

Diversity dividend, een andere kijk op diversiteit

Foto: ANP



Carlo Strijk

Over de winstgevendheid van diversiteit wordt nog weinig gesproken in Nederland. Daarom doe ik een oproep om niet te bang te zijn. Kijk rond dit thema ook eens naar het rendement van diversiteit en inclusie in organisaties.

Omdenken: van ongepast naar concurrerend

“Om concurrerend te blijven, moeten grote bedrijven talent aantrekken en behouden dat anders denkt en handelt.” Met deze overtuiging werkt het Londense bureau Arrival Education al sinds 2003 aan een meer inclusieve topklaag van het Britse bedrijfsleven. Het toonaangevende advieskantoor benadrukt dat de keuze voor diversiteit bovenal een commerciële keuze is en richt zich voornamelijk op het *diversity dividend*.

Diversity dividend

Dit begrip wordt gedefinieerd als ‘het commerciële potentieel voor die bedrijven die hun personeelsbestand op alle niveaus weten te diversifiëren’. Aanvullend: divers talent vergroot de toegang tot nieuwe markten door gedeeld cultureel begrip, talen en inzichten.

Specifieke kenmerken

1. Beter begrip van uw klanten. Verschillende levenservaringen bieden bredere, frisse inzichten in nieuwe en bestaande klanten en markten.
2. Beter presterende teams. Diverse teams presteren consistent beter op de lange termijn, vergeleken met teams van mensen met vergelijkbare ervaringen. (homogene teams).
3. Een verbeterde *employer brand*. Bedrijven die divers zijn, zijn aantrekkelijker voor werknemers omdat ze er meer inclusief, modern, mondiaal en toekomstgerichter uitzien dan bedrijven die dat niet zijn.
4. Een voorsprong bij het aannemen en betrekken van talent. Het beste talent vraagt om open en inclusieve culturen. De beste manier om inclusiviteit uit te dragen, is door middel van een divers leiderschap en divers personeelsbestand.
5. Meer innovatie en creativiteit. Diversiteit stimuleert meer innovatie, nieuw en dieper inzicht, en zorgt ook voor betere, meer consistente besluitvorming alleen al door de verschillende referentiekaders.
6. Nieuwe markten aanboren. Divers talent vergroot de toegang tot nieuwe markten door gedeeld cultureel begrip, talen en inzichten.

(Bron: vrij naar arrival education, www.arrivaeducation.com)

Diversity dividend kan wringen met het gangbare denken over diversiteit en inclusiviteit. Aanvankelijk streefden organisaties daarmee namelijk een ethisch plichtsbesef na: kansen bieden aan minderheden, afspiegeling van de maatschappij realiseren. Diversiteit en inclusie waren vooral een ideologisch en sociaal-maatschappelijk thema. Het zijn toch immers vooral linkse politici die ons het pad van diversiteit en inclusie willen laten bewandelen, vanuit humane, sociale en tolerantie overwegingen? De vraag 'wat levert het op' was lang ongepast.

Voordelen van diversity dividend

Toch is het commerciële potentieel in de diversity-dividendaanpak leidend. Inmiddels kunnen ideologen hierin met gerust hart meegaan. Hoewel het soms moeilijk lijkt te becijferen, kunnen we wel spreken van een zekere consensus. En die is als volgt: organisaties die besluiten inclusiever te worden, merken dat ze hun klanten nu beter begrijpen. De verscheidenheid aan levenservaringen van werknemers, brengt organisaties tot nieuwe inzichten en ontsluit markten met andere culturen en talen. Diverse bedrijven scoren ook hoger op het zogeheten *employer brand*: zij stralen uit dat ze modern, mondiaal en toekomstgericht zijn. Diversiteit zorgt verder voor betere besluitvorming, simpelweg omdat er meer denkroutes verkend worden. De vraag 'diversiteit, wat levert het op?' hoeft dus geen taboe meer te zijn. Sterker nog, op den duur zou een doordacht diversiteitsbeleid zelfs een vereiste kunnen zijn in de groeiplannen waarmee kredietverstrekkers en aandeelhouders akkoord moeten gaan. Die zullen niet warmlopen voor een eenkennig, homogeen en wereldvreemd bedrijf. Vergelijk het eens met de ontwikkeling in het uitzendwezen. Ooit gruwelden politieke partijen van links tot rechts van het idee dat mensen tijdelijk via commerciële bureaus ergens 'terwegesteld' werden. Nu vervult deze branche tien procent van de arbeidsplaatsen in Nederland. Een flexibele schil waar een enorme behoefte aan is. Dankzij uitzendkrachten kunnen organisaties sneller schakelen en waait er altijd een frisse wind door hun personeelsbestand. Diezelfde uitzendbranche is nu zelfs voortrekker van het tegengaan van arbeidsdiscriminatie. Het louter commerciële smaakje dat aan die bureaus kleefde, is een vage herinnering.

Het diversiteitsrendement

Diversity dividend staat voor een sociale economie waarin de mens centraal staat en het commerciële niet uit het oog raakt. Dit zou ook een einde kunnen maken aan de eeuwige twist over diversiteitsquota. Laat organisaties die tegen beter weten in homogeen blijven liever zelf ervaren dat ze marktaandeel laten liggen. En laat inclusieve organisaties de vruchten plukken van hun diverse personeelsbestand. Geen beloning in de vorm van subsidies of sociale keurmerken, maar in omzet van hun klanten. Laten we als HRD'ers en trainers meer op dit thema afstemmen, in plaats van onze medewerkers alleen op bewustzijn en maatschappelijk nut van diversiteit en inclusie te trainen. Diversiteit als verdienmodel? Uiteindelijk worden we daar allemaal beter van. ■

Carlo Strijk, is executive coach en trainer en redactielid van TvOO.