

MARKE IST GELEBTE DIVERSITÄT

Marken sind ein Spiegelbild des Selbstverständnisses unserer vielfältigen Gesellschaft. Denn Marken leben Vielfalt und Unterschiedlichkeit, mit der sie Differenzierung und Auswahl ermöglichen. Gerade die Vielfalt in Verbindung mit dem ständigen Austausch mit den Konsumenten zum bestmöglichen Verständnis von deren Bedürfnissen ist die Grundlage von Kreativität, die die Basis für Innovationen bildet.

Jede einzelne Marke steht für ein individuelles Markenversprechen, das sich von anderen unterscheidet, dauerhaft, verlässlich, wertschätzend. Ziel der Marken ist es, alle ihre Kunden und Verbraucher zufriedenzustellen und das Leben der Menschen mit ihren Leistungen und Möglichkeiten als Arbeitgeber und Geschäftspartner auf vielfältige Weise kontinuierlich zu verbessern. Daher tritt die Markenwirtschaft konsequent für eine offene Gesellschaft ein und lehnt jegliche Diskriminierung entschieden ab.

Marken haben die Kraft, Grenzen zu überwinden und Menschen zusammenzubringen. Marken genießen eine hohe Wertschätzung. Diese Wertschätzung zu erhalten und auszubauen ist eine beständige Motivation für Innovationen. Marken basieren auf einer von Respekt und Anerkennung getragenen Kultur, die Individualität und die daraus resultierende Vielfalt wertschätzt und fördert. Marken stehen aus Überzeugung für eine Gesellschaft, die frei von Vorurteilen und Diskriminierung alle Menschen achtet und würdigt – unabhängig von geschlechtlicher Identität und Orientierung, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, Sprache oder anderen Kriterien.

Die deutsche Markenwirtschaft will diese Vielfalt fördern und gemeinsam die Chancen nutzen, die sich aus ihr ergeben. Als Arbeitgeber ist sie fortwährend auf der Suche nach den besten Talenten. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit sind für sie dabei unabdingbar. Denn Marken wissen, dass sie auch wirtschaftlich nur dann erfolgreich sind, wenn sie zu einer vielfältigen und offenen Gesellschaft selbst aktiv beitragen.

DIE DEUTSCHE MARKENWIRTSCHAFT STEHT DAFÜR EIN ...

1. ... Vielfalt zu leben und diese gewinnbringend in diversen Teams und in unseren Organisationsstrukturen einzusetzen.
2. ... jedem Menschen respektvoll, unvoreingenommen und vorurteilsfrei zu begegnen.
3. ... Prozesse zu überprüfen und wo nötig, so anzupassen, damit Kompetenzen und Talente sich optimal entfalten können.
4. ... Menschen auch in der Werbung darzustellen, wie wir ihnen begegnen – respektvoll, unvoreingenommen und vorurteilsfrei.
5. ... dass für Diskriminierung, Extremismus jeglicher Art sowie Ängste kein Platz ist.
6. ... bei der Besetzung offener Positionen chancengleich auszuwählen und zu entlohnen.