

# Negen handvatten voor een succesvolle DEI-strategie



**De kloof tussen het beleid van organisaties op het gebied van diversiteit, gelijkheid en inclusie (DEI) en hun vermogen om effectief een DEI-strategie te implementeren, is nog groot. Organisaties zien de waarde van DEI-strategie wel in, maar geven toe dat ze meer kunnen doen om inclusiever te zijn.**

Een kloof tussen DEI-strategie en uitvoering ontstaat vaak als er geen verantwoordelijkheid wordt genomen voor het stimuleren van DEI-resultaten. Een van de belangrijkste eerste stappen om dit wél te laten gebeuren, is een meting doen om de status van DEI binnen de organisatie kwantificeerbaar te maken.

## U wilt geen aannames doen of willekeurige quota vaststellen

### Meetbare en relevante doelen

Nu kan het nogal een puzzel zijn om vast te stellen welke DEI-meetbare doelen het meest relevant zijn. U wilt namelijk geen aannames doen of willekeurige quota vaststellen. Organisaties die uitvoerige demografische gegevens over de werkplek verzamelen, zijn beter in staat om een inclusieve cultuur te creëren dan organisaties die dat niet doen.

Dit gaat verder dan de samenstelling van bestaande teams; de meest inclusieve organisaties monitoren de demografische gegevens van de gehele 'levenscyclus' van werknemers. Negen handvatten, aan de hand waarvan uw organisatie kan checken of ze vooruitgang boekt.

## 1 Representatie

Het is belangrijk om een nulmeting te beginnen. Organisaties die de vertegenwoordiging van historisch ondervertegenwoordigde groepen willen verbeteren, moeten allereerst weten wat de uitgangspositie is. Er zijn verschillende manieren om dit te doen, zoals de inzet van diversiteits- en inclusieonderzoeken waarmee feedback van werknemers verzameld wordt. U kunt ook demografische gegevens gebruiken om vast te stellen welke groepen momenteel ondervertegenwoordigd zijn in de organisatie, of misschien zelfs helemaal ontbreken.

## Het topje van de ijsberg van een dieperliggend cultureel probleem

## 2 Werving en selectie

Vervolgens kunnen deze gegevens gebruikt worden als de basis voor analyse van andere DEI-metrics. Focust uw organisatie zich tijdens [het sollicitatieproces](#) bijvoorbeeld op het aantrekken van een diverse groep kandidaten, maar merkt u dat een team nog steeds homogeen is? Het kan een signaal zijn dat er onbewuste vooroordelen optreden in het wervingsproces.

Of zijn de leden van uw organisatie relatief divers, maar is de deelname aan zogenoemde diversiteitsnetwerken, ook wel Employee Resource Groups (ERG's) genoemd, verrassend laag? Dat kan het topje van de ijsberg zijn van een dieperliggend cultureel probleem. Aandacht besteden aan de

demografische data van zowel kandidatenpool als selectiecommissie leidt tot beter afgewogen beslissingen.

### 3 Verankeren

Het is vervolgens belangrijk om DEI-waarden te verankeren in de bedrijfscultuur en werknemers betrokken en toegewijd te houden. Bij het monitoren van DEI is het essentieel om goed te kijken naar het personeelsverloop. Vertrekken werknemers uit bepaalde groepen of met een bepaalde achtergrond sneller dan andere? Het kan een indicatie zijn dat deze werknemers zich niet of weinig betrokken voelen. Identificeer de probleemgebieden en probeer het personeelsverloop te verminderen.

## In de gaten houden welke werknemers promotie maken

### 4 Training en ontwikkeling

De laatste tijd is er veel aandacht voor de diversiteit van leidinggevenden. Maar ook buiten de C-suite – leidinggevende functies die vaak met een ‘c’ beginnen, zoals CEO en CDO (chief diversity officer) – zouden organisaties de data in de gaten moeten houden over welke werknemers promotie maken.

Zijn er veel demografische overeenkomsten tussen de medewerkers die promotie maken? Maken werknemers van álle groepen en achtergronden gebruik van leer- en ontwikkelingsmogelijkheden? Vergeet niet dat een organisatie die zich écht inzet voor diversiteit, gelijkheid en inclusie, zich daar niet alleen op richt tijdens het wervingsproces, maar nieuwe werknemers ook helpt om zich te ontwikkelen.

### 5 Tevredenheid en betrokkenheid

Na de meting en analyse van de demografische data, is de volgende fase [het meten van de werknemerservaring](#). Deze fase is lastiger, maar er kan veel input verzameld worden over hoe gewaardeerd, inclusief en gesteund werknemers zich voelen door regelmatig enquêtes te houden en zo feedback te verzamelen.

Analyseer welke medewerkers een hoge mate van tevredenheid in hun functie zeggen te hebben, en welke niet. Zijn er overeenkomsten tussen werknemers die hun werktevredenheid en betrokkenheid slechter beoordelen? Zo ja, dan is het misschien tijd om te evalueren of er een belangrijker cultureel probleem is, zoals micro-agressie, waardoor deze medewerkers zich minder gesteund en betrokken voelen.

## De participatiegraad in diversiteitsnetwerken evalueren

### 6 Status van deelname aan ERG's

De al eerdergenoemde ERG's bieden werknemers en groepen met verschillende achtergronden de kans om zich sterker verbonden te voelen met de organisatie. Als er binnen uw organisatie al ERG's bestaan, moet u de participatiegraad in die groepen evalueren.

Als de participatie lager is dan verwacht, is het belangrijk te analyseren waarom werknemers aarzelen om lid te worden van een ERG. Dit is ook een ideale gelegenheid om te checken of het de moeite waard is om nog andere ERG's op te richten.

## 7 Toegankelijkheid

Om de inclusiviteitspuzzel compleet te maken, is het essentieel ervoor te zorgen dat uw organisatie een werkplek en cultuur creëert waarin elke werknemer zich welkom voelt. Daarbij staat ook de toegankelijkheid van de organisatie centraal. Hierbij kunnen de volgende vragen gebruikt worden:

- Is er speciale apparatuur voor werknemers met een handicap?
- Wordt er rekening gehouden met [feestdagen uit diverse culturen](#)?
- Wordt er ouderschapsverlof geboden (niet alleen zwangerschapsverlof) en is er een ruimte waar borstvoeding kan worden gegeven?
- Kunnen álle werknemers en bezoekers comfortabel gebruikmaken van de toiletruimtes in het kantoorpand?

**Diversiteit in het management van organisaties is gunstig voor organisaties**

## 8 Leiderschap

Het wordt steeds duidelijker dat diversiteit in het management van organisaties gunstig is voor organisaties – niet alleen vanuit PR-oogpunt – maar ook om het resultaat te verbeteren. Uit een recente analyse van organisatieadviesbureau McKinsey bleek dat organisaties met veel genderdiversiteit in het management 25% meer kans hadden op een bovengemiddelde winstgevendheid. Uw organisatie moet daarom ook dit aspect onder de loep nemen. Is er diversiteit in de C-suite? Zo niet, dan zou uw organisatie prioriteit moeten geven aan diversiteit in ten minste enkele van deze cruciale functies.

## 9 Leveranciers

Tot slot is het belangrijk om verder te kijken dan alleen de eigen werknemers en ook te evalueren met wie uw organisatie samenwerkt. Belangrijk is om te voorkomen dat er onbewuste vooroordelen in dat selectieproces sluipen.

Zijn de leveranciers waarvan uw organisatie gebruikmaakt divers, en maken ondervertegenwoordigde organisatie kans op een leveranciersrelatie? Zijn er sprekers met diverse achtergronden beschikbaar voor congressen, workshops en kennissessies? Als er ook op deze vlakken diversiteit is, zal uw organisatie hier haar voordeel mee doen.

**De cijfers zijn er niet om het hele verhaal te vertellen**

### Data om diversiteit te meten

DEI-metrics zijn een veelbesproken onderwerp. Het is echter moeilijk om de DEI-strategie te verbeteren als uw organisatie niet weet waar te beginnen, of waar naartoe te werken. De sleutel is om u te richten op de meest nuttige data waarmee diversiteit gemeten kan worden.

Vergeet niet dat de cijfers er niet zijn om het hele verhaal te vertellen. In plaats daarvan moet uw organisatie ze zien als een hulpmiddel om diversiteit, gelijkheid en inclusie beter te begrijpen en er prioriteit aan te geven. Daarmee kan een cultuur gecreëerd worden waarin iedereen zich thuis voelt.

Dit verdiepingsartikel is geschreven door Wesley Hendriks, Director Customer Success EMEA bij Culture Amp

## Dit is een artikel van de redactie van Management Rendement

Management Rendement is dé informatiebron voor professionals die leidinggeven aan mensen en projecten. Het vakblad geeft de lezer handvatten om projecten en processen in de organisatie te stroomlijnen en optimaliseren, en om de mensen die bij deze processen betrokken zijn – intern en extern – optimaal aan te sturen. Belangrijke onderdelen van Management Rendement zijn project- en procesmanagement, wijzigingen in relevante wet- en regelgeving, en concrete tips en adviezen voor het verbeteren van leiderschap én de effectiviteit, prestaties, vaardigheden en inzichten van teamleden.

De onafhankelijke en ervaren redactie van Management Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt u als eerste wat de ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat u de informatie direct kunt vertalen naar uw eigen werksituatie. Management Rendement is daarnaast multimediaal. De voor uw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- ✓ dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar u onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot uw beschikking heeft;
- ✓ wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- ✓ maandelijks in het vakblad Management Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

[www.rendementuitgeverij.nl](http://www.rendementuitgeverij.nl)