



von links nach rechts
Randy, Onboarding/Administration
Birte, Prozessmanagerin im Team Product Data
Ariadne, Team Lead im Risk Management

Diversity & Inclusion- Report 2022

Diversität. Dazugehören. Dahinterstehen.

OTTO

Liebe Kolleg*innen, liebe Leser*innen,

das Spektrum von Diversity & Inclusion ist weitreichend, komplex und verwoben. Es erfordert viel Ausdauer, Geduld, Offenheit und Mut, um entscheidende und disruptive Veränderungen für mehr Vielfalt und Teilhabe voranzutreiben und umzusetzen. Wir nehmen diese Herausforderung an – mit dem klaren Ziel, eine vielfältige und respektvolle Arbeitswelt zu schaffen, in der Diskriminierung nicht toleriert wird und jeder Mensch authentisch sein kann.

Heute veröffentlichen wir unseren ersten Diversity & Inclusion-Report und geben einen Einblick in die D&I-Aktivitäten bei OTTO. Ein essenzieller Meilenstein ist dabei unsere Diversity & Inclusion-Strategie, die ich im Frühjahr mit meinen Kollegen aus dem Bereichsvorstand beschlossen habe. Sie hebt unser Engagement als Organisation auf die nächste Stufe. Das unterstreicht auch unsere Kernbotschaft: »Diversität. Dazugehören. Dahinterstehen«.

Auf den nächsten Seiten zeigen wir, wie wir Diversity & Inclusion mit Leben füllen, welche strategischen Schwerpunkte wir für dieses Geschäftsjahr und die darauffolgenden formuliert und welche Projekte wir bereits erfolgreich umgesetzt haben. Viel Freude beim Lesen!



Katy Roewer
Bereichsvorstand OTTO Service



Diversity & Inclusion bei OTTO	S.4
D&I-Strategie	S.5
Fokusdimensionen	S.6
Wertschätzung von Unterschieden	S.9
Bisherige Highlights in diesem Geschäftsjahr	S10
Diversity-Netzwerke	S.16
Ausblick	S22
Verwendung der Gendergerechten Sprache	S.23

Diversity & Inclusion bei OTTO

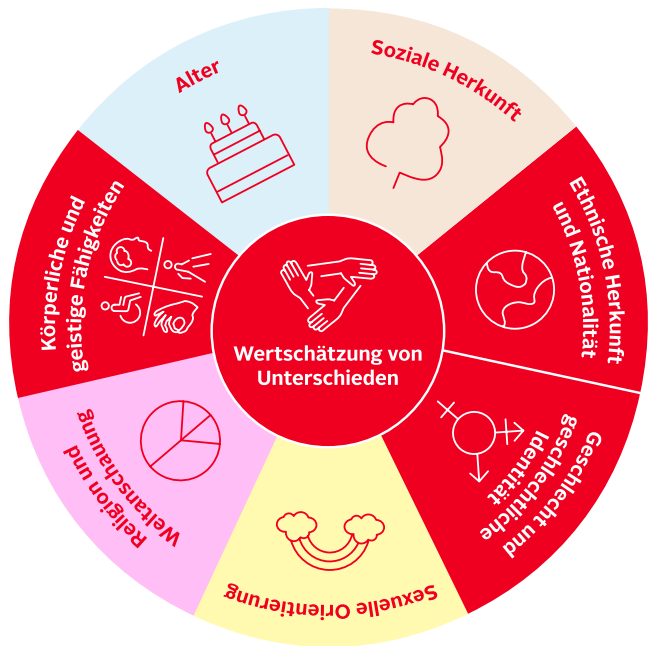
Strukturelle Verankerung des D&I-Teams

Die Organisationseinheit »Diversity & Inclusion« (D&I) ist bei OTTO im Bereich Gesundheitsmanagement verortet. Die benachbarten Teams, wie die psychosoziale Beratung und die Gesundheitsförderung, bilden somit relevante thematische Schnittstellen. D&I ist Teil der HR-Direktion und arbeitet im engen Schulterschluss mit den angrenzenden Fachbereichen.

Dimensionsmodell im Organisationskontext

Die Basis der Arbeit im Bereich Diversity & Inclusion bei OTTO bildet das Modell »4 Layers of Diversity« nach Gardenswartz und Rowe (2003). Es veranschaulicht die Diversitätsdimensionen auf unterschiedlichen Ebenen und macht sie somit greifbarer für Unternehmen.

Inspiziert von der Charta der Vielfalt, orientiert sich OTTO ebenfalls an den sog. »Kerndimensionen« der Vielfalt. Diese beschreiben die inneren, identitätsstiftenden Merkmale einer Person, werden teilweise auch in entsprechenden Gleichbehandlungsgesetzen berücksichtigt und haben den größten Einfluss auf Ein- oder Ausgrenzung. Im Zentrum der sieben »Kerndimensionen« steht die Persönlichkeit eines Menschen.



● Die Fokusdimensionen aus der D&I-Strategie

D&I-Strategie

Diversity & Inclusion stellt die Individualität der Menschen in den Mittelpunkt. Ein standardisierter Lösungsansatz für alle Diversitätsdimensionen erscheint daher nicht zielführend.

Die Entwicklung einer D&I-Strategie für die nächsten Geschäftsjahre anhand der organisationsbezogenen Bedarfe hat geholfen, Schwerpunkte innerhalb des breiten Themenspektrums zu setzen, indem Wirkungszusammenhänge analysiert, entsprechende Handlungsfelder identifiziert und konkrete Maßnahmen abgeleitet wurden. Auf diese Weise geht OTTO mit Blick auf D&I nicht nur zielgerichtet und effizient vor, sondern nimmt als Unternehmen auch die gesellschaftliche Verantwortung wahr und kann sichtbare und langfristig wirksame Fortschritte erzielen. Aufgrund der gewachsenen Bedeutung von Diversity & Inclusion wurde die D&I-Strategie vom gesamten Management-Board verabschiedet.

Leadell, DevOps Engineer im Consumer Interactions Team



OTTO

D&I-Strategie

Fokusdimensionen

Angelehnt an das zuvor genannte Dimensionsmodell priorisierte das D&I-Team im Rahmen des Strategieentwicklungsprozesses drei der sieben »Kerndimensionen« der Vielfalt auf Basis des kurz- und mittelfristigen Handlungsbedarfs bei OTTO. Nachfolgend werden diese als »Fokusdimensionen« bezeichnet.

Ziel ist es, anhand konkreter Maßnahmen mit dem größten Potenzial in den Fokusdimensionen messbare Fortschritte für die Organisation zu generieren.

Als umschließendes Element greift der Begriff »Inclusion« und meint die Wertschätzung von Unterschieden in einem inkludierenden Arbeitsumfeld, geprägt durch Chancengleichheit und Zusammengehörigkeit. Da diese Haltung losgelöst von einzelnen Dimensionen ist, werden auch die anderen Vielfaltsdimensionen hier berücksichtigt.

Geschlecht und geschlechtliche Identität



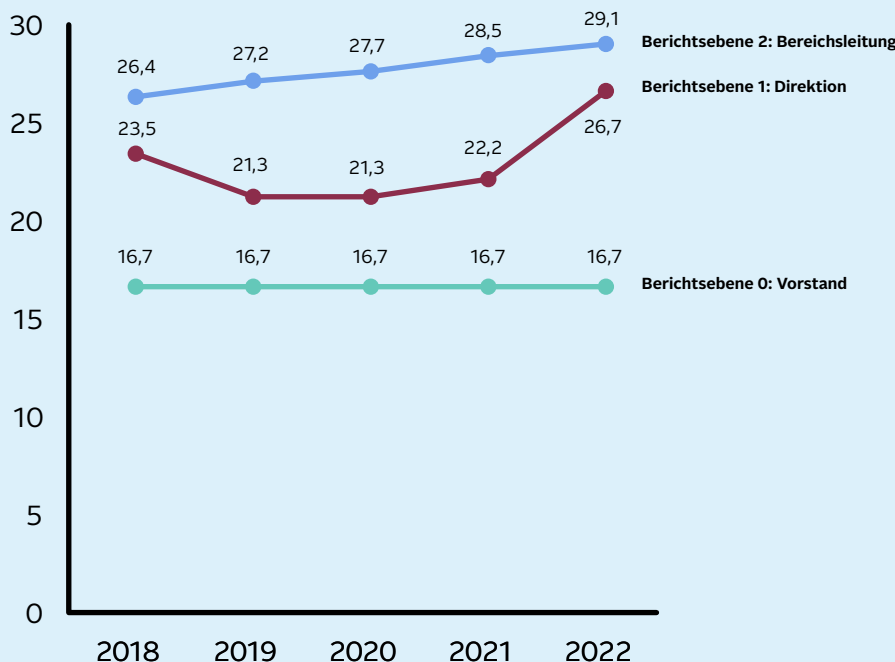
58 Prozent der Belegschaft von OTTO ist weiblich. Dieser Anteil spiegelt sich nicht in allen Funktions- und Führungsebenen wider. Auf Basis des zweiten Führungspositionen-Gesetzes (FüPoG II) hat OTTO sich das Ziel gesetzt, mehr Frauen in Führung zu bringen. Die Ambition ist es, langfristig eine ausgeglichene

Quote zwischen den Geschlechtern zu erreichen. Konkrete Maßnahmen zur Förderung weiblicher Führungskräfte auf den definierten Ebenen helfen dem Unternehmen dabei.

Der Zusammenhang von Vereinbarkeit mit Blick auf Familie und Beruf sowie von weiblichen Führungskarrieren ist bedeutend und muss daher weiter ausgebaut werden. Für eine stärkere Sensibilisierung werden weibliche Vorbilder etwa über die Unternehmenskommunikation und das Personalmarketing sichtbar gemacht, insbesondere in gehobenen Führungspositionen und in den Tech-Bereichen. OTTO adressiert verschiedene Facetten von »geschlechtlicher Identität« auf der Corporate Website. Um ein »Allyship Mindset« – das aktive Engagement von Menschen, die für eine benachteiligte Personen eintreten – bei den Mitarbeiter*innen zu festigen, setzt das Unternehmen auf unterschiedliche kommunikative Angebote, Trainings und Seminare.

Mit PLAN F, Väter@OTTO und MORE* stehen dem D&I-Team performante Diversity-Netzwerke zur Seite, um gemeinsam in dieser Fokusdimension wirksam zu werden.

Frauenanteil disziplinarische Führungskräfte nach Berichtsebene in % (nach FüPoG II) bei OTTO



D&I-Strategie

Körperliche und geistige Fähigkeiten

In Deutschland lebten zum Jahresende 2021 rund 7,8 Millionen schwerbehinderte Menschen, bezogen auf die Gesamtbevölkerung waren das also 9,4 Prozent (Quelle: Statistisches Bundesamt Destatis). OTTO legt Wert darauf, diesen Teil der Gesellschaft im Unternehmen abzubilden, indem die Schwerbehindertenquote weiter ausgebaut wird. Das Bewusstsein und die Sensibilisierung für Menschen mit Behinderungen bei OTTO wird das D&I-Team steigern.

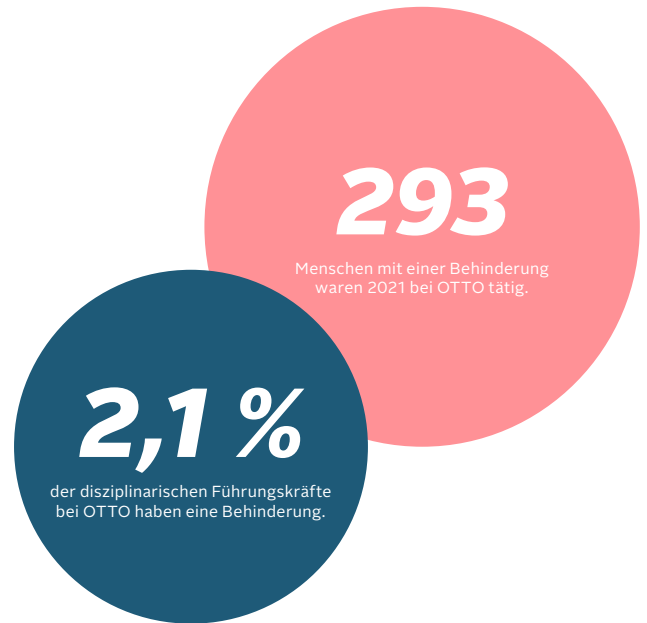
Gemeinsam mit der Schwerbehindertenvertretung und dem Inklusionsbeauftragten kann die soziale Kompetenz der Mitarbeiter*innen gestärkt werden, um Inklusion als Zugewinn und Aufwertung für die Organisation zu begreifen.

Internationaler Tag der Menschen mit Behinderungen am 03.12.2022

OTTO setzt sich für eine inklusive und barrierefreie Arbeitswelt ein. Seit dem 03.12.2022, dem internationalen Tag der Menschen mit Behinderungen, wird in Stellenausschreibungen [Desktop-Ansicht] darauf hingewiesen, dass Bewerbungen von Menschen mit Behinderung bzw. Schwerbehinderung ausdrücklich begrüßt werden.



Alexander, Junior Developer in der OTTO IT



»Vielfalt und Diversität stehen in unserer Unternehmenskultur ganz weit oben. Das ist sehr zu begrüßen und wohl einer der positivsten Entwicklungen unserer Zeit – nicht nur aus der Sicht von Menschen mit Behinderungen. Doch eben diese Mitarbeiter*innen haben aus unserer Sicht mehr als nur Wertschätzung verdient. Sie benötigen aktive Unterstützung von OTTO bei der Überwindung und Beseitigung immer noch massiv vorhandener Barrieren. Gemeinsam stark und solidarisch gegen Diskriminierung, Barrieren und Vorurteile – das sollte unser Ziel sein.«

- Schwerbehindertenvertretung

D&I-Strategie

Ethnische Herkunft und Nationalitäten



Bei OTTO arbeiten Menschen mit 61 verschiedenen Nationalitäten. Die Unternehmenswirklichkeit wird durch unterschiedliche Kulturen und Nationalitäten bereichert. Durch das gegenseitige Verständnis für Gemeinsamkeiten und Unterschiede ermöglicht OTTO eine gute Zusammenarbeit zwischen Menschen jeglicher Herkunft und kultureller Prägung.

Darüber hinaus will OTTO als Tech-Arbeitgeber im Markt langfristig wettbewerbsfähig sein und ist sich bewusst, dass Talente mit einem MINT-Profil (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) häufig verschiedene Nationalitäten haben und für die Weiterentwicklung des Unternehmens von besonderer Bedeutung sind. Diverse Teams sind zudem kreativer, innovativer und produktiver. Vor diesem Hintergrund ist sprachliche Vielfalt bei OTTO ein Grundstein für den übergreifenden Austausch in der Belegschaft. Dabei möchte OTTO verschiedene Perspektiven fördern und für kulturelle Unterschiede sensibilisieren. Für mehr sichtbare Vielfalt sollen Menschen aller Hintergründe und Kulturen unter Mitarbeiter*innen und in Führungsteams vertreten sein.

Die Mitglieder des Diversity-Netzwerks antiRacism fungieren in dieser Fokusdimension als Multiplikator*innen, Botschafter*innen und Impulsgeber*innen und unterstützen die D&I-Vorhaben.

Nationalitäten disziplinarischer Führungskräfte



Deutschland



Österreich



Schweiz



Niederlande



Großbritannien



Türkei



Russland



Portugal

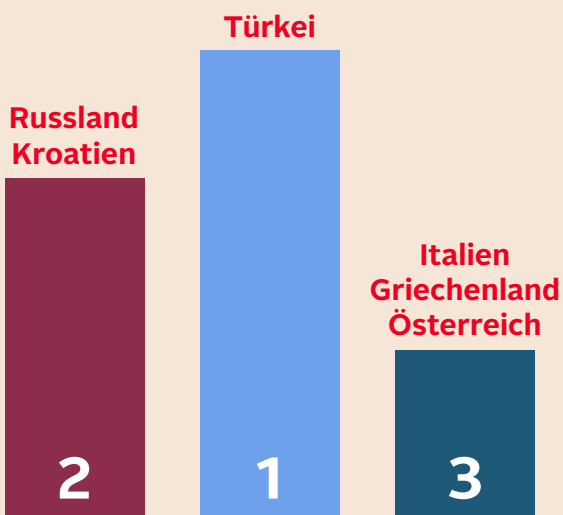


Spanien



Griechenland

Top 3 Nationalitäten



Sibel, Data Scientist in der OTTO BI



Wertschätzung von Unterschieden



Neben den sieben Vielfaltsdimensionen, die die Identitätsstiftenden, oftmals angeborenen Merkmale einer Person beschreiben, gibt es auch eine angelernte oder erworbene Vielfalt. Das Zusammenwirken unterschiedlicher Denkweisen, Erfahrungen und Kompetenzen spielt dabei eine zentrale Rolle.

Der Begriff »Inclusion« umfasst alle Dimensionen gleichermaßen und meint die Wertschätzung von Unterschieden. Das englischsprachige »Inclusion« ist von dem deutschsprachigen Inklusion zu differenzieren. Inklusion bezieht sich im Sprachgebrauch auf die Diversitätsdimension körperliche und geistige Fähigkeit und meint den Einbezug von Menschen mit Behinderungen in die Gesellschaft. »Inclusion« hingegen bezieht sich auf die selbstverständliche Teilhabe und Wertschätzung aller Menschen und nicht nur auf diese eine Vielfaltsdimension. Hier können alle Menschen authentisch sein, ihre Persönlichkeit einbringen, ihren individuellen Beitrag leisten, wachsen und sich entfalten – unabhängig davon, in welchen Ausprägungen die Vielfaltsdimensionen auf sie zutreffen. Ein inkludierendes Arbeitsumfeld zeichnet sich durch eine umarmende Unternehmenskultur aus und ist geprägt durch Chancengleichheit und Zusammengehörigkeit.

Die Vielfaltsdimensionen, die derzeit nicht als Fokussdimensionen von OTTO benannt wurden, finden hier Berücksichtigung. Das [Diversity-Statement](#) von OTTO und der konzernübergreifende »Code of Ethics« als Wertekanon spiegeln diese offene, vertrauensvolle und wertschätzende Haltung. Gleichzeitig kann das Unternehmen durch gezielte dimensionsübergreifende Projekte und Initiativen das Wissen über unbewusste Vorurteile in die Breite der Organisation tragen und die inkludierende Unternehmenskultur weiter ausbauen.

So fördert beispielsweise das Diversity-Netzwerk #experienced ein Mindset in Form von wertschätzender Zusammenarbeit aller Generationen.



Bisherige Highlights in diesem Geschäftsjahr

Unconscious Bias Training

Unbewusste Voreingenommenheit, Stereotype und Denkmuster gelten tatsächlich für jede Person: »If you have a brain, you're biased.« (»Wenn du ein Gehirn hast, bist du voreingenommen.«). Kein Mensch kann sich davon freisprechen, bis zu einem gewissen Grad auf unbewusste Art und Weise voreingenommen zu sein. Alle bringen individuelle Erfahrungen mit ein, wenn durch die persönliche Brille auf die Welt und die Mitmenschen geschaut wird. Den Großteil der Entscheidungen treffen Menschen nach Bauchgefühl und Intuition, so wird Zeit und Energie gespart. Gleichzeitig ist es wertvoll, über diese »natürlichen Automatismen« Bescheid zu wissen und sie gegebenenfalls zu hinterfragen, insbesondere wenn dadurch Diskriminierungspotenzial entsteht.

Um hier Licht ins Dunkel zu bringen, ist im Rahmen eines gemeinsamen Pilotprojekts von bonprix und OTTO ein neuer digitaler Lernpfad mit interaktiven Elementen für Mitarbeiter*innen konzipiert und umgesetzt worden. In Zusammenarbeit mit dem externen Dienstleister ICUnet ist ein Lernpfad entstanden, der ein Verständnis für die entsprechenden Wirkmechanismen von unbewusster Voreingenommenheit (sog. »Unconscious Bias«) schafft und dafür sensibilisiert. Außerdem werden die Konsequenzen im täglichen (Arbeits-)Leben anhand einfacher Beispiele mit dem Ziel verdeutlicht, in die Selbstreflexion zu kommen und das eigene Verhalten in unterschiedlichen Situationen zu hinterfragen. Der Lernpfad beinhaltet Übungen, Hörspuren, Videostatements sowie -interviews und vor allem zahlreiche praktische Tipps für individuelle Lösungsstrategien zur Reduzierung des eigenen Unconscious Bias.

Im Diversitätsmonat Mai 2022 wurde der Lernpfad für alle Mitarbeiter*innen bei OTTO und bonprix freigeschaltet, wobei die Durchführung für Führungskräfte und Recruiter*innen verpflichtend war und für die breite Belegschaft empfohlen wurde. Als ergänzendes Angebot gab es im Juni und Juli optionale Ganztagesseminare für Führungskräfte und Recruiter*innen zur Wissensvertiefung sowie die Möglichkeit der Reflexion in der Gruppe. Die Teilnahme an den Ganztagesseminaren beruhte auf Freiwilligkeit, jedoch war die Nachfrage so hoch, dass aufgrund begrenzter Verfügbarkeiten die Plätze ausgelost werden mussten. Nach erfolgreich abgeschlossener Pilotphase werden nun schrittweise Trainings in weiteren Konzerngesellschaften der Otto Group, zunächst in der DACH-Region, anschließend international, durchgeführt.

Bisherige Highlights in diesem Geschäftsjahr

„Inclusion Nudges – mit kleinen ‚Stupsern‘ ein faires Miteinander fördern!“

Um ein inkludierendes Arbeitsumfeld zu fördern, hat OTTO zusätzlich sogenannte »Inclusion Nudges« eingeführt. Dabei orientiert sich das D&I-Team an den Forschungsergebnissen des Verhaltensökonomen Richard Thaler und an Cass Sunstein, Professor für Rechtswissenschaft an der Harvard Universität. Sie fanden 2008 heraus, dass schon kleinste Veränderungen des Umfeldes große Auswirkungen auf das unbewusste Denken und somit auf das Verhalten haben können.

»Nudges«, das heißt Anstupsen in eine gewünschte Richtung, machen bestimmte Verhaltensweisen besonders attraktiv, ohne dass dabei Zwang ausgeübt werden muss, sodass neben strukturellen Veränderungen auch nachhaltige Verhaltensänderungen einfach möglich sind. Gemeinsam mit dem Kooperationspartner ICUnet hat das D&I-Team eine Kampagne mit praktikablen Nudges für den Arbeitsalltag der Mitarbeiter*innen erstellt und mit dem bereits bestehenden digitalen Lernpfad verknüpft.

10. Deutscher Diversity-Tag

Am 31. Mai 2022 fand zum zehnten Mal der Deutsche Diversity-Tag (DDT) statt. Bei OTTO stand dieser Tag ganz im Zeichen der D&I-Kernbotschaft »Diversität. Dazugehören. Dahinterstehen.« – mit verschiedenen Veranstaltungen für die Mitarbeiter*innen.

In einer Keynote führte die international renommierte Rassismusforscherin Dr. Natasha A. Kelly die OTTO-Mitarbeiter*innen an die Intersektionalitätstheorie heran. Sie machte deutlich, dass Diversität und Diskriminierung immer eine ganzheitliche Betrachtung erfordern, da jede Person unterschiedliche Vielfaltsdimensionen in sich vereinen kann. Der Unternehmer und Aktivist Gianni Jovanovic sprach in einem weiteren Vortrag über persönliche Erfahrungen als mehrfachdiskriminierter queerer Rom.

Der anschließende »Privilege Walk« auf dem OTTO-Campus hatte das Ziel, Mitarbeiter*innen die eigenen Privilegien bewusst zu machen und Selbstreflexion zu fördern. In einem Paneltalk zu »Female Leadership« berichteten Mitarbeiterinnen aus unterschiedlichen Fachbereichen von ihren persönlichen Erfahrungen auf dem Weg zu einer Führungsposition.

Flyer zum Thema „Inclusion Nudges“



Anna und Svenja aus dem D&I-Team



Bisherige Highlights in diesem Geschäftsjahr

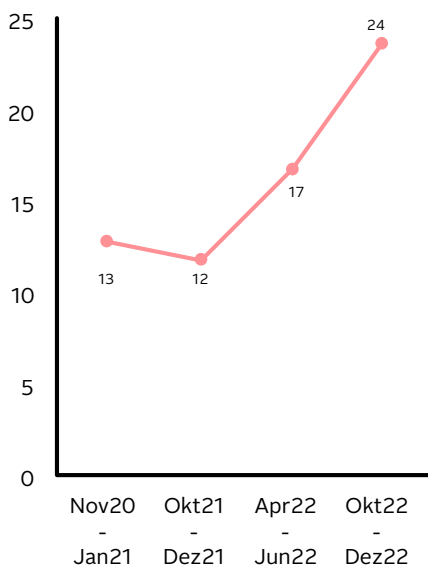
Eltern@OTTO – Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Um Eltern vor, während und nach der Elternzeit zu unterstützen, bietet OTTO verschiedene Beratungsangebote, digitale Kinderbetreuung und Lernförderung sowie Veranstaltungen an. Das halbjährlich stattfindende Seminar »Eltern zurück@OTTO« richtet sich an Mütter, Väter und Betreuungspersonen, deren Rückkehr aus der Elternzeit kurz bevorsteht oder die bereits aus ihrer Elternzeit zurückgekehrt sind. In digitalen Gruppencoachings lernen die Teilnehmer*innen über einen Zeitraum von sechs Wochen pragmatische Lösungen zur Stressreduktion und -prävention. Das Ziel ist eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf. OTTO kooperiert dafür mit der externen Coachin und Trainerin Dr. Nicole Pereira Guedes.

Neben der Seminarreihe hält Dr. Nicole Pereira Guedes monatliche Impulsvorträge rund um das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf mit anschließender Frage- und Diskussionsoption, etwa zu gewaltfreier Kommunikation, Streitschlichtung und Resilienztechniken. Die Impulsvorträge werden im Nachgang auf internen Kanälen bereitgestellt, sodass die Inhalte langfristig zugänglich und für alle nutzbar sind.

Außerdem finden Führungskräfte über eine interne Plattform ausgewählte Informationen und Tipps zur Planung und Begleitung ihrer Mitarbeiter*innen in dieser wichtigen Lebensphase. Insgesamt ist eine deutlich positive Entwicklung mit Blick auf das Interesse und die Teilnahme an den Vereinbarkeitsformaten innerhalb der letzten zwei Jahre erkennbar.

Anmeldungen „Eltern zurück@OTTO“-Seminare



Geschlechterverteilung: Seminar

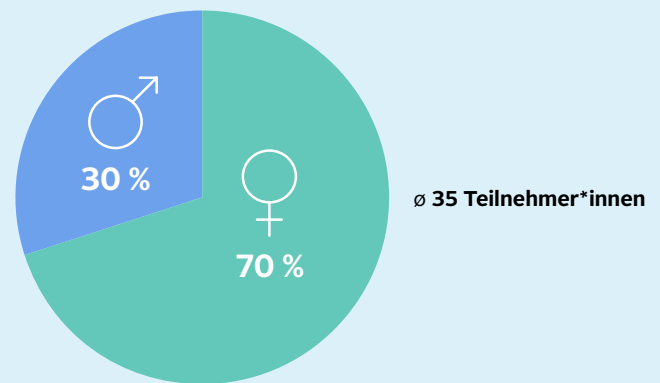


Iteration: November 2020 - Januar 2021

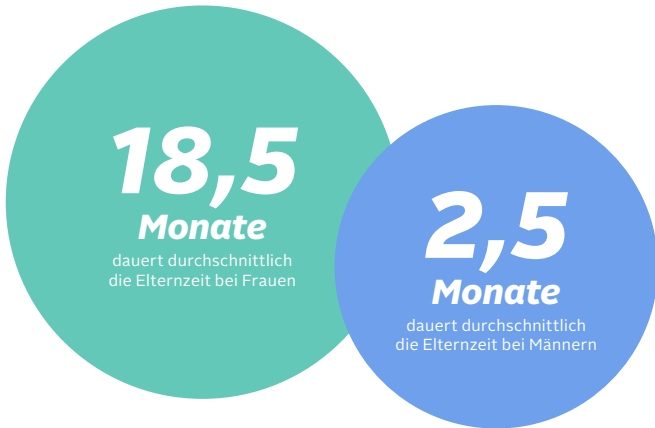


Iteration: Oktober 2022 - Dezember 2022

Durchschnittliche Geschlechterverteilung: Impulsvorträge



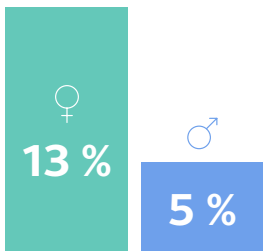
Bisherige Highlights in diesem Geschäftsjahr



Immer mehr Väter bei OTTO nehmen Elternzeit – und das nicht nur über einen Zeitraum von ein bis zwei Monaten, sondern auch länger. In den Kennzahlen ist die Geschlechteraufteilung bisher noch sehr klassisch. Daher ist es essenziell, die Elternzeit für Väter auch weiterhin zu enttabuisieren und zugänglicher zu machen. Aus Sicht des D&I-Teams sollte Elternzeit von Vätern selbstverständlich sein, da es um eine gemeinsame Verantwortung geht.

In einer mehrwöchigen Interviewreihe im Intranet bat das D&I-Team deshalb Väter und Mütter, von ihren Erfahrungen während der Elternzeit zu berichten. Mit Erfolg: Alle Beiträge der Reihe erreichten überdurchschnittlich hohe Zugriffszahlen.

Führungskräfte in Teilzeit



Elternzeit-Verteilung und Dauer bei OTTO



Andreas, Business Analyst im Content Team mit seinen Töchtern



Bisherige Highlights in diesem Geschäftsjahr

Wanderausstellung „Fremde im eigenen Land!?“

Was macht die Gesellschaft divers? Sprache, Meinungen, Sexualität, Geschlechteridentität, Kultur, Tradition, Geschichte, Lebensweise, Abstammung, Hautfarbe, Überzeugungen, die Verfassung, der Pass ...? Die Suche nach der eigenen Identität ist Teil des Lebens. Eine diversifizierende Gesellschaft gibt dabei Halt. Doch wie aufgeschlossen ist Deutschland wirklich?

Diesen Fragen widmete sich das Auswanderer-museum BallinStadt Hamburg von Februar bis Mai 2022 mit einer Sonderausstellung und zeigte in der Fotoausstellung »Fremde im eigenen Land!« Facetten der Diversität. OTTO war Kooperationspartner und Sponsor der Sonderausstellung und stellte die Exponate im Spätsommer zusätzlich auf dem Campus aus. Darüber hinaus wurde die Ausstellung digital in das Unternehmensintranet übertragen, um auch Mitarbeiter*innen an anderen Standorten die Ausstellung näherbringen zu können. Zu sehen waren Porträts in Text und Bild von Menschen unterschiedlicher Diversitätsdimensionen. Die Ausstellung vermittelte einen Eindruck einer vielfältigen Gesellschaft, sprach aber gezielt auch kritische Themen an. Unter anderem wurden die Botschafterin der Oliva-Jones-Familie und DragQueen Veuve Noire, die Leistungssportlerin Kristina Vogel, der Comedian Simon Pearce und die feministische Aktivistin Klara Martens porträtiert. Auch unsere OTTO-Kollegin Katja Narjes, die sich selbst als divers bezeichnet, war Teil der Ausstellung.

Katja ist bei OTTO Referent*in mit dem Schwerpunkt Customer Centricity und gehört seit der ersten Minute zum LGBTIQ*-Netzwerk MORE*.

»Non-Binarität bedeutet, dass jemand sich nicht eindeutig als Frau oder Mann sieht. Die eigene Geschlechtsidentität liegt dann irgendwo dazwischen, ganz außerhalb dessen oder du identifizierst dich gleichermaßen mit beiden Geschlechterrollen. Ich fühle mich nicht eindeutig als Mann oder Frau. Natürlich kreuze ich bei einer Auswahlmöglichkeit von »männlich« oder »weiblich« das Zweite an, aber nur, weil die Gesellschaft dies von mir erwartet und sonst maximal irritiert wäre.«

Hier geht es zum ganzen Interview.



Katy Roewer bei der Wanderausstellung



Katja, Referent*in Customer Centricity

OTTO

Bisherige Highlights in diesem Geschäftsjahr

WELCOMING-OUT-Bildungskampagne

Als »Patron« unterstützt OTTO gemeinsam mit dem Diversity-Netzwerk MORE* die Kampagne WELCOMING-OUT, die im Juni 2022 in Hamburg vorgestellt wurde. Die Initiative möchte Menschen ihr Coming-out erleichtern, indem insbesondere heterosexuelle und cis-geschlechtliche Personen dazu animiert werden, ihre Akzeptanz gegenüber LGBTIQ*-Personen zu zeigen und zu vermitteln, dass andere keine negativen Reaktionen auf ein Coming-out zu befürchten haben. Hürden und Ängste können abgebaut werden, sodass Coming-outs leichter fallen. Die Idee stammt von Vanessa Lamm und Markus Hoppe, die beide in Hamburg seit Jahren für die Initiative »Queere Vernetzung« des Magnus-Hirschfeld-Centrums tätig sind.

Im Rahmen der Kampagne fanden bereits mehrere Veranstaltungen statt. OTTO unterstützt die Kampagne nicht nur finanziell, sondern auch aktiv – etwa mit der Teilnahme an Paneldiskussionen oder mit medialer Reichweite.

»Bei OTTO setzen wir uns aktiv für die Rechte und die Sichtbarkeit der LGBTIQ*-Community ein. Unser queeres Mitarbeiter*innen-Netzwerk MORE* hilft uns dabei. Das macht mich stolz, aber: Das reicht mir noch nicht. Mit unserer Beteiligung an WELCOMING-OUT möchten wir deshalb ein klares Zeichen gegen Diskriminierung setzen und nicht-queere Menschen dazu ermutigen, ebenfalls für die Rechte von LGBTIQ* einzustehen.«

Katy, Bereichsvorstand OTTO Service

Svenja (Mitte) aus dem D&I-Team bei WELCOMING OUT



Diversity-Netzwerke

Rolle der Diversity-Netzwerke

Im Rahmen der gesellschaftlichen Verantwortung für Diversity & Inclusion spielen Diversity-Netzwerke eine wichtige Rolle, denn sie leisten einen wesentlichen Beitrag zu einer lebendigen und vielfältigen Unternehmenskultur. Das heißt OTTO ist besonders effektiv, wenn ein hoher intrinsischer Motivationsgrad durch Mitarbeiter*innen gegeben ist. Die Diversity-Netzwerke wurden von Mitarbeiter*innen gegründet und organisieren sich selbst. Bei der Gründung verfasst jedes Diversity-Netzwerk bei OTTO eine eigene Positionierung sowie Strategie und legt konkrete Ziele fest. Aus sich heraus entwickeln sie Themen, setzen Schwerpunkte zu den jeweiligen Vielfaltsdimensionen und wirken dabei unabhängig. Gleichzeitig beziehen sie sich in ihrer Arbeit auf die strategischen Unternehmensziele von D&I.

Das D&I-Team von OTTO berät die Diversity-Netzwerke bei strategischen Fragestellungen und unterstützt sie bei ihrer Professionalisierung. Weiterhin verzahnt das D&I-Team die Netzwerkthemen, begleitet externe Kooperationen und stellt Budgets bereit. Die Diversity-Netzwerke stärken den D&I-Ansatz von OTTO in vielfacher Hinsicht, beispielsweise indem sie die Bindung von Mitarbeiter*innen an das Unternehmen erhöhen, die persönliche Entfaltung der Mitarbeiter*innen fördern und wahrgenommene Hindernisse der beruflichen Entwicklung beseitigen. Ihr Handeln und ihre Initiativen richten sich vor allem an die Mitarbeiter*innen. Sie beeinflussen somit die Unternehmenskultur und beeinflussen das Unternehmensimage.

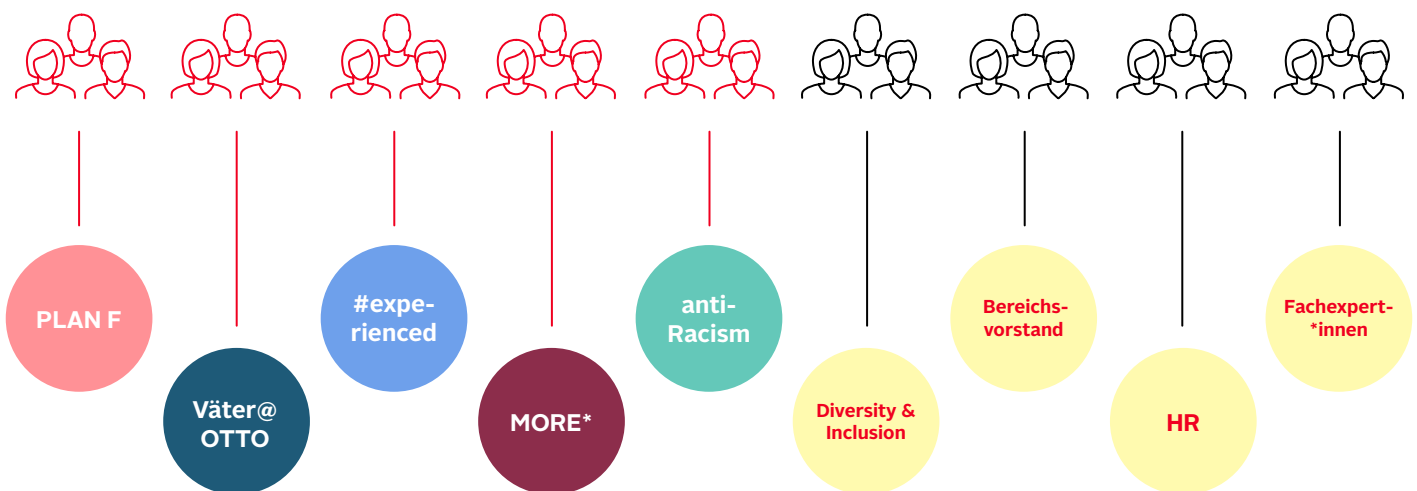
Mitarbeiter*innen, die sich engagieren wollen, können in Abstimmung mit der Führungskraft bis zu zehn Prozent ihrer Arbeitszeit für die aktive Netzwerkarbeit einsetzen.

Board of Diversity Networks

Für eine bestmögliche Zusammenarbeit der Diversity-Netzwerke hat das D&I-Team von OTTO 2019 das unternehmensweite Board of Diversity Networks (BODN) gegründet. Das BODN strukturiert die Aktivitäten der Diversity-Netzwerke, die in einem Kontext zu OTTO bzw. der Otto Group stehen, schafft Synergien zwischen den Netzwerken und erhöht ihre Gestaltungs- und Wirkungsmacht.

Das BODN umfasst die Diversity-Netzwerke PLAN F, Väter@OTTO, MORE*, antiRacism und #experienced. Es trifft sich in einem monatlichen Jour Fixe in einer festen Mitgliederstruktur: Lead (bzw. Co-Lead) jedes Diversity-Netzwerks, D&I-Team, quartalsweise Katy Roewer als Bereichsvorstand Service & HR. Bei Bedarf ergänzen Kolleg*innen aus dem Personalbereich, interne Fachexpert*innen sowie ein Mitglied des Konzernvorstandes die Runde. Das BODN koordiniert Ziele, Aktivitäten und Ansprüche der einzelnen Diversity-Netzwerke, erarbeitet gemeinsame Umsetzungsstrategien und bereitet Entscheidungsvorlagen zur Abstimmung mit dem Bereichsvorstand sowie HR-Entscheider*innen und weiteren Fachverantwortlichen vor.

Board of Diversity Networks (BODN)



Diversity-Netzwerke

antiRacism








Im Jahr 2020 haben Mitarbeiter*innen die Initiative antiRacism gegründet. Rund ein Jahr später war antiRacism ein offizielles Diversity-Netzwerk bei OTTO und Teil des BODN. Das Auszubildendenengagement InMigration arbeitete inhaltlich an ähnlichen Themen, sodass gemeinsam entschieden wurde, an einem Strang zu ziehen und die beiden Netzwerke zusammenzuführen.

In 2022 kooperierte antiRacism mit der Rassismusforscherin Dr. Natasha A. Kelly. Die Mitarbeiter*innen erweiterten ihre Fachkenntnisse zu strukturellem und anti-schwarzem Rassismus, reflektierten den Zusammenhang zwischen OTTO und der Gesellschaft und lernten, wie das Wissen an Kolleg*innen vermittelt werden kann. Es wurden mehrere Impulsvorträge für die Belegschaft angeboten, deren positive Resonanz das Interesse und Bedürfnis an den Themen widerspiegelt.

Durch die Vorträge von Dr. Amani Abuzahra (Autorin und Trainerin für Interkulturalität) und Dr. Kimiko Suda (wissenschaftliche Mitarbeiterin beim nationaler Diskriminierungs- und Rassismusmonitor, Zentrum für Integrations- und Migrationsforschung) erfuhren die Mitarbeiter*innen mehr über anti-muslimischen und anti-asiatischen Rassismus. Im weiteren Geschäftsjahresverlauf beleuchtet das Netzwerk Antisemitismus sowie Rassismus gegen Roma und Sinti. Auf diese Weise macht antiRacism sowohl die verschiedenen Formen von Rassismus deutlich als auch das Thema Intersektionalität für die Mitarbeiter*innen greifbar. Die Aktivitäten werden auch in Kooperation mit der Otto Group geplant. Das Diversity-Netzwerk nimmt immer mehr Wandel und Interesse an den Themen wahr. Die Mitglieder freuen sich auch in Zukunft Hilfestellung zu geben und Aufklärungsarbeit zu leisten.

Bisherige antiRacism-Vorträge

-  **Dr. Natasha A. Kelly: „Struktureller Rassismus“**
-  **Dr. Natasha A. Kelly: „Was Sprache macht – Worte wirken“**
-  **Dr. Natasha A. Kelly: „Warum wir über Weißsein sprechen müssen“**
-  **Dr. Amani Abuzahra: „Wirst du zum Kopftuch tragen gezwungen?“**
-  **Dr. Kimiko Suda: „Not Your Hello Kitty“**

Bei OTTO arbeiten Menschen mit 61 verschiedenen Nationalitäten.



Dr. Natasha A. Kelly

Diversity-Netzwerke

#experienced



Im Jahr 2018 riefen Mitarbeiter*innen das Diversity-Netzwerk „#experienced“ ins Leben. Das Netzwerk arbeitet nach dem Motto »Engaging All Ages in Transformation«. Seit Jahren arbeiten immer mehr Generationen, von Auszubildenden bis zu angehenden Rentner*innen, gleichzeitig bei OTTO. Das Netzwerk widmet sich mit Vorträgen, Workshops und Initiativen den Chancen, die aus altersübergreifenden Teams resultieren.

2022 lag der Fokus auf dem Thema Sichtbarkeit. In der Bilderwelt »50 über 50 – Bilder, Biografie, Werte und Wünsche« zeigt #experienced in einer stetig anwachsenden Bildergalerie Menschen über 50 Jahren. Das Ziel sind 50 Porträts. Die Bilder mit den begleitenden Storys erzählen von unterschiedlichsten Lebenswegen und Zielen, Werten und Motivationen sowie von einer breiten Vielfältigkeit der Lebensentwürfe. So werden aktiv neue Vorstellungen über erfahrene Mitarbeiter*innen gestaltet und die Bilderwelten der internen und externen Kommunikation von OTTO bereichert.

Bilder und Wörter bestimmen die Wahrnehmung des Älterwerdens – und diese müssen positiver werden. Kein Unternehmen kann angesichts des Fachkräftemangels die wertvollen Potenziale junger und vor allem nicht die langjährige Berufserfahrung älterer Menschen unbeachtet lassen. Wie wichtig für Wirtschaft und Gesellschaft insbesondere die Aufmerksamkeit für ältere Mitarbeiter*innen ist, belegt die Nominierung der Bilderwelt »50 über 50« für die Liste der Finalist*innen beim »Impact of Diversity Award 2022« des Frauen-Karriere-Index, ein Instrument zur Messung der Entwicklung erfolgreicher Frauenkarrieren.

Auf die Sichtbarkeit älterer Mitarbeiter*innen gemeinsam mit jüngeren geht eine Content-Reihe der Unternehmenskommunikation zu Generationentandems von OTTO ein, die seitens #experienced unterstützt wird. Die Sichtbarkeit älterer Mitarbeiter*innen thematisiert OTTO auch extern, etwa mit Themenschwerpunkten auf Social-Media-Kanälen. Diese Bilder und Texte zeigen, dass die gemeinsame Arbeit altersgemischter Teams und Tandems mit dem gleichen Jobprofil im Alltag reibungslos verläuft. Verschiedene Generationen schätzen den intensiven Austausch und das Lernen voneinander.

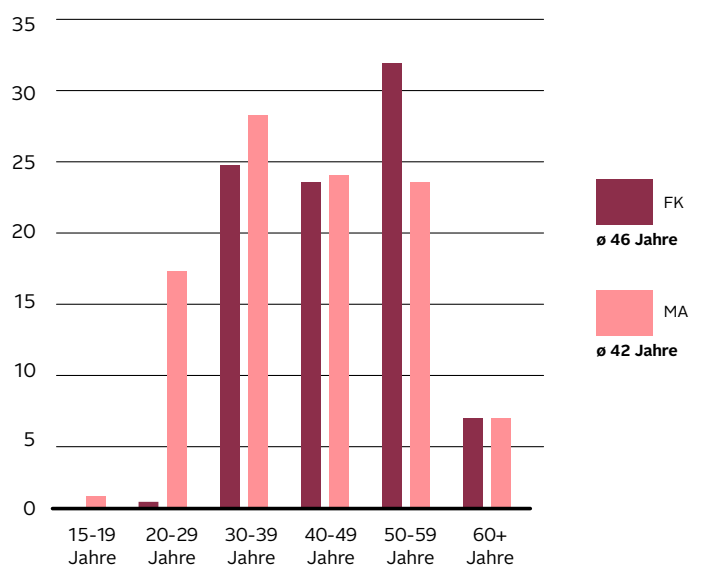


*exkl. Spezialist*innen, wie Büromanager*in in Relation Centern, Elektroniker*in, Fotograf*in, Gesundheitsmanager*in, Köch*in, Sport- und Fitnesskaufleute



Leonie aus dem #experienced Netzwerk mit ihrer Kollegin Saskia. Beide sind Content Managerinnen im Team Order.

Prozentuale Anteile Mitarbeitende und Führungskräfte in 2022 und Durchschnittsalter



Diversity-Netzwerke

MORE*



2019 bauten Mitarbeiter*innen das queere Netzwerk MORE* auf. Das Ziel: sich für die Interessen und Sichtbarkeit von LGBTIQ*-Menschen in der gesamten Otto Group – sowie für einen vorurteilsfreien Umgang mit sexueller Identität einzusetzen!

MORE* veranstaltet regelmäßige Netzwerkveranstaltungen, managt die Teilnahme am Christopher Street Day, sensibilisiert mit Aufklärungsarbeit die Kolleg*innen und vieles mehr. Im Rahmen dessen wurde 2022 gemeinsam mit dem queeren Netzwerk von EOS und dem D&I-Team von OTTO der Transidentity Guide veröffentlicht. Ausgehend von aktuell gesellschaftlichen und soziopolitischen Debatten wird deutlich: Transgeschlechtlichkeit ist ein immer wieder diskutiertes Thema. Der Fokus wird dabei allerdings oft primär auf die Änderung des Personenstands oder des Geschlechtseintrags gelegt. Für trans Menschen geht es jedoch vor allem darum, Berührungspunkte abzubauen und Berührungspunkte zu schaffen. Umso wichtiger ist es für Unternehmen geworden, deutlich zu machen: Die geschlechtliche Identität ist eng

verwoben mit der eigenen Persönlichkeit und macht einen erheblichen Teil unseres Menschseins aus. Sie gehört an den Arbeitsplatz.

Der im Mai 2022 erstmals veröffentlichte Transidentity Guide von OTTO richtet sich dabei auf 20 Seiten sowohl an trans Mitarbeiter*innen als auch an Kolleg*innen und Führungskräfte. Darin wird über Transgeschlechtlichkeit informiert, Begriffe erklärt sowie Ratschläge und Hilfestellung für den (Berufs)Alltag gegeben. Interne wie externe Beratungsstellen als auch klare Vorgaben für interne HR-Prozesse sind ebenfalls Teil des Dokuments. Im Oktober 2022 wurde MORE* für den Transidentity Guide von der PROUT AT WORK-Foundation mit dem »Big Impact Initiative Award« ausgezeichnet.

Der Transidentity Guide von OTTO ist als freier Download im OTTO-Newsroom verfügbar. So sollen auch über OTTO hinaus Menschen und andere Unternehmen zum Nachdenken und Handeln angeregt werden.



Status Quo: Es gibt derzeit drei genderneutrale WC's auf dem Campus.



Hier geht es zum **Transidentity Guide**.



OTTO

Diversity-Netzwerke

PLAN F



Im Jahr 2016 von einer Handvoll OTTO-Mitarbeiterinnen gegründet, ist PLAN F inzwischen im Kernteam mit über 60 Personen in unterschiedlichen Workstreams bei OTTO aktiv. Die Zielsetzung von PLAN F ist es, die Überwindung systemischer und kultureller Hindernisse für Chancengleichheit bei OTTO und in der Otto Group voranzubringen. Dazu tritt PLAN F bis heute in verschiedenen Rollen (Sparringspartner*in, Impulsgeber*in, Diskurstreiber*in und korrigierende*r Gestalter*in) auf mit Unterstützung der Schirmherrin und Bereichsvorstand Katy Roewer. Darüber hinaus bietet PLAN F unterschiedliche Formate und Inhalte für Kolleg*innen an. Seit 2021 organisiert sich PLAN F in Form von drei Workstreams mit unterschiedlichen Zielsetzungen: Female Finance, Working Wo*Men und Women in Tech.

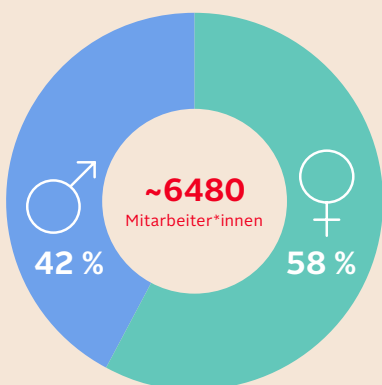
Der Workstream Female Finance hat sich zum Ziel gesetzt, Frauen in ihrer finanziellen Unabhängigkeit zu befähigen, zu sensibilisieren, zu informieren und aufzuklären. Im Jahr 2021 wurde der Workstream gegründet. Zum Start wurden direkt vielfältige Angebote initiiert und umgesetzt. Unter anderem gab es Vorträge von der Finanzexpertin Natascha Wagelin alias Madame Moneypenny und des Finanzratgebers Finanztip, bei denen sich die Kolleg*innen rund um das Thema ETFs, Sparen, Rente und Investitionen informieren konnten. Neben Vorträgen wurden viele Gespräche und Schritte eingeleitet für die Themen Equal Pay und Entgelttransparenzgesetz. 2022 folgten weitere Impulse zu den Themen Immobilien, Money Mindset, Verhandlungen und Finanzen in der Partnerschaft.

Im aktuellen Geschäftsjahr ist das PLAN F-Jahresthema „Working Wo*Men“. Der Workstream setzt sich für Frauen in der Arbeitswelt ein: Weiter- und Fortbildung, Frauen in Führung, Zielquote für Frauen, Führen in Teilzeit, Mentoring sowie Karriere in allen Lebensphasen. Das Ziel ist dabei auf bereits vorhandene Angebote und Möglichkeiten der Förderung bei OTTO und in der Otto Group aufmerksam zu machen sowie neue Initiativen anzuregen und zu implementieren. In 2022 konzentrierte sich das Netzwerk auf vier Kernthemen: Berufseinstieg, Personal Branding und Work-Life-Balance, Vielfalt sowie Führung und Vernetzung. Unter diesem Dach wurde bereits in 2021 eine Kooperation mit Mentor Me – Deutschlands größtes berufliches Mentoringprogramm für Frauen – eingegangen, die nun bereits in eine zweite Runde startete. Vorträge, unter anderem von der Allbright Stiftung, rundeten das Angebot ab.

Der bereits seit 2018 etablierte Workstream „Women in Tech“ verzeichnete einen großen Erfolg. 2022 ging die „develop<HER>“ als Event-Format und Programm für mehr Diversität in der IT, welches von PLAN F in 2018 entwickelt wurde, offiziell in die Organisationsstruktur der OTTO-IT über. In diesem Workstream dreht sich auch weiterhin alles um das Thema Female Empowerment für Tech und IT. Aufgrund der organisatorischen Übernahme wird das Workstreamprofil gerade neu geschärft.

Hier gibt es mehr Informationen zur Eventreihe develop<HER>

Geschlechterverteilung bei OTTO



Teilnehmer*innen bei einer Coding-Session der Eventreihe develop<HER>

Väter@OTTO

2014 gründeten Mitarbeiter das Netzwerk Väter@OTTO, welches für eine aktive Vaterschaft und partnerschaftliche Karriereentwicklung mit dem Ziel einer verbesserten Vereinbarkeit von Beruf und Familie steht.

Im Geschäftsjahr 2022/23 setzt Väter@OTTO den Fokus auf vielschichtige Angebote und Impulse rund um das Thema Vereinbarkeit, um Vätern praktische Tipps und Tricks an die Hand zu geben und die Vernetzung zwischen Vätern und auch Müttern bei OTTO sowie innerhalb der Otto Group weiter voranzutreiben. Die neuen Arbeitsmodelle bieten Chancen. Neue Familienmodelle und -rollen bringen aber auch Veränderungen und bedingen zum Teil neue Absprachen und Organisationsformen, um ein ausgeglichenes Miteinander in der Familie, aber auch mit der Arbeit herzustellen. Hier können Netzwerke, wie Väter@OTTO und auch Kooperationspartner, wie das unternehmensübergreifende Väternetzwerk conpadres, wichtige Hilfestellungen und Anregungen geben sowie Raum für Austausch bieten.

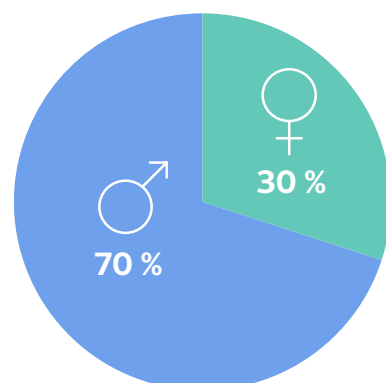
Aus dem Grund wurde die Anzahl und Vielfalt der Austauschformate in diesem Geschäftsjahr deutlich erhöht. Mit den unterschiedlichen Formaten von »Morning Café« über »LIVE Konferenzen« und »Eltern@Ottogroup-Talk« sowie dem speziellen Angebot »Trennungsväter« – für Väter vor oder in Trennung – bietet das Netzwerk im Schnitt zwei Veranstaltungen im Monat an. Zusätzlich beteiligt sich Väter@OTTO an spezifischen Austauschformaten, wie zum Beispiel den »Mindfulness Days mit dem Thema „Mental Load“.

Um den Austausch über die Grenzen der Konzernfirmen hinaus zu fördern, wurde gemeinsam mit dem Fe*Male-Netzwerk PLAN F die Eltern@ottogroup-Community aufgebaut. Das Ziel ist es, ein konzernweites Elternnetzwerk, gemeinsame Angebote und firmenübergreifende Synergien zu schaffen. Das erste Projekt war die Konzeption und die Umsetzung eines monatlichen Interview-Austauschformates (Eltern@ottogroup-Talk), um die Diversität von Lebensmodellen und Vereinbarkeit sichtbar zu machen und Impulse zu setzen, beispielsweise in Form von Family-Work-Hacks. Bis zum Ende des Jahres werden voraussichtlich sechs Eltern@ottogroup-Talks durchgeführt. Die bisherigen Talks wurden sowohl von Vätern als auch Müttern aus unterschiedlichen Konzernfirmen gut besucht. Aktuell arbeiten ein Dutzend Mitarbeiter*innen von Hermes, OTTO, bonprix, der Otto Group Holding und der Witt-Gruppe an weiteren geeigneten Formaten von Eltern für Eltern.



Nico, Senior IT Consultant in der Otto Group IT aus dem Netzwerk Väter@OTTO

Geschlechterverteilung: nicht disziplinarische Leadfunktionen



Ausblick

Maßnahmen

Für die verbleibenden Monate des laufenden Geschäftsjahres 2022/23 sowie für das darauffolgende Geschäftsjahr 2023/24 wird die weibliche Talententwicklung weiterhin einen konzeptionellen Schwerpunkt ausmachen. Im verbleibenden Geschäftsjahr werden konkrete Maßnahmen zur Steigerung des Anteils weiblicher Führungskräfte umgesetzt.

Die Initiative Women in Tech bei OTTO fokussiert mit eventbasierten Bildungsformaten Female Empowerment für IT und im Tech-Bereich. Der bundesweite Durchschnitt von Frauen in der IT liegt bei 17 Prozent, bei OTTO sind es aktuell 30 Prozent. Das Unternehmen verfolgt das Ziel, 50 Prozent der neu zu besetzenden Stellen in Tech-Bereichen mit Frauen zu besetzen. Die Organisator*innen erwarten ca. 1000 Anmeldungen für die Events im kommenden Jahr.

Die Dimension »körperliche und geistige Fähigkeiten« wird vermehrt in den Fokus gerückt. Zum Auftakt stellt OTTO verschiedene Kommunikationsmaßnahmen zu dieser Fokusdimension bereit, unter anderem zu barrierefreier Kommunikation.

In einem neuen Kommunikationsformat werden die identifizierten Fokusdimensionen sowie »Inclusion« als umarmende strategische Klammer in Form kurzer Erklärvideos für die Mitarbeiter*innen aufbereitet. Ziel ist es, die wesentlichen Bausteine der D&I-Strategie auf leicht verständliche Art und Weise zu vermitteln, sodass sich immer mehr Personen bei OTTO mit den Themenwelten rund um D&I auseinandersetzen.

Darüber hinaus wurden erste Überlegungen zur Gründung eines weiteren Netzwerks mit dimensionsübergreifendem Charakter angestoßen. Zukünftig soll eine Anlaufstelle für Mitarbeiter*innen geschaffen werden, über die ausgewählte Inhalte mit Blick auf »Wertschätzung von Unterschieden« und »Intersektionalität« zur Verfügung gestellt werden. Sollten diese Inhalte Interesse wecken und zur Diskussion anregen, kann daraus ein übergreifendes Diversity-Netzwerk aus Verbündeten entstehen.

Die Stellenausschreibungen von OTTO werden durch einen Passus ergänzt, der alle Vielfaltsdimensionen aktiv adressiert, um Bewerber*innen ein starkes positives Signal zu senden. OTTO ist davon überzeugt, dass eine möglichst heterogene Belegschaft durch die Vielfalt an Perspektiven dem gesamten Unternehmen kulturell einen Mehrwert stiftet.

Nach erfolgreich abgeschlossener Pilotphase wurde das Unconscious-Bias-Training konzeptionell für die Auszubildenden angepasst. Bis Ende Januar 2023 werden mehrere interaktive Workshops in Präsenz und virtuell durchgeführt.

Bis Ende Oktober 2023 nimmt ein Azubi-Team von OTTO an der Diversity-Challenge der Charta der Vielfalt teil und kann in drei verschiedenen Disziplinen rund um das Leitthema »Vielfaltsgesellschaft am Arbeitsplatz« kreativ Beiträge und Aktionen erarbeiten, sich für Vielfalt engagieren und Vorurteile im Unternehmen abbauen. Die Charta der Vielfalt begründet die Zielgruppe der jungen Beschäftigten damit, dass Vielfalt für jeden relevant ist und »gerade junge Beschäftigte [...] einen frischen Blick auf Diversity und die Arbeitswelt von morgen [haben].«

In 2023 wird das D&I-Team von OTTO gemeinsam mit dem D&I-Team der Otto Group und einem Projektteam aus der konzernübergreifenden Community zu Diversity-Themen ein Best-Practice-Austauschformat ausrichten, zu dem interessierte Organisationen und Unternehmen sowie Personen aus der Wissenschaft und Politik eingeladen werden.

Maßnahmenüberblick:

- weibliche Talententwicklung
- mehr Sichtbarkeit für die Fokusdimension »körperliche und geistige Fähigkeiten«
- Gründung eines »Inclusion«-Netzwerkes
- Best-Practice-Format mit interessierten Organisationen, Wissenschaft und Politik

Aiina und Nilay, Auszubildende im E-Commerce Management und **Maïke**, Auszubildende im Groß- und Außenhandel



Verwendung der **Gendergerechten Sprache**

Warum wird bei OTTO das Gendersternchen verwendet?

Ob mit Binnen-I, Unterstrich, Doppelpunkt oder Sternchen – die Schreibweisen für eine gendergerechte Sprache sind vielfältig. Bei OTTO nutzen wir das Sternchen. Mit Hilfe der 2019 gegründeten Projektgruppe wird das Thema ins Haus getragen, alle bestmöglich abgeholt und der Austausch zu anderen Unternehmen und Expert*innen gewährleistet. Denn wir haben uns für eine einheitliche Regelung und sowohl intern als auch extern für eine gemeinsame Sprache ausgesprochen.

Uns ist bewusst, dass diese Form der gendergerechten Sprache bisher nicht vom Rechtschreibrat als orthographische Form des Deutschen legitimiert wurde und es für eine barrierefreie Kommunikation mit dem Sternchen noch viel zu tun gibt. Trotzdem empfiehlt auch der Deutsche Blinden- und Sehbehindertenverband das Sternchen vor den anderen Formen. Außerdem wird dieser von vielen Teilen der LGBTIQ*-Community empfohlen. Indem wir uns für diese Schreibweise entscheiden, möchten wir die Diskussion und Bemühungen um eine inklusive Sprache vorantreiben. Gemeinsam entwickeln wir die Sprache weiter!

Ansprechpersonen und Impressum

Layout:

Stefanie Helfgerdt

Redaktion:

Britta Hasenbank
Svenja Nichiteanu
Elisabeth Hopfe
Francesco Di Bari
Ingo Bertram

Herausgeber:

OTTO (GmbH & Co KG), Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg,
Tel.: +49 40 64610

Du möchtest noch mehr erfahren?

Schreib uns eine E-Mail unter diversity@otto.de
Ansprechperson: Svenja Nichiteanu

OTTO