


## Erfolgsmagazin

Erfolgsmagazin durchsuchen 

- [Home](#)
- [Ausgaben 2007](#)
- [Ausgaben 2008](#)
- [Ausgaben 2009](#)
- [Coverstories](#)
- [Geld & Finanzen](#)
- [Interviews](#)
- [IT & Telekommunikation](#)
- [Leute & Meinungen](#)
- [Lifestyle & Kultur](#)
- [Marketing, Werbung & PR](#)
- [Mensch & Geist](#)
- [Recht & Steuer](#)
- [Sonderbeilagen & Ausgaben](#)
- [Versicherung & Vorsorge](#)
- [Wirtschaft & Politik](#)

### Gay-Marketing als „Tool“

*Der schwule Mann als „Zielgruppe“ für die Wirtschaft ist nicht mehr exotisch. Seit die „Pink Marketing GmbH“ vor 17 Jahren als Pionier im deutschsprachigen Raum startete ist viel geschehen. Ein klares Bild der Zielgruppe, fünf Studien und gut entwickelte Medien und Events reduzierten das Risiko eine „Flops“ beim Kommunikationsauftritt. Die Grundlagenarbeit in Form von Studien, Seminaren und tausenden Gesprächen hat Bewusstsein geschaffen und den Markt aufbereitet. Doch vor allem sind es die „best practice“ Beispiele in den unterschiedlichen Branchen, die neue Interessenten auf den Plan rufen. Erfahrungen aus hunderten Kampagnen, Tiefendaten der Studien und eine intensive Auseinandersetzung mit Zielen und Ausrichtung der Kommunikationsmaßnahmen minimieren das Risiko.*



Im Zielgruppenmarketing – egal in welchem Bereich – liegt der größte Erfolgsfaktor im passenden Aufbau der Kampagne. Dazu ist es öfters durchaus sinnvoll, die Zielgruppe weiter einzuschränken und sich eine Strategie zu überlegen, wie man die „Schnittmenge“ passend anspricht. Gerade schwule Männer sind keine homogene Zielgruppe. Daher ist auch die Frage, ob es 300.000 oder 400.000 Männer in Österreich sind, zweitrangig. Eine Gay-Marketing-Kampagne lässt sich in Bezug auf Alter, Region, Kaufkraft und Interessen feintunen. Macht Sinn, aber nicht alle Unternehmen haben den Mut zur Eingrenzung. Dabei sollte man weg von der Idee, die breite Masse anzusprechen – gerade die Spezialisierung auf erfolgsversprechendere Teilbereiche in der speziellen Zielgruppe verspricht Erfolg.

Das Nadelöhr im Gay-Marketing war am Beginn eine völlig unterentwickelte Medienlandschaft und so gut wie keine Eventveranstalter, die brauchbare Sponsoringpakete anbieten konnten. Die Situation erinnerte an die Geschichte mit der Henne und dem Ei. Keine Anzeigenkunden ohne professionelle Medien, keine vernünftigen Medien ohne Werbung. Erst seit 2006 sind alle Kanäle im Gay-Marketing so gut entwickelt, wie es Mediaagenturen und Unternehmen gewöhnt sind.

### Gay-Lifestyle-Magazin

Seit zwei Jahren bietet das Gay-Lifestyle-Magazin NAME IT in seinen sechs Hochglanzausgaben pro Jahr Unternehmen wie L’Oreal, MINI, Diesel, Fossil, Parship, Garnier, Nivea for Men oder Mobilkom eine Plattform im „High-End“-Format. Das Magazin wurde zum wichtigsten Mediapartner und Sponsor von großen Events, die schwule Männer interessieren wie Lifeball, Rosenball oder das „Pink Lake“ Festival am Wörthersee. Das Magazin mit seinen redaktionellen Inhalten und seinem Design ist nur die Basis in der Kommunikation von Anzeigenkunden mit den Lesern. Das Leben rund um „NAME IT“ bestehend aus Parties, Präsentationen, Diskussionen oder der Vergabe eines „Szene-Awards“ sind mindestens genauso wichtig. Emotionen schaffen Sympathien. Ohne Hochglanzmagazin mit entsprechender Reichweite wäre an Kampagnen von vielen hochwertigen „Markenartiklern“ nicht zu denken.



### Schattendasein „Onlinemarkt“

Der Onlinemarkt führt nicht nur im Gay-Marketing (noch?!) ein Schattendasein. Obwohl die Reichweite und die Preisgestaltung des adworx Gay-Channels bestehend aus den drei größten Portalen ein gutes

Preis-/Leistungsverhältnis bietet, werden Onlinemaßnahmen bestenfalls als Begleitung einer Kampagne gesehen. Winzige Spezialwebsites für Schwule scheitern schon an der mangelnden Reichweite und oft auch an der Umsetzung von Aufträgen.

### Spannend: Directmailings per Post und Newsletter

Spannend hat sich der Markt für Directmailings per Post und Newsletter entwickelt. Immer mehr Schwule sind bereit Infos auf diesem Weg zu bekommen. Bei Pink Marketing sind aktuell 5.400 Postempfänger und rund 12.000 Newsletter-Abonnenten registriert. Neue Werbeformen per Handy sind in Entwicklung.

Im Eventbereich gibt es mittlerweile eine handvoll zuverlässiger Veranstalter, die Sponsoring nicht als „Spende“ sondern als Partnerschaft, die für beide etwas bringen muss, sehen. Hier braucht es bei der Auswahl, Planung und Umsetzung jedenfalls eine Spezialagentur mit Erfahrung und den entsprechenden Kontakten.

Das Krisenjahr 2009 brachte für Gay-Marketing einen Umsatzschub. Bei Pink Marketing gab es einen Zuwachs in den Bereichen Medienschalungen und Beratung von fast 50 %. Geringere Gesamtbudgets brachten Zuwächse im Zielgruppenmarketing bei Unternehmen, die schon länger am Thema oder neu dazu gekommen sind.



### **Zielgruppen-Marketing ist immer aufwendiger.**

Zielgruppen-Marketing ist immer aufwendiger und setzt eine Auseinandersetzung mit der Zielgruppe voraus. Besonders im Hinblick darauf, ob das eigene Angebot bei der Zielgruppe hervorragende, gute oder nur mäßige Chancen hat. Seriöse Beratung ist da unablässig. Wichtig ist, Marktauftritte zumindest mittelfristig ab einem Zeithorizont von sechs Monaten anzulegen. Trotz sorgfältiger Planung ist es manchmal nötig während der Kampagne noch Optimierungen vorzunehmen und die Gewichtung von Maßnahmen zu ändern. Ein größeres Thema als sonst ist der Wunsch der Kunden nach treffsicheren Erfolgsauswertungen. Möglichkeiten der Messbarkeit und der Auswertung werden dann von Anfang an mit bedacht. Gerade wenn Werber noch nicht ganz vom Erfolg von Gay-Marketing für ihr Produkt oder

ihre Dienstleistung überzeugt sind, ist das verständlich. Bei größeren Kampagnen werden Erfolgsaussichten mit professionellen Umfragen in der Zielgruppe davor abgetestet. Dafür hat Pink Marketing ein Gay-Panel (n=687) das auch einem identen Panel von Heteromännern von Marketagent.com gegenübergestellt werden kann. Danach lässt sich mit hoher Wahrscheinlichkeit abschätzen ob ein Marktauftritt für ein Unternehmen Sinn macht oder nicht.

### **Zukunft "Gay-Marketing"**

Die Zukunft von Gay-Marketing sehe ich in einem deutlichen Wachstum in den derzeitigen Top-Branchen Tourismus, Mode, Kosmetik, Fitness, Wohnen und Kultur. Das Interesse von „neuen Bereichen“ wie Banken, Versicherungen, Telekommunikation und Medien wird den Markt in Zukunft weiter beflügeln aber auch neue Herausforderungen bieten. Hier gilt, dass neue Branchen Pioniere brauchen um sich zu entwickeln, wie das auch bisher der Fall war.

Günther Moser



**PINK Marketing GmbH**  
Günther Moser, Geschäftsführer  
Zieglergasse 3  
1070 Wien  
T +43 (1) 789 1000-12  
E [moser@pinkmarketing.at](mailto:moser@pinkmarketing.at)

Mag. (FH) Romana Dobes  
T +43 (1) 789 1000-20  
E [dobes@pinkmarketing.at](mailto:dobes@pinkmarketing.at)

### **Mehr Infos:**

[www.pinkmarketing.at](http://www.pinkmarketing.at) (Gay-Marketing Agentur)  
[www.name-it.at](http://www.name-it.at) (Gay-Lifestyle-Magazin)  
[www.gaynet.at](http://www.gaynet.at) (Gay-Portal)  
[www.gayfacts.at](http://www.gayfacts.at) (Studien und Umfragen)

 [Share on Facebook](#)

**Ihr moderner Vertrieb**

Kostenloses Whitepaper zum Thema "Website als Vertriebsinstrument".  
www.projectsdone.com

**Dt. Fundraising-Kongress**

Für Fundraiser/innen die vielleicht wichtigsten drei Tage im Jahr 2010.  
www.fundraisingkongress.de

**Ligatus DirectAds**

Das CPC-Selbstbuchungstool für Performance-Marketing-Kampagnen  
directads.ligatus.com

**Vertrieb Marketing**

Unsere kreativen Marketing Lösungen garantieren bis zu 70 % mehr Umsatz  
www.syslo-marketing.com


Google-Anzeigen

 [Tweet This Post](#)

Dieser Artikel wurde verfasst am Freitag, Januar 29th, 2010 um 15:04.

Kategorie: [Coverstories](#).

Werbung [Intuitive und energetische Begleitung Ihrer Veränderungen](#)



Buchen Sie eines meiner Angebote oder vielleicht sogar einen ganzen gemeinsamen Tag und profitieren Sie von dem neuen Leben, das in Ihnen steckt ! Lebensdesign bedeutet schlicht, dass Sie selbst die Wahl haben, welches Leben Sie leben wollen. Meine Arbeit ist ein Stück Begleitung.

**2 Comments, [Kommentar](#) oder [Ping](#)**

1. [Neues vom "Erfolgsmagazin"! « gründen in kärnten](#) - Jan 30th, 2010
2. [Neues vom "Erfolgsmagazin"! - entrepreneurship](#) - Jan 30th, 2010

**Artikel "Gay-Marketing als "Tool""**

Name (required)

Mail (required)

Website

**SUBMIT**



**Liebe Leserinnen und Leser!** Im Jänner 2010 greifen wir ein top-aktuelles Cover-Thema auf, das unter dem Motto „Im Zeichen des Regenbogens“ steht.

Sie erhalten aber auch wieder wertvolle Inputs, Anregungen und Tipps durch weitere spannende Beiträge, die sich mit Marketing, Steuer, Mensch & Geist uvm. beschäftigen.

Lesen Sie aktuell **32 neue Beiträge!** Sie haben Ideen oder möchten sich einbringen? [Schreiben Sie uns](#)

Ich freue mich auf Sie und wünsche ein interessantes Lese- und Klickvergnügen, Doris Helm

## Artikel der aktuellen Ausgabe

- [„Red Ribbon – Zeichen der Solidarität“, Interview mit Gerry Keszler](#)
- [Stonewall 1969: Warum wird der Christopher Street Day gefeiert?](#)
- [Psychische Leiden unterm Regenbogen](#)
- [Menschenrechtsverletzungen aufgrund sexueller Orientierung](#)
- [Diskriminierung am Arbeitsplatz: Wehrt Euch!](#)
- [mertius: Österreichs erster schwul lesbischer Unternehmerpreis](#)
- [Gay, Lesbian, Bisexual and Transgender \(GLBT\) in der Wirtschaftskammer](#)
- [Gleichgeschlechtliche Lebensgemeinschaften stoßen schnell an Grenzen bei Versicherungs- & Finanzunternehmen](#)
- [Community-Marketing im Zeichen des Regenbogens](#)
- [Jeder Mensch ist unterschiedlich – warum spricht die Werbung dann alle gleich an?](#)
- [Gay-Marketing als "Tool"](#)
- [Der Traum in Rosa. Nischenmarketing auf einem neuen Hochzeitsmarkt!](#)
- [Schwule Wohntrends](#)
- [Internationale Franchise-Unternehmen drängen nach Österreich](#)
- [Business Angels können Unternehmer beflügeln](#)

## Die Portale von

# Unternehmer w e b

### [Unternehmerweb.at](#)

Das unabhängige B2B-Portal in Österreich

### [Unternehmerwissen.at](#)

Kostenlose Seminarabende für Wissen in Unternehmen

### [Unternehmerweb.tv](#)

Das unabhängige B2B-Videoportal in Österreich

### [Erfolgsmagazin](#)

Kompakter Fach-Content von & für Österreichs Wirtschaftstreibende

### [Newsflash](#)

Wissensvorsprung durch tägliche Business-News

### [Chatarchiv](#)

Unternehmer fragen – Experten antworten

### [Fachbeiträge](#)

Kostenlose Beiträge von österreichischen Unternehmen

## Letzte Kommentare

- [Newsletter: » Gutschein für 2010 | Froschkönig im Erfolgsmagazin | Clip: virales Marketing on Die Kugel am Rollen halten!](#)
- [Netzwerk für Office, Life & Fun » Blog Archiv » Froschkönig im Erfolgsmagazin: Die Kugel am Rollen halten! on Die Kugel am Rollen halten!](#)
- [Kredit für Arbeitslose on Förderungen für Jungunternehmer](#)
- [Neues vom "Erfolgsmagazin"! - entrepreneurship on Diskriminierung am Arbeitsplatz: Wehrt Euch!](#)
- [Neues vom "Erfolgsmagazin"! - entrepreneurship on Business Angels können Unternehmer beflügeln](#)
- [Neues vom "Erfolgsmagazin"! - entrepreneurship on Umsatzsteuer Update 2010](#)
- [Neues vom "Erfolgsmagazin"! « gründen\\_in\\_kärnten on Schwule Wohntrends](#)
- [Neues vom "Erfolgsmagazin"! - entrepreneurship on Gay-Marketing als "Tool"](#)
- [Neues vom "Erfolgsmagazin"! - entrepreneurship on 10 Tipps: Kunden gewinnen mit Suchmaschinen-Marketing](#)
- [Neues vom "Erfolgsmagazin"! « gründen\\_in\\_kärnten on Diskriminierung am Arbeitsplatz: Wehrt Euch!](#)

## Tags

[2008](#) [arbeiten](#) [Beruf](#) [Betrieb](#) [Business](#) [Energie](#) [Entwicklung](#) [Erfolg](#) [Essen](#) [EU](#) [Europa](#) [Familie](#) [Finden](#) [Geld](#) [Geschäft](#) [Gründer](#) [Idee](#) [Internet](#) [Interview](#) [IT](#)  
[Kommunikation](#) [Kreativität](#) [Kultur](#) [Kunden](#) [Management](#) [Marke](#) [Marketing](#) [Markt](#) [Menschen](#) [Mitarbeiter](#) [Osten](#) [Privat](#) [Sicher](#) [Sicherheit](#) [Steuer](#) [Strategie](#) [Suchen](#) [Top](#)  
[Unternehmen](#) [Unternehmer](#) [Versicherung](#) [Werbung](#) [Wettbewerb](#) [Wirtschaft](#) [Zeit](#)

[Unternehmerweb.at](#) | [Kontakt](#) | [Impressum](#) | [AGB](#) | [Datenschutz](#) | [Nutzungsbestimmungen](#)

<