

Presseinformation, 18.06.2024

## Diversity: „Es gibt immer etwas zu lernen.“

*Die Kieler Agentur New Communication hat die „Charta der Vielfalt“ unterschrieben. Für eine Agentur ist die Beschäftigung mit Diversitätsfragen nicht überraschend. Warum also? Und welche Rolle spielen Agenturen bei den Themen Diversität laut Agenturchef Sören Mohr?*

Auch New Communication aus Kiel ist jetzt dabei: Mit der Unterschrift verpflichtet sich das Unternehmen, die Chancengleichheit im Team zu fördern und ein wertschätzendes, vorurteilsfreies Arbeitsumfeld zu ermöglichen. ‚Für Diversity in der Arbeitswelt‘ lautet das Motto der bundesweiten Arbeitgeberinitiative.

Flache Hierarchien, demokratische Entscheidungsprozesse, Geschlechtergleichheit – das alles gibt es in der Kieler Agentur bereits. Wozu also die Charta? Die Idee sei, ein Bewusstsein für Themen zu schaffen, die einen selbst im Alltag vielleicht gar nicht betreffen, die Mitmenschen aber schon – auch über die Agentur hinaus, sagt Geschäftsführer und Inhaber Sören Mohr. „Wir möchten uns ins Bewusstsein rufen, dass Diversität weitaus mehr als die Geschlechterfrage und die Herkunft ist.“ Das Themenfeld sei sprichwörtlich vielfältig und reiche von Nationalität, sexueller Orientierung, Religion, körperlicher Verfassung bis zu Namen und deren Aussprache. „Es passiert schnell, dass man unüberlegt handelt und dabei, unbeabsichtigt, jemanden ausgrenzt.“ Das wolle man in der Agentur und auch außerhalb vermeiden.

Die Beschäftigung mit dem Thema und mit der Charta der Vielfalt sei schon jetzt bereichernd gewesen. „Ich bin auf viele neue Fragen gestoßen, über die ich zuvor nie nachgedacht habe. Beispielsweise die Frage, wie ich die Belastbarkeit von Mitarbeitenden, die Ramadan halten, berücksichtigen kann.“

### Agenturen als Vorreiter

Agenturen gelten als Vorreiter in vielen Gebieten, so auch bei der Diversität. Erwartet man von ihnen nicht ohnehin einen starken Einsatz für mehr Diversität? „Als Agentur überrascht man niemanden mit dem Bekenntnis für mehr Vielfalt. Aber wir wollen mehr tun, denn es gibt immer etwas zu lernen und zu verändern. Auch wir können besser werden im Umgang mit Diversität.“

Agenturen komme bei vielen gesellschaftlichen Entwicklungen eine wichtige Rolle zu, denn sie seien häufig die Early Adopters. Bei großen Themen wie der Digitalisierung oder der Integration von KI in tägliche und Kreativprozesse ist die Marketingbranche ganz vorn mit dabei. Agenturen hätten kommunikative Strahlkraft in viele Richtungen. „Wir möchten nicht

Presseinformation, 18.06.2024

nur uns selbst weiterentwickeln, wir wollen das Thema Diversität auch bei unseren Kunden platzieren. Wir und Agenturen allgemein bieten Kunden einen Orientierungsrahmen.“

### **Mehr Vielfalt, mehr Kreativität**

Sören Mohr sieht zudem einen besonders agenturrelevanten Vorteil: „Je diverser eine Agentur ist, desto breiter könnte das kreative Potenzial sein, denn man lernt, noch mehr Perspektiven zu durchdenken und zu beachten.“ Der sensiblere Umgang mit und das geschärfte Bewusstsein für Vielfalt helfen zudem, den einen oder anderen Fauxpas im Marketing zu vermeiden. Und in vielfältigeren Zielgruppen zu denken.

Der Beitritt zur Charta der Vielfalt ist nur ein Anfang. Für die Kieler Agentur geht es nun darum im täglichen Leben Stellschrauben zu finden und diese unter Diversitätsgesichtspunkten zu verbessern. „Wir holen uns aktiv Hinweise und Inspirationen, was wir im Alltag und in unserem Tun und Denken weiter verbessern können.“

Mehr Informationen zur Charta der Vielfalt gibt es unter <https://www.charta-der-vielfalt.de/>

Nelly Eliasberg  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
0431 / 90 60 7-66  
eliasberg@new-communication.de  
Jägersberg 23  
24103 Kiel  
www.new-communication.de