

CODE OF CONDUCT SELBER ERSTELLEN



Ein Code of Conduct ist ein Verhaltenskodex mit Regeln, Werte und Verhaltenserwartungen deiner Organisation.

Dementsprechend können wir dir auch keine fertige Vorlage liefern, denn damit ein Code of Conduct funktioniert, muss er gut zu deiner Organisation passen. Wenn du dem Diversity Thinking Prozess gefolgt bist, solltest du aber inzwischen alles haben, was du brauchst, um deinen eigenen Code of Conduct zu erstellen. Hier machen wir dir einen Vorschlag, wie du vorgehen und welche Fragen du dir stellen kannst.

CODE OF CONDUCT ERSTELLEN SCHRITT FÜR SCHRITT

Ganz grundsätzlich: Ein guter Code of Conduct sollte mindestens zwei Fragen beantworten.

- Wie wollen wir miteinander umgehen und zusammenarbeiten?
- Was passiert, wenn jemand gegen diese Umgangsformen verstößt?

In kleinen Unternehmen bietet es sich an, den Code of Conduct mit allen gemeinsam zu erstellen oder zumindest alle gezielt einzubinden – das erzeugt Ownership und der Code wird besser angenommen.

1

GELTUNGSBEREICH FESTLEGEN

Die wichtige erste Frage, die du dir stellen musst: Was soll dein Code abdecken? Je nach Unternehmen und Voraussetzungen könnte das beispielsweise sein:

- Regeln zum Verhalten von Kolleg*innen und Führungskräften untereinander
- Regeln zum Verhalten der Mitarbeitenden gegenüber Kund*innen und anderen Externen
- Antidiskriminierungsrichtlinien
- Informationen über rechtliche Regelungen, zum Beispiel bezogen auf Whistleblowing
- Leitbild und Werte der Organisation
- Regelungen zum Sprachgebrauch, beispielsweise gendergerechte Sprache



2

BESTEHENDE LEITLINIEN SICHTEN

Trage zusammen, welche Leitlinien es bei euch schon gibt:

- Werte
- Compliance-Richtlinien
- Führungsbild
- Und so weiter

Welche Themen sind in existierenden Leitlinien bereits abgedeckt? Willst du sie durch den Code of Conduct ergänzen, ersetzen oder sie in ihn einfügen?

3

THEMEN ZUSAMMENTRAGEN

Nun kannst du mehr ins Detail gehen und zusammenstellen, welche Themen der Code of Conduct konkret behandeln soll. Wenn du bereits recherchiert hast (zum Beispiel durch eine Mitarbeitendenbefragung), kannst du hier auf deine Ergebnisse zurückgreifen. Wenn nicht, ist es sinnvoll, an dieser Stelle etwas Zeit dafür einzuplanen.

Denn ein Code of Conduct nützt nur dann etwas, wenn er an den Arbeitsalltag in deiner Organisation anknüpft und Orientierung zu Themen gibt, die Mitarbeitende in der Praxis bewegen.

Hier bietet es sich an, diejenigen mit einzubeziehen, für die der Code gelten soll – z.B. durch Mini-Workshops, Arbeits- oder Fokusgruppen. Der Code of Conduct ist ein fundamentales Dokument für eure Zusammenarbeit und er hat die entsprechende Aufmerksamkeit verdient.

Du kannst dazu beispielsweise folgende Fragen stellen:

- Was verunsichert Mitarbeitende im Umgang miteinander oder mit Kund*innen?
- Was führt immer wieder zu Konflikten?
- Von welchen Strukturen müssen Mitarbeitende wissen?
- Welche rechtlichen Regelungen sind relevant? Was bedeuten sie für die Mitarbeitenden?

Typische Themen für einen diversitätssensiblen Code of Conduct können sein:

- Euer Verständnis von Diversität und Inklusion
- Die Definition von Diskriminierung bzw. Benachteiligung und Belästigung
- Informationen zu Ansprechpersonen und Abläufen im Fall von Diskriminierung, Belästigung oder von Konflikten, die nicht allein gelöst werden können
- Informationen zu Rechten und Pflichten gemäß AGG
- Regelungen zu inklusiver und geschlechtergerechter Sprache (zum Beispiel, ob und wie ihr in interner oder externer Kommunikation gendert)
- Leitlinien für die Berücksichtigung von Diversität und Inklusion im Recruiting, im Produktdesign oder bei Veranstaltungen
- Leitlinien zu Barrierefreiheit
- Diversitätssensible Kriterien für die Auswahl von externen Dienstleister*innen



Denke aber ruhig auch quer und schau nicht an weniger typischen Themen vorbei, wenn sie für euch eigentlich relevant wären. Das könnte beispielsweise sein:

- Handeln bei Diskriminierung oder Mikroaggressionen durch Kund*innen
- Inklusion von trans Mitarbeitenden (Umgang mit Namens- und Personenstandsänderungen, Zugang zu Toiletten, und so weiter)
- Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben (Beispielsweise Regelungen zur Erreichbarkeit)

4

INHALTE ERARBEITEN

Hier geht es jetzt darum, die Themen mit Leben zu füllen und in konkrete Regeln zu übersetzen. Es gilt dabei, eine Balance aus Informationen und Lesbarkeit zu halten: Ein guter Code of Conduct schafft ein gemeinsames Verständnis von guter Zusammenarbeit und bietet eine Handlungshilfe, wenn Mitarbeitende nicht wissen, wie sie sich verhalten sollen.

Gleichzeitig darf er sich nicht so sehr im Detail verlieren, dass sich praktische Orientierung in hypothetischen Szenarien verliert. Wenn du dir noch nicht sicher bist, welche Regeln du aus Schritt 3 ableitest, können dir Fragen wie diese helfen:

- Was müssen alle in der Organisation wissen, um rechtskonform zu handeln, beispielsweise bezüglich Antidiskriminierung?
- Was sind eure Unternehmenswerte und was bedeutet es in der Praxis, sie zu leben?
- Stell dir ideale Mitarbeitende oder Führungskräfte vor. Wie verhalten sie sich? Was tun sie oder tun sie nicht?
- Stell dir vor, du kommst neu ins Unternehmen. Was würde dir helfen, um dich in eurer Arbeitskultur und euren Strukturen gut zurechtzufinden?
- Welche informellen Regeln gibt es, die formalisiert werden sollten?
- Stell dir vor, es gab einen Konflikt oder einen Diskriminierungsfall. Was passiert? Wer muss ihn an wen melden, wer ist an der Lösung beteiligt, wie werden Betroffene geschützt, was sind mögliche Konsequenzen?



T I P

Mach deutlich, was Regeln und was Vorschläge oder Wünsche sind. Halte unbedingt fest, was bei Regelstößen passiert und wer zuständig ist.



T I P

Stell dir beim Ausarbeiten immer wieder die Frage: „Wie unterstützt diese Regel oder dieses Statement unsere Mitarbeitenden konkret dabei, respektvoll und inklusiv zu handeln?“ Wenn du nur vage antworten kannst, suche nach stärkerem Praxisbezug.

5

TESTEN UND ITERIEREN

Du kannst es dir wahrscheinlich schon denken: Wenn der Code of Conduct geschrieben ist, roll ihn nicht direkt aus, sondern teste ihn. Du kannst eine der Methoden aus „Diversity Thinking“ nutzen, zumindest solltest du aber ein paar Kolleg*innen draufschauen lassen.

- Ist der Code für sie verständlich? Was ist noch unklar?
- Wie hilfreich schätzen sie den Code für ihren Arbeitsalltag ein?
- Was fehlt noch?

Es ist wichtig, dass der Code of Conduct von denjenigen, die ihn nutzen sollen, auch tatsächlich angenommen wird. Dazu musst du sicherstellen, dass er verständlich ist und ihnen einen Mehrwert bietet.

VERÖFFENTLICHUNG

Bereits vor der Veröffentlichung solltest du dir Gedanken machen, wie der Code of Conduct in euren Arbeitsalltag eingebunden wird. Soll er in die Onboarding-Unterlagen aufgenommen oder im Büro ausgehängt werden? Stellt ihr ihn ins Intranet oder auf eure Webseite? Wie stellst du sicher, dass er nicht sofort auf Nimmerwiedersehen in einer Schublade verschwindet?

Begleite die Veröffentlichung des Codes of Conduct inhaltlich, zum Beispiel durch Informationsmails, eine Q&A-Session oder eine Präsentation beim Teammeeting. Alle, für die der Code gilt, sollten verstehen:

- Warum ihr den Code einführt
- Wer ihn entwickelt hat und auf Basis welcher Erkenntnisse
- Wann und für wen er gilt, ob er verpflichtend ist oder nicht
- Welchen Mehrwert er ihnen bietet (Orientierung, Verbindlichkeit, usw.)

6

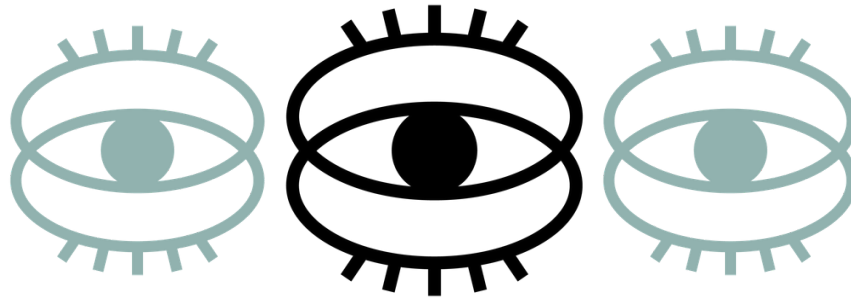
7

BEOBACHTUNG UND FEEDBACK

Hab nach der Veröffentlichung ein Auge darauf, ob/wie der Code im Arbeitsalltag genutzt wird. Beziehen sich Mitarbeitende auf ihn, kommt er in Konfliktfällen zur Anwendung?

Nach einigen Monaten ist es sinnvoll, Feedback einzuholen, z.B. durch eine kurze Umfrage. Finde heraus, ob Mitarbeitende sich an den Code erinnern, ob er für sie nützlich war und ob sie sich Änderungen wünschen. Gegebenenfalls kannst du ihn nach dieser Zeit nochmal anpassen.





IN-VISIBLE GmbH

**c/o Ecosia
Gerichtstraße 23
Hof 4, Aufgang 4
13347 Berlin**

hi@in-visible.berlin

Diese Vorlage ist Teil von „Diversity Thinking. Anleitung für eine feministische Arbeitskultur“, ISBN 978-3-949598-28-9.

Dort findest du auch weiterführende Informationen und Begriffserklärungen.

Gestaltung: Mariam Soliman