

1 Was bedeutet Diversity & Inclusion?	1
1.1 Grundlagen	1
1.1.1 Historische Entwicklung	4
1.1.2 Gesellschaftliche, psychologische und rechtliche Einflussfaktoren	7
1.1.3 Begriff Diversity	18
1.1.4 Begriff Inclusion	23
1.1.5 Begriffe Equity oder Equality	26
1.1.6 Das (neue) Konzept Belonging	27
1.1.7 Diversitätssensible Corporate Identity	34
1.1.8 Verankerung und Schnittmengen zu CSR/Nachhaltigkeit	37
1.2 Status quo in der deutschen Wirtschaft	47
1.2.1 Begründung von D&I in Unternehmen	47
1.2.2 Ansätze des D&I-Managements	57
1.2.3 Identitäts- und reputationsbezogener Ansatz von D&I-Management	64
1.2.4 Perspektiven auf D&I-Management	67
1.2.5 Verortung im Unternehmen	72
Literatur	76
2 Dimensionen, Denken und Stereotype	83
2.1 D&I-Dimensionen, Maßnahmen und kommunikative Aufgaben	84
2.1.1 Ethnische Herkunft und Nationalität	87
2.1.2 Geschlecht und geschlechtliche Identität	89
2.1.3 Körperliche und geistige Fähigkeiten	94
2.1.4 Religion und Weltanschauung	96
2.1.5 Sexuelle Orientierung	99
2.1.6 Alter	105
2.1.7 Soziale Herkunft	109
2.1.8 Die (neue) achte Dimension: Aussehen	115

2.1.9 Dimensionen der Vielfalt 2022.	120
2.1.10 Intersektionalität.	120
2.2 Denken und Diskriminierungen.	123
2.2.1 Grundsätzliches	123
2.2.2 Unconscious Biases, Stereotype, Vorurteile.	123
2.2.3 Rassismus.	127
2.2.4 Umgang mit Diskriminierungen im Unternehmen.	131
Literatur.	134
3 Diversity & Inclusion in Konzeption und Strategie.	139
3.1 Verankerung in Leitbild und Strategie.	139
3.2 Entwicklung einer D&I-Strategie	143
3.2.1 Audit „Diversity gestalten“ für Hochschulen (und bald auch Unternehmen)	150
3.2.2 Umgang mit Barrieren und Widerständen	151
3.2.3 Evaluation in der D&I-Strategie.	152
3.2.4 Zusammenführung: Eine D&I-Strategie entwickeln	154
3.2.5 D&I Development Framework – Der D&I-Entwicklungsprozess.	154
3.3 D&I im Konzeptionsprozess von Kommunikation	160
3.3.1 Vielfaltsaspekte in der Analyse	161
3.3.2 Vielfaltsaspekte in der Strategie.	167
3.3.3 Vielfaltsaspekte in Taktik und Evaluation	175
3.4 Erfolgsfaktoren für D&I-Kommunikationskampagnen.	179
3.5 Rainbow-/Diversity-Washing und performativer Aktivismus	182
Literatur.	185
4 Aufgaben und Maßnahmen der Unternehmenskommunikation	189
4.1 Interne und externe Kommunikation	189
4.1.1 Interne Kommunikation von D&I-Themen	191
4.1.2 Externe Kommunikation von D&I-Themen.	197
4.2 Role Models & Storytelling.	200
4.3 Netzwerke und Allyship.	204
4.4 Training und Lernen.	209
4.4.1 Dominanzverhältnisse	210
4.4.2 Inhalte von D&I-Trainings	210
4.4.3 D&I-Leadership	211
4.4.4 Wirkungen von D&I-Trainings	212
4.4.5 D&I-Anstöße (Inclusion Nudges)	214
4.5 Kommunikation in vielfältigen Teams.	216
4.5.1 Vielfältige Persönlichkeiten im Team	217

4.5.2	Aktive Förderung der Teamentwicklung	219
4.6	Krisenkommunikation und Community-Management	220
4.6.1	Intern erklären und Dialog führen können	221
4.6.2	Issues Management und Krisenprävention.	221
4.6.3	Community Management für die externe Kommunikation	222
4.7	Visuelle D&I-Kommunikation.	228
	Literatur.	229
5	Inklusive Sprache und Sprachwandel im Unternehmen.	233
5.1	Language Awareness, Dialog und Polyphonie.	234
5.1.1	Was ist mit dem Begriff „Language Awareness“ gemeint?	234
5.1.2	Verstehensprozess im Dialog	236
5.1.3	Vielstimmigkeit statt One-Voice	237
5.2	Frames und Metaphern in der Kommunikation	238
5.2.1	Sprache mit Deutungsmuster: Framing	238
5.2.2	Metaphern in der Sprache	239
5.2.3	Bewusste und unbewusste Diskriminierung.	241
5.3	Konzept der inklusiven Kommunikation	244
5.4	Corporate Language Change: Sprachwandel im Unternehmen.	248
5.5	Internationale Perspektive: Inclusive-sensitive Language	251
5.5.1	Agenda 2030: Sustainable Development Goals	252
5.5.2	Empfehlungen internationaler Institutionen.	253
5.5.3	Drei-Stufen-Modell für inklusive, internationale Kommunikation	254
5.6	Automatisierung und Technik als Unterstützung von inklusive Sprache	255
5.6.1	Diskriminierender Algorithmus?	256
5.6.2	Translation für mehr Verständnis	256
5.6.3	Support und Tools für inklusive Texte	257
5.6.4	Barrierefreiheit im Office	259
	Literatur.	261
6	Gendergerechte Sprache	265
6.1	Gendern: Geschichte und Grundlagen.	266
6.1.1	Gendergerechte Sprache – eine Frage des Stils	268
6.1.2	Genus, Gender, Geschlecht: Sprachliche Grundlagen	270
6.1.3	Personenbezeichnungen und Paarformen.	272
6.1.4	Definition Gendern.	273
6.2	Das „generische“ Maskulinum	273
6.2.1	Ist das generische Maskulinum generisch?	274
6.2.2	Die Wirkung des geschlechtsübergreifenden Maskulinums.	276
6.3	Argumente für und Vorbehalte gegenüber gendergerechter Sprache.	278
6.4	Kontroversen und Status quo in Wirtschaft und Gesellschaft	283

6.4.1	Sprachkämpfe – Sprache, Kultur, Politik	284
6.4.2	Die Angst vor Sprachwandel und -verfall	285
6.5	Exkurs: Einführung des Gendersternchens in der Landeshauptstadt Hannover und der Umgang mit kontroversen Themen	288
6.6	Sprachstrategien für Gendergerechtigkeit	291
6.6.1	Gendergerechte Formulierungsalternativen	291
6.6.2	Gender-Sonderformen	295
6.7	Die Sprachrichtlinie im Unternehmen	299
6.7.1	Entwicklung eines Corporate Language Guides	300
6.7.2	Interne Umsetzung und Befähigung	304
6.7.3	Begleitung in der externen Kommunikation	304
	Literatur.	305
7	Verständlichkeit und Barrierefreiheit	307
7.1	Barrierefreiheit und European Accessibility Act	308
7.1.1	Was bedeutet Barrierefreiheit?	308
7.1.2	Strategien zum Abbau von Barrieren in der Kommunikation	311
7.2	Verständlichkeit und Einfache Sprache	313
7.2.1	Perspektiven auf Verständlichkeit.	313
7.2.2	Unterschied zwischen Einfacher und Leichter Sprache	314
7.2.3	Hinweise zu den Schwierigkeitsgraden in der Einfachen Sprache	316
7.3	Das Konzept der Leichten Sprache	317
7.3.1	Die Relevanz der Leichten Sprache	317
7.3.2	Die wichtigsten Regeln für Leichte Sprache	318
7.4	Kriterien der Barrierefreiheit im Design	322
7.4.1	Grundlagen der Barrierefreiheit im Design	322
7.4.2	Barrierefreies Webdesign und User Experience.	323
7.5	Barrierefreie Kommunikation	324
7.5.1	Social Media: Barrierefreies Posten.	324
7.5.2	Untertitelung und Audiodeskription im TV	325
7.5.3	Gebärdensprache	326
7.5.4	Brailleschrift.	327
	Literatur.	328