



Die Stadtverwaltung Kloten erhält das Swiss LGBTI-Label

Sichtbare Diversität

Öffentliche Verwaltungen mögen bei vielen als träge gelten, doch die Wirklichkeit sieht anders aus. Einige Verwaltungen beweisen sich als agile, offene und fortschrittliche Organisationen. So lebt die Stadtverwaltung Kloten eine offene und inklusive Organisationskultur und hat dafür das Swiss LGBTI-Label verliehen bekommen.

Von Markus Dolder und Michel Gelin

«Kloten verbindet Menschen, Orte, Potenziale», so lautet der Kernsatz der Strategie Kloten2030. Mit «Wir wollen aus Kloten einen Ort machen, wo der Diversität von Kulturen und Bedürfnissen wertschätzend und aktiv begegnet wird, um die Gemeinschaft zu fördern» wird dies weiter konkretisiert. Diversität ist auch im Bereich der Mitarbeitenden der Stadtverwaltung Kloten seit vielen Jahren ein wichtiges Thema. Schutz vor Diskriminierung sowie ein Diversity Management sind bereits seit 2010 in der Personalverordnung verankert.

Den Mitarbeitenden Gehör verliehen

Im Oktober 2020 hat ein Vorstoss aus dem Kreis der Mitarbeitenden dazu geführt, dass sich der Stadtrat und die Geschäftsleitung mit dem Thema LGBTI auseinandersetzen. Eine Bewerbung für das Swiss LGBTI-Label wurde von beiden Gremien unterstützt, und der Bewerbungsprozess wurde in Angriff genommen.

Das Swiss LGBTI-Label ist ein Qualitätssiegel für Organisationen mit Sitz in der Schweiz oder auch für Schweizer Organisationen, die sich für die innerbetriebliche Gleichberechtigung von LGBTI-Personen einsetzen.

Nach den positiven Entscheiden von Stadtrat und Geschäftsleitung gründete eine Gruppe von Mitarbeitenden die «Rainbow Lions», welche die Bewerbung für das Swiss LGBTI-Label erfolgreich durchgeführt haben. Die «Rainbow Lions» haben sich zudem entschieden, hinzustehen und sich sichtbar zu machen. Sie sind Teil der gelebten Diversität, stehen Mitarbeitenden Rede und Antwort

und weisen auf allfällige Verbesserungsmöglichkeiten hin.

Wofür steht LGBTI?

LGBTI steht für lesbisch, schwul (englisch: gay), bisexuell, trans* und intergeschlechtlich. Es meint Personen, die sich in ihrer sexuellen Orientierung, Geschlechtsidentität oder ihren körperlichen Geschlechtsmerkmalen von der Bevölkerungsmehrheit unterscheiden. Das Kürzel ist im Diversity Management hilfreich, um die Dimension zu benennen, darf aber nicht zu stereotypen Zuschreibungen gegenüber diesen Mitarbeitenden führen. (Quelle: www.lgbti-label.ch)

Was bedeutet das Swiss LGBTI-Label?

Als Label gelten unter anderem Hinweisschilder auf Verpackungen – sie weisen auf das hin, was durch die Verpackung nicht ersichtlich ist. Gleich verhält es sich mit dem Swiss LGBTI-Label: Es macht sichtbar, was sonst oftmals im Verborgenen bleibt. Bewerbende erkennen, dass es sich bei der Stadt Kloten um eine Arbeitgeberin mit einer offenen und inklusiven Arbeitskultur handelt. Das Label wirkt aber auch gegen innen und setzt ein starkes Zeichen, welches es Mitarbeitenden erleichtert, auch am Arbeitsplatz freier und offener aufzutreten, was zu mehr Zufriedenheit beiträgt.

Für den Personaldienst (HR) und die Geschäftsleitung hat das Label auch eine verpflichtende Wirkung. Vorgesetzte müssen entsprechend sensibilisiert und ausgebildet werden. Die Werte müssen gelebt werden, und alle sollen sich ihrer Vorbildrolle bewusst sein und diese wahrnehmen. Reglemente und Prozesse müssen angepasst und ggf. umformuliert

werden – kurz «Walk the talk», den Worten müssen Handlungen folgen.

Verwaltungen im «War for Talents»

Öffentliche Verwaltungen kämpfen zwar nicht in Konkurrenz mit grossen Unternehmen um neue Kunden, wenn es aber um die Rekrutierung von Mitarbeitenden geht, besteht durchaus ein Konkurrenzverhältnis. Neben guten Sozialleistungen, vielfältigen Aufgaben und Stellen in vielen unterschiedlichen Bereichen zählt auch die fortschrittliche Unternehmenskultur zu den Vorteilen der Stadt Kloten. Mit dem Swiss LGBTI-Label bekennt sich die Stadtverwaltung zur offenen und inklusiven Unternehmenskultur, was auch auf dem Stellenmarkt und in der Kommunikation einen Wettbewerbsvorteil schafft. Die Stadt Kloten publiziert ihre offenen Stellen zudem auch auf der Plattform lgbti-jobs.ch und ist auf der Website von Transwelcome verzeichnet – so wird eine noch breitere Basis an potenziellen neuen Mitarbeitenden erreicht.

Ein Signal nach aussen

In den letzten Jahren haben sich auch in der Schweiz zahlreiche gewalttätige Angriffe auf homosexuelle Menschen ereignet, über welche die Tagespresse ausführlich berichtete. Wer angepasst lebt, keine Liebesbekundungen in der Öffentlichkeit vollzieht oder durch sein äusseres Erscheinungsbild nicht auffällt, lebt diesbezüglich mehr oder weniger in Sicherheit. Wer dem Normalbild jedoch nicht entspricht, muss auch heute noch mit Diskriminierung, offenen Beleidigungen oder gar körperlichen Angriffen rechnen.

DER WEG ZUM SWISS LGBTI-LABEL

1. Anfrage und Vereinbarung

Der Prozess zur Bewerbung startet via Kontaktformular auf www.lgbti-label.ch. Folgend auf eine schriftliche Vereinbarung mit dem Swiss LGBTI-Label erhalten Organisationen den Zugang zum Online-Tool für die Selbstdeklaration.

2. Selbstdeklaration und Dokumentation

Die Selbstdeklaration erfolgt durch das Ausfüllen eines Fragebogens und das Hochladen von Nachweisdokumenten zu den deklarierten Massnahmen und Instrumenten.

3. Auswertung

Die Bewertungskommission beurteilt die Selbstdeklaration. Die Auswertung erfolgt über ein teilstandardisiertes Verfahren, das auf vordefinierten und verbindlichen Kriterien basiert. Ist alles eingereicht, folgt ein detaillierter Ergebnis-Report mit der Empfehlung zur oder gegen die Label-Vergabe an die Vergabekommission.

4. Bescheid und Ergebnis-Report

Die Vergabekommission prüft den Ergebnis-Report und entscheidet über die Vergabe des Swiss LGBTI-Labels. Der detaillierte Ergebnis-Report zeigt die spezifischen Stärken und Entwicklungspotenziale der Organisation auf. Ist der Bescheid negativ, erhält die Organisation entsprechende Vorschläge zur Verbesserung.

5. Label-Vergabe

Bei positivem Entscheid folgt eine Einladung zum Vergabe-Event. Das Swiss LGBTI-Label bleibt für drei Jahre gültig und kann durch die wiederholte Teilnahme nahtlos erneuert werden (Relabeling).

Mehr Informationen und detaillierte Beschreibung auf www.lgbti-label.ch

Unterschiedliche Studien zeigen, dass auch die Situation in der Arbeitswelt leider nicht der verbreiteten Meinung «es ist ja kein Problem mehr» entspricht. Eine Mehrheit verschweigt die Tatsache ihrer sexuellen Orientierung am Arbeitsplatz oder erfährt dort sogar Nachteile wie sozialen Ausschluss, Stigmatisierung oder sexuelle Belästigungen (Lorena Parini, Institut des études genre de l'Université de Genève, Fédération genevoise des associations LGBT, 2014).

Unternehmen, welchen das Swiss LGBTI-Label vergeben wurde, haben auch eine Signalwirkung nach aussen und setzen ein klares Statement – im Arbeitsmarkt, aber auch in der Gesellschaft.

Das alles bringt Ihnen das Swiss LGBTI-Label

Stärkeres Employer Branding

Sie verbessern Ihre Arbeitgebermarke (Employer Brand) und sichern sich langfristig talentierte Fachkräfte aus aller Welt, die Ihnen länger treu bleiben.

Stärkere Wettbewerbsfähigkeit

Ihre Organisation wird wettbewerbsfähiger, weil sich jedes einzelne Mitglied Ihrer Organisation wohlfühlt. Dadurch arbeitet es effizienter, produktiver und innovativer.

Stärkeres Image

Die Öffentlichkeit nimmt Ihre Organisation als offen, engagiert und sozial wahr

(Imagesteigerung). Damit erschliessen Sie neue Kundengruppen.

Stärkere Social Responsibility

Durch Ihr LGBTI-Engagement leisten Sie einen wichtigen Beitrag zu einer achtsamen und offenen Gesellschaft. Damit steigern Sie Ihren Erfolg durch stärkeres soziales Engagement.

Stärkerer Einfluss nach aussen

Ihre Organisation dient als Vorreiterin und Vorbild für andere Organisationen. Sie verschaffen sich so automatisch mehr (mediale) Einfluss, weil Ihnen Werte wichtig sind.

Stärkere Identifikation nach innen

Wer sich akzeptiert fühlt, ist nicht nur engagierter bei der Arbeit, sondern identifiziert sich auch viel stärker mit ihr (= besseres Employer Engagement).



Markus Dolder ist Ökonom und arbeitete nach dem Studium im Bereich der Finanzierung des öffentlichen Verkehrs im Kanton Zürich. Seit 2016 leitet er den Geschäftsereich Finanzen + Logistik

bei der Stadt Kloten, welcher neben dem Personalwesen auch die Liegenschaftenabteilung, die Informatik und die Finanzverwaltung umfasst.



Michel Gelin ist seit Januar 2021 Leiter Marketing + Kommunikation bei der Stadt Kloten. Nach technischer Grundausbildung sammelte er Erfahrungen in Marketing und Kommunikation in der Textilindustrie und der Intralogistik. Das breite Spektrum an Aufgaben bei der Stadt Kloten hat ihn beruflich zurück in seine Heimatstadt Kloten gebracht.



In einem Assessment Center schätzen wir die Stärken und das Potenzial Ihrer Kandidierenden ein. Dabei verfassen wir einen individuellen Bericht mit dem Fokus auf Entwicklungsempfehlungen.

www.diacova.ch · Waisenhausplatz 14 3001 Bern · 031 311 23 11



DIACOVA ist zertifiziertes Mitglied des Vereins Swiss Assessment. Kontinuierliche Optimierung der Qualität steht auf unserem Banner