

Jens Schadendorf

GAYME CHANGER

WIE EINE DYNAMISCHE MINDERHEIT
DIE GLOBALE WIRTSCHAFT VERÄNDERT

© des Titels »Gayme Changer« (978-3-86881-736-2)
2019 by redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH,
München Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

REDLINE | VERLAG

© des Titels »GaYme Changer« (978-3-86881-736-2)
 2019 by redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH,
 München Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

Inhalt

Anstatt einer Einleitung

Die GaYme Changer sind los. Wie eine dynamische Minderheit
 die globale Wirtschaft verändert 9

TEIL I

Barilla, ein Pasta-Schlachtfeld und eine globale Wende

1. Es beginnt alles ganz harmlos 17

2. »Wir« gegen »die« 18

3. Zwölf Nudelmarken, die »nicht vor den Kopf gestoßen haben« ...
 #boycottbarilla 19 – Kampfplatz 20 19

4. Umsteuern 21
 Schock auf der Autofahrt 21 – Gefahren für den Ruf 22 – Eine Reise beginnt 23

5. Dazulernen (1): Tyler Clementi und gefährdete Kinder 23
 Tod eines Studenten ... 24 – ... und wie seine Eltern damit umgehen 24

6. Dazulernen (2): Italienische Verhältnisse 26
 Bescheidene Fortschritte 27 – Das Katholische, die Moral und das Geschäft: Auch Dolce
 & Gabbana 28 – Schwieriges Umfeld selbst für veränderungsbereite Unternehmen 30 –
 Hilfe von Parks und Ivan Scalfarotto 31

7. Dazulernen (3): GLAAD, die Medien und ein neues Skript 33

8. Dazulernen (4): David Mixner – ein Treffen in Manhattan 35

9. Worte und Taten 36
 Konkrete Maßnahmen: Intern ... 37 – ... und extern 39

10. Vom Saulus zum Paulus: Vor den Augen der Welt 40
 »Unwiderlegbar« und »umfassend« 41

11. »Vor fünf Jahren war das nicht der Fall« 42
 »Dumm und rückwärtsgewandt« 42

12. Spiegel des Wandels: Andere Werte, andere Preise, andere
 Entscheidungen 43

13. Abkehr von Milton Friedman, die wiederentdeckte
 Unternehmensverantwortung und der soziale Zweck 45
 Klaus Schwab und »unwissende Marionetten« 45 – Wachsende Kritik und dann
 Schwenk – vor allem bei den Jüngeren 48 – CSR und Blackrocks Forderung: »Leis-

te einen Beitrag« 50 – Steigender Druck auf »Imagepolierer« – ... 52 – ... und auf »Pinkwasher« 53 – Nachklapp in New York 59 – Antonio Zappulla, die Thomson Reuters-Stiftung und Openly 60 – Barillas Engagement: Ohne Einmischung, mit Resonanz ... 62 – ... und mit globalem Fokus 65 – Nicht das erste Mal: Nähe zu den Vereinten Nationen 66

14. Ein neues Versprechen und seine Glaubwürdigkeit – nach innen, nach außen und immer wieder.....	67
15. Nach Deutschland: Mit Starhilfe durch die Stiftung Prout at Work.....	69
Erste Anlaufstelle 69 – Entstehung und Gründung 70 – Ebenfalls ein Spiegel 72	
16. Anruf von Freunden aus Mailand.....	73
Fortschritte auch in Italien 73 – Europäische Vernetzung 77	
17. Ein Kennenlernen in Köln und dann mehr.....	79
Zivilgesellschaft und Business 79 – Deutschland-Chef an Bord – und Verpflichtung 81 – Konkretisierung 82 – Der Blick geht weiter – auch nach Frankreich 84	
18. »Denken wir an einen Reisenden, der einen falschen Weg wählt«.....	87
Katalysator des Wandels 87 – Zwei Frauen auf einer Schachtel 88	

TEIL II

Davoser Impuls, Versteckspiele und eine ökonomische Botschaft, die bis heute wirkt

1. Frühstück bei Microsoft.....	93
Inspiration im Schnee, Einfluss und Netzwerke 93 – Eigentlich am Rand und doch doch historisch 95 – Prall gefüllt 97 – Trotz Widerstand des »offiziellen« Weltwirtschaftsforums 98 – Vor allem Aktivisten 99 – Paul Singer: Inspiration und Antrieb 100 – Unerwartete Fürsprecher – und eine Zäsur 101	
2. Courage eines Wirtschaftsjournalisten.....	103
3. Gefallener BP-Chef: Scham und Schock.....	104
Mediales Spektakel 105 – Deutungshoheit 107	
4. Das Anliegen des Lords: Wirtschaftlicher Nutzen.....	108
5. Topunterstützung für einen Autor und sein Buch: Beispiellose Wirkung.....	109
Im Jahr zuvor noch undenkbar 109 – Statements trotz möglicher Nachteile 110	
6. Gay Business Bosses: Auf Sendung.....	112
7. Ein mutiger Einschnitt – und drei Begründungen.....	114
8. In einem Paket: Gleiche Rechte und Chancen und das Leistungsprinzip.....	117
9. Nicht mehr zweimal denken: Gesünder, produktiver, wirtschaftlicher.....	119
Verschwendete Energie 119 – Coming-out der Jungen im Vergleich – und deutsche Befunde 121	

10. Wachsender Druck auf die Unternehmen durch Millennials und Generation Z.....	125
Es werden deutlich mehr: 20 Prozent! 126 – Starker Zuwachs bei von der Mehrheit abweichenden sexuellen Orientierungen 127 – Große Sprünge auch bei von der Mehrheit abweichenden Gender-Identitäten 128 – Veränderte Selbstbeschreibungen 129 – Öffentliche Diskussionen 130 – »Sexuelle Zwischenstufen«: Auf den Spuren von Magnus Hirschfeld – und Erwin Haeberle 131 – Botschaft an die Wirtschaft: Bewegt euch! 133 – Gewünscht: Soziale Verantwortung kombiniert mit Diversität und Inklusion 134 – Generation Z überholt Y 137 – Bundesstaaten reagieren bereits ... 138 – ... und auch United Airlines: »Fly how you identify« 139 – Fließende Identitäten: Sam Smith und Coming-outs in Serie 140 – Gezielte Unterstützung – auch durch das Trevor Project 142 – Mehr als Barilla: Schnell sein für den Wettbewerbsvorteil 143 – »Unternehmen bereiten sich auf eine nicht-binäre Welt vor«: Baker McKenzie, ... 146 – ... Netflix und seine Stars, ... 147 – ... Universitäten und Accenture ... 148 – ... und Out & Equal 150 – Mehrheit der Jungen: Hohes Produktivitätspotenzial in der Masse 154 – Zarte Facetten in Deutschland 154	
11. »Volle Führungskraft« (1): Holger Reuschling von der Commerzbank – ein langer Weg.....	156
»Irgendwann ging es nicht mehr« 156 – Der »beste Kumpel«, Begegnungen in der Stadt und das gemeinsame Haus 158 – Vertrauen wächst und vereinfacht ... 159 – ... – wenn es nicht zerstört wird 161 – Risiken versus Nutzen 162 – Inspiriert durch Thomas Hitzlsperger 164 – Unterstützt durch das Unternehmensnetzwerk 166 – In einer Managerrunde 170 – Ein Fest – dann durchstarten 171 – Auch andere (1): Matthias Webers Seminar ... 172 – ... mit weitreichenden Folgen ... 174 – ... auch mit Frustrationen ... 176 – ... und mit frischen Chancen 178 – Auch andere (2): Fabienne Stordias persönliches Unternehmertum ... 180 – ... auch bei einer neuen Handelskammer 182	
12. »Volle Führungskraft« (2): Holger Reuschlings neues Engagement.....	183
Eine Reise ... 184 – ... beginnt am Lützowplatz 185 – Weiter mit Stuart Cameron 186 – Harvey Milk und Sticks & Stones: Inspiration, Bühne und Wachstum 188 – Der Rahm auf der Milch 190 – Hundert Gäste im Haus 193 – Harter Wettbewerb, neue Netzwerke und mehr 195	
13. »Volle Führungskraft« (3): Als CEO vom Mann zur Frau, die sie schon immer gewesen ist: Angela Matthes von der Baloise Versicherung.....	197
Ein Plan 198 – Unterstützung aus Basel 199 – Parallel: Die Serie <i>Transparent</i> 200 – Lisa Shermans Blick 201 – Echte Geschichten mit echten Menschen 202 – Lange Begleitung 204 – Viele Gespräche 205 – Es lohnt: Produktivitätspotenzial an der Spitze 205	
14. »Volle Führungskraft« (4): Cook, Simões & Co. – mehr Vorbilder und neue Hitlisten.....	207
Ein Gottesgeschenk – nicht nur für Apple 207 – Arroganter Machtmissbrauch oder verantwortungsbewusster Bürger-Boss? 208 – Man kann es auch anders sehen 210 – Ein portugiesischer Banker in London und die »persönliche Verpflichtung, sich zu outen« 212 – Outstanding und <i>Financial Times</i> : Rollenmodell-Rankings ... 213 – ... und begehrte Platzierungen 216 – Ein (Wettbewerbs-)Vorteil? Oder: »Mein Mann wird sich von mir scheiden lassen« 216 – Ein kleiner Spiegelstrich in Davos: »Auf dem Radar der Vorstände« 218 – Von Anfang an mit offenem Visier: Sander van't Noordende, CEO 220 – Beth Brooke-Marciniak: Spät und dann richtig 222 – Die »It gets better«-Kampagne und eine unerwartete Entscheidung 224 – Vorbilder-Rankings nun auch in Deutschland – ... 226 – ... mit Anlaufschwierigkeiten 229	

© des Titels »GayMe Changer« (978-3-86881-736-2)
 2019 by redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH,
 München Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

15. Vorteile der Vielfalt (1): Gestützt von der Wissenschaft – bessere Entscheidungen, bessere Innovationen, bessere Ergebnisse	230
<p>Mehr Studien, mehr Wissen 231 – Die Stellung im sozialen Gefüge und ihre Bedeutung für die Vorteile der Vielfalt 234 – Besondere Herausforderung: Unbewusste Voreingenommenheit 237 – Diversität und Inklusion: Immer zusammen 239 – Die Potenziale der Vielfalt kompakt 241 – Keine Vorteile ohne vielfältiges Personal 242 – LGBT+-Mitarbeiter: Zugehörigkeit, Motivation und offenes Arbeitsklima fördern 243 – Ein paar Beispiele: Aufbruch bei Siemens ... 246 – ... auch mit Arthur Schmid – bis nach Indien 248 – Nachhaltiger Wandel? 249 – Juergen Maier, »Siemens UK CEO«: Klare Ansagen 250 – Die Welt der Wirtschaftsanwälte: Hogan Lovells – auch in Russland, auch in Spanien 252 – Bertelsmann: Später Start, starke Unterstützung von der Spitze ... 255 – ... und präsent bei der Queer Media Society 258 – Discovery: Großes Netzwerk, bis nach Tennessee, Südamerika und Polen 260 – Allianz Global Investors: Finanzplatzpräsenz 261</p>	
16. Vorteile der Vielfalt (2): Teil eines globalen Großtrends – Allianzen, Zahlen und die Weltgemeinschaft (der Unternehmen)	265
<p>Verstärkt im Management-Leitmedium 265 – Wachsende Geschäftschancen 266 – McKinseys »Davos für LGBT+« 267 – Networking und Geschäft 269 – Lawrence Spicer von der Royal Bank of Canada 270 – Zahlen und Zahlendefizite 271 – Open for Business: Mehr Daten und Evidenz 273 – Unterstützung von Business Case, Economic Case & Co. 275 – Aufbruch der UN: Eine beispiellose weltweite Bildungskampagne ... 277 – ... und die UN-LGBTI-Verhaltensstandards für Unternehmen 281 – Echte Durchbrüche auch in Davos: Schlag auf Schlag ... 284 – ... Donnerhall des US-Vizepräsidenten, ... 286 – ... Forschungspremiere mit drei Modellen und ... 287 – ... Blog-Explosion – mit einer texanischen Erinnerung 288 – Die neue »Partnerschaft für globale LGBTI-Gleichstellung« 290</p>	
Epilog	293
Danksagung	294
Der Autor	296
Stimmen zum Buch	298
Glossar	300
Anmerkungen	307
Index	329

© des Titels »Gayme Changer« (978-3-86881-736-2)
 2019 by redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH,
 München Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>