



## **HOW TO**

### **ALLIES AT WORK**

**LEITFADEN FÜR  
LGBT\*IQ-ALLIES IM  
ARBEITSALLTAG**



---

**FREE YOUR MIND**

Alle Menschen bemühen Schubladensysteme, um die Welt zu sortieren ... wirklich alle. Umso wichtiger sind das Bewusstsein und die Bereitschaft, dem Inhalt dieser Schubladen offen zu begegnen. Mach sie auf und schau genau, ob drin ist, was drauf steht.

---

## INHALT

FREE YOUR MIND .....	3
WER, WIE, WAS, WARUM ALLIES? .....	5
TATORT ARBEITSPLATZ .....	6
EINE ALLY-KULTUR FÜR ALLE: DAS KLEINE 1x1 .....	8
EINE ALLY-KULTUR – VIELE ALLY-TYPEN .....	10
VON 0 AUF ALLY IN EINER WOCHEN .....	24
INSPIRATION UND INFORMATION .....	26
IMPRESSUM .....	31

# WER, WIE, WAS, WARUM ALLIES?

## LGBT\*IQ – WEN INTERESSIERT'S?

Mal von vorn: LGBT\*IQ ist die englische Abkürzung für Lesbians, Gays, Bisexuals, Trans\*, Inter\* & Queers, also lesbische, schwule, bi, trans\*, inter\* und queere Menschen – kurz: alle, die nicht klassisch Mann oder Frau und heterosexuell sind. Und die Belange dieser Menschen gehen Unternehmen und uns als Gesellschaft mehr an, als wir auf den ersten Blick denken mögen. Zum einen gibt es mehr LGBT\*IQ als vermutet, zum anderen trauen sich nur 37 Prozent von ihnen, sich komplett zu outen – also privat wie beruflich.

- Genau hier liegt auch im Arbeitsleben ein wichtiger Knackpunkt: Wer sich ständig verstecken muss, kann sich nicht vernünftig auf die eigentlichen Aufgaben konzentrieren.

## SOLIDARITÄT

Jeder Mensch braucht Verbündete. LGBT\*IQ-Allies solidarisieren sich mit LGBT\*IQ-Menschen und machen sich für sie stark, vor allem in Situationen, in denen sie es selber nicht sein können.

- Ist das heute wirklich noch nötig? Leider ja.

## AKTUALITÄT

Speziell in den letzten Jahren gab es viele Verbesserungen der Situation von LGBT\*IQ-Menschen. Trotzdem sind eine gleichwertige Gesellschaft und Arbeitswelt bei weitem nicht erreicht. In der 2017 neu aufgelegten Studie „Out im Office?!“ berichten 74 Prozent der befragten schwulen und lesbischen Beschäftigten von Diskriminierungserfahrungen am Arbeitsplatz. Bei bisexuellen und trans\* Personen liegen die Werte sogar erheblich höher. Und: Die Zahlen unterscheiden sich kaum von der zehn Jahre zuvor durchgeführten, ersten Erhebung!

- Kurz: LGBT\*IQ-Menschen sind noch lange nicht vollwertig angenommen.

## KRITISCHE MASSEN BEWEGEN

Je lauter ein Diskurs, desto sichtbarer seine Themen, desto größer der Druck auf Gesellschaft, Wirtschaft, Politik. Heißt: Gleichstellung und Chancengleichheit dürfen nicht nur von betroffenen Minderheiten gefordert werden, sondern gerade auch von der sogenannten Masse. Und die große Masse zu bewegen, fängt im Kleinen an – und bei der eigenen Person: offen mit Diversität umgehen, ehrliches Interesse zeigen, Solidarität signalisieren durch Symbole und das eigene Verhalten, aus persönlichem Bezug Wissen schöpfen und sich diskriminierenden Aussagen, Handlungen und institutionalisierten Strukturen entgegenstellen.

- Kultureller Wandel und struktureller Wandel bedingen sich gegenseitig.

## VERSTÄNDNIS UND VERSTÄNDIGUNG

Forderungen nach gleicher Teilhabe rufen bei bereits Teilhabenden oft Verlust- und Veränderungsängste hervor. Diese diffuse Angst vor dem Unbekannten ist vielleicht menschlich, aber völlig unbegründet: Das Recht auf Teilhabe ist unendlich teilbar! Es geht darum, anzuerkennen, dass Menschen, die außerhalb der Zwei-Geschlechter-Norm existieren und/oder ihr eigenes bzw. mehrere Geschlechter begehren, Teil der Gesellschaft sind ... einfach Menschen mit Bedürfnissen nach Selbstbestimmung, Selbstverwirklichung, Karriere, Familie und Zugehörigkeit.

- Dafür braucht es die spür- und sichtbare Forderung nach Gleichstellung – sowie Rückendeckung, Aufklärung und Dialog. Und hier kommen Allies ins Spiel ...

## IN OR OUT?

Ob selbst LGBT\*IQ oder nicht, also Ally oder Straight Ally, In-Group oder Out-Group, spielt übrigens eine untergeordnete Rolle. Letztlich ist hier alles drin und es jedem Menschen selbst überlassen, ob und wo sie\_er sich positioniert. Wer sich für Gleichstellung engagiert, sollte sich nicht rechtfertigen müssen – handelt es sich doch um weit mehr als ein nobles Unterfangen:

- Es geht um die Arbeitsweise und -kultur in einem Unternehmen.

# TATORT ARBEITSPLATZ

**Jede\_r kann immer und überall LGBT\*IQ-Ally sein – das ist sozusagen der Idealfall! Dieser Guide zielt in erster Linie auf die Situation von Arbeitnehmer\_innen ab. Wir zeigen, wo Sie in Ihrem Unternehmen andere LGBT\*IQ-Allies finden können und geben Ihnen für die erfolgreiche Zusammenarbeit konkrete Handlungsempfehlungen.**

## DIE ZEIT IST REIF

Der Arbeitsplatz als Handlungsort von LGBT\*IQ-Engagement ergibt in doppelter Hinsicht Sinn:

Mit knapp 45 Millionen Menschen stellt die Gruppe der Erwerbstätigen in Deutschland etwas mehr als die Hälfte der Gesamtbevölkerung dar. Den Hebel hier anzusetzen erhöht die Chancen, möglichst viele Menschen zu erreichen. Zumal eine offene Unternehmenskultur ja nicht im Unternehmen bleibt – sie schwappt über die Grenzen der Arbeitswelt hinweg in Alltag, Gesellschaft, Politik.

Wenn sich Arbeitgeber\_innen also ausdrücklich unterstützend und wertschätzend zu LGBT\*IQ-Angestellten positionieren, werden sie zu Mitgestalter\_innen von gesellschaftlichem Wandel. Dafür gibt es nicht zuletzt auch wirtschaftliche Motivationen – etwa, um am (globalen) Markt weiter erfolgreich bestehen zu können. So bildet Deutschland heute noch ein trauriges Schlusslicht, wenn es darum geht, ob sich LGBT\*IQ-Menschen ein Coming Out am Arbeitsplatz trauen – im 20-Länder-Vergleich landet Deutschland hier mit nur 37 Prozent ganz hinten.

## LGBT\*IQ LOHNT SICH

Wenn alle einfach so sein dürfen, wie sie sind, können Talente gelebt, Energien konzentriert und Perspektiven erweitert werden. So wird aus einem offenen Füreinander ein produktives Miteinander. LGBT\*IQ ist kein Nischenthema, ganz im Gegenteil: Von einer respektvollen und konstruktiven Unternehmenskultur profitieren alle:

STÄRKERER TEAMGEIST	GESTEIGERTE ARBEITSMORAL	HÖHERE PRODUKTIVITÄT
------------------------	-----------------------------	-------------------------

Auch die Zahlen sprechen für sich: Die Kaufkraft von LGBT\*IQ wird weltweit auf 3,7 Billionen Dollar geschätzt. Sogenannter Pink Tourism setzt bis zu 200 Milliarden Dollar um. Die Community und Allies legen großen Wert auf Repräsentation und sind besonders loyale Kundschaft, wenn ein Unternehmen sich klar positioniert.

# EINE ALLY-KULTUR FÜR ALLE: DAS KLEINE 1×1

**Welche Voraussetzungen müssen also gegeben sein, damit LGBT\*IQ-Allies ihre Arbeit aufnehmen können? Damit Mitarbeiter\_innen LGBT\*IQ-Ally sein oder werden wollen?**

## RÜCKENWIND VON OBEN

**THEORIE:** Unabdinglich ist die aktiv gelebte und kommunizierte Unterstützung aus der Führungsetage. Grünes Licht von oben motiviert, inspiriert und ermutigt.

**PRAXIS:** Wenn die obere Riege LGBT\*IQ-Chancengleichheit offen einen hohen Stellenwert einräumt und sich aktiv dafür einsetzt, sickert diese Haltung durch das ganze Unternehmen. So werden auch Mitarbeiter\_innen erreicht, denen die Tragweite des Themas bisher nicht bewusst war. Aus einem Nischenthema wird gelebte Unternehmenskultur.

## WISSEN IST MACHT

**THEORIE:** Was aktive LGBT\*IQ-Allies jenen voraushaben, die sich noch nicht für LGBT\*IQ-Chancengleichheit stark machen, ist ein Verständnis über die Tragweite des Themas.

**PRAXIS:** Sorgen Sie für barrierefreien Zugang zu LGBT\*IQ-Wissen. Geben Sie Ihren Mitarbeiter\_innen die Chance, das nötige Verständnis aufzubauen und sich so zu potentiellen Allies entwickeln zu können. Zeigen Sie klar, wie das Unternehmen mit dem Thema umgeht und machen Sie durch regelmäßige Schulungen darauf aufmerksam. Veröffentlichen Sie die Unternehmensrichtlinien für Vielfalt und Chancengleichheit so, dass Ihre Mitarbeiter\_innen nicht daran vorbeikommen. Darüber hinaus hilft es, allgemeine und aktuelle Informationen zur Situation von LGBT\*IQ-Menschen in der Arbeitswelt bereitzustellen. Einen soliden Anfang bilden dabei:

- > HOW TO Nr. 4: LGBT\*IQ für Einsteiger – Warum sich Vielfalt am Arbeitsplatz lohnt. Verfügbar unter: [proutatwork.de](http://proutatwork.de)
- > OUT IM OFFICE?! Studie von Prof. Dr. Dominic Frohn, Florian Meinhold und Christina Schmidt. Verfügbar unter: [www.proutatwork.de/veroeffentlichungen/out-im-office/](http://www.proutatwork.de/veroeffentlichungen/out-im-office/)
- > OUT@WORK – Studie der Boston Consulting Group. Verfügbar unter: [tinyurl.com/BCG-studie](http://tinyurl.com/BCG-studie)

## LGBT\*IQ LIVE UND IN FARBE

**THEORIE:** Über den persönlichen Austausch – die unmittelbare Auseinandersetzung – zwischen allen Mitarbeiter\_innen und Menschen aus der Community ergibt sich ein einmaliges und reiches Verständnis dafür, was es bedeutet, LGBT\*IQ zu sein und als LGBT\*IQ-Mensch in einem Unternehmen zu arbeiten.

**PRAXIS:** Nehmen Sie Kontakt zu Ihrem LGBT\*IQ-Netzwerk auf – eventuell gibt es bereits offene Treffen, die nur stärker im Unternehmen beworben werden müssen. Wenn nicht, organisieren Sie doch zum nächsten LGBT\*IQ-Tag ein offenes Get-together und laden Sie auch Themenneulinge ein – unter ihnen könnte die nächste Generation Allies schlummern.

## DRANBLEIBEN

**THEORIE:** Einerseits kann erst an der gelebten Einbindung von Allies in die Community der Erfolg ihres Engagements und auch der des Unternehmens für LGBT\*IQ-Diversity gemessen werden. Andererseits ist das Gewinnen von LGBT\*IQ-Allies ein Prozess, den Sie von außen nur bis zu einem gewissen Grad beeinflussen können. Diese Entscheidung ist individuell, geht mal schneller, mal langsamer, mal gar nicht. Lassen Sie sich also nicht frustrieren und bleiben Sie dran – steter Tropfen höhlt den Stein.

**PRAXIS:** Schaffen Sie regelmäßige Teilhabemöglichkeiten an LGBT\*IQ-Community-Themen im Unternehmen. Ob dabei Straight-Allies ins bestehende LGBT\*IQ-Netzwerk aufgenommen werden, zusätzlich eine eigene LGBT\*IQ-Allies-Gruppe entsteht oder Austausch in einem Insider-Treff ermöglicht wird, entscheiden Sie situativ und mit Ihren Netzwerk-Mitgliedern.

## EINE ALLY-KULTUR – VIELE ALLY-TYPEN

Wie in jeder Gesellschaft agieren in einem Unternehmen unterschiedliche Personen in unterschiedlichen Rollen. Gerade die Verschiedenheit der Menschen, Persönlichkeiten, Rollen und Aufgaben bringt diverse Perspektiven, Motivation und Handlungsmöglichkeiten mit sich – auch, wenn es um ein mögliches Engagement als LGBT\*IQ-Ally geht. Der 52-jährige, heterosexuelle Vorstand hat höchstwahrscheinlich andere Beweggründe für oder gegen ein Engagement als die 28-jährige, heterosexuelle Marketing-Mitarbeiterin oder der offen schwule 34-jährige Bürokaufmann etc.

### ZIELGRUPPEN EIN GESICHT GEBEN: PROTOTYPEN AUS DEM ECHTEN LEBEN

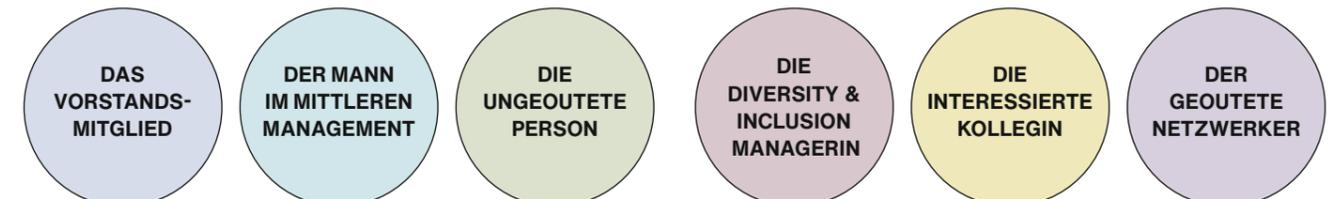
Um für so viele Konstellationen generalisierte Lösungsansätze zu entwickeln, haben wir fiktiven Stellvertreter\_innen von sechs Personengruppen aus dem echten Arbeitsalltag Leben eingehaucht:

#### GRUPPE 1

Menschen, die in ihrer Rolle und Position eher einen Widerstand gegen das Thema haben sowie darstellen, die also (noch) keine Allies sind und überzeugt werden müssten.

#### GRUPPE 2

Menschen, die dem Thema grundsätzlich zugewandt sind und sich bereits engagieren oder sich engagieren möchten.



Anhand dieser Prototypen lassen sich die emotionalen und situativen Bedingungen definieren, die sie für ein bekennendes Engagement als LGBT\*IQ-Ally brauchen: Welche Voraussetzungen und Einstellungen bringen sie in Bezug auf das Thema mit, wie können sie als Ally gewonnen bzw. wie kann ihr Engagement als Ally unterstützt und optimiert werden?



## GRUPPE 1 NOCH ZU AKTIVIEREN – ALLIES VON MORGEN?

Die Personen dieser Gruppe sind alle im Alter von ca. 50 Jahren, in Führungspositionen und haben aufgrund ihrer langen Berufserfahrung wenig Bedürfnis nach Veränderung. Wenn, dann beziehen sich Veränderungswünsche auf die eigene Karriere und werden entsprechend abgewägt.



<b>STECKBRIEF</b>	männlich, heterosexuell, 52 Jahre, verheiratet, zwei Kinder, Jurist
<b>FOKUS</b>	das Unternehmen voranbringen. Interesse an Themen, die sich dazu eignen
<b>BERÜHRUNGSPUNKTE</b>	im Umfeld keine (geouteten) LGBT*IQ-Vorstandsmitglieder, insgesamt kaum Berührung mit dem Thema
<b>STANDPUNKT</b>	theoretisch verhältnismäßig aufgeschlossen. Aussage zu Chancengleichheit von LGBT*IQ im Unternehmen: „Ja logisch, ist ein Thema! Ich unterstütze intern – falls es Not tut. Ich sperre mich nicht grundsätzlich.“
<b>MOTIVATION</b>	Zielvorgaben erfüllen. Er ist bereit, sich für LGBT*IQ-Chancengleichheit einzusetzen, wenn es Vorteile für sein Image und das Unternehmen bringt.

### ALLY SEIN ODER NICHT SEIN, DAS IST HIER DIE FRAGE

#### PRO UND KONTRA – UNENTSCHIEDEN!

Auffällig ist hier die Unentschlossenheit: Wie würde sich ein LGBT\*IQ-Engagement auswirken – für das Vorstandsmitglied selbst genauso wie für das Unternehmen? Ein Engagement für das Thema könnte in Vorstandskreisen für Befremden sorgen, beim Großteil der Mitarbeiter\_innen wiederum für einen Imagegewinn. Das Unternehmen könnte dadurch Kund\_innen verlieren, aber auch gewinnen. Der zusätzliche Energie- und Zeitaufwand könnte ihn behindern, genauso aber persönlich bereichern ...

→ Dieser Prototyp braucht Entscheidungshilfen, um seine Position zu finden.

### LÖSUNGSANSATZ THEORETISCHE UND PRAKTISCHE ANNÄHERUNG

#### WISSEN

Wer mehr weiß, kann mehr verstehen und machen (wollen). Vorstandsmitglieder haben wenig Zeit, also brauchen sie kurze Wege, um sich zu informieren: z.B. Statistiken zu Pink (Employee) Marketing, unternehmensbezogene Zahlen/Daten/Fakten, Videos oder aktuelle Studien – am besten so aufgearbeitet, dass die wichtigen Informationen auf einen Blick erkennbar sind.

#### DIALOG

Fast noch wichtiger ist der direkte Austausch. Persönliche Gespräche und Erfahrungsberichte eröffnen einen emphatischen Zugang und nehmen eventuell vorhandene Berührungsängste. Gut vorbereitet zu sein ist natürlich das A und O: Sie sollten die Situation von LGBT\*IQ-Personen im eigenen Unternehmen nachvollziehbar darstellen können. Beschränken Sie sich dabei nicht auf das Lamentieren über Ungerechtigkeit, sondern zeigen Sie auf, was dem Unternehmen bei fehlendem Einsatz für LGBT\*IQ-Chancengleichheit durch die Lappen geht. Seien Sie in Ihren Darstellungen möglichst neutral und

fahren Sie mit konstruktiven Lösungsansätzen auf. So machen Sie deutlich, dass das Wohl von LGBT\*IQ-Mitarbeiter\_innen und das Wohl des Unternehmens unzertrennlich sind.

#### REVERSE MENTORING

Über das LGBT\*IQ-Netzwerk des Unternehmens können Expert\_innen gefunden werden, von LGBT\*IQ-Mitarbeiter\_innen bis zu Pink-Marketing-Expert\_innen. Stellen Sie der Vorstandsperson passende Wissensträger\_innen an die Seite. So machen Sie den Mehrwert des Netzwerks deutlich und schaffen die Grundlage für einen intensiven Austausch mit steiler Lernkurve.

#### INSPIRATION

Das Aufrechterhalten von Hierarchien kann für Vorständ\_innen enormen Druck mit sich bringen. Möglicherweise fällt es schwer, ihre Rolle mit der Tatsache unter einen Hut zu bringen, dass im Unternehmen nicht alles so rosig läuft wie gedacht – und das auch noch im Zusammenhang mit einem wenig vertrauten Thema. Hier hilft ein sicherer Rahmen zum Austausch mit Peers und Herantasten ans Thema.

All dies und noch viel mehr bietet das DINNER BEYOND BUSINESS der PROUT AT WORK-Foundation: Dieses jährliche Event trägt die Bedeutung von LGBT\*IQ-Diversity in die Vorstandsebenen – in jeder Hinsicht auf höchstem Niveau. Bei einem eleganten Dinner unter Vorständ\_innen, begleitet von der Keynote einer bedeutsamen, geouteten Persönlichkeiten aus der Wirtschaft kann erlebt werden, was Zahlen/Daten/Fakten schon längst wissen: die wirtschaftlichen und kulturellen Vorteile eines Engagements für LGBT\*IQ-Themen.

[↓]

Sie sind überzeugt, dass der Vorstand Ihres Unternehmens dabei sein sollte? Dann schreiben Sie uns unter ...

[dinner@proutatwork.de](mailto:dinner@proutatwork.de)

... wir kümmern uns um den Rest.

## DER MANN IM MITTLEREN MANAGEMENT

### STECKBRIEF

männlich, 50 Jahre, heterosexuell, verheiratet, zwei Kinder, seit 25 Jahren im Controlling, konservatives Menschenbild

### FOKUS

die eigene Position. Hat über die letzten Jahre viele Veränderungen miterlebt, dies stärkt sein Bedürfnis, Bekanntes zu bewahren. Empfindet seine Arbeitssituation als von hohem Druck und starker Konkurrenz geprägt.

### BERÜHRUNGSPUNKTE

Keinerlei Verbindung zu LGBT\*IQ-Themen oder -Menschen, interessiert sich auch nicht dafür. Sein Unternehmen führt LGBT\*IQ-Engagement weiter unten auf der Prioritätenliste.

### STANDPUNKT

Alles, was mit Sexualität und Geschlecht zu tun hat, ist Privatsache (sofern es von der heteronormativen Norm abweicht).

### MOTIVATION

bezieht sich in erster Linie auf die eigene Karriere. Einem Engagement für LGBT\*IQ-Chancengleichheit steht er sehr kritisch gegenüber, da er keinen Nutzen für sich sieht – und alles Neue als Bedrohung wahrnimmt.

## ALLY SEIN ODER NICHT SEIN, DAS IST HIER DIE FRAGE

### KONTRA

Druck und Konkurrenzkampf am Arbeitsplatz führen schnell zum Bedürfnis, persönlich Erreichtes zu bewahren. Dementsprechend sind Neuerungen jeglicher Art mit Angst verbunden: davor, Autorität einzubüßen, den Anschluss zu seinen Peers zu verlieren, Fehler zu machen. Dieser Prototyp möchte nicht selbst für LGBT\*IQ gehalten werden, hat Berührungsängste und fürchtet einen Karriere-schnitt, weil er nicht weiß, wie seine Führungskräfte und Kolleg\_innen ein Engagement auffassen würden. Das gleiche gilt für sein privates Umfeld. Zudem kann er sich nicht vorstellen, zusätzlich zu seinem hohen Arbeitspensum weitere Kapazität aufzubringen.

### PRO

Er weiß nichts über die Chancen, die sich aus einem Engagement ergeben könnten, z. B. bessere Teamstimmung, Anerkennung von oben, höhere Akzeptanz im Freundeskreis und im Team, Bewunderung, Sichtbarkeit, neue Netzwerke, persönliche Entwicklung, eine neue Rolle als Role Model für gute Führung, neue Karrierechancen etc.

→ Dieser Prototyp braucht einen sicheren Raum zum Austausch über/mit LGBT\*IQ sowie Anleitungen zu inklusivem Handeln, da die meisten seiner stereotypen Vorstellungen von LGBT\*IQ eher auf Desinteresse und Unwissenheit beruhen und durch sicheren Austausch abgebaut werden können.

## LÖSUNGSANSATZ ANNÄHERUNG IN DREI SCHRITTEN

Während die Welt rechtlich und gesellschaftlich schon fortgeschritten ist, muss man bei diesem Typ Mensch wahrscheinlich eher bei null anfangen. Es geht wohl erstmal weniger darum, einen neuen Ally zu gewinnen, als einen positiven Zugang zum Thema herzustellen, der es erlaubt, sich auf persönlicher Ebene mit LGBT\*IQ-Menschen auseinanderzusetzen.

### STEP 1: DER AUSTAUSCH

Einladungen zu allgemeinen Events wie Netzwerktreffen sind leichter auszuschlagen als eine konkrete Bitte um einen gemeinsamen Termin. Für den ersten Kontakt bietet sich an, dass eine Person aus dem LGBT\*IQ-Netzwerk

oder ein LGBT\*IQ-Ally ein Face-to-Face-Treffen vorschlägt. Im besten Fall hat diese Person einen ähnlichen oder den gleichen Status im Unternehmen – so wird der Termin zu einem Austausch unter Peers.

Im Gespräch selbst ist Fingerspitzengefühl gefragt: Wo steht das Gegenüber in Bezug auf LGBT\*IQ wirklich? Gibt es Berührungsängste, Fragen, Missverständnisse, Unbehaglichkeiten? Ermutigen Sie zu Neugier, enthemmen Sie, überfordern Sie nicht mit zu viel ungefragten Informationen. Nur Mut, nur Geduld: Der Moment, über die Relevanz von LGBT\*IQ-Chancengleichheit am Arbeitsplatz aufzuklären, wird kommen!

### STEP 2: DIE INFO-BOX

Auch eine sorgfältig zusammengestellte Info-Box kann bei der unverbindlichen Annäherung helfen. Der Inhalt sollte überschaubar, gut verständlich und breit gefächert sein:

- > FAQ und Wording
- > Zahlen/Daten/Fakten, die den fremden „Kosmos LGBT\*IQ“ greifbar machen
- > Booklet à la „Was ist LGBT\*IQ eigentlich?“. Hier bietet sich unser HOW TO Nr. 4 an: *LGBT\*IQ für Einsteiger – Warum sich Vielfalt am Arbeitsplatz lohnt*
- > Aufklärungsmaterial über inclusive practices sowie die Arbeit des LGBT\*IQ-Netzwerks in Form von Dokumentationen erfolgreicher Projekte, Videos, Artikeln etc.
- > Veranstaltungshinweise und Ansprechpersonen im Netzwerk und im Unternehmen

### STEP 3: PAT\_INNENMODELL

Sollte sich die Person (daraufhin) dem Netzwerk anschließen bzw. als Ally positionieren oder intensiver mit LGBT\*IQ-Chancengleichheit auseinandersetzen wollen, bietet sich ein Pat\_innenmodell für die weitere Annäherung und Einführung an. Dabei kann ein gemeinsames Projekt, bei dem die Person von Beginn an als Straight-Ally kommuniziert wird, der Angst entgegenwirken, selbst für LGBT\*IQ gehalten zu werden – und bringt dennoch den Mehrwert der positiven Außenwirkung für beide Seiten. Für die ersten Schritte nach „draußen“ bieten sich dann kleine Give-aways an, z. B. Aufkleber, Türhänger, Mini-Poster, Regenbogenarmband, gebrandete Tasse etc.



Unseren HOW TO Nr. 4:  
*LGBT\*IQ für Einsteiger*  
– warum sich Vielfalt  
am Arbeitsplatz lohnt  
findest Du unter  
[proutatwork.de](http://proutatwork.de)

## DIE UNGEOUTETE PERSON

### STECKBRIEF

Diesem Prototypen wurde bewusst kein Geschlecht zugewiesen. Etwa 50 Jahre alt, Familienstand unbekannt, arbeitet im mittleren Management. Da dieser Mensch sich nicht zeigen kann, sondern am Arbeitsplatz eine Rolle spielt, wird sie\_er vom Arbeitsumfeld eher als verschlossen, unzugänglich oder gar mürrisch wahrgenommen.

### FOKUS

ein sicherer Raum

### BERÜHRUNGSPUNKTE

selbst LGBT\*IQ mit Erfahrungen von fehlender Akzeptanz und Diskriminierung im Verlauf der Karriere

### STANDPUNKT

sieht sich selbst als Schaf im Wolfspelz. Aus Erfahrung heraus der Überzeugung, dass die Rolle am Arbeitsplatz und das Privatleben nicht vermischt werden dürfen: LGBT\*IQ zu sein ist ein Karrierekiller.

### MOTIVATION

Konflikte und unnötige Aufmerksamkeit vermeiden. Vertrauen entgegengebracht bekommen, Vertrauen schenken können

### ALLY SEIN ODER NICHT SEIN, DAS IST HIER DIE FRAGE

#### PRO

Natürlich könnte ein Engagement als Ally, mit Blick auf die eigenen Person genauso wie aufs große Ganze, Vorteile mit sich bringen, von neuen Kontakten über die Mitgestaltung des Wandels bis zur Ermutigung, sich doch zu outen.

#### KONTRA

- > Angst vor Zwangsouting durch die Assoziation mit LGBT\*IQ. Zudem könnte ggf. die\_der Partner\_in unfreiwillig mitgeoutet werden.
- > Befürchtung einer dauerhaften Stigmatisierung: Karrierebruch?
- > Die Kapazitäten dieser Person sind begrenzt, da sie täglich enorme Mengen Energie für ihr Versteckspiel aufwenden muss. Die Rolle als (ungeoutete\_r) Ally würde eine weitere anstrengende „Lügienebene“ eröffnen.
- > Angst vor Diskriminierung, Kontaktverlust, Rechtfertigungszwang und Versetzung

→ Für eine ungeoutete Person, die dies auch bleiben möchte, ist ein Engagement als LGBT\*IQ-Ally mit vielen persönlichen Ängsten verbunden. Ein solches erfordert auf den ersten Blick unverhältnismäßigen Einsatz von persönlichen Ressourcen, Mut und einen oft unbegründeten Vertrauensvorschuss.

→ Ist in diesem Fall also ein Coming Out eine wichtige Voraussetzung für ein Engagement als Ally? Nicht zwingend – jedoch muss die Möglichkeit gegeben sein, eine gewisse Distanz zu LGBT\*IQ wahren zu können. Reminder: Ziel ist nicht, einer Person zum Outing zu verhelfen, sondern einen sicheren Rahmen zu schaffen, in dem sie sich im Unternehmen für LGBT\*IQ einsetzen kann.

### LÖSUNGSANSÄTZE

#### SOLIDARITÄTSKAMPAGNE

Um Menschen zu unterstützen, die aus persönlichen, unterschiedlichen und immer guten Gründen nicht geoutet sind, sich aber dennoch für das Thema LGBT\*IQ einsetzen würden, ist eine Solidaritätskampagne denkbar: sichtbar, langfristig, laut. Diese soll aktiven Allies eine größere Plattform geben und andere dazu ermutigen, sich für Vielfalt einzusetzen. Eine solche „Be who you are“-Kampagne ist auf alle Diversity-Dimensionen anwendbar. Allies werben Allies: Ob im Kleinen auf Postkarten oder Plakaten, oder größer angelegt mit kleinen Kurzfilmen – Allies werben mit einem persönlichen Statement für ein Diversity-Engagement. Parallel dazu kommuniziert wird eine Hotline/der Kontakt zum Netzwerk als sicherem Ort und erste Anlaufstelle. Die Umsetzung einer solchen Aktion ist relativ einfach und günstig, da sie aus dem Netzwerk selbst durchgeführt werden kann.

#### KLARE LINE - KLARE HALTUNG

Um mit ungeouteten Person überhaupt in Kontakt treten zu können, ist eine auf ihre Sorgen abgestimmte, empathische Kommunikation gefragt. So sollte für alle klar gemacht werden, dass ein Engagement als LGBT\*IQ-Ally nicht zwingend bedeutet, LGBT\*IQ zu sein. Um die gewünschte Distanz zu LGBT\*IQ und das ersehnte Zugehörigkeitsgefühl unter einen Hut zu bringen, helfen gebrandete Give-Aways mit Ally-Symbolen, die den Bezug zum Thema herstellen und der Außenwelt gleichzeitig zeigen, dass hier „nur“ ein\_e Unterstützer\_in aktiv ist, z.B. Aufkleber, Türhänger, Mini-Poster, Regenbogenarmband, Tassen etc.

## GRUPPE 2 ALLIES UND SOLCHE, DIE ES WERDEN WOLLEN

Die hier vorgestellten Prototypen sind zwischen 28 und 35 Jahre alt und aus unterschiedlichen Gründen bereits mit LGBT\*IQ-Chancengleichheit vertraut. Ihr Zugang zum Thema ist weitaus barrierefreier und natürlicher als bei Gruppe 1. Für sie geht es weniger darum, LGBT\*IQ-Themen am Arbeitsplatz sichtbar zu machen, als darum, sie zu multiplizieren, voranzutreiben und LGBT\*IQ-Diversity vollends in die Normalität des Arbeitsalltages zu implementieren. Dennoch haben auch sie mit gewissen Hemmnissen zu kämpfen. Diese gilt es abzubauen und durch Mehrwerte zu ersetzen, die ein erfolgreiches Engagement als LGBT\*IQ-Ally mit sich bringt.

### DIE DIVERSITY & INCLUSION MANAGERIN

#### STECKBRIEF

weiblich, 35 Jahre, heterosexuell, liiert. Seit einem Jahr Diversity & Inclusion Managerin in einem internationalen Großkonzern. Als Teil von HR berichtet sie direkt an das zuständige Vorstandsmitglied.

#### FOKUS

mehr Gerechtigkeit und Repräsentation von wenig sichtbaren und marginalisierten Gruppen im Unternehmen. Anerkennung für die eigene Arbeit. Einbindung des Top-Managements

#### BERÜHRUNGSPUNKTE

selbst LGBT\*IQ mit Erfahrungen von fehlender Akzeptanz und Diskriminierung im Verlauf der Karriere

#### STANDPUNKT

LGBT\*IQ-Inklusion ist ein wichtiges Thema, dem die Reputation fehlt, ja das gar den schlechten Ruf hat, Interessenskonflikte mit sich zu bringen: Wirtschaftlichkeit und Ressourcen gegen ein inklusives Arbeitsumfeld, auch in Konkurrenz zu anderen Diversity-Dimensionen.

#### MOTIVATION

Überzeugungstätlerin – Diversity wird in einem guten Business gebraucht, um das Arbeitsklima emotional zu entlasten

### ALLY SEIN ODER NICHT SEIN, DAS IST HIER DIE FRAGE

#### PRO

> Persönliche Befriedigung, da Überzeugungstätlerin

> **Karriereschub:** Außerdem werden durch ihr Engagement nicht nur LGBT\*IQ-Themen sichtbar, sondern auch sie selbst: bei Kolleg\_innen, Führungskräften und über die Unternehmensgrenzen hinaus.

#### MÖGLICHE STOLPERSTELLEN

> **Handlungsspielraum:** Ihr Erfolg ist maßgeblich davon abhängig, wie viel Bedeutung das Top-Management Diversity im Allgemeinen und LGBT\*IQ im Speziellen einräumt. Hat das Thema entsprechende Priorität oder wurde hier eine Alibifunktion eingerichtet?

> **Klischeefalle:** Als Frau und recht junge Mitarbeiterin ist dieser Prototyp oft selbst Zielscheibe von (sexistischen) Vorurteilen, die sogar aus der LGBT\*IQ-Community selbst kommen können. Womöglich steht sie letztlich zwischen den Stühlen, weil sie weder in der Vorstandsebene ernst genommen noch von LGBT\*IQ-Seite akzeptiert wird und letztere sich, auch aus Mangel an Vertrauen in sie und die Unternehmensführung, ihr gegenüber passiv verhält.

> Interessenskonflikte angesichts der zahlreichen Diversity-Dimensionen und deren etwaiger Priorisierung

→ Grundsätzliche Voraussetzung für den Erfolg der Diversity Managerin ist, dass das LGBT\*IQ-Netzwerk sie als Ally anerkennen will und sie in ihrer Rolle als aufsteigende LGBT\*IQ-Verbündete als langfristiges Investment versteht und unterstützt.

→ Um die Relevanz des Themas selbstbewusst, standhaft und konstruktiv vermitteln und eine offene Unternehmenskultur gestalten zu können, braucht die Diversity Managerin ein Set an bestimmtem Wissen, Skills und Best Practices.

### LÖSUNGSANSÄTZE

#### BUDDY-SYSTEM: EINE HAND WÄSCHT DIE ANDERE

LGBT\*IQ Netzwerk und Diversity-Managerin – beide Seiten können voneinander profitieren, sollten einander als Ressource verstehen lernen. Je früher und je stärker sie sich verbinden und verbünden, umso zielführender. Das Netzwerk stattet die Diversity-Managerin mit allem nötigen Wissen aus – und baut sich so eine einflussreiche Verbündete auf. Die junge Frau wiederum bekommt für eine relevante Diversity-Gruppe Know-how aus erster Hand, kann punktgenaue Lösungsansätze erarbeiten und so auch vor ihren Vorgesetzten und Entscheidungsträger\_innen mit schlagfertigen Argumenten brillieren.

Ein konkreter Lösungsansatz ist die Bindung der beiden Parteien durch ein Buddy-System ähnlich einer Patenschaft, nur weitaus persönlicher. Die gegenseitige emotionale Verbundenheit erhöht auch die Verbindlichkeit.

#### WISSEN UND VITAMIN C

LGBT\*IQ-Netzwerke sind meist gut untereinander vernetzt, haben wertvolle Beziehungen und hilfreiches Wissen, von Studien und Publikationen bis zu entsprechenden Veranstaltungen. Um die Diversity Managerin für ihre aktuelle und zukünftige Rolle zu wappnen, braucht es Wissen, Inspiration und Kontakte. So sollte ihr LGBT\*IQ-Buddy das eigene Know-how und die Wissensquellen mit ihr teilen sowie sie zu Events mitnehmen und sie in die Community einführen.

#### ARGUMENTATIONSTRAINING

Ihre Rolle als Verbündete und Sprachrohr wird die Diversity Managerin häufig in Konfliktsituationen bringen. Daher braucht sie Selbstbewusstsein, Durchhaltevermögen, eine dicke Haut und schlagkräftige Argumente. Da noch keine Meisterin vom Himmel gefallen ist, hilft es, sie in geschütztem Rahmen in die Rollenspiel-Mangel zu nehmen – etwa in regelmäßigen Argumentationstrainings mit Mitgliedern aus dem LGBT\*IQ-Netzwerk.

## DIE INTERESSIERTE KOLLEGIN

<b>STECKBRIEF</b>	weiblich, 28 Jahre alt, heterosexuell, Single. Arbeitet in einem großen Konzern im Marketing
<b>FOKUS</b>	Aufklärung und Gerechtigkeit. Sie möchte, dass alle ein „Alle Menschen sind gleich!“-Verständnis teilen.
<b>BERÜHRUNGSPUNKTE</b>	keine Berührungsängste. Ihr bester Freund ist schwul. Hat sich im Unternehmen bereits mit dem LGBT*IQ-Netzwerk in Verbindung gesetzt. Ist sehr neugierig und möchte mehr Wissen zum Thema erlangen
<b>STANDPUNKT</b>	Für sie ist es nicht nachvollziehbar, dass Menschen immer noch Probleme damit haben, LGBT*IQ zu akzeptieren.
<b>MOTIVATION</b>	Harmoniebedürfnis, Wissensdurst und der persönliche Bezug über ihren besten Freund

### ALLY SEIN ODER NICHT SEIN, DAS IST HIER DIE FRAGE

#### PRO

Die interessierte Kollegin bringt auf den ersten Blick die besten Voraussetzungen mit, um als Ally Karriere zu machen. Konkrete Aufgaben sowie die Möglichkeit einer Rolle als Multiplikatorin können nicht nur dazu führen, dass sie aus der LGBT\*IQ-Community Dankbarkeit und Anerkennung erfährt, sondern auch zu gestärktem Selbstbewusstsein, Persönlichkeitswachstum und dem bestärkenden Gefühl, das Richtige zu tun. Dadurch ist sie in der Lage, die Veränderung, zu der sie aktiv beiträgt, in eine positive Arbeitsatmosphäre umzumünzen, von der alle profitieren.

#### MÖGLICHE STOLPERSTELLEN

- > **Zeitmanagement:** Wie soll ein Engagement als Ally neben den eigentlichen beruflichen Aufgaben integriert werden?
- > **Standing:** Mit gerade einmal 28 Jahren und als Frau hat diese Mitarbeiterin selbst nicht den festesten Boden unter den Füßen. Womöglich empfindet sie einen gesonderten Rechtfertigungsdruck, nicht nur gegenüber dem Umfeld althergebrachter Heteronormativität, sondern auch gegenüber einer LGBT\*IQ-Community, die sie als junge, heterosexuelle Frau nicht ernst nimmt und ihr ein Gefühl des Fremd- oder Andersseins vermittelt. Schlimmstenfalls wird ihr von dieser Seite sogar vorgeworfen, sich Themen anzueignen, die ihr nicht zustehen.
- > **Fettnäpfchen:** Wer kann schon garantiert immer alle durch Heteronormativität und Gewohnheit geprägte Umgangsformen, Sprech- und Verhaltensweisen erkennen oder dekonstruieren? Ihr würde ein „Versagen“ vielleicht schneller angekreidet. Was, wenn es darum geht, auch LGBT\*IQ-Kolleg\_innen auf Unsensibilität hinzuweisen? Es ist leicht mal etwas „Falsches“ gesagt.
- > Ihre Sichtbarkeit könnte ihr durchaus negativ angelastet werden, sie könnte Kontakte aus der „heterosexuellen Welt“ verlieren und ihr bisheriges Standing einbüßen.

→ Die interessierte Kollegin braucht mehr Wissen über das LGBT\*IQ-Netzwerk in ihrem Unternehmen – und die Sicherheit, dort willkommenes Mitglied zu sein.

### LÖSUNGSANSÄTZE

#### LEUCHTTURM

Damit die junge Interessentin von der neugierigen Außenstehenden zur aktiven Verbündeten werden kann, helfen Angebote, die eine unverbindliche Annäherung an das Netzwerk erlauben.

Hat das LGBT\*IQ-Netzwerk eine eigene Webseite, sollte sich dort neben FAQs eine Leuchtturm-Liste für jeden Standort des Unternehmens finden: Hier bieten sich Mitglieder des LGBT\*IQ-Netzwerks als Ansprechpersonen für Interessent\_innen an. Darüber hinaus werden aktuelle Projekte vorgestellt – genauso wie konkrete Ideen für ein Engagement. Das enthemmt, öffnet die Türen ins Netzwerk und kann dann auch mit einem Pat\_innen-Modell kombiniert werden.

#### PAT\_INNEN-MODELL

Wer sich engagieren und im Netzwerk aktiv werden möchte, bekommt anfangs eine\_n Pat\_in zur Seite gestellt. Die verteilten Aufgaben werden an den Kenntnisstand der jeweiligen Neu-Allies angepasst. Peu à peu werden sie so in die Netzwerkarbeit integriert und können die Belange des Netzwerkes wiederum in ihre Teams tragen, z.B. in Form von Workshops oder dem Einbringen von Netzwerkthemen in Meetings.

## DER GEOUTETE NETZWERKER

### STECKBRIEF

männlich, 34 Jahre alt, ledig, offen schwul. Bürokaufmann in einem offenen, interkulturellen Team im unteren Management eines großen Konzerns

### FOKUS

Passives Netzwerk-Mitglied – was kann das LGBT\*IQ-Netzwerk mir bieten? Stärkere Vernetzung mit anderen LGBT\*IQ-Mitarbeiter\_innen, um einen sicheren Hafen zu haben, soziale Kontakte sowie die Möglichkeit, sich mit der Community über Karrierestrategien als LGBT\*IQ auszutauschen

### BERÜHRUNGSPUNKTE

„Out & Proud“, also Teil der LGBT\*IQ-Community

### STANDPUNKT

Es fehlt immer noch an Offenheit im Sinne von Normalität. Die Angst vor einem Karriereknick und vor Diskriminierung ist berechtigt. Die Verantwortung für einen Wandel liegt in erster Linie beim Unternehmen, nicht bei den Mitarbeiter\_innen. Das Unternehmen sollte sich noch mehr für LGBT\*IQ-Chancengleichheit einsetzen.

### MOTIVATION

Der geoutete Netzwerker möchte seine Karriere ohne Angst vor Nachteilen und Diskriminierung vorantreiben können. Er ist sich bewusst, dass er in seinem Team nur Out & Proud sein kann, weil dieses bereits offen und divers ist. Er möchte, dass das Unternehmen Community-Themen eine Stimme gibt, sie sichtbar macht und als ganz normale Bedürfnisse von Arbeitnehmer\_innen im Verständnis seiner Mitarbeiter\_innen und Vorgesetzten verankert.

## ALLY SEIN ODER NICHT SEIN, DAS IST HIER DIE FRAGE

### PRO

Dieser Prototyp kann durch ein öffentliches Engagement für LGBT\*IQ-Themen im Unternehmen als Experte Kapital schlagen. Der Wandel vom passiven zum aktiven Netzwerkmitglied würde sich für ihn in mehrfacher Hinsicht lohnen.

> **Überholspur:** Nimmt er diese Position wahr, kann dies seine Karrierechancen verbessern und Risiken minimieren. Auch kann er als Experte und kompetenter Ansprechpartner für LGBT\*IQ-Themen auf sich aufmerksam machen, da er mit höher gestellten Personen zu einem Thema in Austausch geht, in dem er fachlich überlegen ist.

> **Persönliches Wachstum:** Eine solche Rolle bringt natürlich auch einen erweiterten Erfahrungsschatz, ein größeres Skill-Set und damit ein gesteigertes Selbstbewusstsein mit sich. Wer in vollem Selbstbewusstsein arbeiten kann, liefert auch die bestmögliche Performance im Job und kann so wechselwirkend selbst Mut und Vertrauen schöpfen und weitervermitteln.

### MÖGLICHE STOLPERSTEINE

> **Vom Kleinen aufs Große schließen?** Er ist sich bewusst, dass zwar sein Team interkulturell und offen ist, aber noch lange nicht die gesamte Unternehmenskultur. Wenn er allgemein das Thema und somit sich selbst außerhalb seines Schutzraums sichtbar macht, kann ihm von z.B. konservativen Vorgesetzten Ablehnung entgegenschlagen. Dies ist ein Karriererisiko und könnte eine Ausgrenzung innerhalb des Unternehmens zur Folge haben.

> **Stetiges Outing:** Wenngleich dieser Mensch kein Problem damit hat, mit der Community identifiziert zu werden, ist ein Outing keine einmalige Sache – mehr eine fortwährende Praxis, etwa wenn neue Menschen auf den Plan treten. Der Umgang damit ist höchst individuell. Mit dem Engagement als LGBT\*IQ-Ally geht womöglich die Kontrolle darüber verloren, ob, wann und wie er sich aufs Neue outen möchte.

→ Hier wird nochmal besonders deutlich, wie wichtig ein Ally-Engagement von Menschen ist, die eben nicht Teil der Community sind. Trotz vieler Vorteile, die sich in dem Fall

aus einem LGBT\*IQ-Engagement ergeben, bestehen auch Hemmnisse, die teilweise gar nicht so anders sind als bei den anderen Prototypen.

→ Der geoutete Netzwerker braucht eine verbindliche Motivation, vom passiven zum aktiven Netzwerkmitglied werden zu wollen. Dabei ist er auch auf die Unterstützung von anderen (Allies) angewiesen.

## LÖSUNGSANSATZ

### WIN A FORTBILDUNGSJAHR

Netzwerker\_innen brauchen die Gewissheit, dass ihr Engagement langfristig etwas bewirkt – für das Unternehmen genauso wie für die eigene Perspektive.

Um Netzwerker\_innen bei der Stange zu halten, wird ihnen im Rahmen eines Wettbewerbs ein Fortbildungsjahr in Aussicht gestellt: Ein Jahr lang stellt die Unternehmensführung einen Wochenarbeitstag pro Quartal sowie das notwendige Budget für Weiterbildungsmaßnahmen, die sowohl dem LGBT\*IQ-Engagement als auch der eigenen Karriere dienen. Beispiele dafür sind Fortbildungen, die zum eigenen Karriereprofil passen, die PROUT AT WORK-Konferenz oder PROUT AT WORK-Deep-Dives.

Nominiert werden können Allies, die sich durch besonderen Einsatz für LGBT\*IQ-Chancengleichheit hervorgetan haben, ihr Einverständnis natürlich vorausgesetzt. Eine aus dem Netzwerk und dem Unternehmen gestellte Jury wählt fünf Gewinner\_innen. Bei aller persönlichen Überzeugung ist ein Pusch der eigenen Karriere positives Anreizsystem und zusätzliche Motivation für langfristiges Engagement. Hinzu kommen erfreuliche Nebeneffekte wie offizielle Wertschätzung und positives Ansehen im Unternehmen.

↓

Deep-Dives sind innovative Intensiv-Workshops zu LGBT\*IQ-Diversity. Mehr dazu unter [proutatwork.de](http://proutatwork.de)

# VON 0 AUF ALLY IN EINER WOCHEN

Um Vielfalt und Inklusion Realität werden zu lassen, brauchen Unternehmen Strategien, die zu tatsächlichem Handeln führen. Ziel ist es, Menschen zu bewegen – unabhängig von Position, Geschlecht, Alter und jedweder Orientierung. Für Themenneulinge haben wir uns eine kleine Challenge einfallen lassen: sieben Mini-Aufgaben, die dabei helfen, Schritt für Schritt zu verstehen, warum LGBT\*IQ arbeitsrelevant ist.

## TAG 1 INFORMIERE DICH

„42% der Befragten geben an, dass sie im Gespräch mit Vorgesetzten über ihre sexuelle Orientierung lügen.“

Nimm Dir 8 Minuten Zeit für die Studie der Boston Consulting Group „Out@Work“. Was hat Dich überrascht? Was ist hängen geblieben? Welche Infos möchtest Du gerne weitertragen?

Verfügbar unter:  
[tinyurl.com/BCG-studie](https://tinyurl.com/BCG-studie)

## TAG 2 EIN GEDANKEN- EXPERIMENT

„Wie habe ich es geschafft, in eine Situation zu geraten, wo ich es nicht fertiggebracht habe, meine sexuelle Orientierung zu offenbaren?“

Nimm Dir kurz Zeit und lies den Artikel „(K)ein Outing mal anders.“ Wie würdest Du in so einer Situation reagieren?

Verfügbar unter:  
[proutatwork.de](https://proutatwork.de)

## TAG 3 SEI INKLUSIV

„Wer sind Sie – und wenn ja, wie? Wir wollen's wissen: Verraten Sie uns Ihre bevorzugte Anrede und Ihr Personalpronomen? *Fein – bis dahin bleiben wir bei der inklusiven Nennung von Vor- und Nachname.*“

Passe Deine E-Mail Signatur an und zeige, dass die Welt nicht nur schwarz und weiß ist.

## TAG 4 ZEIG DICH

„Allies are so important – but you have to be a visible Ally!“

Beth Brook-Marciniak,  
EY Global Vice Chair

Schaue Dir eine unserer Keynotes des DINNER BEYOND BUSINESS an und lass sie auf Dich wirken.

Verfügbar unter:  
[proutatwork.de](https://proutatwork.de)

## TAG 5 BRING DICH EIN

Netzwerke haben viele Funktionen – vom sicheren Hafen bis zum Sprachrohr für Vielfalt im Unternehmen.

Informiere Dich, wann das nächste Netzwerktreffen in Deinem Unternehmen stattfindet und frag an, ob Du zum Reinschnuppern vorbeischaun darfst.

## TAG 6 ZEIGE FLAGGE

Der CSD München stand 2019 unter dem Motto „Celebrate Diversity! Fight for Equality!“

Begeistere mindestens drei Leute aus Deinem Umfeld für einen Besuch beim nächsten Christopher Street Day / die nächste Gay Pride. Zeige so gemeinsam mit vielen anderen Flagge.

## TAG 7 AM SIEBTEN TAGE SOLLST DU RUHEN ...

Einfach mal Pause machen und die Woche Revue passieren lassen.

“Allies are so important – but you have to be a visible Ally!”

BETH BROOK-MARCINIAK,  
EY GLOBAL VICE CHAIR

# INSPIRATION UND INFORMATION

## BÜCHER: SPANNEND, SCHÖN UND SCHLAU

### LITERARISCHE BZW. (AUTO-)BIOGRAPHISCHE WERKE

Zum Thema inter\* erzählt Clara Morgen mit ihrem Buch „*Mein intersexuelles Kind*“ wunderbar aus der Perspektive einer Mutter. Ebenso ergreifend sind die Autobiographien „*Becoming a Visible Man*“ von Jamison Green und „*Blaue Augen bleiben blau. Mein Leben*“ von Balian Buschbaum. Beide erzählen vom Weg einer trans\* Person zu ihrem wirklichen Geschlecht und eröffnen meist unbekannt Perspektiven.

CLARA MORGEN (2013):  
**Mein intersexuelles Kind. weiblich – fließend – männlich.**  
Berlin. *Inter*

JAMISON GREEN (2004):  
**Becoming a Visible Man.**  
Nashville. *trans*

BALIAN BUSCHBAUM (2010):  
**Blaue Augen bleiben blau. Mein Leben.**  
Frankfurt a.M. *trans*

### LGBT\*IQ AM ARBEITSPLATZ

Beginnend mit den ältesten Exemplaren möchten wir auf die Bücher „*Business Inside Out. Capturing Millions of Loyal Gay Customers*“ von Robert Witek und Wesley Combs, und „*The G Quotient. Why Gay Executives are Excelling as Leaders – and What Every Manager Needs to Know*“ von Kirk Snyder hinweisen. Beide Bücher sind imposante Business Cases für mehr Sichtbarkeit und Akzeptanz von LGBT\*IQ-Menschen in der Unternehmenswelt.

Außerdem empfehlen wir den Studienband „*Lesbians and Work. The Advantages and Disadvantages of ,Comfortable Shoes‘*“, herausgegeben von Pamela A. Brand.

Zu guter Letzt zwei Bücher, die jeweils im Sinne eines Business Case auf die wirtschaftlichen Vorteile der Akzeptanz und Inklusion von LGBT\*IQ-Menschen aufmerksam machen: Das wunderbare Buch „*The Glass Closet. Why Coming Out is Good Business*“ von Lord Browne sowie „*Der Regenbogen-Faktor. Schwule und Lesben in Wirtschaft und Gesellschaft – Von Außenseitern zu selbstbewussten Leistungsträgern*“ von Jens Schadendorf.

ROBERT WITEK, WESLEY COMBS (2006):  
**Business Inside Out. Capturing Millions of Brand Loyal Gay Consumers.**  
Chicago. *queer*

KIRK SNYDER (2006):  
**The G Quotient. Why Gay Executives are Excelling as Leaders – and What Every Manager Needs to Know.**  
San Francisco. *gay*

PAMELA A. BRAND (2009) (HG.):  
**Lesbians and Work. The Advantages and Disadvantages of ,Comfortable Shoes‘.**  
Abingdon, Oxon / New York. *lesbian*

LORD BROWNE (2014):  
**The Glass Closet. Why Coming Out is Good Business.**  
New York. *gay/lesbian*

JENS SCHADENDORF (2014):  
**Der Regenbogen-Faktor. Schwule und Lesben in Wirtschaft und Gesellschaft – Von Außenseitern zu selbstbewussten Leistungsträgern.**  
München. *gay/lesbian*

## MOVIE SPECIALS

LGBT\*IQ – pro Buchstabe zwei sehenswerte Filme ...

**L:** **Rafiki** (2018)  
**Disobedience** (2018)

**G:** **Mario** (2018)  
**Der verlorene Sohn** (2018)

**B:** **Call Me by Your Name** (2017)  
**Appropriate Behaviour** (2014)

**T:** **The Danish Girl** (2016)  
**Romeos** (2011)

\*

**I:** **XXY** (2007)  
**Tintenfischalarm** (Doku, 2006)

**Q:** **A Kid Like Jake** (2018)  
**Alle Farben des Lebens** (2015)





## DAS KLEINE LGBT\*IQ-ABC

<b>binär</b>	Eine von der westlichen Kultur geprägte Idee, bei der Geschlecht ausschließlich als „männlich“ oder „weiblich“ gedacht wird. Siehe auch <b>Dritte Option, inter*, Heteronormativität</b> .
<b>Bi/Bisexualität</b>	Bezeichnung für Menschen, die romantische und sexuelle Beziehungen nicht ausschließlich zu Menschen eines bestimmten Geschlechts führen.
<b>Cis-/cisgeschlechtlich</b>	Eine Person, deren geschlechtliche Identität dem Geschlecht entspricht, das ihr bei der Geburt zugeschrieben wurde. Der Ursprung liegt im lateinischen „cis-“ (auf dieser Seite, diesseits, binnen, innerhalb), das Gegenteil von trans- (auf der anderen Seite, über-, hinüber-). Siehe hierzu auch <b>Gender, geschlechtliche Identität</b> .
<b>Dritte Option</b>	Gilt seit Januar 2019 für das Personenstandsgesetz und bietet Menschen, die sich im binären System nicht wiederfinden, die Möglichkeit, ihr Geschlecht abzubilden, anstelle die Frage nach dem eigenen Geschlecht einfach leer lassen zu müssen. Siehe hierzu auch <b>inter*</b> .
<b>Gay</b>	Aus dem Englischen übernommenes Wort für schwul oder homosexuell. Siehe auch <b>Schwuler</b> .
<b>Gender</b>	Der englische Begriff drückt das soziale Geschlecht aus und umfasst die Geschlechtsrolle (einschließlich der Erwartungen) als auch die geschlechtliche Identität. Dieser grenzt sich ab von dem biologischen Geschlecht, das alle körperlichen geschlechtsspezifischen Merkmale meint.
<b>Gender_Gap/ Gender*Sternchen</b>	Der in Worten verwendete Gender_Gap bzw. Unterstrich (z.B. Mitarbeiter_innen) schafft einen Zwischenraum in der Sprache, um alle geschlechtlichen Identitäten jenseits von Frau und Mann sichtbar zu machen.  Das Gender*Sternchen ist den Programmiersprachen entnommen und steht dort für eine Vielfalt möglicher Endungen, die auf einen Wortstamm folgen können. Hier z.B. transident, transsexuell, intersexuell, intergeschlechtlich oder transgeschlechtlich.

<b>geschlechtlicher Ausdruck</b>	Die Art und Weise, wie eine Person ihr Geschlecht/ihre geschlechtliche Identität nach außen hin verkörpert. Der geschlechtliche Ausdruck geht weit über den Kleidungsstil hinaus. Er findet sich in all den kleinen Merkmalen und Eigenschaften, an denen wir Geschlechter-Rollen festmachen: Gangart, Vokabular, Körperhaltung, Stimmlage, Körperpflege, soziales Verhalten etc. Siehe auch <b>geschlechtliche Identität</b> .
<b>geschlechtliche Identität</b>	Das Geschlecht, dem sich ein Mensch zugehörig fühlt – unabhängig von dem eigenen biologischen Geschlecht. Die geschlechtliche Identität kann, muss aber nicht, mit dem bei der Geburt zugewiesenen Geschlecht übereinstimmen. Wichtig, ist zu verstehen, dass jeder Mensch das Recht hat, seine geschlechtliche Identität selbst zu wählen.
<b>Heteronormativität</b>	Kulturelle Sichtweise, die Heterosexualität, Zwei- und Cis-Geschlechtlichkeit als soziale Norm festlegt und Ursache für Benachteiligung sowie Diskriminierung sein kann.
<b>Heterosexualität</b>	Sexuelle Orientierung, bei der das sexuelle Begehren Personen des anderen Geschlechts gilt (zugrundeliegend: binäre Vorstellung von Geschlecht).
<b>Homophobie</b>	Die Angst vor, Diskriminierung gegen und Hass auf homosexuelle Menschen. Siehe hierzu auch <b>Interphobie, Transphobie</b> .
<b>Homosexualität</b>	Sexuelle Orientierung, bei der das sexuelle Begehren Personen des gleichen Geschlechts gilt.
<b>inter*</b>	Inter* ist ein Sammelbegriff für diverse Selbstbezeichnungen wie intergeschlechtlich oder intersexuell. Er dient als ein emanzipatorischer und identitätsbasierter Begriff für die Vielfalt intergeschlechtlicher Realitäten.  Bezeichnung für Menschen mit biologischen Merkmalen (chromosomal, gonadal, hormonell, anatomisch), die Varianten der rein weiblichen oder rein männlichen biologischen Merkmale aufweisen. In einigen Fällen können Intersex-Eigenschaften bei der Geburt sichtbar sein, während sie in anderen Fällen bis zur Pubertät nicht sichtbar sind. Einige hormonelle/ chromosomale Variationen müssen überhaupt nicht physisch sichtbar sein.  Intersexualität bezieht sich auf das biologische Geschlecht und sollte von der sexuellen Orientierung oder geschlechtlichen Identität unterschieden werden. Eine inter* Person kann heterosexuell, schwul, lesbisch, bisexuell oder asexuell sein. Sie kann sich als weiblich, männlich, als beides oder weder noch identifizieren.





<b>Interphobie</b>	Die Angst vor, Diskriminierung gegen und Hass auf inter* Menschen. Siehe hierzu auch <b>Homophobie, Transphobie</b> .
<b>Lesbe</b>	Umgangssprachliche Bezeichnung für Frauen, die romantische und sexuelle Beziehungen zu anderen Frauen führen.
<b>LGBT*IQ</b>	Internationale Abkürzung für Lesbians, Gays, Bisexuals, Trans*, Inter* & Queers (Deutsch: Lesbische, Schwule, Bisexuelle, Trans*, Inter* und Queere Menschen).
<b>Queer</b>	Sammelbegriff für Menschen, die ihre geschlechtliche Identität nicht als eindeutig „weiblich“ oder „männlich“ empfinden, sondern sich auf dem gesamten Spektrum verorten.
<b>Schwuler</b>	Umgangssprachliche Bezeichnung für Männer, die romantische und sexuelle Beziehungen zu anderen Männern führen. Siehe auch <b>Gay</b> .
<b>sexuelle Orientierung</b>	Die Fähigkeit eines Menschen für tiefgehende emotionale und sexuelle Anziehung sowie intime und sexuelle Beziehung zu Individuen unterschiedlichen oder gleichen Geschlechts.
<b>trans*</b>	Präfix zur Bezeichnung von Menschen, die sich einem anderen Geschlecht zugehörig fühlen, als ihnen bei Geburt zugewiesen wurde.
<b>trans* Frau</b>	Eine transgender Person, deren Geschlecht bei der Geburt als männlich zugewiesen wurde und deren geschlechtliche Identität weiblich ist.
<b>trans* Mann</b>	Eine transgender Person, deren Geschlecht bei der Geburt als weiblich zugewiesen wurde und deren geschlechtliche Identität männlich ist.
<b>Transphobie</b>	Die Angst vor, Diskriminierung gegen und Hass auf trans* Menschen. Siehe hierzu auch <b>Homophobie, Interphobie</b> .



#### IMPRESSUM

##### Herausgeber

PROUT AT WORK-Foundation, Dantestraße 29, 80367 München, [www.prouatwork.de](http://www.prouatwork.de)

V.i.S.d.P.: Albert Kehler, Vorstandsvorsitzender (Adresse siehe oben)

PROUT AT WORK ist eine eingetragene Wort-/Bildmarke (Deutsches Patent- und Markenamt Register-Nr.: 30 2014 055 885)

##### Konzept und Redaktion

PROUT AT WORK-Foundation

Albert Kehler – Diversity | Coaching | Networking

**Redaktion und Text:** Sandra Hachmann

**Gestaltung:** Liane Zimmermann // Komplizenwerk, München

**Korrektorat, Satz, Reinzeichnung:** Markus Keller

**Bildnachweis:** Titel, Seite 2/3: rawpixel, patrick-tomasso/unsplash

**Urheberrecht:** Der Leitfaden einschließlich aller seiner Bestandteile wie Texte und Bilder ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung unzulässig. Eine entgeltliche Weitergabe der Inhalte an Dritte ist nicht gestattet.

**PROUT AT WORK-Foundation**

+49 89 9228 6199

[info@proutatwork.de](mailto:info@proutatwork.de)

[proutatwork.de](http://proutatwork.de)

[facebook.com/proutatwork](https://facebook.com/proutatwork)

[linkedin.com/company/proutatwork](https://linkedin.com/company/proutatwork)