

SICHTBARE FORTSCHRITTE – VERSTECKTE HÜRDEN

GETTING TO EQUAL
2020: PRIDE

accenture





Vorwort

Eine starke Kultur der Gleichstellung im Unternehmen zu schaffen und vor allem Vielfalt und Inklusion wirklich zu leben, ist kein Selbstläufer. Dafür braucht es eine ganzheitliche, ernst gemeinte Strategie sowie ein Commitment an allen relevanten Stellen in einer Organisation. Das betrifft alle Dimensionen von Diversity.

Grundsätzlich sehen wir, dass wir schon ein ganzes Stück weiter sind als noch vor wenigen Jahren. Gesellschaftliche Rahmenbedingungen, wie die Ehe für alle, haben sich beispielsweise verändert. Noch 2001 gab es kein einziges Land, in dem die gleichgeschlechtliche Ehe legal war. Heute ist sie zumindest in 29 Ländern schon anerkannt.

Trotzdem sehen wir in unserer diesjährigen Studie, dass wir weiterhin vor Herausforderungen stehen, um die Situation von LGBT*IQ-Mitarbeitenden am Arbeitsplatz zu verbessern. Es gibt noch immer Hürden und Ängste. Gerade mal ein Drittel der befragten LGBT*IQ-Mitarbeitenden in Deutschland gehen vollkommen offen mit ihrer Geschlechtsidentität bzw. der sexuellen Orientierung um. Unter den Führungskräften sind es noch weniger (21 Prozent). Mehr als die Hälfte der Mitarbeitenden in Deutschland (53 Prozent) ist sogar der Überzeu-

gung, dass ihre Geschlechtsidentität bzw. sexuelle Orientierung ihre berufliche Entwicklung verlangsamt hat.

Stellt sich die Frage: Warum ist das so? Oder: Wie können wir dieser Situation entgegenwirken? Es kommt zu großen Teilen auf das Führungsteam eines Unternehmens an. Führungskräfte müssen ein sichtbares Statement für Gleichstellung, Diversität und Inklusion sowohl ins Unternehmen hinein als auch nach außen setzen, damit die Wichtigkeit dessen verstanden wird. Für LGBT*IQ-Mitarbeitende ist es zudem ein Mut machendes Zeichen hinsichtlich der vorherrschenden Kultur, damit sie sich sicher fühlen und letztlich auch erfolgreicher sind. Wünschenswert sind Role Models auf allen Ebenen, insbesondere in den Führungsetagen, die einerseits offen und stolz zu ihrer Geschlechtsidentität bzw. sexuellen Orientierung stehen und damit umgehen und die andererseits notwendigen Voraussetzungen und eine Kultur schaffen, die LGBT*IQ-Inklusion fördert.

Eine starke Kultur der Gleichstellung und Inklusion zu etablieren, ist nicht nur wichtig und richtig, sondern hat auch einen Einfluss auf den Unternehmenserfolg. Sie ist zudem Treiber für Innovation.

Mit der vorliegenden Studie möchten wir Denkanstöße geben, Handlungsempfehlungen aussprechen und Unternehmen ermutigen, den Weg hin zu einer gelebten, ausgeprägten Kultur der Gleichstellung und Inklusion zu gehen. Lassen Sie uns alle zu Culture Makern werden!



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'C. Rau'.

Christine Rau

Managing Director
Global LGBT*IQ Lead
Accenture



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Marc Mellone'.

Marc Mellone

Business Design Lead
LGBT*IQ Lead ASGR
Accenture

Autoren



Marco Ziegler

Senior Managing Director
Accenture Global Products Industries

Marco Ziegler ist als Senior Managing Director des Bereichs Global Products für einige der wichtigsten Partnerschaften von Accenture mit Fortune-100-Unternehmen aus der Konsumgüterbranche, dem Einzelhandel und dem Gesundheitssektor verantwortlich. Er weist mehr als 20 Jahre Erfahrung in Sachen strategisches Consulting, Technologie und Outsourcing für Kunden aus Nordamerika, Europa und Asien vor. Darüber hinaus ist er Begründer der Accenture Marketing Operations Services und unterstützt Kunden dabei, die digitale Transformation zu beschleunigen.

Marco Ziegler hat verschiedene Führungspositionen im Bereich Inklusion & Diversität bekleidet und die Etablierung einer Gleichstellungskultur bei Accenture stark vorangetrieben. Aktuell ist er Co-Sponsor des Global Pride Network von Accenture.



Christine Rauh

Managing Director
Global LGBT*IQ Lead Accenture

Christine Rauh ist Managing Director im Bereich Cloud & Infrastructure Services von Accenture. Von Zürich aus beschäftigt sie sich mit der Bereitstellung von Cloud-basierten Lösungen, die Accenture Kunden aus den Bereichen Konsumgüter, Einzelhandel, Tourismus, Industrie und Life Sciences sowie verwandten Branchen dabei unterstützen, ihren Geschäftserfolg auf ein neues Level zu heben. In ihren über 15 Jahren als Beraterin in den Bereichen IT Strategy, Transformation und Infrastructure Services hat Christine Rauh schon zahlreiche Kunden in ganz Europa betreut.

Christine Rauh hat verschiedene Führungspositionen im Bereich Inklusion & Diversität bekleidet und die Etablierung einer Gleichstellungskultur bei Accenture stark vorangetrieben. Aktuell ist sie Co-Sponsor des Global Pride Network von Accenture.



Marc Mellone

Business Design Lead
LGBT*IQ Lead ASGR Accenture

Marc Mellone ist Business Design Lead bei FJORD, Design and Innovation from Accenture Interactive in Berlin. Seine Erfahrung erstreckt sich über die Bereiche Business Design Strategy und Innovation sowie Design Research. Seine derzeitige Rolle ist eine Mischung aus Projektmanager und Business Designer, der für die Umsetzung ganzheitlicher digitaler Transformationsprojekte für seine Kunden verantwortlich ist. Während seiner sechs Jahre bei Accenture hat sich Marc Mellone insbesondere auf Themen wie Mobility und New Ways of Working fokussiert.

Vier Jahre lang war Marc Mellone Pride Lead für Deutschland und hat seit einem Jahr die Lead-Rolle für die Region Deutschland, Österreich, die Schweiz und Russland inne. Sowohl in seinem Arbeits- wie auch privaten Umfeld setzt sich Marc Mellone sehr stark für das Thema Equality – in all seinen Facetten und Dimensionen – ein.

**Mithilfe grundlegender
Maßnahmen konnte die
Situation von LGBT*IQ-
Mitarbeitenden am
Arbeitsplatz verbessert
werden – zumindest
auf den ersten Blick.**

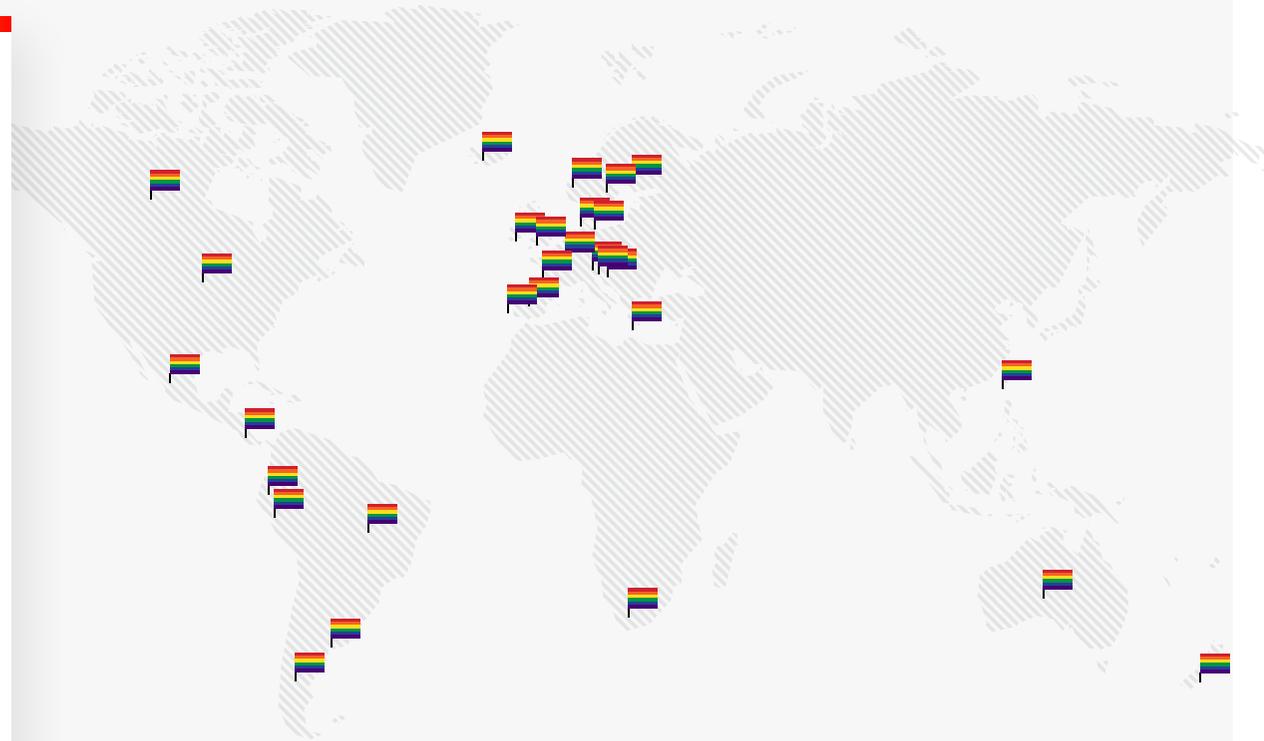
Schaut man genauer hin, wird jedoch klar: Hinter der fortschrittlichen Außenwahrnehmung kämpfen LGBT*IQ-Mitarbeitende noch immer mit großen Herausforderungen und Ängsten. Unsere Studie zeigt, welche Auswirkungen dies auf ihre Weiterentwicklung haben kann, und nennt Wege, wie sie beruflich erfolgreich und gleichzeitig sie selbst sein können.

In vielen Teilen der Welt hat die LGBT*IQ-Community große Fortschritte in Sachen Gleichstellung erzielt.

Bis 2001 gab es kein einziges Land, in dem die gleichgeschlechtliche Ehe legal war. Heute ist diese Form der Ehe bereits in 29 Ländern anerkannt. ¹

Unsere Studie, die wir mit mehr als 28.000 Mitarbeitenden in 26 verschiedenen Ländern durchgeführt haben, zeigt auch in der Arbeitswelt Fortschritte auf: Global betrachtet ist die Wahrscheinlichkeit für das Erreichen einer Managementposition, die Zufriedenheit mit dem eigenen beruflichen Werdegang sowie das Streben nach höheren Führungspositionen bei LGBT*IQ-Mitarbeitenden genauso ausgeprägt wie bei allen anderen.

Noch haben in Deutschland weniger LGBT*IQ-Befragte (24 Prozent) eine Führungsposition inne, als andere Studienteilnehmende (31 Prozent). Der Trend zeigt aber positiv nach oben: Während 20 Prozent der LGBT*IQ-Mitarbeitenden eine Führungsposition anstreben, sind es bei der Gruppe der anderen Studienteilnehmenden nur 17 Prozent.



Doch nach wie vor steht die LGBT*IQ-Community vor zahlreichen Herausforderungen.

77 von **195**

Ländern verbieten Diskriminierung am Arbeitsplatz aufgrund der sexuellen Orientierung.²

40 %

Laut unserer aktuellen Studie zeigen selbst in den fortschrittlichsten Länder nur ca. 40 Prozent (weltweit) der LGBT*IQ-Mitarbeitenden offen ihre Geschlechtsidentität bzw. sexuelle Orientierung am Arbeitsplatz – was leider darauf schließen lässt, dass sie nicht das Gefühl haben, sie selbst sein zu können.

Angeichts des weltweiten Kampfes gegen die Corona-Pandemie warnen Experten, dass die LGBT*IQ-Community vermutlich verhältnismäßig stark von den negativen wirtschaftlichen und gesundheitlichen Konsequenzen, unter anderem Jobverlust, betroffen sein wird.³

Ein Bericht von OutRight Action International sagt voraus, dass diese ohnehin schon anfällige Gruppe mit mehr Ängsten, wie der Furcht vor gesellschaftlicher Stigmatisierung und dem Risiko familiärer Gewalt konfrontiert sein wird.⁴



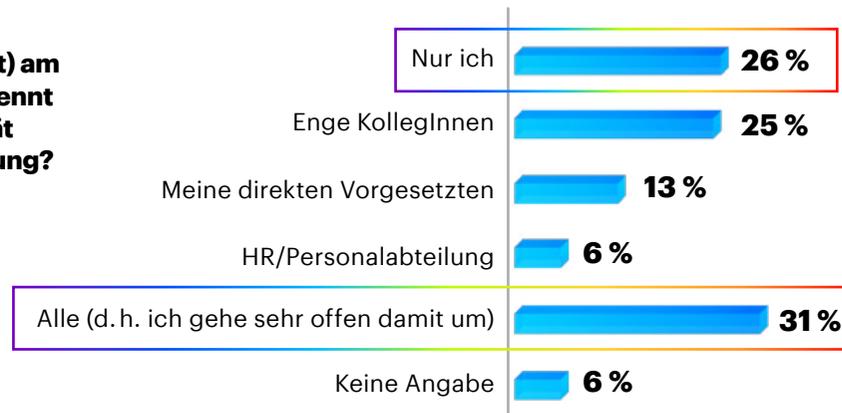
**“Ganz ehrlich,
wie geht es dir?”**

Obwohl aus unseren Daten hervorgeht, dass LGBT*IQ-Mitarbeitende auf dem Management-Level gut vertreten sind, wollten wir es genauer wissen. Und das war gut so, denn: Hinter der fortschrittlichen Außenwahrnehmung verstecken sich nach wie vor große Herausforderungen und Ängste, mit denen LGBT*IQ-Mitarbeitende zu kämpfen haben.

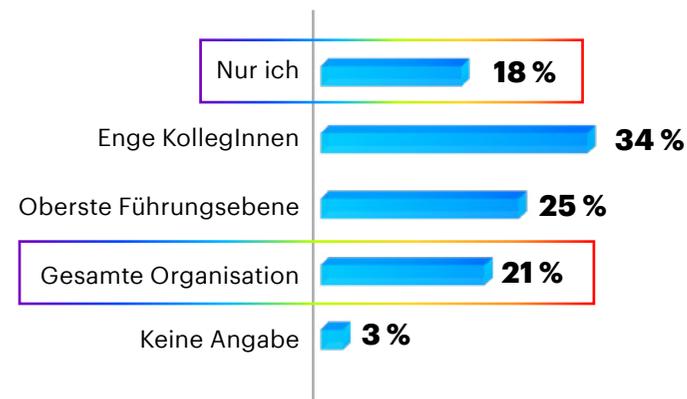
Wir haben festgestellt, dass nur 31 Prozent (in Deutschland: 35 Prozent) der LGBT*IQ Mitarbeitenden am Arbeitsplatz vollkommen offen mit ihrer Geschlechtsidentität bzw. ihrer sexuellen Orientierung umgehen. Unter den Führungskräften sind es sogar nur 21 Prozent.

Die Teilnehmenden unserer Mitarbeiterumfrage konnten mehrere Antworten auswählen (insofern sie nicht „Nur ich“, „Alle“ oder „Keine Angabe“ gewählt haben). Die Teilnehmenden an unserer Umfrage für Führungskräfte konnten nur eine Option auswählen.

Wie offen zeigen sich Mitarbeitende (weltweit) am Arbeitsplatz, d. h. wer kennt die Geschlechtsidentität bzw. sexuelle Orientierung?



Wie offen zeigen sich Führungskräfte (weltweit) am Arbeitsplatz, d. h. wer kennt die Geschlechtsidentität bzw. sexuelle Orientierung?



53%

Wir haben außerdem festgestellt, dass in Deutschland mehr als die Hälfte der Mitarbeitenden der Überzeugung ist, dass ihre Geschlechtsidentität bzw. sexuelle Orientierung ihre berufliche Entwicklung verlangsamt hat.

Aber woher kommt diese Einschätzung? Zu einem Großteil hängt es damit zusammen, dass Unternehmen keine ausgeprägte Kultur der Gleichstellung und Inklusion leben – und Führungskräfte kein offenes Ohr für die Bedürfnisse ihrer Mitarbeitenden haben.

Wie schon in unserer Studie „Mit Culture Makern auf die Überholspur“ (The Hidden Values of Culture Makers)⁵ zeigt sich hier: In der Wahrnehmung der Arbeitskultur gibt es eine große Diskrepanz zwischen dem, was nach Meinung der Führungskräfte vor sich geht, und dem, was nach Ansicht der Beschäftigten im Unternehmen wirklich passiert. Zwei Drittel (weltweit 68 Prozent) der Führungskräfte sind der Ansicht, dass sie für ein befähigendes Arbeitsumfeld sorgen – ein Umfeld, in dem ihre Mitarbeitenden sie selbst sein, Bedenken äußern und neue Innovationen hervorbringen können, ohne Angst vor Fehlern haben zu müssen. Im Gegensatz dazu ist jedoch nur gut ein Drittel (weltweit 36 Prozent) der Beschäftigten derselben Meinung.

Diese Diskrepanz in der Wahrnehmung könnte erklären, warum sich viele LGBT*IQ-Mitarbeitende bei der Arbeit nur wenig unterstützt fühlen oder Angst davor haben, sich so zu zeigen, wie sie sind. Nur 14 Prozent (weltweit

der LGBT*IQ-Mitarbeitenden haben das Gefühl, dass der Arbeitgeber für mehr Vielfalt hinsichtlich der Geschlechtsidentität einsteht und ein Umfeld schafft, in dem sich LGBT*IQ-Mitarbeitende willkommen fühlen. 19 Prozent (weltweit) derjenigen Befragten, die sich am Arbeitsplatz nicht offen über ihre Geschlechtsidentität bzw. sexuelle Orientierung zeigen, haben Angst davor, nach einem Outing diskriminiert zu werden.

Selbst von den befragten LGBT*IQ-Führungskräften stimmt nur etwas mehr als die Hälfte (weltweit 57 Prozent) zu, dass ihr Unternehmen Angehörigen der LGBT*IQ-Community offen begegnet.

Aber wie schaffen es LGBT*IQ-Führungskräfte – und alle anderen, die sich für mehr Gleichberechtigung einsetzen – diese Diskrepanz in der Wahrnehmung zu schließen und eine offene und tolerante Kultur zu fördern?

Best Practice:
Culture Maker
machen den
Unterschied



6%

Eine kleine Gruppe an Führungskräften – wir nennen sie **Culture Maker** – nimmt eine **Vorreiterrolle ein**.

Von den befragten Führungskräften können 6 Prozent (weltweit) der Gruppe der Culture Maker zugeordnet werden – unter ihnen vor allem jüngere Frauen und Männer. Bemerkenswert ist, dass die Culture Maker Unternehmen führen, die mehr als doppelt so schnell wie die von anderen Führungskräften geleiteten Unternehmen wachsen. Auch wenn es darum geht, Faktoren zu schaffen, die LGBT*IQ-Inklusion fördern, gehen sie voran.



der Culture Maker (weltweit) haben sich persönlich und öffentlich für die Rechte der LGBT*IQ-Community eingesetzt,



der anderen Führungskräfte (weltweit).



der Culture Maker (weltweit) glauben, dass Mitarbeitende beruflich vor allem dann erfolgreich sind, wenn sie die Freiheit haben, sie selbst zu sein,



der anderen Führungskräfte (weltweit).



der Culture Maker (weltweit) arbeiten für Unternehmen, die sich nicht nur dafür aussprechen, dass Mitarbeitende im Job sie selbst sein können, sondern sich auch feste Zielvorgaben dafür gesetzt haben,



der anderen Führungskräfte (weltweit).



der Culture Maker (weltweit) glauben, dass sich Beschäftigte in ihrem Unternehmen „rundum sicher“ fühlen können, offen zu ihrer Geschlechtsidentität bzw. sexuellen Orientierung zu stehen,



der anderen Führungskräfte (weltweit).

Wir haben außerdem festgestellt, dass LGBT*IQ-Mitarbeitende erfolgreicher sind, wenn Führungskräfte offen und stolz mit ihrer Geschlechtsidentität bzw. sexuellen Orientierung umgehen und ihre Kolleginnen und Kollegen eine solche Kultur unterstützen.



Mehr als zwei Drittel (weltweit 71 Prozent) von ihnen sagen, dass es für ihre berufliche Weiterentwicklung wichtig ist, andere LGBT*IQ-Mitarbeitende in verantwortungsvollen Führungspositionen zu sehen.

Ebenfalls 71 Prozent (weltweit) geben an, dass die Unterstützung durch Mitarbeitende, die sich nicht der LGBT*IQ-Community zugehörig fühlen – sogenannte Allies – eine große Rolle spielt, um sich am Arbeitsplatz wohl zu fühlen.

Inklusion fördern, um Innovationen freizusetzen

Eine Kultur der Gleichstellung und Inklusion zu etablieren und jedem/-r Einzelnen die Chance zu geben, einen Unterschied zu machen, ist nicht nur wichtig und richtig, sondern hat auch einen Einfluss auf den Unternehmenserfolg. Ganz besonders nach der Pandemie und mit fortschreitender Digitalisierung ist das der richtige Weg.

Es lohnt sich ...

Unsere letzte Studie⁶ hat eine große Diskrepanz festgestellt, wenn es darum geht, die Wahrnehmungslücke zwischen Führungskräften und Mitarbeitenden, zu verkleinern.

Wenn die Wahrnehmungslücke um 50 Prozent verringert werden würde, könnten die globalen Gewinne um 33 Prozent höher liegen. Das entspricht 2019 einem Wert von 3,4 Billionen Euro.

Weiterhin wissen wir, dass eine starke Gleichstellungskultur einer der wesentlichen Treiber für Innovation ist: In unserer Studie aus dem Jahr 2019 kamen wir zu dem Ergebnis, dass die Innovationsbereitschaft und -fähigkeit von Mitarbeitenden in Unternehmen mit einer starken Kultur der Gleichstellung etwa sechsmal höher ist als in Unternehmen, in denen sie gering ausfällt.⁷

A close-up profile of a smiling man with a rainbow flag tattoo on his cheek. The tattoo consists of horizontal stripes of red, orange, yellow, green, blue, and purple. The man has short dark hair and is wearing a white t-shirt. The background is blurred, suggesting an outdoor setting with greenery.

Eine Kultur der Gleichberechtigung am Arbeitsplatz schaffen

Im März haben wir unseren Bericht „Mit Culture Makern auf die Überholspur“ (The Hidden Value of Culture Makers)⁸ veröffentlicht. Auf Basis ökonomischer Daten konnten wir 40 Faktoren ermitteln, die zusammengenommen eine Kultur fördern, in der alle Mitarbeitenden wachsen und sich weiterentwickeln können.

Mit dem gleichen Datenmodell haben wir nun die fünf kulturellen Faktoren ermittelt, die Arbeitgeber berücksichtigen sollten, wenn sie ein Umfeld schaffen wollen, in dem LGBT*IQ-Mitarbeitende sich unterstützt und wertgeschätzt fühlen:

1.

Eine Kultur der Gleichstellung muss ganz oben auf der Agenda stehen – wir nennen das progressive Führung. Dazu gehört auch, dass Führungskräfte offen mit persönlichen Herausforderungen umgehen.

3.

Unternehmen und Führungskräfte sollten ein befähigendes Umfeld schaffen – also eine Kultur, in der sich Mitarbeitende, die sich von der Mehrheit unterscheiden, schnell zurechtfinden, willkommen fühlen und weiterentwickeln können.

5.

Mitarbeitende sollen sich sicher fühlen können, Probleme mit Führungskräften anzusprechen – insbesondere, wenn es um Belästigung und Diskriminierung geht.

2.

Diskriminierungsfreie Strukturen sind erforderlich, um sicherzustellen, dass flexible Arbeitsbedingungen nicht nur vorhanden sind, sondern auch gefördert und nachgehalten werden.

4.

Zu einem befähigenden Arbeitsumfeld gehört auch eine gelebte Fehlerkultur, in der Mitarbeitende andere Wege gehen und etwas ausprobieren können – und keine Angst haben, etwas falsch zu machen.

LGBT*IQ – mit Stolz bei Accenture

Wir bei Accenture schaffen ein integratives und offenes Arbeitsumfeld, frei von Vorurteilen, in dem sich alle so zeigen können, wie sie sind. Dabei unterstützen wir auch aktiv die LGBT*IQ-Community – und sind stolz auf das, was wir bereits erreicht haben. Aber wir wissen auch, dass noch ein weiter Weg vor uns liegt. Deshalb beschäftigen wir uns nicht nur im PRIDE Month, sondern über das ganze Jahr mit folgenden Fragen – die auch für andere Führungskräfte spannend sein können:

/ Schaffen unsere Richtlinien die richtigen Rahmenbedingungen, um alle Beschäftigten einzubeziehen und gleich zu behandeln?

/ Gibt es in allen Ländern, in denen das Unternehmen tätig ist, Netzwerke für die Mitarbeitenden? Wird den Bedenken und Bedürfnissen der Mitarbeitenden Gehör geschenkt und werden sie entsprechend unterstützt und gefördert?

/ Welche Schritte werden unternommen, um die psychische Gesundheit und das Wohlergehen aller Beschäftigten zu fördern?

/ Können sich die Mitarbeitenden an eine (von ihren direkten Vorgesetzten unabhängige) Vertrauensperson wenden, um Bedenken darüber zu äußern, wie sie am Arbeitsplatz behandelt werden?

/ Gibt es LGBT*IQ-Allies? Was wird darunter verstanden? Werden für die Arbeit der Allies feste Ziele gesetzt und nachgehalten?

/ Unterstützt das Unternehmen die LGBT*IQ-Community im Rahmen bekannter Foren und Konferenzen sowie bei Veranstaltungen vor Ort?

/ Bietet das Unternehmen interne und externe Plattformen für LGBT*IQ-Führungskräfte, die ihre Geschichte erzählen wollen?

/ Findet ein gegenseitiger Austausch zwischen Mitarbeitenden-Netzwerken statt, der auf das übergreifende Bestreben nach mehr Diversität und Inklusion einzahlt – auch hinsichtlich Intersektionalität?

/ Werden Culture Maker, die etwas bewirken und bewegen wollen, im Unternehmen unterstützt und gefördert?

Über die Studie

Die in diesem Bericht enthaltenen Ergebnisse und Erkenntnisse beruhen auf Online-Befragungen, die im Rahmen unserer umfassenden „Getting to Equal 2020“-Studie im Oktober und November 2019 in 28 Märkten durchgeführt wurden.

Unsere Umfrage für Führungskräfte hatte mehr als 1.700 Teilnehmende aus der oberen Managementebene (C-Level-Positionen und Positionen in der Geschäftsleitung von Unternehmen mit mindestens 50 Beschäftigten). An unserer Umfrage für Mitarbeitende nahmen mehr als 30.000 Beschäftigte teil.

Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich alle Angaben auf globale Daten. Wir weisen jedoch darauf hin, dass sämtliche Ergebnisse, die sich speziell auf LGBT*IQ-Mitarbeitende bzw. sich nicht der LGBT*IQ-Gruppe zugehörig fühlende Beschäftigte beziehen, auf Daten aus 26 (anstatt 28) Märkten basieren (28.000 Beschäftigte).

Danksagung

PROJEKTLEITER

Barbara Harvey – barbara.harvey@accenture.com

Annemarie Reed – annemarie.reed@accenture.com

PROJEKTTEAM

Gwennie Cheung

Elizabeth Daggett

Agata Dowbor

Helen Harrison

Javier Leonor

Dominic King

Joanna Syczewska

Jonathan Thomas

Simon Tottman

Referenzen

¹ <https://www.hrc.org/resources/marriage-equality-around-the-world>

² <https://www.catalyst.org/research/lesbian-gay-bisexual-and-transgender-workplace-issues/>

³ https://assets2.hrc.org/files/assets/resources/COVID19-IssueBrief-032020-FINAL.pdf?_ga=2.14549303.1644369101.1588875258-56912156.1587588564

⁴ <https://outrightinternational.org/content/vulnerability-amplified-impact-covid-19-pandemic-lgbtq-people>

⁵ <https://www.accenture.com/us-en/about/inclusion-diversity/culture-equality-research>

⁶ <https://www.accenture.com/us-en/about/inclusion-diversity/culture-equality-research>

⁷ <https://www.accenture.com/us-en/about/inclusion-diversity/gender-equality-innovation-research>

⁸ <https://www.accenture.com/us-en/about/inclusion-diversity/culture-equality-research>

Über Accenture

Accenture ist ein weltweit führendes Beratungsunternehmen, das ein breites Portfolio von Dienstleistungen sowie digitale Expertise in den Bereichen Strategy & Consulting, Interactive, Technology und Operations anbietet. Wir setzen unsere umfassende Erfahrung und spezialisierten Fähigkeiten in mehr als 40 Branchen ein – gestützt auf das weltweit größte Netzwerk aus Centern für Advanced Technology und Intelligent Operations. Mit 513.000 Mitarbeitern, die für Kunden in über 120 Ländern tätig sind, treiben wir kontinuierlich Innovationen voran, um die Leistungsfähigkeit unserer Kunden zu stärken und für ihr Geschäft nachhaltig Mehrwert zu schaffen. Besuchen Sie uns unter www.accenture.com

Weitere Informationen zu Pride bei Accenture finden Sie unter www.accenture.com/pride oder per E-Mail an lgbt@accenture.com.

Über Accenture Research

Accenture Research liefert Trends und datenbasierte Erkenntnisse zu den wichtigsten Themen, mit denen global tätige Unternehmen konfrontiert sind. Unser Team umfasst 300 Forscher und Analysten in 20 Ländern, die innovative Forschungsansätze mit einer umfassenden Kenntnis der Branchen unserer Kunden kombinieren und jährlich Hunderte von Berichten, Artikeln und Stellungnahmen veröffentlichen. Unsere Studien sollen Denkanstöße geben und werden durch firmeneigene Daten sowie durch Partnerschaften mit führenden Organisationen wie dem MIT und Harvard unterstützt. Die Studien bilden die Grundlage für unsere innovativen Lösungen, die wir gemeinsam mit und für unsere Kunden umsetzen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.accenture.com/research