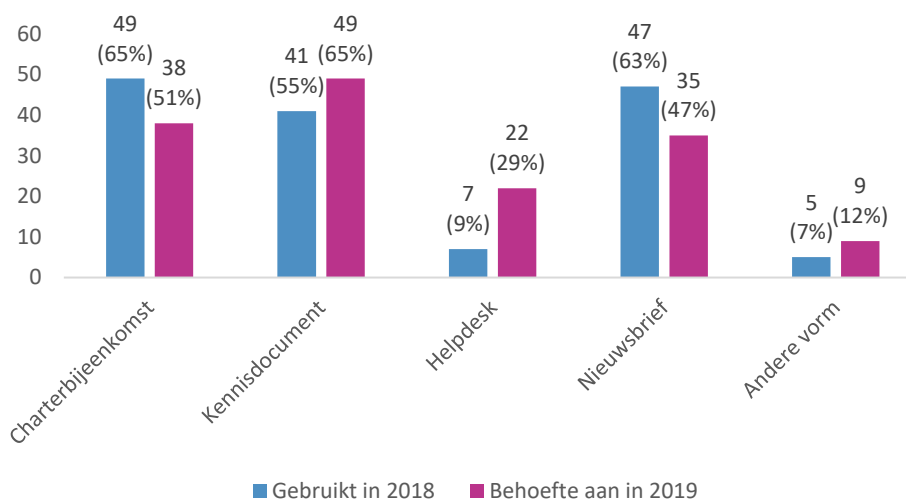
Ondersteuning Diversiteit in Bedrijf

De ondersteuning door Diversiteit in Bedrijf wordt overwegend positief ervaren. In 2018 maakten veel bedrijven gebruik van (vaak meerdere vormen van) ondersteuning. Het meest gebruikt zijn:

- Charterbijeenkomsten (65%);
- nieuwsbrief (63%);
- kennisdocumenten (55%).

Dit zijn ook de vormen van ondersteuning waar de bedrijven het meest behoefte aan hebben.

Figuur 0.4 Vormen van ondersteuning door Diversiteit in Bedrijf die bedrijven gebruikten in 2018 en waaraan ze behoefte hebben in 2019 (N=75)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)



Inleiding

1

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

Het project *Diversiteit in Bedrijf* is opgezet door de Stichting van de Arbeid in 2015, met financiering van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Dit project heeft als doel om meer inclusie en diversiteit in het bedrijf te bewerkstelligen door met werknemers en werkgevers te werken aan een open organisatiecultuur. Diversiteit wordt in de brede zin opgevat en heeft betrekking op de dimensies arbeidsbeperking/chronisch ziekte, gender, leeftijd, seksuele oriëntatie/LHBTI+ of etnische, culturele en religieuze achtergrond.

De Stichting van de Arbeid heeft vier concrete doelstellingen geformuleerd:

1. bewustzijn bevorderen ten behoeve van diversiteitsbeleid en inclusieve bedrijfsvoering in arbeidsorganisaties;
2. kennis en ervaring bundelen en uitwisselen;
3. adviezen geven aan arbeidsorganisaties;
4. netwerken verknopen.

Diversiteit in Bedrijf bestaat uit een Charter Diversiteit en een Kennisplatform. Dit rapport heeft betrekking op de monitoring van het Charter.

Op 31 december 2019 hebben 205 bedrijven het Charter Diversiteit getekend. Hiermee tonen zij de ambitie om zich actief in te zetten voor meer diversiteit en inclusie in hun organisatie. Bedrijven die het Charter hebben ondertekend, dienen binnen zes maanden na ondertekening een plan van aanpak in en stellen daarin hun eigen doelen en strategieën vast. Jaarlijks dienen de Charterondertekenaars een voortgangsrapportage in bij *Diversiteit in Bedrijf*. Hiermee kan *Diversiteit in Bedrijf* monitoren in hoeverre bedrijven hun plan van aanpak in de praktijk brengen en welke resultaten worden geboekt. Voor de voortgangsrapportage over het jaar 2018 is voor het eerst gebruikgemaakt van een online enquête.

1.2 Methode en respondenten

Deze monitor richt zich op de 85 bedrijven die vóór 1 augustus 2018 het Charter Diversiteit hadden ondertekend en ook een plan van aanpak hadden ingediend. De bedrijven hadden op het moment van uitzetten van de enquête (mei 2019) minimaal zes maanden gehad om het plan van aanpak in praktijk te brengen. Van elk bedrijf is een contactpersoon uitgenodigd om de online enquête in te vullen. Deze enquête bestond uit een combinatie van gesloten en open vragen. In de vragenlijst is voortgebouwd op de items die in de schriftelijke voortgangsrapportages werden gebruikt (vóór 2018) en een vragenlijst die in Europees verband wordt gebruikt voor de monitoring van de Europese Charters (Diversity Questionnaire). Op basis van zelfrapportage geven de Charterbedrijven aan welke activiteiten zijn uitgevoerd en welke resultaten daarmee behaald zijn. Uiteindelijk hebben 79 van de 85 bedrijven de vragenlijst ingevuld. Vier van deze bedrijven hebben de vragenlijst slechts gedeeltelijk ingevuld. In tabel 1.1 is de verdeling in sector, aard en omvang weergegeven van de bedrijven die de enquête hebben ingevuld.

Tabel 1.1 Aantal Charterondertekenaars dat de enquête heeft ingevuld naar sector en aard (N=79)

Aantal ondertekenaars		Aantal ondertekenaars	
Sector*	Aard		
Private organisaties (n=34) (43%)			
Bouwnijverheid	1	Onderwijs*	0
Detailhandel	1	Onderzoek en advies*	1
Energiebedrijven	2	Pers en media*	0
Financiële dienstverlening*	6	Procesindustrie	4
Horeca, catering en verblijfsrecreatie	3	Schoonmaak	1
Informatie en communicatie	3	Uitzendarbeid	6
Land- en tuinbouw	0	Vervoer en opslag*	2
Metalektro en metaalbewerking	1	Zorg*	3
(Semi)publieke organisaties (n=42) (53%)			
Cultuur	0	Vervoer en opslag*	1
Financiële dienstverlening*	1	Welzijn, jeugd en kinderopvang	2
Onderwijs*	5	Zorg*	3
Onderzoek en advies*	2	Overheid	28
Pers en media*	0		
Branche- en belangenorganisaties (n=3) (4%)			
Belangenorganisaties	3		
Brancheorganisaties**	0		

* Charterondertekenaars in deze sectoren kunnen naar aard privaat dan wel (semi)publiek zijn.

** Voor de brancheorganisaties onder de Charterondertekenaars wordt een afwijkende rapportageprocedure gevolgd; zij maken dan ook geen deel uit van dit onderzoek.

Bron: database *Diversiteit in Bedrijf*, december 2019

Tabel 1.2 Aantal Charterondertekenaars dat de enquête heeft ingevuld naar omvang (N=79)

Omvang	Aantal ondertekenaars (percentage)
Groot (>250)	60 (76%)
Midden (50 - 250)	8 (10%)
Klein (<50)	11 (14%)
Totaal	79 (100%)

Bron: database *Diversiteit in Bedrijf*, december 2019

1.3 Leeswijzer

In het tweede hoofdstuk geven we een overzicht van het aantal en de kenmerken van de 205 organisaties die het Charter hebben ondertekend per 31 december 2019. In het derde hoofdstuk bespreken we de resultaten van de enquête. Hierin wordt gerapporteerd over het jaar 2018. We bespreken de dimensies van diversiteit waar de bedrijven zich op focussen en welke doelstellingen zij voor zichzelf hebben geformuleerd. Vervolgens brengen we de activiteiten in kaart die zijn uitgevoerd om deze doelen te bereiken en hoe de uitvoering hiervan verliep. Ook gaan we in op hoe bedrijven de voortgang hebben gemonitord en hoe ze de gemeten voortgang en opbrengsten hebben beoordeeld. Ten slotte gaan we nog in op de ondersteuning vanuit Diversiteit in Bedrijf. We laten zien welke vormen van ondersteuning al worden gebruikt, hoe deze worden ervaren en waaraan nog behoefte is.



Ondertekenaars en plannen van aanpak

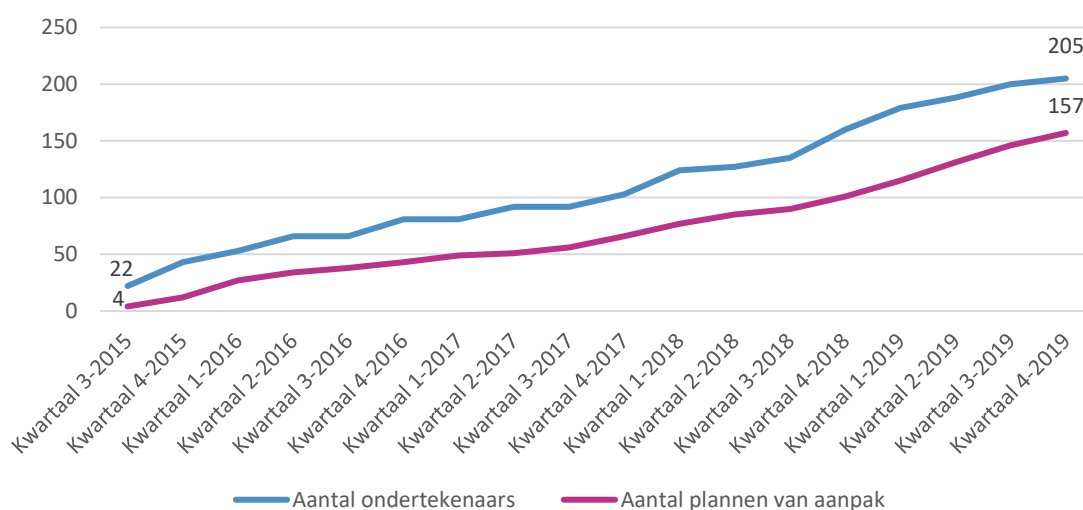
2

2 Ondertekenaars en plannen van aanpak

2.1 De ondertekenaars en plannen van aanpak

Op 31 december 2019 hebben 205 bedrijven en organisaties het Charter Diversiteit ondertekend en hebben 157 van hen een plan van aanpak ingediend bij Diversiteit in Bedrijf. De blauwe lijn in figuur 2.1 laat de groei in het aantal Charterondertekenaars zien sinds het project is opgezet in 2015. De paarse lijn laat de groei zien in het aantal plannen van aanpak. Het aantal ondertekenaars groeit gestaag en de groei is de laatste twee jaren groter dan daarvoor. Het jaar 2018 was een relatief goed jaar met 45 nieuwe ondertekenaars.

Tabel 2.1 Aantal Charterondertekenaars en plannen van aanpak per kwartaal



Bron: database *Diversiteit in Bedrijf*, december 2019

2.2 Kenmerken ondertekenaars

De verdeling naar sector, aard en omvang van de 205 Charterondertekenaars is weergegeven in tabel 2.2. De verdeling komt redelijk overeen met de verdeling naar aard onder de 79 bedrijven die de enquête 2018 hebben ingevuld, zie tabel 1.1. Ongeveer de helft van de organisaties bestaat uit (semi)publieke organisaties, 40 procent uit private organisaties en 11 procent uit branche- en belangenorganisaties. Deze laatste categorie is wat ondervertegenwoordigd in dit onderzoek. De reden daarvan is dat er met brancheorganisaties andere afspraken zijn gemaakt over de voortgangsrapportage, waardoor zij buiten dit onderzoek vallen. Ook qua omvang zijn de rapporterende bedrijven aardig representatief voor het totaal met vooral grote organisaties en ongeveer evenveel middelgrote als kleine organisaties.

Tabel 2.2 Aantal Charterondertekenaars per 31 december 2019 naar sector en aard (N=205)

Aantal ondertekenaars per 31 december 2019 naar sector en aard (n=205)			
	Aantal ondertekenaars		Aantal ondertekenaars
Sector	Aard		
Private organisaties (n=82) (40%)			
Bouwnijverheid	11 (13%)	Onderwijs*	1 (%)
Detailhandel	4 (5%)	Onderzoek en advies*	1 (%)
Energiebedrijven	3 (%)	Pers en media*	2 (%)
Financiële dienstverlening*	9 (%)	Procesindustrie	11 (%)
Horeca, catering en verblijfsrecreatie	4 (%)	Schoonmaak	3 (%)
Informatie en communicatie	9 (%)	Uitzendarbeid	9 (%)
Land- en tuinbouw	0 (%)	Vervoer en opslag*	10 (%)
Metalektro en metaalbewerking	2 (%)	Zorg*	3 (%)
(Semi)publieke organisaties (n=100) (49%)			
Cultuur	2 (2%)	Vervoer en opslag*	4 (%)
Financiële dienstverlening*	2 (2%)	Welzijn, jeugd en kinderop- vang	4 (%)
Onderwijs*	10 (10%)	Zorg*	10 (10%)
Onderzoek en advies*	3 (3%)	Overheid***	57 (57%)
Pers en media*	8 (8%)		
Branche- en belangenorganisaties (n=23) (11%)			
Brancheorganisaties**	12 (52%)		
Belangenorganisaties	11 (48%)		

* Charterondertekenaars in deze sectoren kunnen naar aard privaat dan wel (semi)publiek zijn.

** Voor de brancheorganisaties onder de Charterondertekenaars wordt een afwijkende rapportageprocedure gevolgd; zij maken dan ook geen deel uit van dit onderzoek.

*** De organisaties die hieronder vallen zijn brandweer (5), gemeenten (25), provincies (1), ministeries (12) en overige (14).

Bron: database *Diversiteit in Bedrijf*, december 2019

Tabel 2.3 Aantal Charterondertekenaars per 31 december 2019 naar omvang (N=205)

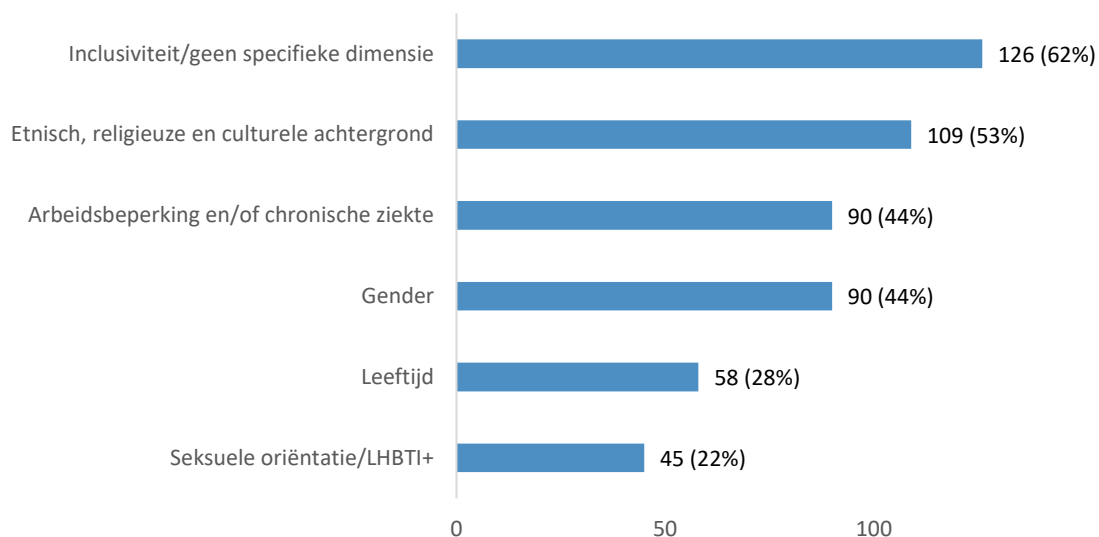
Omvang	Aantal ondertekenaars (percentage)
Groot (>250)	140 (68%)
Midden (50 - 250)	34 (17%)
Klein (<50)	31 (15%)
Totaal	205 (100%)

Bron: database *Diversiteit in Bedrijf*, december 2019

2.3 Dimensies van diversiteit

De Charterondertekenaars hebben aangegeven op welke dimensie van diversiteit zij zich richten, zoals weergegeven in figuur 2.4. De meeste gekozen dimensie is inclusiviteit in het algemeen. Van de 126 bedrijven die kiezen voor inclusiviteit in het algemeen kiest een deel (81 organisaties, 64%) ook andere specifieke dimensies. Dit deel heeft dus wel een specifieke focus in hun diversiteitsbeleid. Wellicht zien zij inclusie in het algemeen als inhoudelijk thema waar zij zich op richten. Verder zijn etnische, religieuze en culturele achtergrond; arbeidsbeperking en/of chronische ziekte; en gender veel gekozen dimensies. Leeftijd en seksuele oriëntatie/LHBTI+ zijn bij minder bedrijven de focus van het beleid.

Figuur 2.4 Dimensie waar Charterondertekenaars hun diversiteitsbeleid op richten (N=205)



Noot: Bedrijven kunnen hun diversiteitsbeleid op meerdere dimensies richten.

Bron: database *Diversiteit in Bedrijf*, december 2019



REGIOPLAN
BELEIDSONDERZOEK

Monitoring voortgang 2018

3

3 Monitoring voortgang 2018

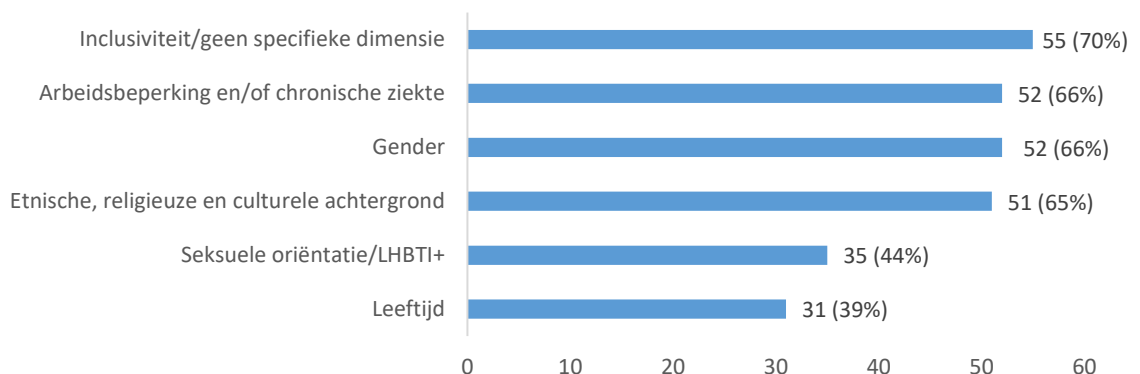
3.1 Accenten binnen het diversiteitbeleid

In hun diversiteitsbeleid richtten de meeste bedrijven zich in 2018 op diversiteit en inclusie in het algemeen, werknemers met een arbeidsbeperking/chronische ziekte, vrouwen of etnische minderheden. De focus is meestal niet verschoven ten opzichte van 2017. Was er wel een verschuiving, dan kwam dat vaak doordat bedrijven hun focus verbreden met een extra dimensie.

Dimensies van diversiteit

In hun plan van aanpak hebben de Charterondertekenaars aangegeven op welke dimensie(s) van diversiteit ze zich in 2018 willen richten. Er zijn 63 bedrijven (80%) die zich in 2018 richten op meerdere dimensies van diversiteit. In figuur 3.1 is per dimensie weergegeven hoe vaak deze in de rapportages over 2018 door de bedrijven als belangrijke focus is genoemd. Inclusiviteit in het algemeen, zonder specifieke dimensie, wordt het meest genoemd. Ook richten veel bedrijven zich specifiek op diversiteit op het gebied van en arbeidsbeperkingen/chronische ziekte; gender en etnische, religieuze en culturele achtergrond. Seksuele oriëntatie en leeftijd zijn minder vaak de focus van diversiteitsbeleid. Opvallend is dat als we de dimensies die de rapporterende bedrijven hebben opgegeven vergelijken met de dimensies die door alle Charterondertekenaars zijn opgegeven (zie figuur 2.3), alle dimensies door de eerste groep vaker zijn genoemd. De rapporterende bedrijven zijn dus sterk geneigd om in de vragenlijst een veelheid aan dimensies als focus te benoemen. Verder is er onder deze groep naar verhouding meer aandacht voor de dimensies gender en arbeidsbeperking en/of chronische ziekte.

Figuur 3.1 Dimensies waar de rapporterende bedrijven in 2018 hun beleid op richten (N=79)



Noot: Bedrijven kunnen hun diversiteitsbeleid op meerdere dimensies richten.

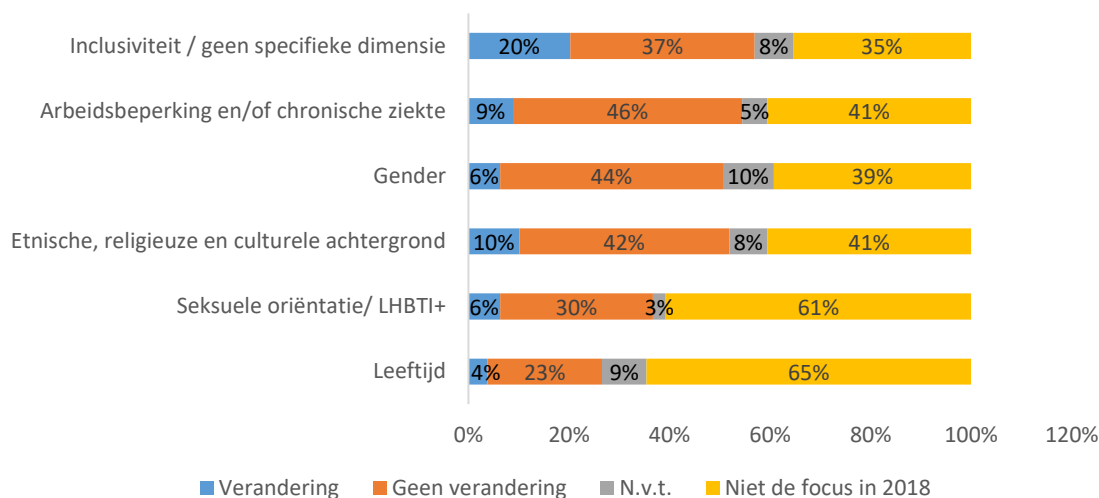
Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Veranderingen in dimensies

In de enquête is Charterondertekenaars gevraagd aan te geven in hoeverre zij in 2018 ten opzichte van 2017 andere dimensies hebben gekozen. In figuur 3.2 is te zien dat slechts bij een klein deel van de rapporterende bedrijven in 2018 sprake is van een verandering in focus. Voor de meeste bedrijven geldt dat zij zich in 2017 ook al op deze dimensie richtten en er dus geen verandering plaatsvond. Voor de dimensie inclusie in het algemeen is de meeste verandering zichtbaar.

De bedrijven is ook gevraagd naar de reden van een eventuele verschuiving. Meerdere bedrijven verschuiven het accent in het diversiteitsbeleid in 2018 naar meer of andere dimensies, omdat er meer geld en tijd is vrijgekomen en/of er meer aandacht of draagvlak was ontstaan voor diversiteitsbeleid of dat andere doelstellingen al gehaald zijn.

Figuur 3.2 Verandering in de dimensies van diversiteit t.o.v. 2017 (N=79)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

3.2 Doelstellingen

De doelstellingen van bedrijven voor 2018 zijn voornamelijk gericht op de instroom en doorstroom van diversiteitsgroepen. Tevens zetten veel bedrijven zich in om bewustwording en draagvlak te bevorderen en voor het aanpassen van hun personeelsbeleid. Bedrijven die hun doelstellingen niet hebben behaald in 2018 geven vaak aan dat het behalen van de doelen meer tijd nodig heeft en dat ze diversiteitsbeleid als een continu proces zien.

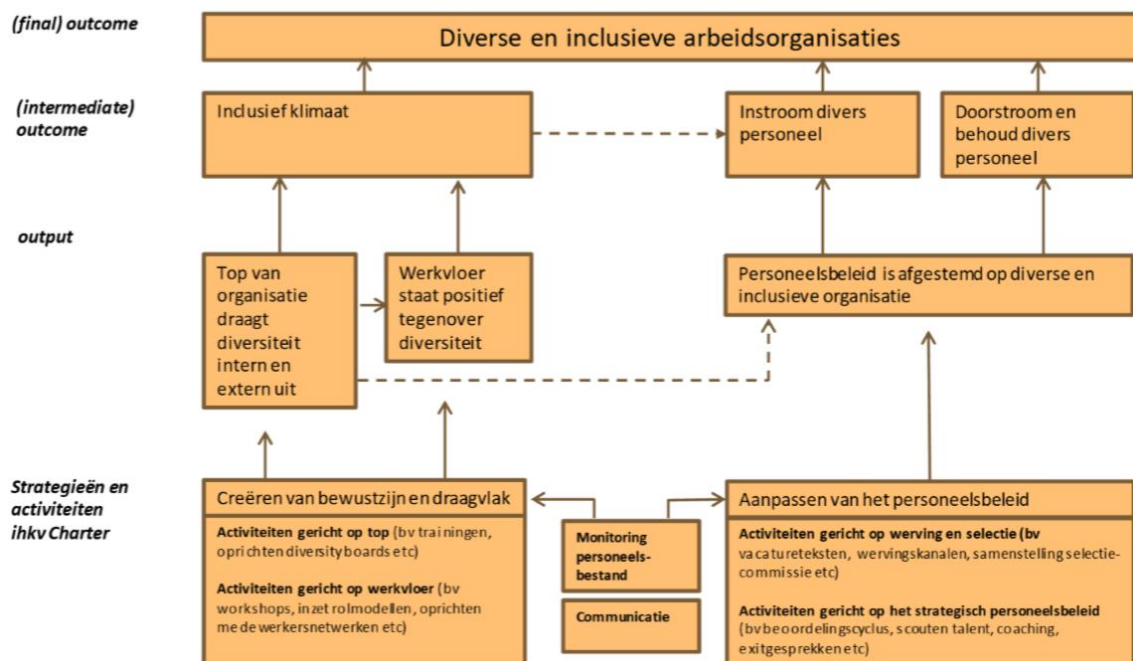
Indeling doelstellingen

In het plan van aanpak formuleren de ondertekenaars van het Charter welke doelstellingen hun bedrijf nastreeft. In de enquête is hen gevraagd om in hun eigen woorden hun doelstellingen voor 2018 te formuleren. Twee dingen vielen op aan de antwoorden:

- Het verschil in de mate van concreetheid van de doelstellingen is groot. Dit varieerde van concrete streefcijfers voor bepaalde diversiteitsgroepen tot antwoorden zoals 'Meer diversiteit in personeelsbestand'. Sommige antwoorden (40 antwoorden; 15%) waren te algemeen of onduidelijk om in te delen.
- Hoewel specifiek gevraagd is naar de doelstellingen voor 2018, bestaat de indruk dat sommige bedrijven bij deze vraag (ook) de algemene/langeretermijndoelstellingen hebben opgenomen, of de strategieën en activiteiten waarmee ze hun doelstellingen willen bereiken. Om deze aspecten niet door elkaar te laten lopen, gebruiken we de beleidstheorie die in een eerder rapport over het Charter Diversiteit¹ is opgesteld (zie figuur 3.3). Deze theorie maakt duidelijk onderscheid tussen de strategieën en bijbehorende activiteiten en de beoogde output. De output leidt tot de intermediate outcome, die uiteindelijk weer leidt tot de final outcome. Hoewel de doelstellingen gaan over de outcome, geven de rapporterende bedrijven ook antwoorden die slaan op de strategieën en output.

¹ Witkamp, Klaver, Timmerman (2018). *Het Charter Diversiteit. Ervaringen en resultaten uit de praktijk*. Amsterdam: RegioPlan.

Figuur 3.3 Algemene beleidstheorie van de Charterorganisaties

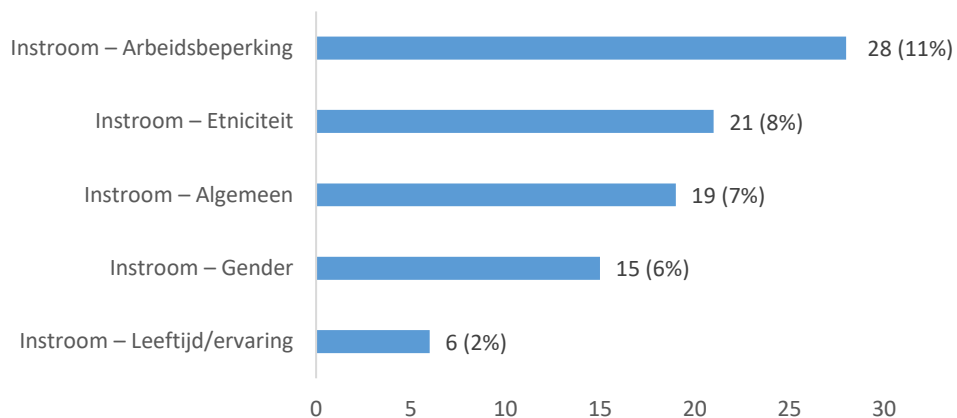


Bron: Witkamp, Klaver, Timmerman (2018). *Het Charter Diversiteit. Ervaringen en resultaten uit de praktijk*. Amsterdam: Regio-plan.

We hebben alle antwoorden gecodeerd in categorieën die veel terugkwamen. Omdat deze categorieën zijn gebaseerd op de antwoorden van de rapporterende bedrijven (en dus niet op de indeling van de beleidstheorie in figuur 3.3), heeft een aantal eerder betrekking op strategieën dan op doelstellingen. We bespreken de antwoorden per categorie, op volgorde van meest genoemd naar minst genoemd:

- **Instroom.** De meeste doelstellingen waren gericht op het diverser maken van het personeelsbestand door instroom van diversiteitsgroepen (zie figuur 3.4). Dit is volgens de beleidstheorie een intermediate outcome. De meeste aandacht gaat uit naar instroom van mensen met een arbeidsbeperking/afstand tot de arbeidsmarkt. Er wordt in dit verband vaak verwezen naar de banenafpraak. Dit is in overeenstemming met het feit dat veel bedrijven (52 bedrijven, 66%) op arbeidsbeperking/chronische ziekte als dimensie van diversiteit focussen. Daarnaast kwamen gender en etniciteit en het vergroten van de diversiteit in het algemeen vaak terug bij de instroomdoelstellingen. Er was ook aandacht voor het laten instromen van starters enerzijds en oudere werknemers anderzijds.

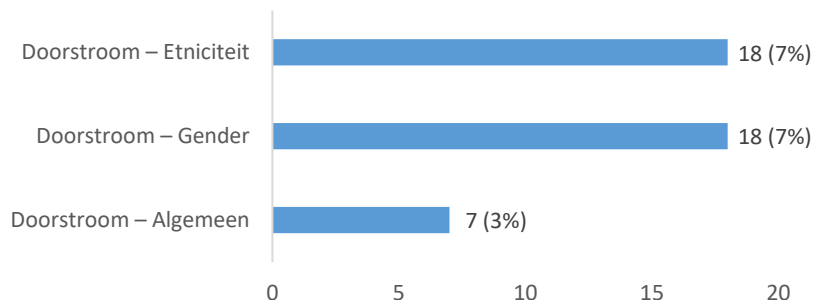
Figuur 3.4 Instroom doelstellingen, gecategoriseerd (N=77*)



* 77 respondenten hebben ten minste één doelstelling ingevuld; er was ruimte voor maximaal tien doelstellingen.
 Noot. De percentages geven aan hoe groot het aandeel is van de categorie ten opzichte van het totaal aantal gecategoriseerde antwoorden (264).
 Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

- **Doorstroom.** Er zijn ook veel doelstellingen gericht op doorstroom van diversiteitsgroepen naar hogere functies of bestuur/management (zie figuur 3.5). Ook dit is volgens de beleidstheorie een intermediate outcome. Bij doorstroom lag de focus vooral op etniciteit en gender (waaronder ook het streven van een enkel bedrijf om het aandeel *mannen* in de top te verhogen) en in mindere mate doorstroom van de diversiteitsgroepen in het algemeen.

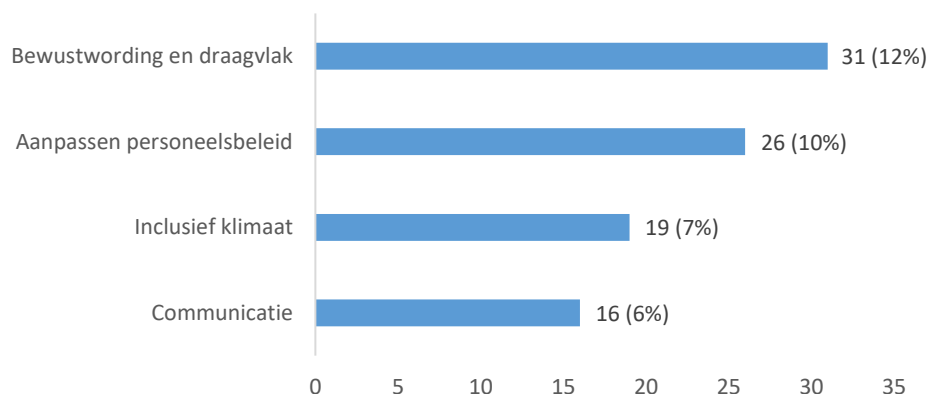
Figuur 3.5 Doorstroom doelstellingen, gecategoriseerd (N=77*)



* 77 respondenten hebben ten minste één doelstelling ingevuld; er was ruimte voor maximaal tien doelstellingen.
 Noot. De percentages geven aan hoe groot het aandeel is van de categorie ten opzichte van het totaal aantal gecategoriseerde antwoorden (264).
 Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

- **Bewustwording en draagvlak.** Hoewel het creëren van bewustwording en draagvlak een strategie is, wordt deze vaak genoemd als doelstelling (zie figuur 3.6). Dit gebeurde vaak door middel van trainingen, bijvoorbeeld gericht op het versterken van interculturele competenties of het bewust worden van vooroordelen.
- **Aanpassen personeelsbeleid.** Ook deze strategie wordt door veel bedrijven genoemd als doel (zie figuur 3.6). Dit is zowel gericht op medewerkers (bijvoorbeeld mentorschap of een vast aanspreekpunt voor vragen over diversiteit) als op potentiële medewerkers (bijvoorbeeld aanpassen vacatureteksten en wervingskanalen).
- **Inclusief klimaat.** Dit is volgens de beleidstheorie een intermediate outcome (zie figuur 3.6). Een aantal bedrijven zet bijvoorbeeld in op inclusief leiderschap om dit te bereiken.
- **Communicatie.** Dit is wederom een strategie; deze heeft betrekking op het communiceren over diversiteit en inclusie naar medewerkers en de buitenwereld (zie figuur 3.6).

Figuur 3.6 Doelstellingen die vallen onder bewustwording en draagvlak, aanpassen personeelsbeleid, inclusieve organisatie of communicatie (N=77*)

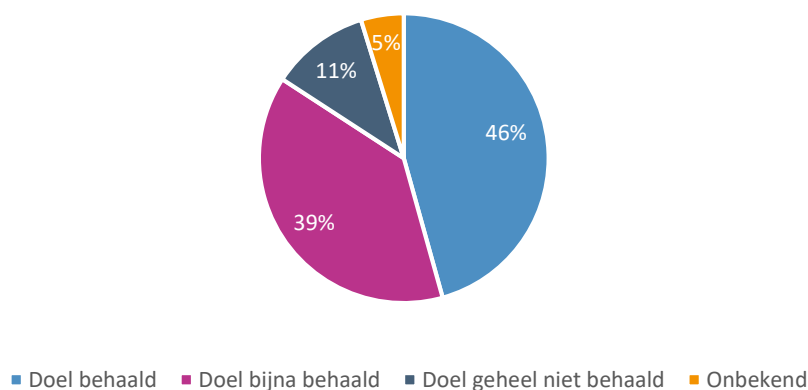


* 77 respondenten hebben ten minste één doelstelling ingevuld; er was ruimte voor maximaal tien doelstellingen.
 Noot. De percentages geven aan hoe groot het aandeel is van de categorie ten opzichte van het totaal aantal gecategoriseerde antwoorden (264).
 Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Behalen doelen

Bij de meeste doelstellingen geven bedrijven aan dat die geheel (46%) of bijna behaald (39%) zijn, zoals weergegeven in figuur 3.7. Een relatief klein deel is geheel niet behaald (11%). Voor een deel van de doelstellingen is niet bekend of die zijn behaald (5%).

Figuur 3.7 Mate waarin doelstellingen volgens bedrijven zijn behaald (N=77*)



* 77 respondenten hebben ten minste één doelstelling ingevuld; er was ruimte voor maximaal tien doelstellingen.
 Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Bedrijven die doelstellingen niet behaald hebben, is gevraagd waar dit volgens hen aan lag. Daarvoor gaven zij (N=53) de volgende redenen aan.

- De meeste bedrijven (26%) geven aan dat ze **nog werken** aan het realiseren van hun doelstellingen.
- Ook noemen verschillende bedrijven (19%) dat de doelstellingen nooit helemaal behaald zijn, omdat het werken aan diversiteit en inclusie een **continu proces** is. Bijvoorbeeld: zodra extra instroom gerealiseerd is, moeten bedrijven ervoor zorgen dat de nieuwe medewerkers niet weer uitstromen.
- Er zijn ook bedrijven (13%) die de doelstellingen niet hebben behaald vanwege omstandigheden binnen het bedrijf zoals **reorganisatie**, het krijgen van een nieuwe directeur of verandering van de organisatiecultuur.
- Sommige bedrijven (11%) geven aan **geen cijfermatig bewijs** te hebben, waarmee ze kunnen aantonen dat doelstellingen zijn behaald. Dit kan bijvoorbeeld komen doordat ze de etniciteit van medewerkers niet willen of mogen registreren.

- Tevens geven bedrijven (11%) aan dat **werkgevers en werknemers elkaar niet kunnen vinden**. Werkgevers hebben niet de juiste posities beschikbaar of kunnen niet de juiste kandidaten uit de diversiteitsgroepen vinden.
- Ook benoemen bedrijven (8%) **uitstroom** van werknemers uit diversiteitsgroepen als een probleem.
- Binnen sommige bedrijven (6%) bestaat een **gebrek aan bewustwording of draagvlak**, waardoor zij onder medewerkers op weerstand stuiten bij het in praktijk willen brengen van het diversiteitsbeleid.

3.3 Activiteiten

De meeste bedrijven passen meerdere strategieën toe om hun diversiteitsbeleid in de praktijk te brengen. Onder de strategie 'bevorderen van draagvlak en bewustwording' zijn het investeren in/ondersteunen van medewerkersnetwerken en het organiseren van workshops voor management en het overige personeel de activiteiten die het meest zijn uitgevoerd. Voor de strategie 'aanpassen van het personeelsbeleid' zijn dat het aanboren van nieuwe wervingskanalen, het aanpassen van vacatureteksten en het aanstellen van een vast aanspreekpunt/vertrouwenspersoon voor vragen over diversiteit. Ten slotte zetten bedrijven in op communicatie; intern het meest via intranet en bijeenkomsten en extern het meest via sociale media, de website en jaarverslagen.

Diversiteit in Bedrijf onderscheidt drie soorten strategieën om diversiteit en inclusie te bewerkstelligen:

- bevorderen van draagvlak en bewustwording;
- aanpassen van het personeelsbeleid;
- inzetten van communicatie.

Elke strategie kan uit verschillende concrete acties bestaan. In deze paragraaf bespreken we per strategie de bijbehorende acties die zijn uitgevoerd in 2018.

Bevorderen van draagvlak en bewustwording

Er zijn 73 bedrijven die in 2018 ten minste één actie ondernamen om draagvlak en bewustwording te bevorderen, zie tabel 3.8. De meest voorkomende actie is het investeren in/ondersteunen van medewerkersnetwerken. Ook organiseren veel bedrijven workshops of lezingen om onbewuste vooroordelen weg te nemen en/of diversiteit en inclusie te bevorderen, voor zowel personeel als management en in mindere mate ook de directie. De bedrijven konden naast de vaste categorieën ook andere activiteiten noemen. Als andere activiteiten worden veelal specifieke trainingen of evenementen genoemd, zoals een training interculturele vaardigheden of een mentorprogramma voor multicultureel talent. Daarnaast zijn de volgende activiteiten genoemd: het oprichten van medewerkersnetwerken, het meewerken aan wetenschappelijk onderzoek en het inspireren van/communiceren met andere bedrijven.

Tabel 3.8 Uitgevoerde activiteiten ter bevordering van draagvlak en bewustwording (N=76)

Activiteit	Aantal uitvoerders (percentage)
Investeren in/ondersteunen van medewerkersnetwerken	49 (64%)
Workshops of lezingen over onbewuste vooroordelen en/of diversiteit en inclusie voor overig personeel	46 (61%)
Workshops of lezingen over onbewuste vooroordelen en/of diversiteit en inclusie voor management algemeen	44 (58%)
Investeren in/ondersteunen van diversity boards of werkgroepen	37 (49%)
Aanstellen van ambassadeurs en/of rolmodellen	37 (49%)
Workshops of lezingen over onbewuste vooroordelen en/of diversiteit en inclusie voor bestuur en/of directie	32 (42%)
Andere activiteiten	36 (47%)
Ten minste één activiteit genoemd	73 (96%)

Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Aanpassen van het personeelsbeleid

Er zijn 74 bedrijven die in 2018 ten minste één activiteit uitvoerden om het personeelsbeleid aan te passen, zoals te zien is in tabel 3.9. De focus lag voornamelijk op werving en selectie. Activiteiten als het aanboren van nieuwe wervingskanalen, het aanpassen van vacatureteksten en selectieprocedures en het instellen van streefcijfers zijn dan ook het meest uitgevoerd. Tevens heeft de meerderheid van de bedrijven een aanspreekpunt ingericht of vertrouwenspersoon aangesteld, zodat medewerkers ergens terecht kunnen met vragen over diversiteit. Als respondenten meldden specifieke voorzieningen te creëren, konden ze ook aangeven welke. Voorbeelden van voorzieningen zijn speciale verlofdagen voor mantelzorgers en praktische aspecten zoals het rolstoelvriendelijk maken van het gebouw en het beschikbaar maken van halal voedsel en stilleruimtes om te bidden of te kolven. Verder werden nog enkele andere activiteiten genoemd, waaronder vormen van scholing en aandacht voor diversiteit in protocollen en de cao.

Tabel 3.9 Uitgevoerde activiteiten ter aanpassing van het personeelsbeleid (N=76)

Activiteit	Aantal uitvoerders (percentage)
Aanboren van nieuwe wervingskanalen	56 (74%)
Aanpassen van vacatureteksten	52 (68%)
Een vast aanspreekpunt voor vragen over diversiteit of een vertrouwenspersoon	46 (61%)
Aanpassen van selectieprocedures	42 (55%)
Formuleren van streefcijfers	41 (54%)
Divers samenstellen van selectiecommissies	36 (47%)
Aandacht voor diversiteit en inclusie bij talentmanagement	35 (46%)
Aanbieden van coaching en mentorschap	35 (46%)
Organiseren van trainingen voor recruiters en selecteurs	34 (45%)
Aandacht voor diversiteit en inclusie in leiderschapstrajecten	33 (43%)
Aandacht voor diversiteit en inclusie in de beoordelingscyclus	18 (24%)
Andere activiteiten	15 (20%)
Creëren van specifieke voorzieningen	12 (16%)
Ten minste één activiteit genoemd	74 (97%)

Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Communicatie

In tabel 3.10 is per communicatiekanaal weergegeven hoeveel bedrijven dit gebruiken voor communicatie over diversiteit en inclusie. In 2018 zette 93 procent van de bedrijven hiervoor interne communicatiekanalen in en 84 procent van de bedrijven externe communicatiekanalen. De meest voorkomende interne communicatiekanalen zijn intranet en interne bijeenkomsten. Daarnaast worden enkele andere interne kanalen genoemd, waaronder (bestuurs)vergaderingen, interne jaar-/kwartaalverslagen, bijeenkomsten (personeelsbijeenkomst, Diversity Debat) en informelere kanalen als een app of werknemersblad.

Externe communicatie vindt vooral plaats via sociale media, jaarverslagen en de website. Andere externe activiteiten waren vooral evenementen (bv. Inhouse dag, Diversiteitsdag of Diversiteitsevenement), samenwerkingsverbanden met andere partijen en bijdragen aan krantenartikelen.

Tabel 3.10 Uitgevoerde activiteiten ter behoeve van communicatie (N=76)

Activiteit	Aantal uitvoerders (percentage)
<i>Intern</i>	
Intranet	50 (66%)
Interne bijeenkomst	48 (63%)
Interne nieuwsbrief	28 (37%)
Andere activiteiten	22 (29%)
Totaal: ten minste één activiteit genoemd	71 (93%)
<i>Extern</i>	
Sociale media	41 (54%)
Jaarverslag	39 (51%)
Website	38 (50%)
Nieuwsbrief	12 (16%)
Campagnes	12 (16%)
Andere activiteiten	27 (36%)
Ten minste één activiteit genoemd	64 (84%)

Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

3.4 Succesvolle activiteiten

Bevorderen van draagvlak en bewustwording blijkt de strategie waarbij de meeste activiteiten in 2018 met succes zijn uitgevoerd met name het organiseren van trainingen (bv. trainingen over unconscious bias of female leadership) en evenementen (bv. een levende bibliotheek of een Diversity Award) waren. Op het gebied van het aanpassen van het personeelsbeleid is vooral het aanpassen van de werving- en selectiestrategieën (bv. meet-and-greets met vluchtelingen of het herinrichten van het werving- en selectieproces) succesvol gebleken. Ten slotte was op het gebied van communicatie vooral het oprichten van samenwerkingsverbanden een succes.

Meest succesvolle activiteiten

De bedrijven is gevraagd welke drie activiteiten het meest succesvol zijn geweest. In tabel 3.11 zijn de succesvolle activiteiten per strategie weergegeven. De meeste succesvolle activiteiten bevorderen draagvlak en bewustwording. Ook op het gebied van het aanpassen van het personeelsbeleid zijn veel activiteiten geslaagd. Hiervan is een groot deel gericht op het aanpassen van de werving- en selectiestrategie. Deze categorie is vrij breed, enerzijds omdat de precieze activiteit soms weinig geëxpliciteerd werd, anderzijds omdat het soms ging om een combinatie van verschillende activiteiten. Ten slotte zijn er ook een aantal succesvolle activiteiten ingezet op het gebied van communicatie. We bespreken de succesvolle activiteiten per strategie.

Tabel 3.11 Meest succesvolle activiteiten per strategie (N=71*)

Doel	Aantal keer genoemd
<i>Bevorderen draagvlak en bewustwording</i>	
Trainingen organiseren	23 (15%)
Evenementen organiseren	20 (13%)
De dialoog openen	9 (6%)
Aanstellen van ambassadeurs	6 (4%)
Medewerkersnetwerken opzetten/versterken	4 (3%)
Andere activiteiten	9 (6%)
<i>Aanpassen personeelsbeleid</i>	
Werving- en selectiestrategie aanpassen	42 (27%)
Beleid vaststellen	5 (3%)
Andere activiteiten	15 (10%)
<i>Communicatie</i>	
Samenwerkingsverband	10 (7%)
Monitoring en onderzoek	6 (4%)
Andere activiteiten	4 (3%)

* Respondenten werden gevraagd naar de drie meest geslaagde activiteiten. Sommigen noemden minder dan drie activiteiten en een enkeling noemde meer. Doordat men meerdere antwoorden kon opgeven, tellen de aantallen niet op tot 71.

Noot. De percentages geven aan hoe groot het aandeel is van de categorie ten opzichte van het totaal aantal gecategoriseerde antwoorden.

Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Bewustwording en draagvlak

Een groot deel van de succesvolle activiteiten (71) is gericht op het bevorderen van bewustwording en draagvlak, zowel intern als extern. De meest genoemde activiteiten waren trainingen (23 activiteiten). Voorbeelden hiervan zijn trainingen in ‘unconscious bias’, ‘female leadership’ en ‘diversiteitsworkshops voor nieuwe medewerkers’. Ook evenementen zijn populair (20 activiteiten). Zo organiseerde een bedrijf een ‘levende bibliotheek’, waarbij men mensen kan lenen als boeken in de bibliotheek en door met hen in gesprek te gaan hun verhaal kan ontdekken. Daarnaast reikten meerdere bedrijven een diversiteitsprijs uit, zoals deze respondent omschrijft:

“Uitreiking van de eerste (interne) Diversity Award voor het team dat een impactvolle bijdrage heeft geleverd aan diversiteit en inclusie binnen [naam bedrijf]”.

Ook geven veel bedrijven aan dat ze de discussie over diversiteit zijn aangegaan en zo de dialoog op de werkvloer hebben geopend (9 activiteiten). Een respondent geeft hiervan een mooi voorbeeld:

“Over-de-streepsessie; medewerkers en managers kregen dilemma's voorgeschoteld over diversiteit. Ze moesten stelling nemen aan een kant van de streep om aan te geven of ze het eens/on-eens waren met de stelling. Daarop volgde het gesprek waarom, hetgeen ertoe leidde dat mensen anders gingen staan. Het gesprek aan de hand van concrete situaties bleek goed te werken”.

Daarnaast meldt een aantal bedrijven ambassadeurs te hebben aangesteld (6 activiteiten) of netwerken onder medewerkers te hebben opgericht (4 activiteiten).

Aanpassen personeelsbeleid

Andere thema's die terugkomen vallen onder het aanpassen van het personeelsbeleid (62 activiteiten). Zo hebben veel bedrijven succesvolle activiteiten uitgevoerd gericht op het werven en selecteren van meer diverse werknemers (42 activiteiten). Er werd vaak gesproken over het inzetten van nieuwe methoden om de afstand tussen werknemers en diverse werkgevers te overbruggen, zoals een pilot anoniem solliciteren, het aanpassen van de eisen voor een traineeprogramma of het aanstellen van diversity recruiters. Een respondent noemde bijvoorbeeld:

“Meet-and-greets organiseren in samenwerking met de Refugee Talent Hub om het aannemen van vluchtelingtalenten te bevorderen”.

Andere bedrijven hadden zelfs de hele werving- en selectieprocedure op de schop genomen:

“Er zijn vorig jaar twee succesvolle pilots afgerond (...). Tijdens de pilots zijn alle werving- en selectiestappen van vacaturevraag, functieprofiel en vacaturetekst, inzet inclusieve wervingsmiddelen en kanalen, inclusieve selectiecriteria en het samenstellen van een inclusieve sollicitatiecommissie tot aanname en evaluatie met de bril van inclusie doorgenomen (...).”

Daarnaast zijn er bedrijven die speciale mentorprogramma's hebben opgezet voor potentiële medewerkers uit hun doelgroepen:

“Mentorprogramma in samenwerking met Emma at Work: heeft bijgedragen aan awareness bij medewerkers en managers ten aanzien van de doelgroep met een beperking. Daarnaast heeft het deelnemers van het programma verder geholpen in hun zoektocht naar een baan. Verder is er een kandidaat ingestroomd vanuit het programma op een werkplek”.

Een aantal bedrijven geeft aan hun diversiteitsbeleid vast/bij te stellen (5 activiteiten). Onder de andere genoemde succesvolle activiteiten (15 activiteiten) op het gebied van het personeelsbeleid vallen onder andere maatwerktrajecten, bijvoorbeeld gericht op het behoud van werk:

“De begeleiding van een langdurig zieke medewerker met een arbeidsbeperking/chronische ziekte door actief contact, gerichte interventies, aangepast werk en het wegnemen van druk door de inzet van vervanging. Deze aanpak heeft geleid tot duurzaam herstel”.

Ook zijn er meer algemene activiteiten die zijn gericht op behoud of doorstroom van medewerkers, zoals in deze twee voorbeelden:

“Bepaalde leidinggevende functies in kleinere parttime uren aanbieden; voor meer vrouwen interessant te combineren met thuis”;

“Cultureel plan ter bevordering van het behoud van collega's met een niet-westerse migratieachtergrond. Heeft ervoor gezorgd dat we minder uitstroom hadden dit jaar”.

Communicatie

Ook zijn er samenwerkingsverbanden gestart (10 activiteiten), tussen bedrijven, maar ook binnen bedrijven, zoals dit voorbeeld:

“Werkgroep met managers uit verschillende organisatieonderdelen om direct mensen met een arbeidsbeperking te kunnen plaatsen in verschillende afdelingen”.

Ten slotte noemen bedrijven activiteiten gericht op het monitoren van de eigen voortgang en het meedoen aan onderzoek (6 activiteiten). Ook zien bedrijven een positief effect van communicatiecampagnes (4 activiteiten), vooral via sociale media.

Minst succesvolle activiteiten

De bedrijven is in de enquête ook gevraagd naar hun drie minst succesvolle activiteiten uit 2018. Veel bedrijven noemen hier geen activiteiten, maar doelstellingen. Daardoor blijft onduidelijk wat voor activiteiten precies niet succesvol zijn. Hierdoor kunnen we de antwoorden niet kwantificeren, maar geven we een kwalitatieve beschrijving. Een deel van de bedrijven noemt ook de redenen waarom succes uitbleef, maar niet alle bedrijven wisten deze te benoemen.

- Activiteiten die vallen onder de strategie van het *bevorderen van bewustzijn en draagvlak* zijn niet altijd succesvol geweest. Respondenten noemen bijvoorbeeld dat *trainingen* niet geslaagd zijn omdat er te weinig animo voor was, *evenementen* die diversiteitsgroepen moesten aantrekken hierin niet slaagden of leden van *medewerkersnetwerken* niet dichterbij elkaar kwamen. De voornaamste reden hiervoor is vaak gebrek aan draagvlak, wat juist het belang van deze activiteiten benadrukt. Daarnaast vormden gebrek aan tijd/geld om hieraan aandacht te besteden een obstakel, evenals een gebrek aan urgentie/eigenaarschap. Ook gaven meerdere bedrijven aan dat een cultuurverandering meer tijd nodig heeft.
- Activiteiten (of doelstellingen) die horen bij de strategie *aanpassen van het personeelsbeleid* komen veruit het meest terug; met name *werving en selectie* van diversiteitsgroepen is vaak niet zo verlopen als bedrijven beoogden. Ook worstelen sommige bedrijven met *het behoud en de doorstroom*

- van diversiteitsgroepen. Bedrijven meldden dat divers werven nog wordt belemmerd door een gebrek aan (gekwalficeerde) kandidaten uit de doelgroepen, te weinig budget/capaciteit of het niet aantrekkelijk genoeg presenteren van het bedrijf. Bedrijven noemen geen verklaringen voor de uitstroom of het gebrek aan doorstroom van diversiteitsgroepen. Daaruit blijkt dat ze (nog) niet duidelijk hebben wat hierbij de obstakels zijn.
- Ten slotte worden enkele onsuccesvolle activiteiten op het gebied van *communicatie* genoemd, zoals een gebrek aan belangstelling voor *interne communicatie* over diversiteit. Veel bedrijven hadden ook moeite met het *monitoren* van de resultaten van activiteiten.

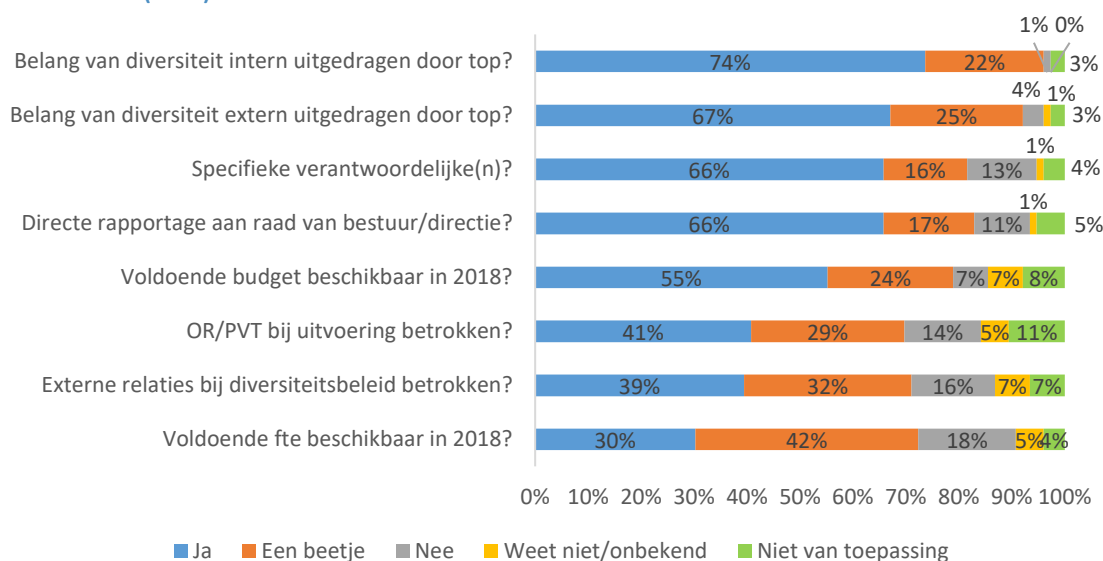
3.5 Succesfactoren en knelpunten

De meeste bedrijven zijn redelijk tevreden over het budget en de arbeidsuren die zij ter beschikking hebben om het diversiteitsbeleid uit te voeren. Daar waar sprake is van knelpunten in de uitvoering wordt gebrek aan menskracht wel expliciet als bottleneck genoemd. De verantwoordelijkheid voor het diversiteitsbeleid wordt in de meeste bedrijven belegd bij (een) specifieke persoon/personen. De verantwoordelijke rapporteert meestal direct aan het bestuur. Onduidelijke belegging van verantwoordelijkheden voor het diversiteitsbeleid kan soms een struikelblok vormen.

De uitvoering van het diversiteitsbeleid is bevraagd aan de hand van een aantal stellingen. In figuur 3.12 zijn deze stellingen weergegeven met per antwoordoptie het aandeel respondenten dat dit antwoord koos.

- De grootste groep respondenten vindt dat de top van hun bedrijf het *belang van diversiteit uitdraagt*, zowel intern als extern.
- De *verantwoordelijkheid* voor het diversiteitsbeleid wordt bij de meeste bedrijven bij een specifieke persoon/specifieke personen belegd en in veelal *rapporteren zij direct aan de directie/raad van bestuur* over de ontwikkelingen.
- De meeste bedrijven zijn tevreden over het *budget* dat beschikbaar was voor diversiteitsbeleid en redelijk tevreden over het aantal *arbeidsuren* (fte) dat ze hiervoor konden inzetten.
- Hoewel bij de grootste groep de *ondernemingsraad/personneelsvertegenwoordigers betrokken* zijn, zijn er ook redelijk veel bedrijven waarvoor geldt dat dit deels of niet het geval is.
- Er is geen eenduidig beeld over het betrekken van *externe relaties* (zoals leveranciers, dienstverleners of zakelijke partners) bij het diversiteitsbeleid.

Figuur 3.12 Mate waarin bedrijven het eens zijn met de stelling over de uitvoering van het diversiteitsbeleid (N=76)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Knelpunten en oplossingen

Een aantal bedrijven geeft aan knelpunten tegen te komen bij de uitvoering van hun diversiteitsbeleid en sommige hebben ook al stappen genomen om deze op te lossen. Deze knelpunten en eventuele oplossingen zijn:

- **Te weinig budget en/of menskracht (fte).** Een aantal bedrijven geeft wel aan hier in 2019 ruimer op in te willen zetten.
- **Gebrek aan deskundigheid.** Ook hierop wordt meer ingezet in 2019.
- **Te weinig draagvlak onder het zittend personeel.** Zo ervaren sommige bedrijven een gebrek aan draagvlak/bewustwording of vinden zij dat er door het management te weinig prioriteit wordt gegeven aan diversiteit.
- **Onduidelijke belegging van de verantwoordelijkheid.** Sommige bedrijven geven wel aan dat ze specifiek voor het diversiteitsbeleid een medewerker hebben aangenomen. Dat kan een uitkomst bieden.
- **Gebrek aan monitoring en evaluatie van ontwikkelingen.** Vooral als het om de dimensie etnisch-culturele achtergrond gaat is dit een probleem, omdat bedrijven aangeven in verband met privacywetgeving geen etniciteit te mogen bijhouden.
- **Onduidelijkheid in de beleidsplannen.** Sommige bedrijven zijn daarom zelfs een nieuw plan gaan schrijven.
- **Bureaucratie en strenge regelgeving.** Dit is een obstakel specifiek voor het aannemen van werknemers met een arbeidsbeperking.

Succes- en faalfactoren

Een aantal aspecten wordt bij succesvolle uitvoering van het plan van aanpak aangewezen als succesfactor en bij onsuccesvolle uitvoering aangewezen als struikelblok. Deze aspecten blijken dus belangrijk voor de uitvoering van diversiteitsbeleid in 2018:

- **Draagvlak/urgentie.** De meeste bedrijven vinden dat de top het belang van diversiteit uitdraagt. Onder de bedrijven die knelpunten ervaren, wordt een gebrek aan draagvlak onder het personeel en/of een gebrek aan urgentie onder het management benoemd.
- **Duidelijke belegging verantwoordelijkheid.** Bij de meeste bedrijven is de verantwoordelijkheid voor het diversiteitsbeleid belegd bij een specifieke medewerker of een groep medewerkers, die vaak direct rapporteren aan de directie/raad van bestuur. Bedrijven die problemen ervaren in de uitvoering, wijzen een onduidelijke belegging van de verantwoordelijkheid aan als oorzaak.

- **Budget en personele capaciteit.** De meeste bedrijven zijn tevreden over het budget en de personele capaciteit waarover zij beschikken om het diversiteitsbeleid uit te voeren. Bedrijven die minder tevreden zijn over de uitvoering van het beleid noemen gebrek aan budget/personele capaciteit als oorzaak.

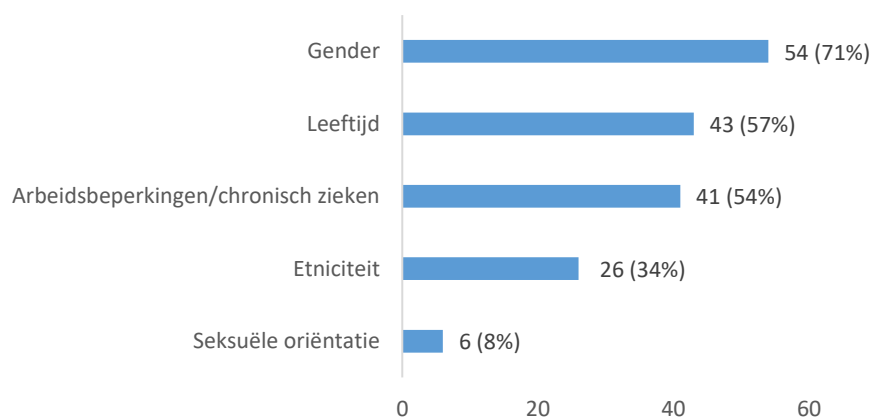
3.6 Monitoring

Bedrijven monitoren de resultaten het meest door registratie van kenmerken van medewerkers, gevolgd door analyse van HR-data en vragen over diversiteit en inclusie in medewerkerstevredenheidsonderzoeken.

Om vast te stellen in hoeverre het diversiteitbeleid succesvol is, dienen bedrijven de voortgang te monitoren. In deze paragraaf laten we zien hoe bedrijven dat aanpakken. Bedrijven hebben aangegeven op welke manier zij de resultaten van het diversiteitbeleid meten.

Het meest gebruikte instrument is (vrijwillige) registratie van diversiteitskenmerken. Deze optie was in de vraagstelling uitsplitst naar dimensie van diversiteit (zie figuur 3.13). Dat laat zien dat de meeste registratie gericht is op gender (71%), leeftijd (57%) en arbeidsbeperkingen/chronisch zieken (54%). Etniciteit wordt in mindere mate geregistreerd (34%), wat mogelijk te maken heeft met de privacywetgeving die bedrijven al als obstakel benoemden. Seksuele oriëntatie wordt vrijwel niet geregistreerd (8%).

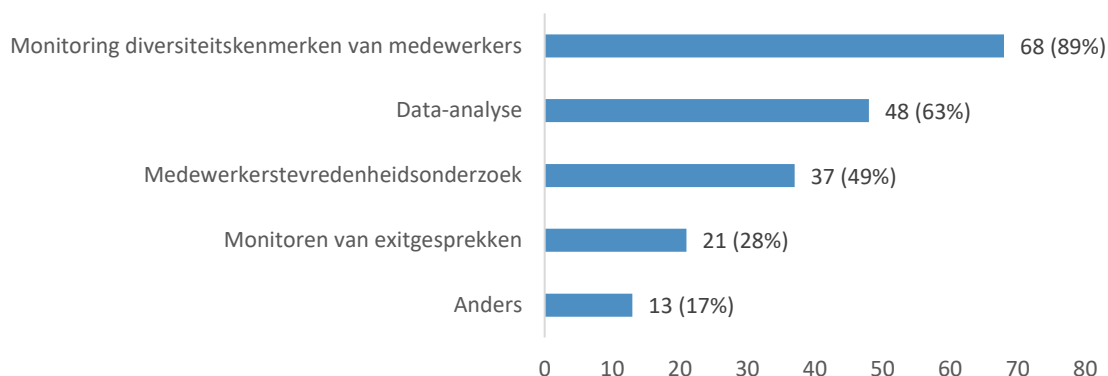
Figuur 3.13 Bijgehouden registratie per dimensie van diversiteit (N=76)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Ook analyse van HR-data is een veelgebruikt instrument (63%), gevolgd door specifieke vragen over diversiteit en inclusie in medewerkerstevredenheidsonderzoeken (49%) en het monitoren van exitgesprekken (28%), zie figuur 3.14. Andere monitorinstrumenten die worden aangedragen zijn onder andere externe metingen (bv. deelname aan extern onderzoek) of een specifieke vragenlijst. Twee bedrijven geven aan dat ze de resultaten niet meten. Een van hen geeft als reden geen onderscheid in diversiteitsgroepen te willen maken en dus geen kenmerken te registreren. Ook geven twee bedrijven aan de samenstelling van hun personeelsbestand 'handmatig' te meten. Daarmee wordt waarschijnlijk bedoeld dat ze de personeelsadministratie erbij pakken en gaan tellen op basis van hun kennis van collega's.

Figuur 3.14 Gebruikte instrumenten om resultaten diversiteitsbeleid te monitoren (N=76)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

3.7 Beoordeling van voortgang en resultaten

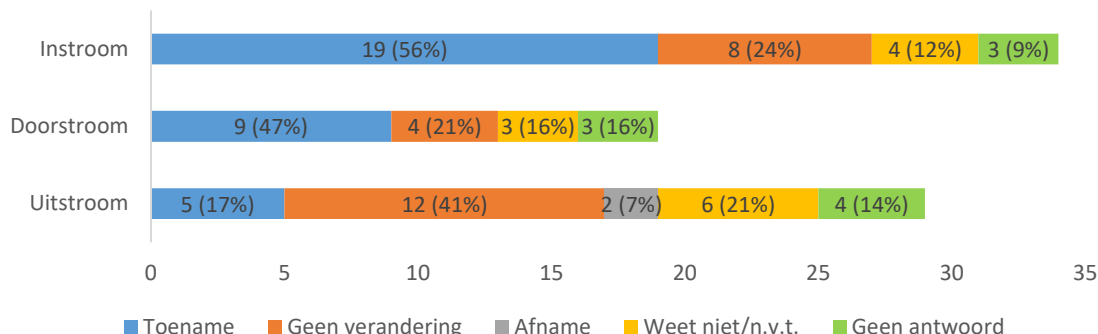
Registratie van werknemers was in 2018 vooral gericht op instroom. Bedrijven zagen ten opzichte van 2017 een toename in de instroom van arbeidsbeperkten/chronisch zieken, etnische minderheden, vrouwen en jongeren. Onder oudere werknemers nam de uitstroom juist toe. Over het algemeen waren bedrijven tevreden over het draagvlak voor het diversiteitsbeleid. Ze zagen positieve verbeteringen in verschillende aspecten van hun diversiteitsbeleid in vergelijking met 2017 en dachten dat het Charter Diversiteit hier enige impact op heeft gehad.

Charterondertekenaars die aangeven dat hun bedrijf diversiteitskenmerken van medewerkers registreert, zijn gevraagd de voortgang in beeld te brengen. In deze paragraaf laten we zien op welk vlak de bedrijven monitoren (instroom/doorstroom/uitstroom) en wat de resultaten hiervan zijn in 2018 in vergelijking met 2017 (toename/afname/geen verandering). De veranderingen kunnen dus zowel positief (instroom en doorstroom van doelgroepen) als negatief (uitstroom van doelgroepen) zijn. We behandelen dit per dimensie van diversiteit. Ten slotte bespreken we de tevredenheid van bedrijven over de resultaten van hun diversiteitsbeleid en hun beoordeling van de impact over de gehele linie.

Monitoring en resultaten op dimensie arbeidsbeperking/chronische ziekte

Onder de 41 bedrijven (54%) die een registratie bijhouden over werknemers met een arbeidsbeperking of chronische ziekte, is de instroom het vaakst gemeten aspect, zie figuur 3.15. Ook uitstroom wordt vaak bijgehouden, maar doorstroom minder. Dit is in overeenstemming met de bevindingen uit paragraaf 3.2, waar het behalen van de banenafpraak vaak als doelstelling werd genoemd (die kent alleen afspraken over instroom, niet over doorstroom). Bedrijven lijken hiermee al goed op weg te zijn, want het merendeel neemt een toename in de instroom waar. Ook bij doorstroom zien veel bedrijven een verbetering. De uitstroom veranderde bij de meeste bedrijven niet.

Figuur 3.15 Registratie van werknemers met een arbeidsbeperking/chronische ziekte per aspect, uitgesplitst naar de gemeten resultaten ten opzichte van 2017 (N=41)

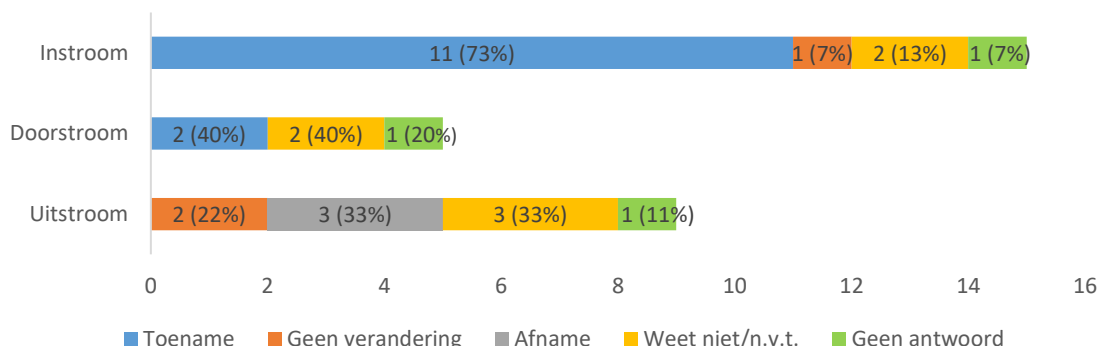


Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Monitoring en resultaten op dimensie etnisch-culturele achtergrond

Er zijn 26 bedrijven (34%) die de etnische/culturele achtergrond van medewerkers registreren, zie figuur 3.16. De meeste bedrijven meten instroom, terwijl uitstroom en vooral doorstroom weinig bijgehouden worden. De resultaten op het gebied van instroom zijn overwegend positief; het grootste deel van de bedrijven ziet een toename ten opzichte van 2017. Op het gebied van doorstroom en uitstroom zijn de resultaten niet zo eenduidig.

Figuur 3.16 Registratie van etniciteit per aspect, uitgesplitst naar de gemeten resultaten ten opzichte van 2017 (N=26)

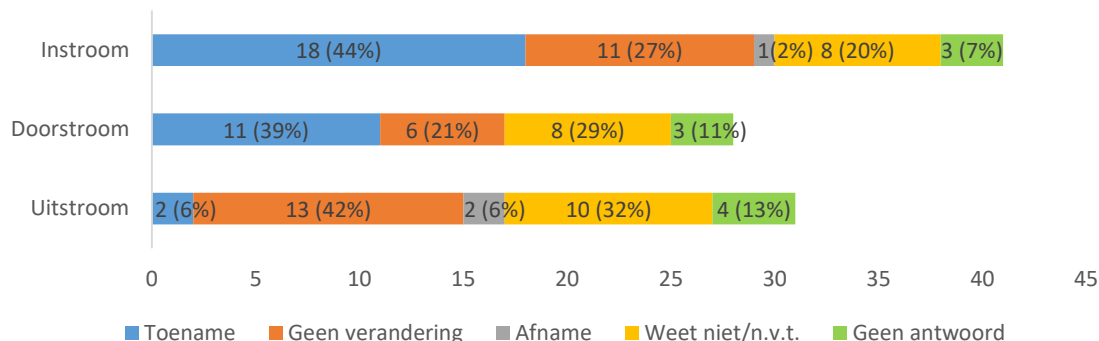


Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Monitoring en resultaten op dimensie gender

Van de 54 bedrijven (71%) die genderregistratie bijhouden, meten de meeste de instroom van vrouwen, maar ook voor uitstroom en doorstroom van vrouwen was veel aandacht (zie figuur 3.17). De resultaten waren overwegend positief. De meeste bedrijven namen een toename waar op instroom en doorstroom. De uitstroom liet geen verandering zien of nam af. Opvallend is dat ook een aanzienlijk deel niet weet wat de verandering ten opzichte van 2017 is. Wellicht was er in 2017 nog geen sprake van goede monitoring, zijn de resultaten van 2018 nog niet inzichtelijk gemaakt of worden de resultaten niet vergeleken.

Figuur 3.17 Registratie van het aantal vrouwen per aspect, uitgesplitst naar de gemeten resultaten ten opzichte van 2017 (N=54)

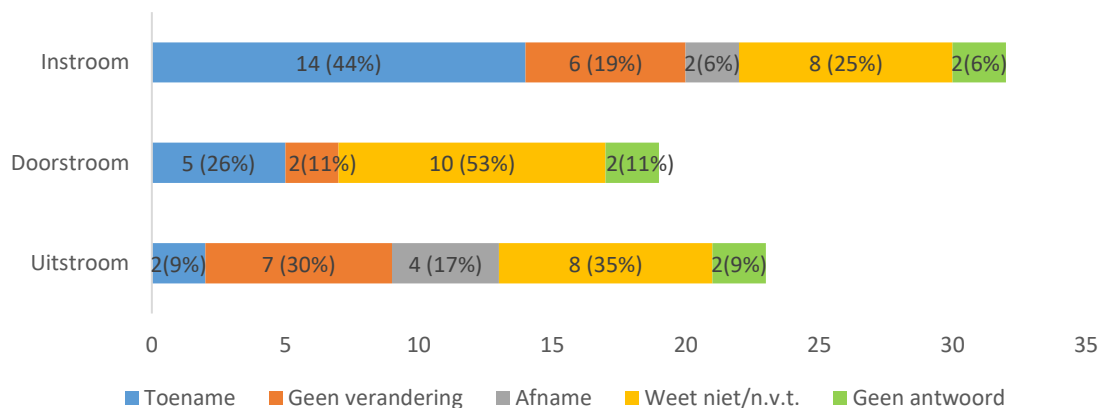


Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Monitoring en resultaten op dimensie leeftijd

Bij monitoring van leeftijd is naar zowel de registratie van jongere medewerkers, als die van oudere medewerkers gevraagd. De 43 bedrijven (57%) die registratie over leeftijd bijhouden, hebben duidelijk meer aandacht voor jongere medewerkers. In figuur 3.18 is te zien dat vooral instroom geregistreerd werd, gevolgd door uitstroom en dan doorstroom. Bij de meeste bedrijven zijn de instroom en doorstroom toegenomen ten opzichte van 2017, terwijl er op het gebied van uitstroom veelal geen verandering plaatsvindt. Opvallend is de grote groep bedrijven die niet weet of er verandering plaatsvond ten opzichte van 2017.

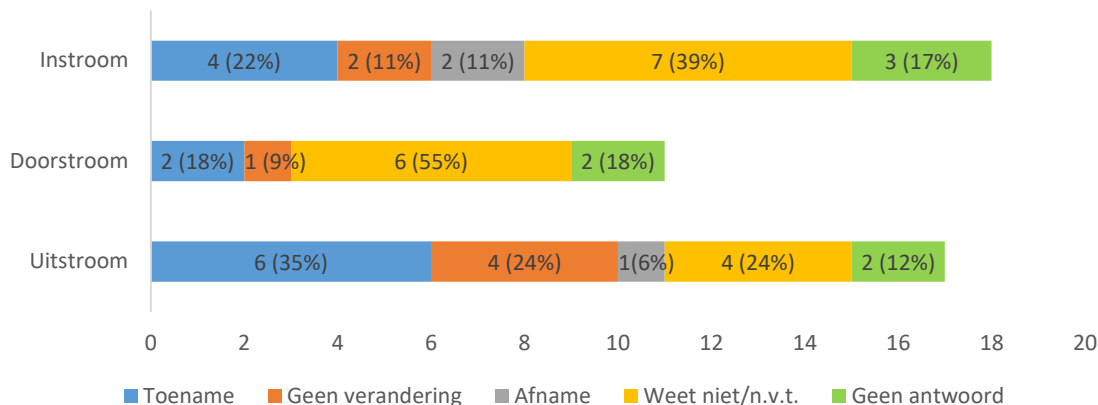
Figuur 3.18 Registratie van het aantal jongere medewerkers per aspect, uitgesplitst naar de gemeten resultaten ten opzichte van 2017 (N=43)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Bij de registratie van het aantal oudere werknemers richten bedrijven zich vooral op instroom en uitstroom, zoals te zien is in figuur 3.19. Op het gebied van instroom en doorstroom bestaat de grootste groep uit bedrijven die niet weten wat de verandering ten opzichte van 2017 is. Bij uitstroom is er vooral toename gemeten, hoewel geen verandering en het niet weten ook relatief vaak voorkomen. Al met al lijkt er dus een verjonging plaats te vinden ten opzichte van 2017, met vooral instroom van jongere medewerkers en vooral uitstroom van oudere medewerkers. Bij veel bedrijven bestaat er ondanks de registratie nog veel onduidelijkheid over de aantallen jongeren en ouderen.

Figuur 3.19 Registratie van het aantal oudere werknemers per aspect, uitgesplitst naar de gemeten resultaten ten opzichte van 2017 (N=43)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

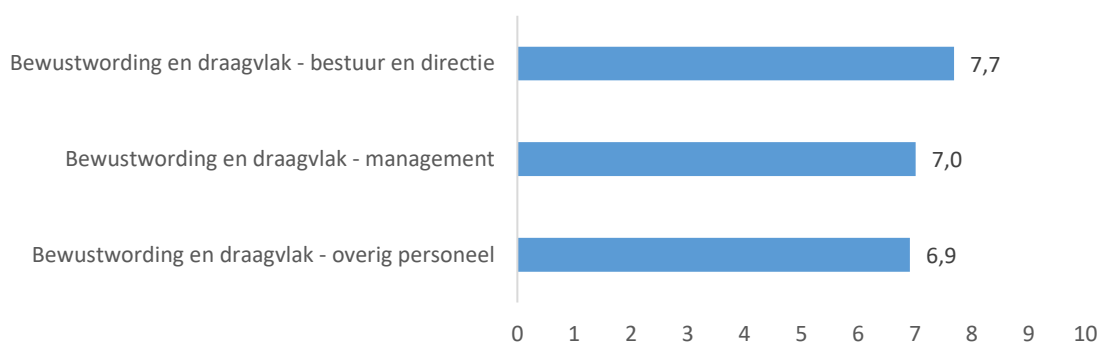
Monitoring en resultaten op dimensie seksuele oriëntatie

Van de zes bedrijven (8%) die registratie bijhouden op het gebied van seksuele oriëntatie geeft één bedrijf aan de instroom, doorstroom en uitstroom van LHBTI+ medewerkers bij te houden. Dit bedrijf wist voor geen van deze onderdelen echter niet of er verandering plaatsvond.

Stand van zaken belang diversiteit in organisatie

Ondertekenaars hebben ook de stand van zaken van het belang van diversiteit in hun bedrijf beoordeeld. De gemiddelde beoordeling op een schaal van 1 (heel slecht) tot 10 (heel goed) is weergegeven in figuur 3.20, uitgesplitst naar verschillende lagen in het bedrijf. Hieruit blijkt dat bedrijven redelijk positief zijn over de bewustwording van het belang van diversiteit en inclusie. Ze zijn het meest positief over het draagvlak onder het bestuur en de directie, daarna onder het algemeen management en dan onder het overige personeel.

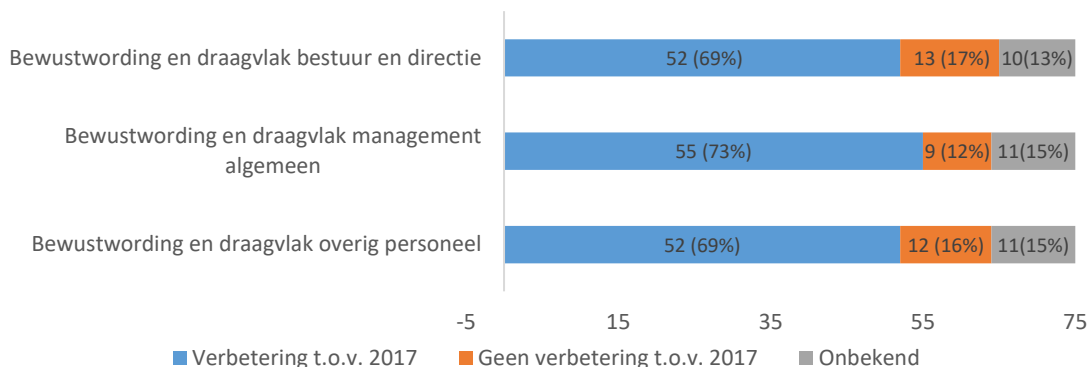
Figuur 3.20 Beoordeling van de bewustwording van het belang van diversiteit en inclusie (N=75)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

In figuur 3.21 is ook de verandering sinds 2017 weergegeven. Hieraan is te zien dat over de gehele linie verbetering wordt waargenomen in bewustwording en draagvlak, met name op het niveau van het management. Bij bestuur en directie was er het minst sprake van verbetering ten opzichte van 2017.

Figuur 3.21 Verbetering ten opzichte van 2017 in de bewustwording van het belang van diversiteit en inclusie (N=75)

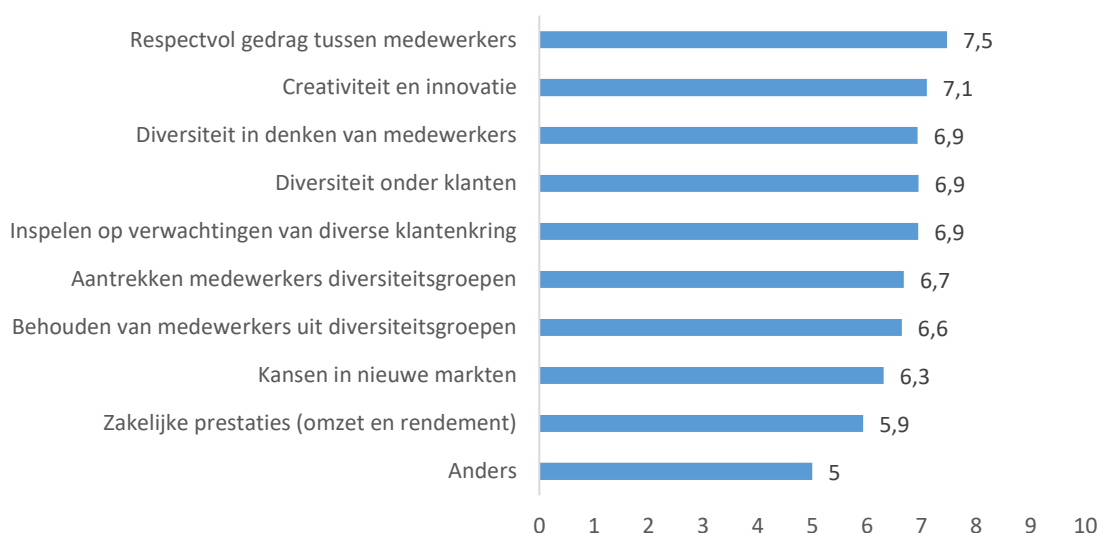


Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Resultaten van het diversiteitsbeleid

Bedrijven beoordeelden de resultaten van het diversiteitsbeleid op verschillende aspecten. De gemiddelde beoordelingen zijn weergegeven in figuur 3.22, op een schaal van 1 (heel slecht) tot 10 (heel goed). Over het algemeen zijn de bedrijven redelijk positief over de resultaten. Het meest positieve aspect is respectvol gedrag tussen medewerkers, wat blijkt uit het uitblijven van incidenten. Het minst positief zijn bedrijven over de zakelijke prestaties, dat wil zeggen de omzet en het rendement van het beleid. Bedrijven hebben daar geen goed zicht op. Dit effect is in de praktijk ook moeilijk te meten en vast te stellen.

Figuur 3.22 Beoordeling van de opbrengsten van het diversiteitsbeleid op verschillende aspecten (N=65*)

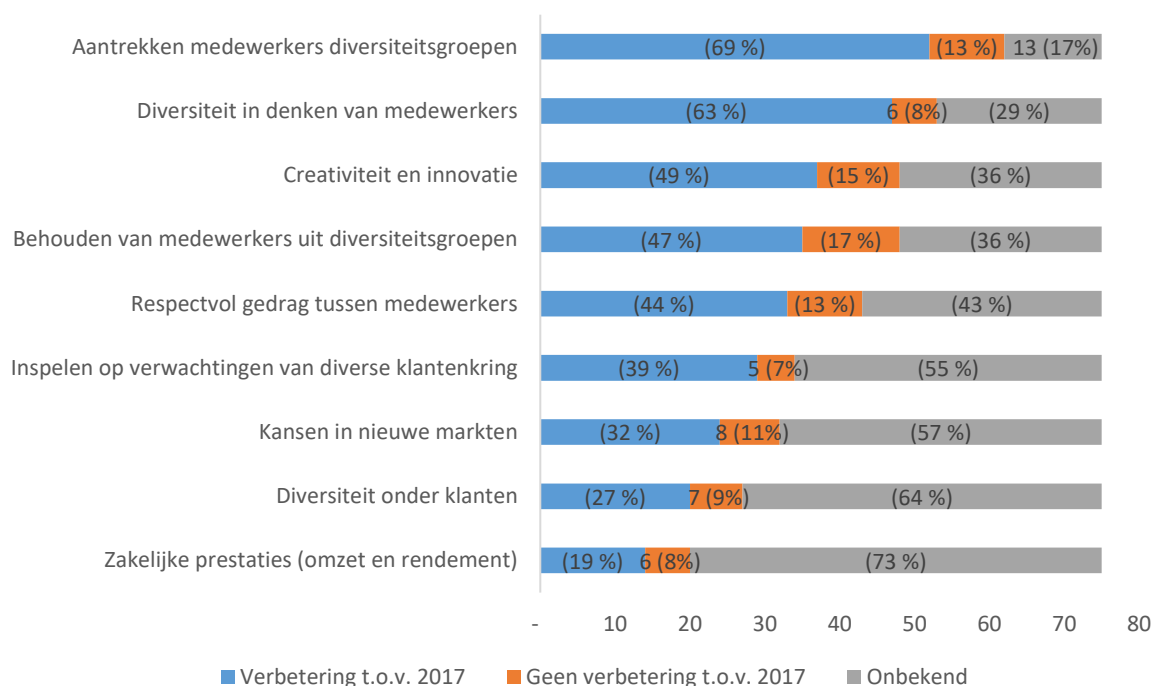


* Respondenten konden zelf kiezen welke aspecten zij beoordeelden, waardoor het totaal aantal respondenten verschilt tussen de aspecten: Aantrekken medewerkers diversiteitsgroepen (65); Behouden van medewerkers uit diversiteitsgroepen (58); Respectvol gedrag tussen medewerkers (56); Creativiteit en innovatie (52); Diversiteit in denken van medewerkers (56); Diversiteit onder klanten (38); Inspelen op verwachtingen van diverse klantenkring (42); Kansen in nieuwe markten (39); Zakelijke prestaties (omzet en rendement) (29); Anders (3).

Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Als bedrijven de opbrengsten vergelijken met 2017, komt daar een redelijk positief beeld uit naar voren (zie figuur 3.23). Bedrijven zien duidelijk de meeste verbetering in het aantrekken van medewerkers uit de diversiteitsgroepen. Ook op het gebied van diversiteit in het denken van medewerkers, creativiteit en innovatie, het behouden van diverse medewerkers en respectvol gedrag tussen medewerkers zien bedrijven vaak verbetering. De minste verbetering wordt geconstateerd op het gebied van zakelijke prestaties. In de figuur is ook duidelijk zichtbaar dat bedrijven vaak slecht zicht hebben op de voortgang, wat duidt op een gebrek aan monitoring.

Figuur 3.23 Beoordeling van de verbeteringen ten opzichte van 2017 op verschillende aspecten van diversiteit (N=75)

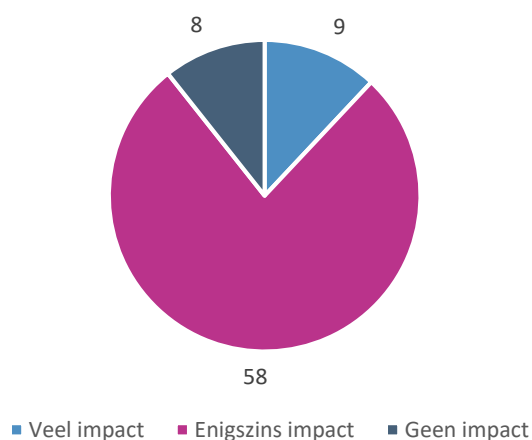


Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Impact

Het overgrote deel van de bedrijven vond dat het ondertekenen van het Charter Diversiteit enigszins impact had op de ontwikkeling van het diversiteitsbeleid, zie figuur 3.24. Bedrijven zijn vaak al bezig met het diversiteitsbeleid, maar het Charter Diversiteit vormt een stok achter de deur. Ook worden bedrijven zo aangespoord het beleid goed vast te leggen en te monitoren.

Figuur 3.24 Beoordeling van de impact van het ondertekenen van het Charter (N=75)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Bedrijven maakten vooral gebruik van ondersteuning vanuit Diversiteit in Bedrijf in de vorm van de Charterbijeenkomsten, de nieuwsbrief en kennisdocumenten. Aan deze drie vormen hadden zij ook het meest behoefte. De behoefte aan ondersteuning van de helpdesk was groter dan het gebruik, wat aangeeft dat bedrijven Diversiteit in Bedrijf hiervoor nog niet altijd weten te vinden. De ondersteuning werd overwegend positief beoordeeld.

3.8 Ondersteuning door Diversiteit in Bedrijf

Gebruikte ondersteuning en tevredenheid

Diversiteit in Bedrijf biedt de ondertekenaars van het Charter verschillende vormen van ondersteuning aan. Zo kunnen de bedrijven zich opgeven voor Charterbijeenkomsten om kennis te vergaren en te delen over specifieke thema's op het gebied van diversiteit en inclusie. Ook biedt Diversiteit in Bedrijf een Kennisplatform dat kennisdocumenten beschikbaar stelt en diversiteitswijzers samenstelt en er is een nieuwsbrief. Als bedrijven individueel advies willen, kunnen ze contact opnemen met de helpdesk van Diversiteit in Bedrijf. In deze paragraaf bespreken we welke hulp bedrijven al gebruiken en waar ze nog behoefte aan hebben.

Gebruikte ondersteuning in 2018

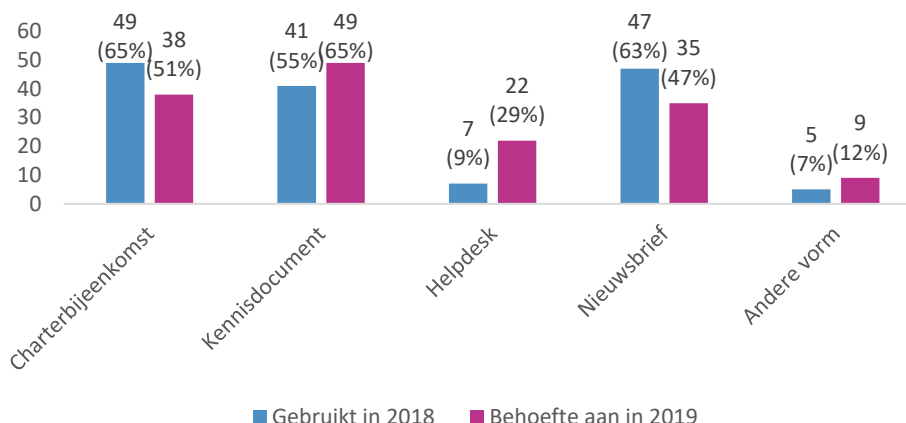
Ondertekenaars zijn gevraagd van welke vormen van ondersteuning vanuit Diversiteit in Bedrijf zij in 2018 gebruik hebben gemaakt. In figuur 3.26 is per vorm van ondersteuning weergegeven hoeveel bedrijven hiervan gebruikmaken in 2018, evenals hun behoefte aan deze vorm van ondersteuning in 2019. De Charterbijeenkomsten, kennisdocumenten en nieuwsbrieven zijn de meest gebruikte vormen van ondersteuning, terwijl de helpdesk minder vaak wordt geraadpleegd. Bij andere vormen van ondersteuning die bedrijven hebben gebruikt, noemen bedrijven bijeenkomsten waar Diversiteit in Bedrijf aanwezig was en de bijdrage die zij hier geleverd hebben (bijvoorbeeld de EU-top in Praag en bijeenkomsten bij het ministerie van SZW).

Behoefte aan ondersteuning in 2019

De respondenten hebben ook aangegeven aan welke vormen van ondersteuning voor 2019 zij behoefte hebben. Er bestaat vooral behoefte aan kennisdocumenten, gevolgd door Charterbijeenkomsten en de nieuwsbrief, zie figuur 3.25. Ook aan de helpdesk is behoefte. Bij kennisdocumenten en de helpdesk valt het op dat de behoefte groter is dan het gebruik. Als andere vormen van gewenste ondersteuning noemen bedrijven vooral activiteiten en diensten die al aangeboden worden, maar die zij graag opnieuw

terug zouden zien. Voorbeelden hiervan zijn Diversity Day, masterclasses, persoonlijk advies (al beschikbaar via de helpdesk) en beschikbaarstelling van materiaal en kennis (al beschikbaar in de vorm van de kennisdocumenten). Andere suggesties zijn dialoog met het management en het bij elkaar brengen van bedrijven met dezelfde achtergrond in meer innovatieve/creatieve bijeenkomsten.

Figuur 3.25 Vormen van ondersteuning door Diversiteit in Bedrijf die bedrijven gebruikten in 2018 en waaraan ze behoefte hebben in 2019 (N=75)



Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

De behoefte aan ondersteuning was in de meeste gevallen niet gericht op een specifiek onderwerp. De bedrijven die wel meer wilden weten over een specifiek onderwerp, noemden vaak alsnog vrij algemene onderwerpen als culturele diversiteit of inclusie. De specifieke behoeften voor de Charterbijeenkomsten en de kennisdocumenten bevatten veel dezelfde onderwerpen. Ondertekenaars willen specifiek ingaan op onder andere werving en selectie, het creëren van draagvlak, het implementeren van het plan van aanpak en data over de stand van zaken betreffende diversiteit in Nederland, liefst ondersteund door best practices of een businesscase. Voor de helpdesk was er specifieke behoefte aan ondersteuning en advies bij het opstellen en implementeren van het beleidsplan. In de nieuwsbrief zou men graag lezen over nieuwe data en een breed beeld van de stand van zaken in Nederland op het gebied van diversiteit en inclusie.

Beoordeling ondersteuning

De ondertekenaars van het Charter zijn over het algemeen tevreden met de ondersteuning vanuit Diversiteit in Bedrijf, zoals te zien is aan de beoordelingen in tabel 3.26. Het meest tevreden zijn bedrijven over de helpdeskfunctie, maar de tevredenheid verschilt weinig tussen de verschillende vormen van ondersteuning.

Tabel 3.26 Beoordeling van gebruikte vormen van ondersteuning door Diversiteit in Bedrijf

	Charterbijeenkomst (N=44)*	Kennisdocument (N=39)*	Helpdesk (N=7)*	Nieuwsbrief (N=44)*	Andere vorm (N=4)*
Beoordeling	7,5	7,8	7,9	7,4	7,8

* Het aantal bedrijven per vorm van ondersteuning komt niet overeen met het aantal bedrijven dat deze ondersteuning heeft gebruikt, omdat respondenten zelf konden kiezen welke vorm van ondersteuning zij beoordeelden.

Bron: vragenlijst Monitor Charter Diversiteit 2018 (mei 2019)

Boodschap aan Diversiteit in Bedrijf

Aan het einde van de vragenlijst werd aan de respondenten gevraagd of ze nog iets kwijt wilden. Een aantal respondenten deed hier nog suggesties voor manieren waarop Diversiteit in Bedrijf de ondertekenaars nog beter kan ondersteunen. Zo wordt bijvoorbeeld genoemd dat de helpdesk en andere functies meer onder de aandacht gebracht kunnen worden. Ook is er behoefte aan bijeenkomsten over een specifiek thema, zodat experts kennis met elkaar kunnen uitwisselen. Tevens wordt er gevraagd om

ondersteuning bij het inzichtelijk maken van kwantitatieve gegevens over diversiteit en inclusie in Nederland.

3.9 Vernieuwing

Bedrijven voerden vele vernieuwende activiteiten uit, van vernieuwing van de sollicitatieprocedure tot evenementen om bewustzijn over diversiteit te bevorderen. Ook was er aandacht voor samenwerking en digitale innovatie.

Ten slotte benoemden de Charterondertekenaars de meest vernieuwende actie die hun bedrijf in 2018 heeft ondernomen op het gebied van diversiteit en inclusie. Dit leverde een breed palet van innovatieve activiteiten op:

- Er zijn bedrijven die hun [werving- en selectieproces](#) hebben vernieuwd, bijvoorbeeld door meer gebruik te maken van sociale media, een diverse selectiecommissie aan te stellen of een plan te maken om met anoniem solliciteren aan de slag te gaan.
- Ook werden er veel specifieke [evenementen](#) genoemd, zowel gericht op het werven van diverse medewerkers, als op het creëren van bewustzijn bij medewerkers. Een voorbeeld van een innovatieve activiteit voor het creëren van bewustwording en draagvlak is een actie waarbij twee leidinggevend met theatermakers aan de slag gingen om hun persoonlijke verhaal, over het trotseren van vooroordelen en de rol van inclusief leiderschap, aan hun collega's te tonen. Een ander bedrijf organiseerde een meet-and-greet met vluchtelingen en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt om contact te leggen en vooroordelen weg te nemen.
- Daarnaast zijn er een aantal [samenwerkingsverbanden en netwerken](#) opgericht. Een bedrijf gaf bijvoorbeeld aan een nieuwe notitie te hebben opgesteld over diversiteit, waarbij alle medewerkers en stakeholders actief betrokken zijn. Een ander bedrijf gaf aan een goed netwerk te hebben opgebouwd om mensen met een Syrische achtergrond aan het werk te krijgen. Weer een ander bedrijf is samenwerkingen aangegaan met innovatieve externe partijen als TedX en gaf aan dat dit veel nieuwe inzichten en ontwikkelingen voor het eigen diversiteitsbeleid heeft opgebracht.
- Ten slotte vonden er [technologische innovaties](#) plaats, bijvoorbeeld door ontwikkeling van e-learnings (over talent development) of een app om diversiteit en inclusie te bevorderen.



REGIOPLAN
BELEIDSONDERZOEK

Regioplan
Jollemanhof 18
1019 GW Amsterdam
T +31(0)20 531 53 15
www.regioplan.nl