

## Wirtschaftsfaktor Pink

Nachlese der Infoveranstaltung vom 26.03.2019



© ANGELO KREUZBERGER

Viele Wiener Unternehmen haben bereits erkannt, dass in der gezielten Förderung der Vielfalt von MitarbeiterInnen, KundInnen und LieferantInnen eine wesentliche Erfolgskomponente liegt. Hier geht es aber nicht nur um Gleichberechtigung, Antidiskriminierung und Integration, sondern auch um den Erfolgs- bzw. Wirtschaftsfaktor. Die Wirtschaftskammer Wien unterstützt diese für den Wirtschaftsstandort Wien bedeutsame Entwicklung. Die Diversity-Dimension LGBTIQ (Lesbian-Gay-Bisexual-Transsexual-Intersexual-Queer) ist eine von insgesamt sechs Dimensionen, die die Wirtschaftskammer Wien seit dem Jahr 2009 betreut.

Am 26. März 2019 fand im Hotel Topazz eine Kooperationsveranstaltung mit den agpro (austrian gay professionals) und den QBW (Queer Business Women) statt.

Zahlreiche UnternehmerInnen aus der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft folgten der Einladung zu diesem Info- und Networkingabend, der seitens Herrn Spartenobmann KommR Markus Griebler sowie den beiden UnternehmerInnen-Verbänden eröffnet wurde.

### LGBT Marketing im Tourismus

Im Rahmen einer interessanten Key-Note durch den international vernetzten Wiener Tourismusverband erfuhren die TeilnehmerInnen Näheres über künftige Projektvorhaben sowie über den Nutzen von speziellen Marketingstrategien und den dazugehörigen Tools für die LGBTIQ-Community. Aktuelle Trends in diesem Zusammenhang wurden ebenfalls präsentiert. Dabei verwiesen Mag. Robert Seydel und Thomas Bachinger vom Wien Tourismus auch auf die im Juni 2019 bevorstehende EuroPride und dem damit verbundenen Potenzial für den Wirtschaftsstandort Wien.

### Erfahrungsaustausch und interessante Einblicke

Ein interdisziplinär besetztes Podium sorgte für interessante Einblicke in die jeweilige Branche sowie zu den verschiedenen Zugängen zum Thema LGBTIQ. Für den Gastronomen Bernd Schlacher stehen Qualifikationen und nicht die sexuelle Orientierung im Vordergrund. So ist z.B. das Restaurant „Motto“ zwar ein in der Szene bekanntes und damit identifiziertes Community-Lokal, die Kundschaft jedoch sei verstärkt heterosexuell. Er plädiert darauf, „die Vielfalt mehr zu leben und nicht nur etwas weniger zu zeigen“. Christiane Erharter, Kuratorin des Schloss Belvedere, bekräftigt dies, da auch die Kunstszene keine Unterschiede im Rahmen der sexuellen Orientierung macht. Alle KünstlerInnen haben denselben freien Zugang sowie die Möglichkeit sich zu präsentieren. Die Themen Diskriminierung und Feminismus ließen jedoch einen sozialkritisch geprägten Trend erkennen.

Im Bereich des zielgruppenspezifischen Marketings sei in den letzten Jahren die Nachfrage im Bereich der LGBTIQ-Community gestiegen, heißt es seitens Daniel Nutz vom Wirtschaftsverband. Das Wirtschaftspotenzial sei in diesem Bereich kaum zu übersehen und steige stetig. Das hat auch der Inhaber des kreativen „Ampelpärchen. Rocks“ Stores, Michael Bratl, erkannt. Er ist das lebende Beispiel dafür, dass man nicht der Community angehören muss, um Ideen für ebendiese umzusetzen. Der offene Zugang des Unternehmens zum Thema LGBTIQ ermöglicht ebenso einen positiven wirtschaftlichen Output, ist sich Michael Bratl bewusst und will expandieren.

Die Gastgeberin des Netzwerk- und Infoabends, CCO des Luxus-Designhotels „TOPAZZ“ der Lenikus Gruppe, Barbara Flasch-Breulmann berichtete über jene im HR-Management und im Kundenservice implementierte Offenheit der Diversity-Dimension „sexuelle Orientierung“. Ferner sei diese Haltung stark in der Unternehmensphilosophie verankert. „KundInnen sollen sich z.B. durch „gay-friendly“-Marketing wohl und authentisch fühlen“.

Den krönenden Abschluss machten viele interessante Gespräche beim gemeinsamen Netzwerken mit kulinarischer Begleitung. Als „take home message“ bekamen die TeilnehmerInnen mit und ohne LGBTIQ-Bezug interessante Expertisen und Einblicke mit auf den Weg und am Ende des Abends war klar: das Thema ist nicht nur zur Euro-Pride ein erheblicher Wirtschaftsfaktor.

## Fotos

---

Stand: 14.04.2020