

Inhalt

1. Einleitung und Hintergrund	8
1.1. Diversity und Diversity Management.....	14
1.2. US-amerikanischer Hintergrund.....	20
1.3. Ökonomische Nutzenaspekte von Diversity und Diversity Management und deren Bedeutung für die Dimension „sexuelle Orientierung“	23
1.3.1. Exkurs: Die kreative Klasse und der Gay Index.....	29
1.4. Juristische Perspektive auf Diversity (Management) und die Dimension „sexuelle Orientierung“ in Deutschland	31
1.5. Diversity Management und die Dimension „sexuelle Orientierung“ in der deutschen Forschung und Unternehmenspraxis	34
1.6. Forschungsperspektiven auf Diversity und Diversity Management – Einordnung dieser Arbeit	38
2. Homosexualität in der betriebswirtschaftlichen Forschung.....	42
2.1. Einleitung.....	42
2.2. Quantitative Studien zur Situation von Lesben und Schwulen am Arbeitsplatz in Deutschland	44
2.2.1. Buba und Vaskovics (2001): Benachteiligungen gleichgeschlechtlich orientierter Personen und Paare, Universität Bamberg.....	45
2.2.2. Knoll, Edinger und Reisbeck (1997): Homosexuelle in der Arbeitswelt, LMU München	48
2.2.3. Frohn (2007): Out im Office – Sexuelle Identität, (Anti-) Diskriminierung und Diversity am Arbeitsplatz, Universität zu Köln.....	49
2.3. Homosexualität und individuelle Ergebnisse/ individuelle Leistungsindikatoren	53
2.4. Der Umgang mit der eigenen Homosexualität am Arbeitsplatz	55
2.4.1. Exkurs: Goffmans Theorie des Stigma-Managements	56
2.4.2. Maas: Sieben Stigma-Management-Strategien schwuler Führungskräfte.....	60
2.5. Der Zusammenhang vom Organisationsklima für Schwule und Lesben und der organisationalen und individuellen Leistungsfähigkeit	64
2.6. Der Zusammenhang von arbeitsplatzbezogenem Selbstentwurf von Lesben und Schwulen und deren Leistungsfähigkeit.....	66
2.7. Die Wirkung von Diversity Management zu „sexueller Orientierung“ auf individueller und organisationaler Ebene.....	68
2.8. Diversity Management zu „sexueller Orientierung“, Organisationsklima und Selbstentwurf	70
2.9. Zusammenfassung und Identifikation des Forschungsbedarfs	71

3. Theoretische Verbindungslinien zwischen dem arbeitsplatzbezogenen Selbstentwurf von Lesben und Schwulen, dem Arbeitsklima und Diversity Management.....	74
3.1. Vorbemerkung: Theorie zwischen Existenzialismus und Essenzialismus	76
3.2. Arbeitsplatzbezogener Selbstentwurf / Daseinsentwurf von Schwulen und Lesben.....	78
3.2.1. Heidegger: Dasein als geworfener Entwurf.....	79
3.2.2. Geworfenheit – naturwissenschaftliche und gesellschaftliche Perspektiven.....	80
3.2.3. Verfallenheit – Die Bedeutung der Öffentlichkeit in der Alltäglichkeit.....	82
3.2.4. Entwurf – existenzialistische Perspektive auf den Umgang mit der eigenen Homosexualität	85
3.2.5. Befindlichkeit – psychologische Aspekte	87
3.2.6. Angst und Furcht.....	88
3.2.7. Die Bedeutung der Angst für Forschung zu Homosexualität	89
3.2.8. Sprache – poststrukturalistische Perspektive auf Homosexualität.....	92
3.3. Arbeitsklima für Schwule und Lesben.....	94
3.3.1. Das Verhältnis von Klima und Kultur	97
3.3.2. Unternehmensklima	98
3.3.3. Struktureller Klimaansatz	99
3.3.4. Psychologischer Wahrnehmungsansatz für Unternehmensklima	100
3.3.5. Interaktiver Klimaansatz.....	101
3.3.6. Meads Konzept des „Self“: Arbeitsklima als „generalisierter Anderer“	101
3.3.7. Verbindungslinien zwischen Heideggers Dasein und Meads „Self“	104
3.4. Diversity Management.....	106
3.5. Zusammenfassung des theoretischen Rahmens der Analyse.....	107
4. Forschungsfragen.....	109
5. Methodisches Vorgehen.....	110
5.1. Fallstudiendesign und Querschnitterhebung	111
5.2. Fragebogenmethode	114
5.2.1. Erhebungsinstrumente für das Arbeitsklima und die arbeitsplatzbezogenen Selbstentwürfe.....	115
5.2.2. Erhebungsinstrument für die Maßnahmen des Diversity Management.....	120
5.2.3. Online Befragungen.....	121
6. Erhebungsprozess und Ergebnisse	123
6.1. Limitierende Überlegungen zu den Grundgesamtheiten und Stichproben	123
6.2. Erhebungsinstrument	125
6.3. Durchführung der Pilotstudie und des Pretests	125

6.4. Fallbeschreibung: Diversity Management-Aktivitäten zur Dimension „sexuelle Orientierung“	126
6.4.1. Deutsche Bank	127
6.4.2. Commerzbank.....	131
6.5. Erhebungsprozess für die Fallstudien	135
6.6. Ergebnisse der Fallstudie: Die Wirkung von Diversity Management auf das Arbeitsklima für Schwule und Lesben.....	136
6.7. Ergebnisse der Fallstudie: Der Zusammenhang von Diversity Management und den arbeitsplatzbezogenen Selbstentwürfen von Schwulen und Lesben.....	140
6.8. Erhebungsprozess für die Querschnittserhebung.....	146
6.9. Beschreibung der Querschnittsstichprobe	148
6.10. Regressionsanalysen zur Querschnittserhebung	151
6.10.1. Exkurs: Grundidee der linearen Regression	152
6.11. Ergebnisse der Querschnittserhebung: Die Wirkung konkreter Diversity Maßnahmen auf das Arbeitsklima für Schwule und Lesben	155
6.11.1. Zusammenfassung und Interpretation.....	167
6.12. Ergebnisse der Querschnittserhebung: Die Wirkung des Arbeitsklimas auf die arbeitsplatzbezogenen Selbstentwürfe von Lesben und Schwulen.....	168
6.12.1. Wirkung des Klimas auf das Entwurfsmuster „explizit out“	169
6.12.2. Wirkung des Klimas auf das Entwurfsmuster „implizit out“	171
6.12.3. Wirkung des Klimas auf das Entwurfsmuster „verbergen“.....	173
6.12.4. Wirkung des Klimas auf das Entwurfsmuster „vortäuschen“	176
7. Zusammenfassung der Ergebnisse.....	178
8. Betriebswirtschaftliche Bedeutung der Ergebnisse	185
Anhang	188
Abbildungsverzeichnis.....	200
Tabellenverzeichnis	201
Literaturverzeichnis	203