

6.2.3. human money company – die menschliche Steuerberatung

6.2.3.1. Die Ausgangslage: Menschliche Vielfalt nutzen – Diversity Management aus Überzeugung

Bericht der Inhaberin KRⁱⁿ Mag^a Christine M. Hapala:

„Solange ich mich zurückerinnern kann, fasziniert mich die Vielfalt der Menschen mit ihren jeweiligen Einzigartigkeiten. Bei meinen Reisen war es mir daher immer wichtig, mit den Menschen unterschiedlicher Kulturen in Dialog zu treten. Dabei konnte ich unterschiedlichste faszinierende Stärken und Perspektiven entdecken.

Diese menschliche Vielfalt wollte ich auch in meiner Steuerberatungskanzlei human money company verwirklichen. Kurz nach der Unternehmensgründung hat Melahat, eine junge Frau türkischer Herkunft, als Praktikantin bei uns zu arbeiten begonnen. Mich hat ihre engagierte Lernbereitschaft überzeugt. Rasch hat sich eine sehr vertrauensvolle Beziehung entwickelt, die mir auch sehr faszinierende Einblicke in ihre Familienstrukturen ermöglicht hat. Gestärkt mit diesen Erfahrungen habe ich die Diversity der MitarbeiterInnen bewusst kultiviert. So zählen MitdenkerInnen mit türkischen, rumänischen, serbokroatischen und polnischen Wurzeln zu unserem Team.

Mit dem Diversity-Preis, der uns verliehen wurde, wurde mein Bemühen um den wertschätzenden Austausch zwischen Menschen unterschiedlicher Kulturen, Geschlechts, Religion, Alters und sexueller Neigung gewürdigt. Diese Vielfalt in meinem Team hat sich allmählich auch in unserer KlientInnen-Struktur wiederspiegelt. Im Zuge einer Informationsreise der Wirtschaftskammer nach Istanbul haben sich interessante Gespräche mit österreichischen UnternehmerInnen türkischer Herkunft entwickelt. Das war für mich Auslöser, die vielfältigen kulturellen Potenziale unseres Teams bewusst zum Gewinnen neuer KlientInnen zu nutzen.“

6.2.3.2. Die Umsetzung: Zielgruppen abholen – in ihrer Muttersprache

Die human money company hat bei ihren Recherchen festgestellt, dass viele Menschen mit migrantischem Hintergrund unternehmerisches Denken verkörpern und dieses leben möchten.

Im ersten Schritt wurden die im Team verkörperten Muttersprachen erhoben:

- Deutsch
- Türkisch
- Rumänisch
- Serbisch
- Bosnisch
- Polnisch

Diese werden seither gezielt genutzt, um UnternehmerInnen in ihrer Muttersprache abzuholen und diese umfassend zu betreuen.

Als nächster Schritt wurden die bestehenden Marketinginstrumente in Bezug auf ihre Kultursensibilität geprüft, neu konzipiert und mehrsprachig gestaltet:

- Produktion von Plakaten, die das gesamte Team inkl. deren Sprachkompetenzen zeigen
- Adaptierung der Website
Diese bietet auf der Einstiegseite – plakativ mit Fahnen – Orientierung für Menschen mit migrantischem Hintergrund. Unter den jeweiligen Angeboten finden Interessierte den/ die jeweilige/n AnsprechpartnerIn der human money company.



- Visitenkarten wurden adaptiert und um die Sprachkompetenz erweitert. Zum Beispiel:



- Email-Signaturen wurden ebenfalls mehrsprachig gestaltet. Zum Beispiel:

Freundliche Grüße
 Saygilar
 Melahat TOERE
 Senior Consultant
 Isterсенiz sizinle türkçede görüşe biliriz
 the • human • money • company

- Mailings werden gezielt in den Sprachen der UnternehmerInnen gestaltet.