

Weitere Wirtschaftsartikel

Schwule Unternehmer haben es oft schwer – bei Krediten und bei Galadinnern

"Mit wem ich das Bett teile, ist Kunden egal"

Von Claudia Peintner

- Homosexuelle Unternehmer führen oft Schattendasein.
- Mehr Toleranz von Schwulen begünstigt Wirtschaftsstandort.

Wien. Dass ein erfolgreicher Geschäftsmann eine attraktive Frau, Kinder, einen Hund und ein Haus haben muss, ist ein überholtes Klischee. Zwischen 20.000 und 40.000 Unternehmer sind in Österreich schwul oder lesbisch, schätzt die Wirtschaftskammer. Häufig machen sie sich in der Gastronomie, in der Beratungsbranche oder als Freiberufler wie Architekt, Arzt oder Rechtsanwalt selbständig.



Motto für den Alltag: Ein lockerer Umgang vereinfacht das Geschäftsleben. Foto: corbis

Als Günther Moser noch in einer Bank und dann als Kunsthändler beschäftigt war, hat er seine Homosexualität kaschiert. Mit dem Weg in die Selbständigkeit Mitte 20 war das Outing dann unausweichlich: Immerhin stand auf seiner Visitenkarte "Gay Marketing".

Diskriminierung als homosexueller Unternehmer hat der Wiener bisher nicht erlebt. "Mit wem ich das Bett teile, ist Kunden egal."

Ein Erlebnis bei der Suche nach einem Marktforschungsinstitut bleibt ihm trotzdem prägend in Erinnerung: "Auf die Ausschreibung für eine Studie über Schwule haben sich kaum Betriebe gemeldet", so Moser, der seit rund 17 Jahren die Firma "Pink Marketing" leitet.

Von wesentlich gravierenderen Alltagsschwierigkeiten berichten andere homosexuelle Geschäftsleute. Banken seien oft restriktiver bei der Kreditvergabe, etwa wenn jemand ein Schwulen-Café eröffnen möchte, erzählt Udo Geske von agro, einem Netzwerk-Verein für homosexuelle Unternehmer, Führungskräfte und Freiberufler.

Grund dafür sei nicht immer nur die sexuelle Orientierung. Fakt ist laut Geske, dass schwule Selbständige meist keine Nachkommen als Unternehmensnachfolger präsentieren können. Zudem würden oft die finanzielle Starthilfe und Bürgen aus der Familie – wegen Kontaktabbruch – fehlen.

Geschehnisse wie das Ablehnen von schwulen Pärchen in Hotels oder das Verweigern von schwulen Wohnungsmietern kommen ebenfalls vor – jedoch deutlich seltener. Günther Mosers Motto, um solche Alltagssituationen zu meistern: "Je lockerer ich mit dem Thema umgehe, desto einfacher läuft es für mich im Geschäftsleben." Das gilt etwa auch bei Geschäftsessen, zu denen der Unternehmer statt einer Partnerin als Begleitung selbstverständlich den Freund mitnimmt. Sehr hilfreich für die Betroffenen sei auch die Vernetzung mit anderen Gleichgesinnten.

Kampagne für Toleranz

Von Unternehmensvertretern wie der Wirtschaftskammer fordert die agro mehr Anti-Diskriminierungskampagnen. Das Thema müsse auch im Rahmen von Diversitätsmanagement stärker in Betrieben aufgegriffen werden. Immerhin sei eine liberale, kreative und bunte Stadt auch ein attraktiverer Wirtschaftsstandort, sind sich Schwulen-Vertreter einig.

Kommentare zum Artikel:

25.01.2010 09:20:32 **Natürlich?! Und wie!**

Dem menschlichen Gehirn sei Dank hat sich das Wesen Mensch in seiner Sexualität weiterentwickelt.

Sex zur Fortpflanzung war vielleicht vor ein paar tausend Jahren eine wichtige und lebensnotwendige Motivation. Heute, mit etwa 8 Milliarden Menschen am Erdenrund, besteht keine Sorge, dass die Spezies Mensch vom Aussterben bedroht wird, wenn diese Sex als eine Form der Kommunikation, Spaß und/oder reine Geilheit "vollziehen".

Oralverkehr und sämtliche "Praktiken", die keine Schwangerschaft - auf natürlichem Wege - ermöglichen (können), muss somit der selben Zensur wie der homosexueller Verkehr unterliegen. Wake up! Wir leben mittlerweile im Jahr 2010. Ach ja, Verhütung ist dann natürlich auch unnatürlich, natürlich, oder?!

Ronald Kalcher

22.01.2010 19:12:41 **Drei Aspekte für das „Wettern“**

@Frau Patrica Kleinwaechter - mein „Wettern“ betrifft drei Aspekte:

- Der erste ist der lockere Umgang mit Daten und Zahlenangaben wie 400000 Homosexuelle in Österreich, 1,2 Milliarden Euro, bis 40000 schwule/lesbische Unternehmer, etc. Für wie gutgläubig/naiv hält diese Agentur die Leser? Grüne verlangen, daß solche „Partnerschaften“ nicht auf Meldezetteln, etc. aufscheinen, also sollen sie – wie bisher(!) – geheim bleiben. Wie konnte die Agentur „Mitgliederzahlen“ ermitteln?
- Der zweite Aspekt ist, daß dauernd „Zeichen gegen die Diskriminierung der Homosexuellen“ gesetzt werden und suggeriert wird, daß „Political correctness“ verpflichtet, nicht nur die Rechte der Homosexuellen zu respektieren, sondern zu denken, Homosexualität sei positiv. Dies ist aber nicht der Fall: Es ist das für die Sinnausrichtung der Sexualität wichtige Element der Fortpflanzung nicht verwirklicht. Zusätzlich werden hingegen negative Urteile über Ehe und Familie von den Massenmedien problemlos akzeptiert.
- Der dritte Aspekt ist der Skandal, daß die Wirtschaftskammer anscheinend solche Aussagen/Zahlen, die offensichtlich der Phantasie entstammen, autorisiert.

A.K.

22.01.2010 15:26:05 **Neid?**

Oder was ist es, daß Sie, liebe Frau/lieber Herr A.K. so wettern? In diesem Artikel, im gestrigen Artikel? Warum soll nicht Pink Marketing 2 mal genannt werden...? Wie oft werden sonst auch Firmen in Artikeln erwähnt, ohne daß dies als Werbeeinschaltung genannt werden muss...soviele einschlägige Werbeagenturen gibts nämlich nicht. Und die Zahlen sind genauso als Basis heranzuziehen, wie jede Statistik. Sprich sie ist nicht richtiger oder falscher als jede andere Studie, die zu einem Thema erstellt wird.

Es ist auch nicht schändliches jene als spezielle, oder kaufkräftige oder auch andere Zielgruppe zu behandeln und zu bewerben.

Gestern haben Sie gepostet, daß die Pensionen die "anderen" zahlen, die Kinder der Heteros. Das gilt aber auch für kinderlose Heteropartnerschaften und Singles. Und kinderlose oder Single Heteros haben auch unter Umständen mehr Geld, daß sie nicht für Kinder, Erziehung und Co ausgeben. Nicht immer gewollt. Aber was wollen Sie uns eigentlich damit sagen? Homosexuelle können keine Kinder haben und sind daher auch nichts wert?

Patricia Kleinwaechter

22.01.2010 11:11:27 **Wirtschaftskammer von allen guten Geistern verlassen?**

Am Vortag brachte die Wienerzeitung „Homosexuelle im Fokus am Immobilienmarkt“ (Petra Tempfer), heute (22.01.2010), „Mit wem ich das Bett teile, ist Kunden egal“ (Claudia Peintner), mit dem Untertitel „Homosexuelle Unternehmer führen oft ein Schattendasein“.

In beiden Artikeln wird auf „Pink Marketing“ Bezug genommen und werden Zahlen wie 400000 Homosexuelle in Österreich, Kaufkraftstudien mit Mehrausgaben von 1,2 Milliarden Euro, zwischen 20000 und 40000 schwule/lesbische Unternehmer in Österreich, als Schätzung der Wirtschaftskammer(!) zitiert. Ist die Wirtschaftskammer wirklich von allen guten Geistern verlassen, solche Aussagen und Zahlen deren Ermittlung offensichtlich der Phantasie entstammen, zu

autorisieren? Wenn für ein Unternehmen wie „Pink Marketing“ Werbung gemacht wird, dann sollte diese auch solche gekennzeichnet sein.

A.K.

Kommentar senden:

Name:

Mail:

Überschrift:

Text (max. 1500 Zeichen):

Postadresse:*

Senden

* Kommentare werden nicht automatisch veröffentlicht. Bitte beachten Sie unsere [Regeln](#). Die Redaktion behält sich vor Kommentare abzulehnen. Wenn Sie eine Veröffentlichung Ihrer Stellungnahme als Leserbrief in der Druckausgabe wünschen, dann bitten wir Sie auch um die Angabe einer nachprüfbaren Postanschrift im Feld Postadresse. Diese Adresse wird online nicht veröffentlicht.

Wiener Zeitung · 1040 Wien, Wiedner Gürtel 10 · Tel. 01/206 99 0 · Mail: online@wienerzeitung.at