

WU

WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS



Lesbische und schwule UnternehmerInnen in Wien - eine empirische Bestandsaufnahme

Regine Bendl/Thomas Köllen/Sabine Steinbacher

Agenda

- Ziele der Studie
- Methodisches Vorgehen
- Ergebnisse
- Empfehlungen an die WKW

Ziele der Studie

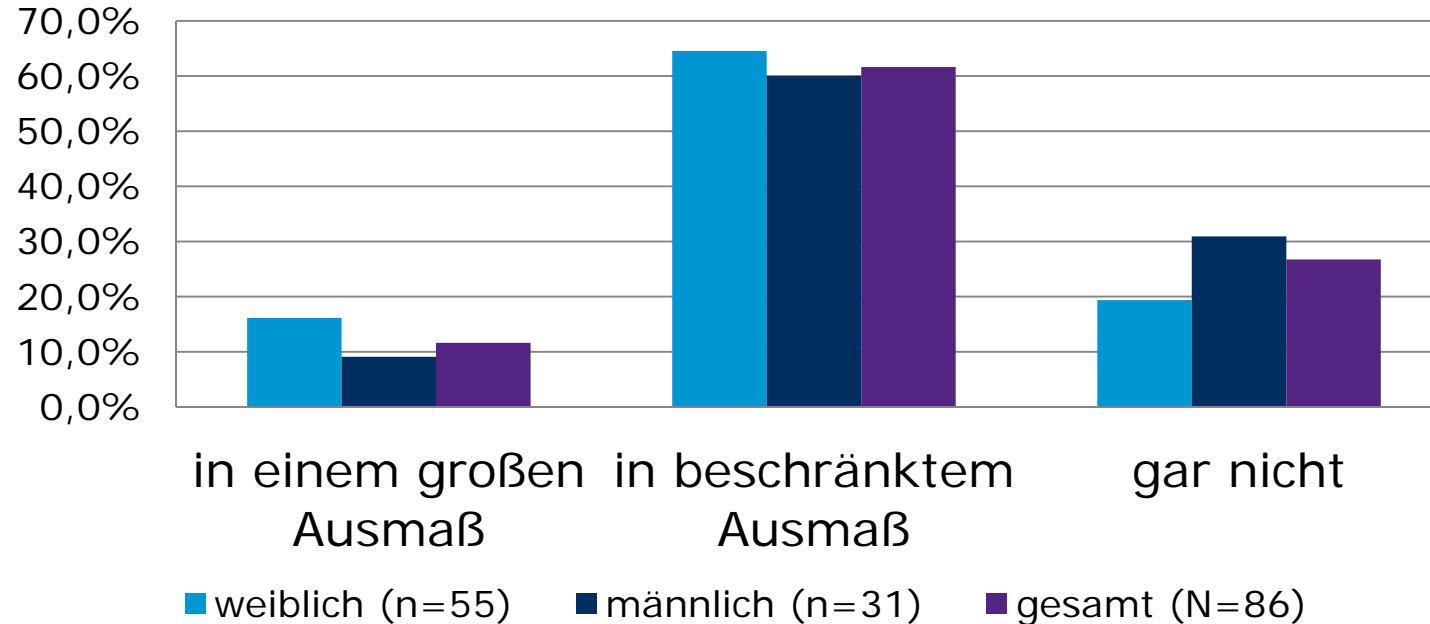
- Erhebung der Situation von lesbischen und schwulen UnternehmerInnen in Wien
- Evaluation der Angebote und Serviceleistungen der WKW aus der Sicht lesbischer und schwuler UnternehmerInnen
- Empfehlungen an die WKW

- Lesbische und schwule UnternehmerInnen in Ö geschätzte 5-10%
- Spärliche Datenlage durch starke gesellschaftliche Tabuisierung
- Bisher nur 2 veröffentlichte Entrepreneurship Publikationen, die sich auf lesbische / schwule UnternehmerInnen beziehen
- Vorliegende Studie Pionier-Charakter

Methodisches Vorgehen

	Quantitative Befragung	Qualitative Befragung
Zeitraumen	April-November 2011	Juni-September 2011
Stichprobe	N=90 35,4 % Frauen 64,4 % Männer	N= 20 50% Frauen 50% Männer
Sparte	Information und Consulting 35,5%, Gewerbe und Handwerk 13,3%	Information und Consulting, Handel, Gewerbe und Handwerk
Unternehmens- form	Einzelunternehmen 41,1 % GmbH 20 %	EPU 8, Einzelunternehmen 3, KG 4, GmbH 3, Offene Erwerbsgesellschaft 2
Nationalität	82,2 % Österreich	95 % Österreich
Bildung	62 % Hochschulabschluss	60% Hochschulabschluss
Alter	36-45: 47 %	29-57 Jahre

In welchem Ausmaß glauben Sie, dass Schwule und Lesben besondere Hürden als GründerInnen zu überwinden haben, wenn sie ihr Geschäft aufbauen?

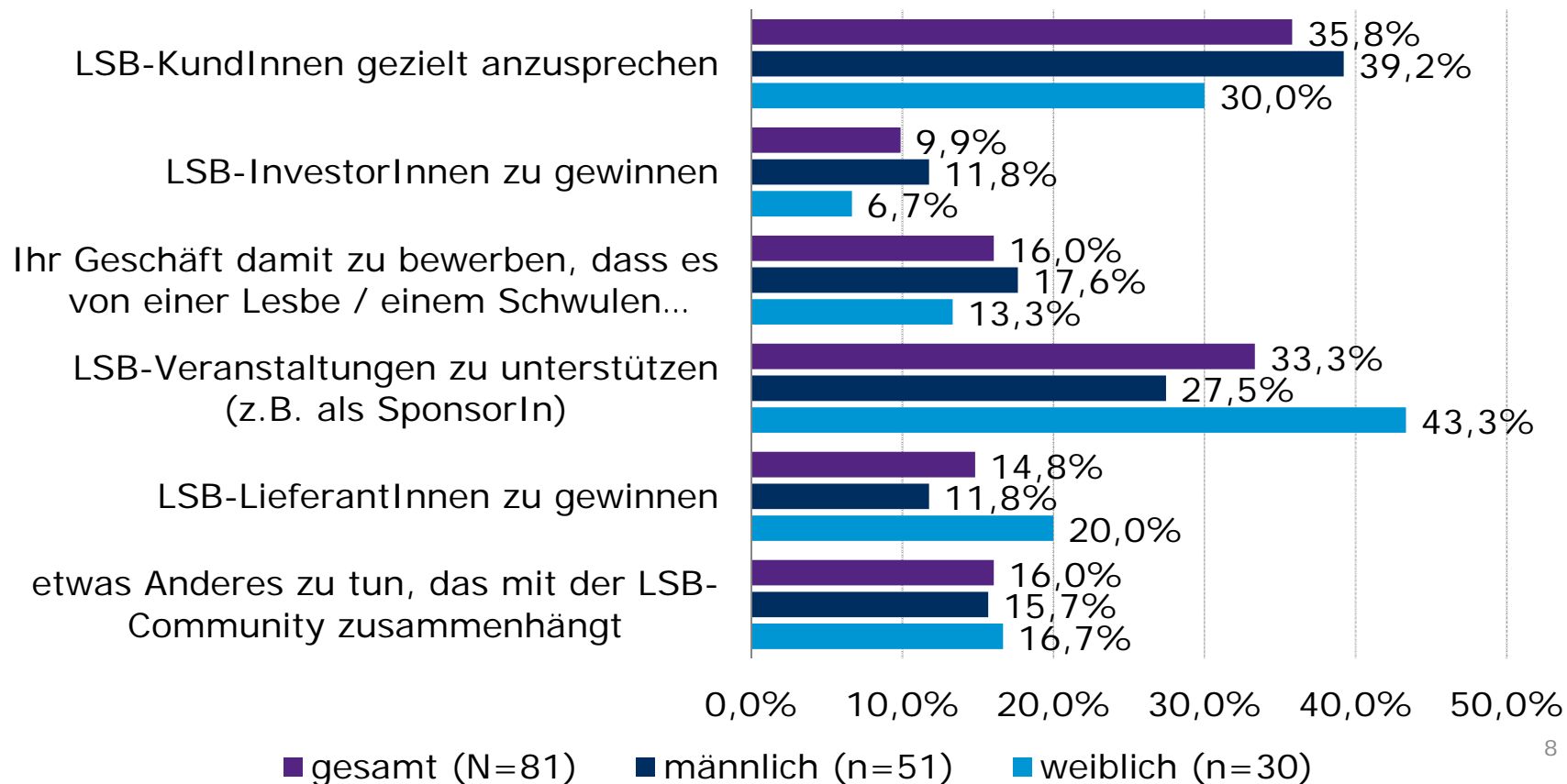


Unterstützung

- Frauen: Unterstützung im homosexuellen Freundeskreis, Familie, ehem. ArbeitskollegInnen
- Männer: Unterstützung durch heterosexuelle FreundInnen und Bekannte, BeraterInnen

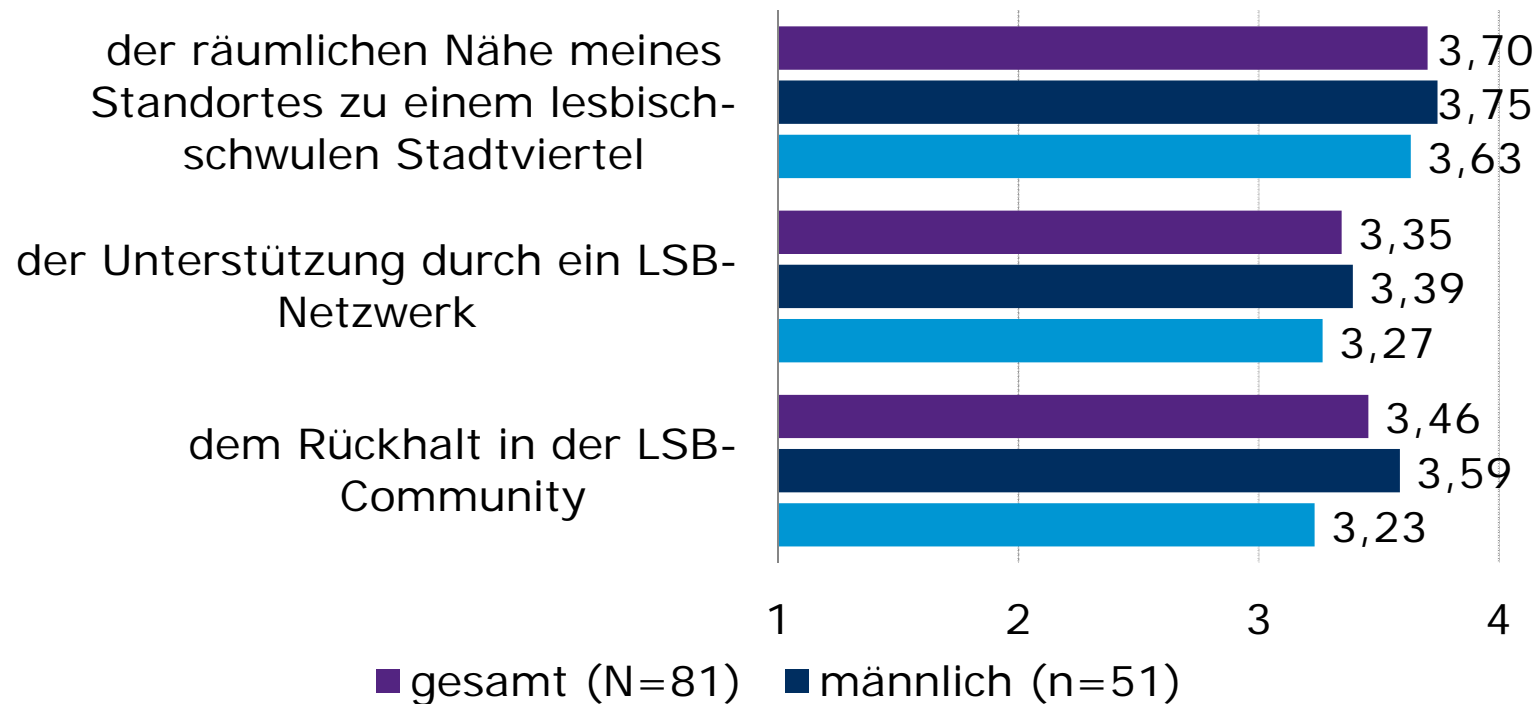
Rolle der Community

Unternehmen Sie mit Ihrem Betrieb besondere Anstrengungen, um...
(Mehrfachnennung möglich)



In welchem Maße hängt der Erfolg Ihrer Firma ab von...

(Mittelwerte: 1 = in einem sehr großen Maße, 2 = in einem großen Maße, 3 = in beschränktem Maße, 4 = gar nicht)

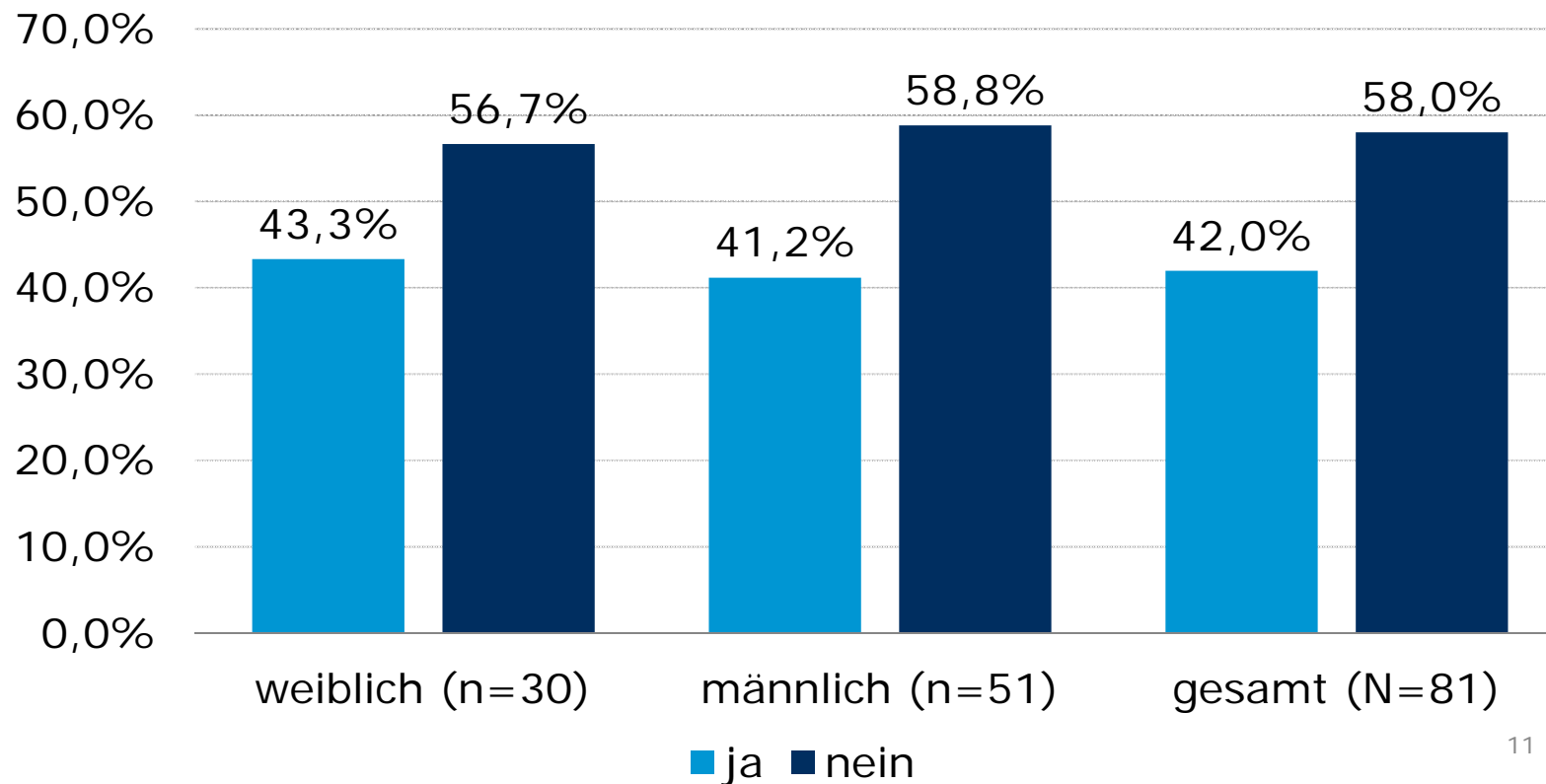


Rolle der Community

- Nutzung und Förderung durch einen Teil der Befragten (gezielte Werbung; Sponsoring)
- Community kein spezieller Faktor für geschäftlichen Erfolg
- Lesbische oder schwule Netzwerke tragen nur eingeschränkt zum Geschäftserfolg bei

Einfluss Geschäftsführung

Beeinflusst die Tatsache, dass Sie lesbisch bzw. schwul sind, die Art und Weise, wie Sie Ihr Geschäft führen?



- Verheimlichung der eigenen Homosexualität vor den KundInnen
- Fehlende Rollenvorbilder
- Politisches Zeichen

Standort Wien

		Wie stark fühlen Sie sich persönlich dem Unternehmensstandort Wien verbunden? (1=sehr stark, 8=gar nicht)	Wie bewerten Sie das Klima für homosexuelle UnternehmerInnen in Wien? (1=sehr positiv, 8=sehr negativ)	Wie bewerten Sie das Klima für heterosexuelle UnternehmerInnen in Wien? (1=sehr positiv, 8=sehr negativ)
männlich (n = 47)	Mittelwert	3,43	4,02	2,89
weiblich (n = 25)	Mittelwert	2,68	4,16	3,44
gesamt (n = 72)	Mittelwert	3,17	4,07	3,08

Diskriminierung

- Diskriminierungserfahrungen
- Diskriminierungsbefürchtungen
- Auswirkungen auf die Unternehmensführung

Sexuelle Orientierung

- Sexuelle Orientierung: Privatsache oder gesellschaftspolitisches Thema
- „Normalisierung“ von Homosexualität
- Entsexualisierung
- Alternativen zum Begriff „sexuelle Orientierung“

Netzwerke(n)

- Einfluss auf den Geschäftserfolg
- Schaffung von Sichtbarkeit
- Zusammenhalt und Gemeinschaftsgefühl
- Face-to-face und online Netzwerke

1. Thematisierung und Stellungnahme zu relevanten gesellschaftspolitischen Entwicklungen mit UnternehmerInnenbezug

- Sichtbar öffentliches Eintreten für das von der WKW vertretene Selbstverständnis, dass kein Unterschied gemacht wird
- Verstärkte Weiterleitung von Informationen/relevanten Studien an die MitarbeiterInnen der WKW
- Vorstellung von Unternehmenspersönlichkeiten mit nicht-heterosexueller Orientierung

2. Förderung von Vernetzung

- Ausbau des vorhandenen ‚Netzwerkraums‘

Empfehlungen an die WKW

3. Sensibilisierung der WKW MitarbeiterInnen

- Integration des Themas in bestehende interne WKW-Personalentwicklungsmaßnahmen
- Angebote zur Sensibilisierung spezifischer FachexpertInnen, z. B. Medien-/PR; JuristInnen
- Ansprechperson/en im Diversity-Referat

4. Angebote an UnternehmerInnen

- Finanzielle Förderungen für Unternehmen, die Diversity Management im Unternehmen einführen wollen
- Online-Tool (siehe oben) als ExpertInnen- Datenbank mit relevanten Informationen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!