



## TABU: SCHWULSEIN IM JOB

Der Präsident der „Austrian Gay Professionals“, Manfred Wondrak (Bild), im KURIER-Interview.

SEITE 11

## Austrian Gay Professionals

# „Man weiß es, aber spricht nicht darüber“

Österreichs Unternehmen haben bei der Integration von homosexuellen Mitarbeitern noch viel Nachholbedarf.

VON ANDREA HODOSCHEK

Fast immer noch wird Schwulsein in der Wirtschaft tabuisiert. Dabei könnten Unternehmen von einem offenen Umgang mit Homosexualität ökonomisch sehr wohl profitieren, meint Manfred Wondrak, Präsident des Netzwerkes Austrian Gay Professionals (agpro).

stärken, dass sie den Schritt des Coming-out wagen und sich beruflich weiterentwickeln können. Zwei Drittel der Lesben und Schwulen outen sich nicht am Arbeitsplatz.

*Warum sollten sie eigentlich? Das Sexualleben ist doch Privatsache.*

Ist das wirklich so? Stellt niemand die Frage, was man am Wochenende oder im Urlaub gemacht hat? Hat niemand Fotos seines Lebenspartners am Schreibtisch? Man muss sich einmal vorstellen, wie viel Energie investiert wird, um zu verstecken oder vorzutäuschen.

*Energie, die im Job besser genutzt werden könnte?*

zung der Personal-Ressourcen. Und zweitens wird die Wirtschaft immer globaler, komplexer und vielfältiger. In diesem Wandel ist es für ein Unternehmen von Vorteil, wenn das Team bunt aufgestellt ist. Das erhöht die Flexibilität und die Innovationskraft. In Österreich wird der Markt für Homosexuelle auf 1,7 Milliarden € geschätzt. Um diesen Markt zu erkennen, brauche ich Mitarbeiter, um diese Gruppe gezielt anzusprechen.

*Wie weit sind Österreichs Unternehmen damit?*

Es tut sich sehr wenig. Ich glaube aber, das wird in den nächsten Jahren ein großes Thema werden. Die Wirtschaftskammer zum Bei-



Im KURIER-Interview mit Andrea Hodoschek

## Netzwerk: Führungskräfte

agpro Austrian Gay Professionals wurde im September 1998 gegründet. Mitglieder sind Führungskräfte, Unternehmer und Selbstständige. Schwerpunkt ist die politische und berufliche Lobbyarbeit zur Rechts- und Chancengleichheit von Lesben und Schwulen – durch Projekte, Meinungsbildung und Aufklärungsarbeit. Präsident ist der ehemalige Banker und jetzige Unternehmensberater Manfred Wondrak.

**KURIER:** Wozu eine eigene Organisation für schwule Führungskräfte?

**Manfred Wondrak:** agpro ist ein Netzwerk zur gegenseitigen beruflichen und gesellschaftlichen Unterstützung. In unserem Verständnis als Führungskräfte, die gerne Verantwortung übernehmen, engagieren wir uns für die Gleichstellung Homo- und Bisexueller. Unser Schwerpunkt liegt im Arbeits- und Wirtschaftsleben.

*Spielt die sexuelle Orientierung von Mitarbeitern tatsächlich eine große Rolle am Arbeitsplatz?*

Ja. In den meisten Unternehmen wird die Thematik tabuisiert. Man weiß es, aber man spricht nicht darüber. Wir wollen das Selbstbewusstsein unserer Mitglieder

Das Verstecken kostet bis zu zehn Prozent Leistungsfähigkeit. Wir sehen sehr viel Potenzial durch ein offenes, wertschätzendes Arbeitsumfeld. Das bezieht sich auf alle Minderheiten. Und das kann durch Diversity Management gehoben werden.

*Was ist Diversity Management?*

Ein Management-Ansatz auf mehreren Ebenen zur strategischen Nutzung der personellen Vielfalt in einem Unternehmen. Dazu gehört neben Religion, Geschlecht, Alter, ethnischer Herkunft und Behinderung auch die sexuelle Orientierung.

*Was hat ein Unternehmen konkret davon?*

Es profitiert zweifach. Erstens durch eine bessere Nut-

spiel zeigt starkes Interesse. Unter den Unternehmen sind IBM – ist auch weltweit führend dabei – und die Bank Austria am engagiertesten. Die haben bereits eine eigene Abteilung für Diversity Management.

*Zum Markt: Haben die Marketingmanager der Unternehmen bisher geschlafen und warum?*

Offenbar hat keiner daran gedacht und die Kunden haben auch nicht danach gefragt. Man hat die Nachfrage nicht gesehen, vielleicht auch aus Angst, dass andere Kundengruppen abspringen könnten. Ein gutes Beispiel ist die Wahlwerbung. Einige Parteien – Rot, Grün und Liberal – versuchen Homosexuelle anzusprechen. Aber es gab keine Werbung in



Manfred Wondrak schätzt das Kaufkraftpotenzial Homosexueller in Österreich auf 1,7 Milliarden Euro

Mainstream-Medien. Das zeigt auch, was dahinter steht: Die Angst, den Rest zu verärgern.

*Warum haben Homosexuelle eine höhere Kaufkraft?*

Double income, no kids. Der Tourismus hat das bereits erkannt, auch die Stadt Wien und die Österreich Werbung. Da wird bereits entsprechend geworben.

*Haben es Schwule schwerer, Karriere zu machen?*

Ja, wir sprechen von der pink ceiling, der rosa Decke. Bis zur zweiten Etage geht es, aber ganz hinauf nicht. Kennen Sie einen Spitzenmanager, der sich geoutet hat. Noch schwerer haben es lesbische Frauen. Sie sind doppelt diskriminiert – als Frauen und als Lesben.

## ► meritis

## Unternehmen des Jahres 2009

Laut einer Studie der Uni-Köln bevorzugen 70 Prozent der Homosexuellen als Konsumenten jene Unternehmen, die als „gay-friendly“ gelten. Fast ebenso viele bevorzugen diese Firmen auch bei der Job-Wahl. Unternehmen sollten darüber informieren, ob sie lesben- und schwulenfreundlich sind.

2009 wird erstmals ein Preis für lesben- und schwulenfreundliche Firmen vergeben, der meritis. Die Schirmherrschaft hat das Wirtschaftsministerium übernommen, in der Jury sitzen auch Vertreter des Sozial- und des Frauen-

ministeriums, der WK-Wien, des ÖGB, der AK OÖ, der Lesben-Vereinigung Queer Business Women und von agpro. Die Einreichfrist endet am 28. Februar 2009, die Preisverleihung ist am 19. März 2009 ([www.meritis.or.at](http://www.meritis.or.at)).

**Gay and Lesbian Award** In Linz wurde gestern der „Gay and Lesbian Award 2008“ für Verdienste um rechtliche und gesellschaftliche Gleichstellung von Homosexuellen vergeben. Preisträger: Hans-Peter Weingand, Mitbegründer des Schwulenforums „Rosalia PanterInnen“.