

LGBTI
im Business

SORGEN?

KLICK UND WEG!



PAUL PECH EMPFIEHLT:
Jetzt Service-App downloaden.

wienerstaedtiche.at
IHRE SORGEN MÖCHTEN WIR HABEN

**WIENER
STÄDTISCHE**
VIENNA INSURANCE GROUP

EDITORIAL

„

Liebe Leserin, lieber Leser!

„Und was haben Sie im Sommer gemacht? Waren Sie auf Urlaub mit Ihrer Frau?“ Manchmal können simple Fragen einen schwulen Mann in Panik versetzen. Dann, wenn er seine sexuelle Orientierung versteckt, weil er Nachteile in seinem Job und seiner Karriere fürchtet, wenn sie öffentlich bekannt wäre. Mehr als die Hälfte aller Lesben und Schwulen sind in Österreich nicht out am Arbeitsplatz. Das schränkt sie in ihrer beruflichen Entfaltung ein, denn sie verwenden Energie darauf, ihr Geheimnis zu wahren, im schlimmsten Fall sogar, eine Fassade aufrechtzuerhalten.

Dass es auch anders geht, zeigen immer mehr Unternehmen in Österreich. Sie signalisieren offensiv, dass Angehörige der LGBTI-Community nicht nur sehr willkommen bei ihnen sind, sondern auch mit einem diskriminierungsfreien und offenen Arbeitsumfeld rechnen können.

Diese Unternehmen tun das aus Überzeugung, aber auch aus wirtschaftlichen Überlegungen: Zufriedene Mitarbeiter_innen sind produktiver und bleiben länger bei ihrem Arbeitgeber. Und die Besetzung einer neuen Stelle wird auch leichter, wenn das Unternehmen ein attraktives Arbeitsumfeld bietet.

Die agro (austrian gay professionals) trägt seit über 20 Jahren – gemeinsam mit ihren Kooperationspartnern – dazu bei, das Thema „LGBTI im Business“ sichtbar zu machen und Unternehmen zu animieren, sich in diesem Bereich zu engagieren. Mit diesem Magazin wollen wir Ihnen einen Überblick über das Thema geben und Ihnen zeigen, was Unternehmen zu mehr

Akzeptanz in der Gesellschaft und zu ihrem eigenen Erfolg beitragen können. Die agro steht Ihnen als Partner dafür zur Verfügung. ■



Stefan Grampelhuber, Markus Knopp, Feri Thierry, Ronny Hollenstein, Ferdinand Wenzl (v. l. n. r.)
Vorstand agro

LGBTI steht für **Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Intersexual**

„Die Zukunft liegt in der Vielfalt!“



Vertreter_innen einiger der größten Unternehmen Österreichs trafen einander zum regen Austausch über „Diversity in der Wirtschaft“. Aber wie kann Diversity-Management, insbesondere im Bereich LGBTI, überhaupt funktionieren? Welche Rolle spielen Führungskräfte dabei? Und: Wie sieht die Zukunft aus?

Astrid Weiwurm-Wilhelm
Präsidentin der
Queer Business Women

Marcel Kremmer
CSR Specialist & Chairman LGBTIQ
Business Resource Group
ErsteColours /
Erste Group Bank AG

Christian H. Steinmetz
Executive Business
Consultant / IBM

Traude Kogoj
Diversity-Beauftragte /
ÖBB Holding-AG

Robert Bilek
Leiter der Personalabteilung /
Wiener Städtische Versicherung

Feri Thierry
Präsident
der agro

© Ece Karatas

J

e bunter der Mix, desto kreativer die Lösungswege. Je unterschiedlicher die Zutaten, desto schmackhafter das Endergebnis. Diese Prinzipien halten auch in der Wirtschaft mehr und mehr Einzug – oder etwa doch nicht? Denn obwohl zahlreiche Studien klar belegen, dass Unternehmen von gelebter Diversity wirtschaftlich profitieren, entpuppt sich das nach außen gern betonte „Ja zur Vielfalt!“ in vielen Fällen doch nur als ein Feigenblatt, das Defizite verdecken und eine differenzierte Auseinandersetzung mit der Thematik verhindern soll. Besonders der Diversity-Bereich LGBTI wird von vielen Führungskräften immer noch mit Fingerspitzen und Samthandschuhen angefasst, zu heikel ist vielen das Thema, zu wenig verbreitet das Wissen darüber, wieso sexuelle Orientierung auch in Unternehmen durchaus eine Rolle spielt.

Um Licht in die (bunte) Dunkelheit zu bringen, um aufzuklären, voneinander zu lernen, aber auch, um deutlich (politische) Flagge zu zeigen, baten wir Vertreter_innen der Wirtschaft zum Round Table, bei dem sich alles um die Frage „LGBTI im Business – ja! aber wie?“ drehte.

Wie definieren Sie Diversity und welchen Stellenwert hat Vielfalt in Ihrem Unternehmen?

Robert Bilek: Aufgrund der Expansion in Zentral- und Osteuropa hatte Vielfalt in der Wiener Städtischen immer schon einen hohen Stellenwert. Wir haben stets auf regionale Gegebenheiten Rücksicht genommen. Aktuell arbeiten in unserem Unternehmen rund 40 verschiedene Nationalitäten. Speziell im LGBTI-Bereich beginnen wir aber erst jetzt, im Rahmen des „Audit Beruf und Familie“ Maßnahmen zu setzen, ausgehend von der HR. Wir möchten strukturell eine Ansprechstelle bzw. Organisationseinheit gründen, die Mitarbeiter_innen bei Problemen unter die Arme greift.



© Ece Karatas



Robert Bilek: Leiter der Personalabteilung / Wiener Städtische Versicherung

Unternehmen müssen politisch Flagge zeigen und die Vielfalt verteidigen.

Allerdings war es bei uns von Beginn an so, dass auch gleichgeschlechtliche Partner_innen den Familientarif in der Krankenversicherung in Anspruch nehmen konnten – ein damaliges Alleinstellungsmerkmal innerhalb der Versicherungsbranche! Wenn Probleme aufgetaucht sind, haben wir stets geholfen. Vielfalt mit all ihren Facetten ermöglicht es, andere Sichtweisen kennenzulernen.

Traude Kogoj: Die ÖBB haben eine kleine, eigene „Abteilung“, die sich mit Diversity und auch dem Bereich „sexuelle Orientierung“ befasst. Diversity-Management geht über das Prinzip Chancengleichheit hinaus und nutzt die Vielfalt der Beschäftigten zum Vorteil aller Beteiligten. Wir haben gelernt: Wenn wir Vielfalt steigern, verändert sich die Kultur der Zusammenarbeit. Das ist in einem technikfokussierten Unternehmen, in dem 88 Prozent der Mitarbeitenden männlich sind, eine wichtige, zukunftsorientierte Perspektive. Gleichzeitig ist es für uns natürlich auch relevant zu beobachten, was der Markt hergibt, was er braucht und was er erwartet.

Feri Thierry: Der erste wichtige Schritt im Diversitäts-Management ist ja, Diversität überhaupt festzustellen und sichtbar zu machen. Das Unternehmer-Statement „Probleme mit Schwulen hamma ned, bei uns gibt’s keine Schwulen!“ ist sehr häufig. Der zweite Schritt wäre, eine Strategie zu entwickeln, wie ziehe ich aus der Diversität einen Nutzen für das Unternehmen und wie Sorge ich dafür, dass Menschen sich in ihrer Diversität im Unternehmen wohlfühlen?

Kogoj: Diversität muss man nicht nur sichtbar machen, sondern auch mit der Strategie des Unternehmens abgleichen. Setzt sich das Unternehmen das Ziel, das beste in Europa zu werden, dann heißt es, schnell und im wahrsten Sinne des Wortes

Christian H. Steinmetz: Executive Business Consultant / IBM

Wir verfolgen eine Strategie der Role Models, die offen mit ihrer sexuellen Orientierung umgehen.



so vielfältig wie nur möglich zu handeln! Denn als homogenes Unternehmen wird man nicht mal der oder die Beste im Dorf.

Herr Bilek, gab es Gegenwind von Mitarbeiter_innen auf die geplanten LGBTI-Maßnahmen in Ihrem Unternehmen?

Bilek: Natürlich gibt es immer wieder Leute, die sich aufregen, nach dem Motto: „Für die machts ihr was, aber für uns nix!“. In einem persönlichen Gespräch können solche Verstimmtheiten aber meist aus dem Weg geräumt werden.

Kogoj: Als sich die ÖBB 2012 dazu entschieden, an der Regenbogenparade teilzunehmen, war es von vornherein vollkommen klar, dass dieses externe Zeichen ein internes war. Denn Commitment ist für uns mehr als nur ein Marketinggag – und zwar in allen Diversitätsbereichen. Fünf Jahre später hat sich ein eigenes, internes LGBTI-Netzwerk gegründet, das gegenüber dem Management seine Bedürfnisse formuliert und auch nach außen hin zeigt, dass es stolz auf das Unternehmen ist. Das ist auch eine tolle Bestätigung für unsere Diversity-Arbeit.

Herr Steinmetz und Herr Kremmer, wie ist Ihre Meinung zum Thema Diversität in der Wirtschaft?

Christian H. Steinmetz: Ich habe über viele Jahre hinweg das Mitarbeiter-Netzwerk innerhalb der IBM repräsentiert. In der IBM sind die Diversity-Initiativen in vielen Bereichen aus Zusammenschlüssen von Mitarbeiter_innen entstanden – und zwar in Form von Netzwerken für Frauen, Asiaten oder auch dem LGBTI-Netzwerk. IBM ist ein globales Unternehmen, somit ist es für uns erforderlich, kulturelle Vielfalt und bestimmte Regeln aus anderen Ländern zu verstehen. Aber auch

unsere Kunden haben sich sehr früh mit der LGBTI-Thematik auseinandergesetzt, was natürlich auch Auswirkungen auf die IBM als Geschäftspartner hatte: Man ist gefordert, bei der Suche nach Talents den Mitarbeitenden die gleichen Rahmenbedingungen zu bieten wie die internationale Konkurrenz. Die Leute sind heutzutage sehr wählerisch, wo sie arbeiten, das Gesamtpaket muss also stimmen. Die grundsätzliche Tendenz: Junge Leute, die heute ins Unternehmen kommen, sprechen a priori sehr offen über ihre sexuelle Orientierung und gehen davon aus, dass dies im Unternehmen kein Thema mehr ist.

Marcel Kremmer: Der Erste Group ist Diversität sehr wichtig und wurde auch schon vor bereits fast 200 Jahren in unserem Gründungsdokument festgehalten. Dort hieß es damals schon, dass Menschen wegen ihres Alters, Geschlechts und ihrer Nation nicht auszuschließen

sind. Uns als modernem und zukunftsorientiertem Finanzinstitut ist es wichtig, das Thema Gleichstellung und Vielfalt in der Arbeitswelt, aber auch bei Kund_innen zu fördern. Unser Motto: Wir sind so vielfältig wie unsere Kund_innen es sind. Zudem ist der Bereich LGBTI aktuell einer der drei Schwerpunkte der Bank. Die anderen wären: Frauenförderung in der IT und die Erhöhung des Frauenanteils im Top-Management. Es gibt mittlerweile seit über einem Jahr u. a. ein eigenes LGBTI-Netzwerk namens „ErsteColours“, das auch Vorbild für andere internationale Tochterbanken, wie z. B. für Tschechien oder die Slowakei, ist. Auch in den Schulungsunterlagen ist es auf vielfältige Weise Thema. Wir tauschen uns in dem Bereich auch mit anderen Unternehmen aus und versuchen, uns untereinander in dem Bereich zu unterstützen. Wir möchten der Gesellschaft zeigen, dass auch große Unternehmen hinter dieser Thematik stehen.

Was können Vereine wie die Queer Business Women oder agro aktiv tun, um Unternehmen in dieser Art von Arbeit zu unterstützen?

Astrid Weinwurm-Wilhelm: Unser großes Anliegen ist es, nicht nur die einzelnen Personen dort abzuholen, wo sie sind, mitsamt ihren persönlichen Ängsten und Sorgen am Arbeitsplatz. Vielmehr wollen wir den Unternehmen bewusst machen, überhaupt erst den nötigen Rahmen schaffen zu müssen, um diesen Rahmen dann auch nutzen zu können. Menschen werden nicht zu ihren nichtnormativen Lebensweisen stehen können, wenn sie nicht Sicherheit im Sinne von Mobbing- oder Benachteiligungs-Schutz empfinden können. Wir sagen ganz klar: Sexuelle Handlungen sind Privatsache, aber nicht die sexuelle Orientierung! Die können wir vor der Bürotür nicht abgeben.

Thierry: Wichtig: Wir können den Unternehmen nicht die Arbeit abnehmen! Unsere Rolle sehen wir vielmehr als Trigger: Wir stoßen an, zeigen auf und zeigen Best-Practice-Beispiele.

Wie rollt man Diversity-Management im Unternehmen so aus, dass es mehr als bloß ein HR- oder gar



Marcel Kremmer: CSR Specialist & Chairman LGBTIQ Business Resource Group ErsteColours / Erste Group Bank AG

Diversity-Management ist zu einem unverzichtbaren Management-Tool geworden.



© Ece Karatas

nur ein Marketing-Thema ist? Wie wird Diversity-Management tatsächlich gelebt, auch außerhalb bestimmter Interessenvertretungen?

Kogoj: Das hängt stark von der Reife des Unternehmens und der Organisation ab. Diversity muss in die Strategie Eingang finden, das stärkste Momentum eines Unternehmens. Das gilt vor allem für große Paradigmenwechsel, für die man sich nicht jahrhundertlang Zeit lässt.

Die Unterstützung des Unternehmensvorstandes ist also unerlässlich?

Kogoj: Spätestens dann, wenn sich die Frage nach Ressourcen und den Rahmenbedingungen für das gesamte Unternehmen stellt, braucht es die Unterstützung durch und das Einvernehmen

mit der Unternehmensführung – bei der Etablierung von Leitlinien, einer Policy und vielem mehr.

Bilek: Das Allerwichtigste ist: Der Vorstand sollte nicht dagegen sein. Es genügt schon, wenn er neutral dem Thema gegenüber eingestellt ist.

Steinmetz: Um die LGBTI-Gruppierungen in unseren Unternehmen in den jeweiligen Ländern zu unterstützen, gibt es in der IBM Executive Sponsors. In Österreich sind dies unsere Generaldirektor_innen. Das öffnet natürlich Türen und gibt auch Sicherheit und Unterstützung bei Themen mit großer Reibungsfläche.

Kremmer: Bei uns in der Erste Group ist das Thema Diversity-Management in der Unternehmensstrategie verankert. Als Unterstützung setzen internationale sowie lokale Diversity-Manager_innen Schwerpunkte und zahlreiche Aktivitäten. Zudem gibt es seitens der Vorständ_innen in den einzelnen Ländern ein klares Commitment, was dazu führt, dass nach unserer Meinung Diversity-Management in Unternehmen mittlerweile zu einem unverzichtbaren Management-Tool geworden ist. Man kann es sich nicht leisten, es nicht zu haben.

Weinwurm-Wilhelm: Noch wichtiger als der Vorstand ist eine Person, die im Unternehmen als schwul oder lesbisch bekannt ist und die als Vertrauensperson installiert wird. Über diese ist es möglich, Stammtische oder Ähnliches zu organisieren und Schritt für Schritt zu einer Netzwerk- und in der Folge zu einer Ressourcengruppe heranzuwachsen. Das dauert natürlich.

Bilek: Es ist eine Politik der kleinen Schritte.

Die IBM verfolgt u. a. die Strategie der Role Models ...

Steinmetz: Diese Strategie verfolgen wir seit geraumer Zeit sehr intensiv. Diese Role Models sind Mitarbeiter_innen, die

schon sehr lange im Unternehmen tätig sind, offen mit ihrer sexuellen Orientierung umgehen und in diesem Diversitätsbereich bereits aktiv tätig waren. Diese Role Models tragen wir nicht nur nach außen, sondern sie setzen auch ein wichtiges internes Zeichen: Diese Mitarbeiter_innen haben „überlebt“, das Unternehmen ist ein offenes und tolerantes! Und sollte doch etwas passieren, stehen wir hinter dir!

Thierry: Sichtbarkeit ist generell ein zentrales Thema der LGBTI-Community bzw. -Bewegung. Es ist essenziell, offen schwule oder lesbische Menschen in Führungsposition sichtbar zu machen, denn das schafft Mut.

Kremmer: Es braucht gleichzeitig aber auch klare Konsequenzen, wenn es zu Mobbing oder anderen Arten von Diskriminierungen kommt. Ohne Konsequenzen werden Strategien und Policies nicht ernst genommen.

Diversity besteht neben der sexuellen Orientierung aus vielen anderen Dimensionen, nämlich: Alter, Geschlecht, Behinderung, ethnische Zugehörigkeit und Religion. In welchen Bereichen funktioniert Inklusion bereits gut, wo ist noch Nachholbedarf spürbar? Und welche dieser Bereiche werden nach außen hin gerne unsichtbar gemacht?

Weinwurm-Wilhelm: Die sexuelle Orientierung wird oftmals als letzte Dimension bearbeitet oder nur mit großem Unbehagen. Ähnlich ist es mit der Religion, da diese in der Regel als Privatsache gesehen wird. Gender und Ethnie sind meist die Diversity-Aushängeschilder, da Aspekte wie Sprachkurse sehr stark in die Gesellschaft eingreifen. Beim Thema Behinderung gibt es sehr viele Gesetze, womit die Voraussetzungen schon mal andere sind.

Gender und Ethnie sind sichtbar, sexuelle Orientierung eher nicht ...

Weinwurm-Wilhelm: Nur weil etwas nicht sichtbar ist, gibt es noch lange keinen Grund, etwas zu ignorieren und nicht zu bearbeiten! Das wäre natürlich der leichtere, aber der falsche Weg. Es gibt ja auch Männer, die sich nicht als Männer, oder Frauen, die sich nicht als Frauen definieren. Da wird es dann schon komplizierter. Unabhängig von der Sichtbarkeit sollte es heißen: Bei uns sind alle willkommen!

Kogoj: Gibt es unter diesen Dimensionen Gemeinsamkeiten, auch in der öffentlichen Wahrnehmung? Meine Erfahrung ist:

Traude Kogoj: Diversity-Beauftragte / ÖBB Holding-AG

Diversity muss in die Strategie Eingang finden, das stärkste Momentum eines Unternehmens.



Wann immer ein Unterschied ausgemacht wird, wird es zunächst zum Problem. Die Herausforderung liegt in den Fragen: Wie viel an Unterschied muss herausgearbeitet werden, damit die „blinden Flecken“ offengelegt, bearbeitet und geschlossen werden können? Damit wir – ohne Gefahr einer Abwertung oder Diskriminierung – zu unseren persönlichen Unterschieden stehen können und gerade deshalb, weil wir so unterschiedlich sind, zu noch besseren Ergebnissen kommen? Ein spannender Diskurs, den es weiterzuführen gilt.

Wohin soll die zukünftige Reise gehen?

Steinmetz: „LGBTI in der Wirtschaft“ wird noch viele Jahre ein Thema sein, dem wir uns widmen müssen. Man sieht es an anderen historisch gesellschaftlichen Bewegungen wie der Frauen- oder der Bürgerrechtsbewegung: Es wurde bereits viel umgesetzt und erreicht, aber der Kampf um Gleichstellung ist immer noch nicht zu Ende. Mein persönlicher Wunsch wäre, dass man mit diesem Thema pragmatischer umgeht, also ein größeres Maß an Vielfalt zulässt.

Kremmer: Wir brauchen Innovation, diese Innovation wird durch Vielfalt unterstützt. Um in der heutigen Welt erfolgreich zu sein, wird es notwendig sein, Vielfalt zu fördern. Daher ist mein gewünschter Ansatz: Divers und anders zu sein wird immer mehr als Wettbewerbsvorteil angesehen. Nach dem Motto: Du bekommst den Job, gerade weil du anders bist und anders denkst! Weil du eine andere Sichtweise auf die Themen hast, weil du nicht dem Standard entsprichst! Diesen Weg halte ich aber für schwierig umzusetzen – schon allein wegen der aktuellen politischen Ausrichtung, die Homogenität klar zur Norm erhebt.

Bilek: Ich bin derselben Meinung. Alles, was abseits der gesellschaftlichen Norm ist, wird verfolgt. Auch deshalb, weil die Politik Feindbilder braucht, um von ihren eigenen Schwächen abzulenken. Deshalb sind wir alle, auch wir als Unternehmen, weiterhin gefordert, Toleranz zu zeigen, dafür einzutreten und entsprechende Programme anzubieten. Wir dürfen nicht aufhören,



politisch Flagge zu zeigen, müssen Vielfalt verteidigen und diese auch bewahren! Das bedeutet auch, bereits in der Kindererziehung anzusetzen: Kinder müssen lernen, was Toleranz in all ihren Farben bedeutet!

Thierry: Ein wesentlicher Faktor in den nächsten Jahren, der für Diversity-Management spricht, ist der Fachkräftemangel. Dieser wird die Unternehmen schlicht dazu zwingen, offener in ihrem Personal-Recruiting zu sein. In den kommenden Jahren werden wir aufgrund der allgemeinen politischen Stimmungslage teils mit dem Rückwärtsgang unterwegs sein, ich bin aber gleichzeitig davon überzeugt, dass wir auf lange Sicht vorwärtskommen. Welch großen gesellschaftlich Einfluss Unternehmen



Feri Thierry: Präsident der agro

Der Fachkräftemangel wird Unternehmen zwingen, offener in ihrem Personal-Recruiting zu sein.

haben können, zeigt beispielsweise die Budapest Pride: Diese wurde noch vor ein paar Jahren von nur rund 3.000 Menschen besucht. Erst als sich mehrere Unternehmen zusammaten, miteinander LGBTI-Mitarbeiter_innen-Netzwerke starteten und Präsenz auf der Parade zeigten, wuchs diese auf 20.000 Teilnehmer_innen an! Die ungarische Parade wird seitdem maßgeblich von dieser Unternehmensplattform getragen.

Weinwurm-Wilhelm: Auch große Unternehmen dürfen sich der Politik nicht beugen. Ich wünsche mir, dass die Vielfalt als Ressource und als Wert erkannt wird – und zwar alle Bereiche der Diversity, nicht nur jene der sexuellen Orientierung. Denn das größte wirtschaftliche Argument für Unternehmen, Diversity zu betreiben, bleibt auch zukünftig aufrecht: Heterogene Teams entwickeln kreativere Lösungen und sind viel näher an den Bedürfnissen der Communitys dran. Es geht darum, alle Menschen mit ihren Perspektiven einzubinden, ihre Potenziale überhaupt zu sehen und daraus dann das Beste für den gemeinsamen Erfolg zu machen.

Kogoj: Globalisierung wie das Zusammenleben setzen den konstruktiven Umgang mit Vielfalt voraus. Das ist unsere ökonomische, vor allem aber unsere zivilisatorische Aufgabe. ■

© Ece Karatas

Astrid Weinwurm-Wilhelm:
Präsidentin der Queer Business Women
Ich wünsche mir, dass Vielfalt als Ressource und Wert erkannt wird.



#ViennaNow

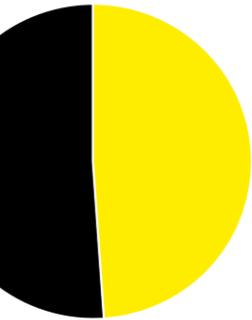
LGBT.vienna.info

1998. NOW. FOREVER

WienTourismus gratuliert zu 20 Jahren Pionierarbeit für Diversität am Arbeitsplatz und bedankt sich für das unermüdliche gesellschaftspolitische Engagement.

VIENNA
NOW ♦ FOREVER

49%

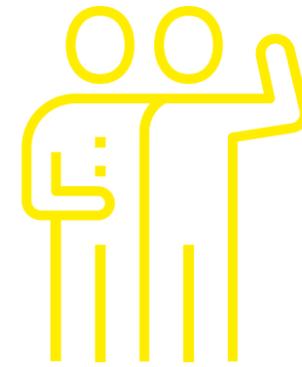


der österreichischen Unternehmen meinen, die Diversitätsdimension „sexuelle Orientierung“ sei gar nicht relevant. Nur für 5 % ist sie „sehr relevant“.



10%

der österreichischen Betriebsrät_innen wurden schon Zeuge oder Zeugin, dass jemand von den LGBTI-Kolleg_innen diskriminiert wurde – vor allem beim beruflichen Aufstieg.



25%

der jungen Homosexuellen sagen, dass es von Nachteil ist, am Arbeitsplatz offen mit der eigenen sexuellen Orientierung umzugehen.



10%

der am Arbeitsplatz geouteten jungen Homosexuellen bereuen ihr Coming-out.



56%

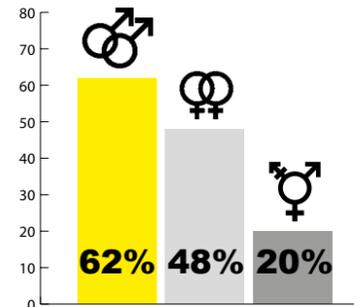
sehen hingegen sogar Vorteile für die eigene Karriere.

59%



der deutschen und österreichischen Unternehmen setzen keinerlei Aktivitäten im Bereich Diversity.

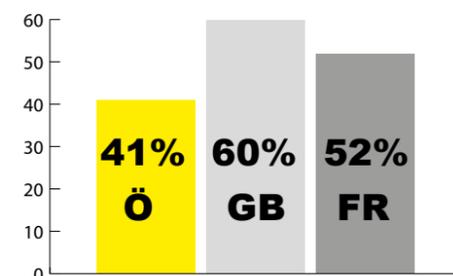
62%



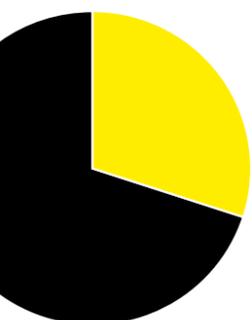
der österreichischen Betriebsrät_innen kennen zumindest einen schwulen Kollegen. 48 % kennen eine lesbische Kollegin, 20 % eine_n transidente_n Kollegen/Kollegin.

41%

der jungen Homosexuellen sind in Österreich und Deutschland am Arbeitsplatz out. In Großbritannien sind es 60 %, in Frankreich 52 %.



30%



der österreichischen Unternehmen glauben, dass das Thema Diversity-Management für sie in Zukunft interessant werden könnte.

Diversity Facts

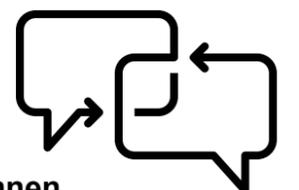
Aktuelle Studienergebnisse im Überblick

der Unternehmen nennen Fachkräftemangel als Hauptgrund, sich mit Diversity zu beschäftigen.

49%

33%

der Betriebsrät_innen berichten von respektlosen Witzen über oder Verächtlichmachungen von LGBTI-Kolleg_innen.



© iStock-einotmaks

„Uns verbindet das Gemeinsame!“

Netzwerke – braucht es diese überhaupt noch? Welche Kriterien gibt es für ein gut funktionierendes Netzwerk – und natürlich die Gretchenfrage: Wie hält man es mit schwulen Netzwerken? Diesen und anderen Fragen stellten sich die agro-Gründer Günther Moser, Manfred Wondrak, Oliver Kaiser sowie Ex-Vorstand Martin Hetschold.



Günther Moser, Martin Hetschold, Manfred Wondrak

Wie wichtig sind Netzwerke heutzutage noch?

Martin Hetschold: Im wirtschaftlichen Markt, der immer übersättigter und komplexer wird, sind Netzwerke der Schlüssel zum Erfolg. Man kommt sicher auch alleine zum Ziel, aber dann ist es ein sehr harter und steiniger Weg. Die Mitglieder eines Netzwerks können einem helfen, Input geben, man kann sich Rat holen. Die Möglichkeit, sich untereinander austauschen, unter Gleichgesinnten zu sein, ist ganz wichtig. Auch für die Seele.

Günther Moser: Der Vertrauensaufbau spielt eine große Rolle. Wenn man jemanden kennt, kommt man leichter ins Gespräch. Aber: Einfach irgendeinem Netzwerk beizutreten, nur um Teil eines Netzwerkes zu sein, wird sich langfristig als wenig sinnvoll erweisen. Je spezieller das Netzwerk, desto erfolgsversprechender ist es für einen selbst.

Oliver Kaiser: In einer Zeit der immer rascher werdenden Kommunikation sind Netzwerke wichtiger denn je. Jeder kann sich rasch und anonym Infos und Angebote aus dem Internet saugen, aber der Rat eines Branchenkenners, den man anrufen oder treffen kann, um Problemlösungen zu erarbeiten, ist noch immer die beste Variante, an Informationen zu kommen. Nichts kann ein persönliches Gespräch ersetzen.

Manfred Wondrak: Wir müssen unterscheiden zwischen formellen und informellen Netzwerken. Informelle Netzwerke hat in gewisser Größe jeder in seinem Umfeld. Beim formellen Netzwerk ist es sehr wertvoll, wenn man ein übergeordnetes Thema oder Ziel hat und als Mitglied Unterstützung bekommt. Das kann ein Gärtner-Verein oder ein Manager-Netzwerk sein. Diese Richtung haben wir auch bei der agro eingeschlagen: Es sollte eine Plattform werden, im Rahmen derer wir uns gegenseitig helfen, unterstützen und einfach austauschen.

Was macht ein gutes Netzwerk aus?

Moser: Die Mitglieder! Und, natürlich: stets am Ball bleiben, das Level des Engagements hoch halten. Das Feuer anzünden ist das eine, es am Brennen zu halten das andere – und das ist eben

eine Leistung von jedem einzelnen Mitglied und des Vorstands. **Hetschold:** Dem stimme ich zu. Wenn aus Business Freundschaft wird, entsteht eine große soziale Bindung an diesen Verein und das persönliche Engagement steigt automatisch. Nicht zuletzt orientiert sich an den aktuellen Mitgliedern auch der Nachwuchs. Gestaltet sich der Umgang mit den Mitgliedern schwierig und fehlt es an Struktur, bleibt auch der Nachwuchs aus.

Kaiser: Ein gutes Netzwerk macht aus, dass es breit gefächert ist. Es macht für mich wenig Sinn, dass sich Werbefrafer nur untereinander austauschen. Jedoch ein Grafiker mit einem Programmierer und einem Unternehmer kann eine wirtschaftlich sehr fruchtbare Zusammenkunft sein. Die agro wollte von Anfang an ein breit gefächertes Verein sein, der viele Interessen bündelt. Von Anfang an war das Netzwerken nur ein Aspekt von vielen. Wir hatten auch von Beginn an unsere sozialen Kontakte, unsere Reisen und auch die Kontakte zu europäischen Partnern, die wir auch heute noch pflegen. Es muss einfach für jeden etwas dabei sein.

Moser: Die Emotion ist sicherlich eine wichtige Triebfeder. Vorausschauend zu denken und zu planen darf aber ebenfalls nicht unterschätzt werden. Man sollte zum Beispiel wissen, wer den Verein übernimmt, sollte der aktuelle Vorstand zurücktreten.

Wondrak: Meiner Erfahrung nach ist eine Struktur das Allerwichtigste in einem Netzwerk. Ich habe verschiedenste Netzwerke aufpoppen und genauso schnell wieder untergehen gesehen. Wieso? Weil sie nicht mehr waren als eine lockere Zusammenkunft von Menschen, ohne jegliche Struktur. Bei solch einer Struktur muss es sich um keinen Verein im strengsten Sinne handeln, aber eine gemeinsame Zielsetzung, die Halt gibt, ist unerlässlich. Es sollten sich auch immer mehrere Personen in einem Netzwerk engagieren, nicht nur eine Einzelperson. All das setzen wir in der agro um und wohl auch deshalb gibt es uns 20 Jahre nach der Gründung immer noch.



Oliver Kaiser



© Ece Karatas

Was sind weitere wichtige Erfolgsbausteine der agro?

Wondrak: Unsere wichtigsten drei Erfolgssäulen sind: Socialising, Business-Networking und die Motivation, gesellschaftlich und politisch etwas verändern zu wollen. An all dem haben wir uns übrigens sehr am Völklinger Kreis (deutsches Pendant zur agro, *Anm. d. Red.*) orientiert, der uns von Beginn an unterstützt hat.

Schwule Netzwerke – braucht es solche heutzutage überhaupt noch?

Wondrak: Ja! Top-Führungsetagen bleiben einem als Schwulem in vielen Unternehmen immer noch weitgehend verwehrt. Schon allein, weil das Networking schwieriger ist: Man interessiert sich oft für andere Themen als die Kollegen, hat andere Hobbys. Es ist natürlich eine Art von Erleichterung, in einem schwulen Netzwerk nun selbst solch eine „Seilschaft“ zu haben.

Kaiser: Das Schöne an schwulen Netzwerken ist, dass man sich nicht andauernd erklären muss. Wir alle sind schwul und für uns ist das gar kein Thema. In anderen Netzwerken ist ständige Erklärung und Definierung jedoch an der Tagesordnung. Auch die Themen der politischen Arbeit sind bei der agro natürlich mit schwulen Themen besetzt und mithilfe kompetenter Studien kommen wir immer wieder einen Schritt in der Akzeptanz von LGBTI-Personen weiter. Außerdem glaube ich, dass die agro ein wesentlicher Gegenpol zu den diversen schrillen Events der Szene ist, da wir aufzeigen, dass es auch schwule und erfolgreiche Wirtschaftstreibende unter uns gibt.

Hetschold: Für mich ist die eigene Homosexualität im Job nicht mehr so ein großes Thema, wie sie es noch vor 20 Jahren war. Trotzdem begrüße auch ich es, wenn ich in solch einem Netzwerk unter meinesgleichen sein kann, mich ohne nachzudenken anders verhalten, ganz und gar ich selbst sein kann. Das geht mit einem großen befreienden Gefühl einher. Uns verbindet etwas ganz Besonderes – etwas, das nicht jeden verbindet. Das ist schön.

Moser: Wie groß das Bedürfnis nach schwulen Netzwerken ist, zeigt auch der in letzter Zeit rasante Anstieg unserer Mitgliedszahlen. Wir wachsen aktuell so schnell wie noch nie zuvor.

Welche bisherigen konkreten Benefits konnten Sie aus Ihrer Mitgliedschaft bei der agro ziehen?

Hetschold: Ich konnte viele neue Beziehungen knüpfen, sowohl beruflich als auch privat. Habe Neues gelernt. Und die agro hat mich in meiner persönlichen Entwicklung gefördert. Ich gehe offener an Dinge heran und bin dank neu gewonnener Sichtweisen toleranter geworden. Es ist aber wichtig, viel Zeit und Engagement in ein Netzwerk zu investieren. Nur dann kommt etwas zurück.

Wondrak: Ich habe unter anderem gelernt, mit Behörden zu sprechen, wie man Sponsoren gewinnt und mit Gruppen umzugehen. Sehr viele Dinge, die sowohl in meine persönliche als auch berufliche Entwicklung eingeflossen sind.

Als die agro vor 20 Jahren gegründet wurde, lebten viele ihrer Mitglieder noch ungeoutet. Das ist heute weitgehend anders. Funktioniert ein Netzwerk besser, wenn es im Verborgenen agiert, oder hat man mehr Erfolge, wenn man öffentlich ist?

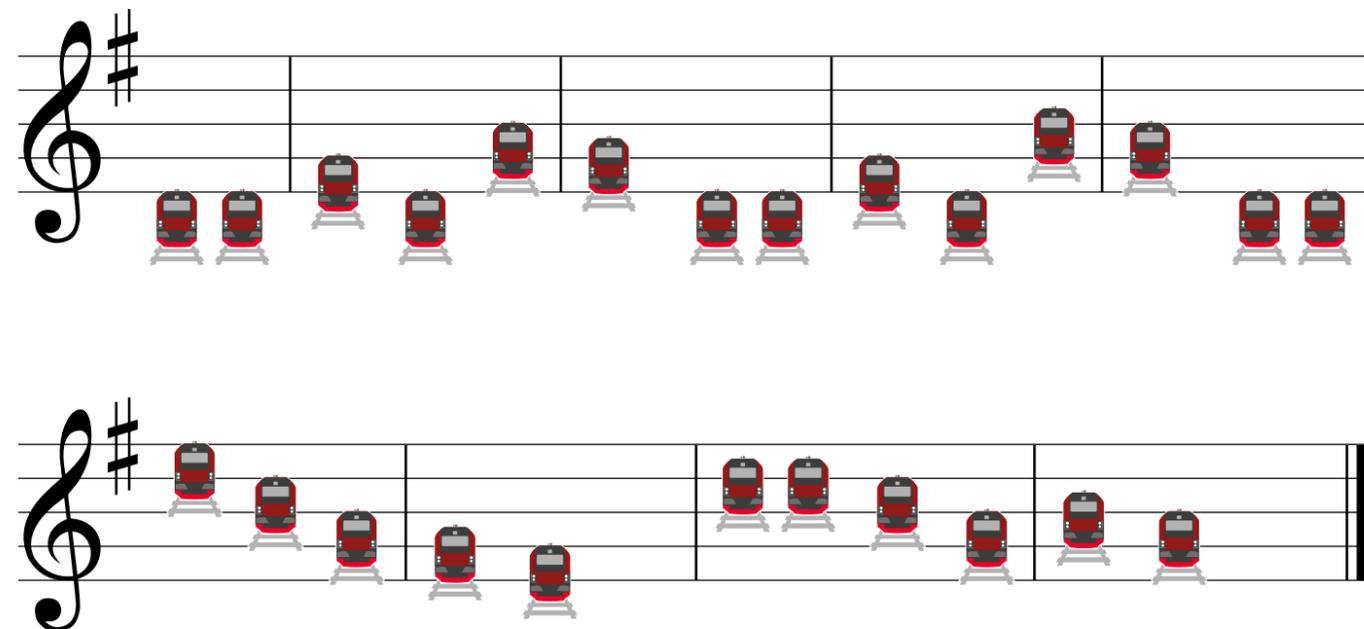
Moser: Die Öffentlichkeit braucht es, um überhaupt wahrgenommen zu werden, neue Mitglieder zu gewinnen, aber auch, um gesellschaftspolitisch etwas verändern zu können. Die agro wollte immer nach außen gehen und sich nicht verstecken. Trotzdem zwingen wir keinem zu einem Outing. Da steht das Zwischenmenschliche über dem Geschäftlichen.

Wäre es nicht der größte Erfolg der agro, wenn sie sich selbst abschaffen würde – weil es solche Vereine eines Tages aufgrund positiver gesellschaftlicher und politischer Veränderungen vielleicht gar nicht mehr brauchen wird?

Moser: Das Gemeinsame, nämlich sowohl das Unternehmertum als auch die Homosexualität, wird uns immer verbinden. Unabhängig von den Rahmenbedingungen.

Wondrak: Meiner beruflichen Erfahrung nach verändert sich die Gesellschaft zwar, aber eingelernte Muster können sehr schnell wieder aufbrechen. Deshalb bin ich davon überzeugt, dass die Notwendigkeit für Vereine wie die agro noch sehr lange bestehen bleibt. ■

HAPPY BIRTHDAY, AGPRO!



Wir gratulieren herzlich, Eure



20 Jahre Engagement

20 Jahre Engagement für LGBTI im Business haben der agro zahlreiche Highlights und Erfolge beschert. Eine kleine Zeitreise.

20 Jahre agro

1998

Gründung der agro

Alles fing mit einem Inserat an, das Günther Moser (Commgate) in der Zeitschrift „Connect“ schaltete: „Wir wollten schwule Unternehmer in einer Art ‚Club‘ vernetzen.“ Der Verein wurde danach mit zwölf Mitgliedern gestartet. Oliver Kaiser war erster Obmann, Manfred Wondrak und Moser Vorstandsmitglieder.

2001

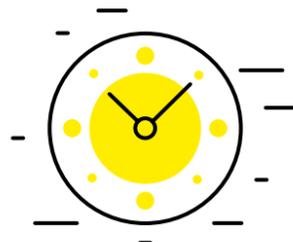
Regenbogenfahne zur Europride

Im Rahmen der Europride, die 2001 in Wien stattfand, hisste die agro die größte Regenbogenfahne Europas (60 x 6 Meter) am damals höchsten Gebäude Österreichs, dem Donauturm.

2005

Gründung der Queer Business Women

2005 wurde das Projekt „agro sucht eine Schwester“ gestartet. So entstanden die Queer Business Women (QBW). Seitdem setzen die QBW gemeinsam mit agro zahlreiche Projekte um, u. a. die Auszeichnung „meritus“, das jährliche „Business Forum“ und die work:out-Broschüre.



2004

agro-Forschungspreis

Der agro-Forschungspreis fördert abgeschlossene oder geplante wissenschaftliche Arbeiten, die sich mit LGBTI in Wirtschaft und Arbeitswelt beschäftigen. Seit der ersten Vergabe 2004 (mit finanzieller Unterstützung der IBM) wurden Preisgelder in Höhe von 76.250 Euro ausgeschüttet.

2005

Gründung von EGMA

agro initiierte 2005 die Gründung des Vereins EGMA (European Gay and Lesbian Manager Association), eine europäische Dachorganisation nationaler LGBTI-Business-Vereinigungen.

2008

„10 Jahre agro“-Festakt im Parlament

Auf Einladung der damaligen Nationalratspräsidentin Barbara Prammer feierte die agro ihr zehnjähriges Bestehen mit rund 100 Gästen im Palais Epstein.

2008

agro-Promitalk

Seit 2008 veranstaltet die agro regelmäßig einen Gesprächsabend mit prominenten Gästen aus Politik, Kunst, Wirtschaft und Wissenschaft. Die Idee: ein offenes Gespräch im exklusiven Rahmen, im Dialog auf Augenhöhe.

2009

Besuch bei Bundespräsident Dr. Heinz Fischer

Die agro wurde 2009 vom damaligen Bundespräsidenten Heinz Fischer in die Hofburg eingeladen.

2011

Start des „LGBT Business Forum“

Seit 2011 veranstalten die agro und die Queer Business Women das „LGBT Business Forum“. Die Idee dahinter: Networking und Erfahrungsaustausch zum Thema sexuelle Orientierung am Arbeitsplatz. Seitdem findet diese Veranstaltung in Kooperation mit IBM einmal jährlich mit wechselnden Gastgeber-Unternehmen statt.

2010

agro und WKW kooperieren

Auf Initiative von Präsidentin Brigitte Jank wurde der LGBTI-Beirat der Wirtschaftskammer Wien (WKW) eingerichtet, in dem jeweils zwei Vertreter_innen von agro und QBW sitzen. Die WKW ist seither Unterstützerin des „meritus“ und des agro-Forschungspreises.

2009

Unternehmenspreis „meritus“

Gemeinsam mit QBW vergibt die agro im Zwei-Jahres-Rhythmus den Unternehmenspreis „meritus“. Es werden Organisationen prämiert, die sich im Diversity-Management in der Dimension sexuelle Orientierung engagieren.

2013

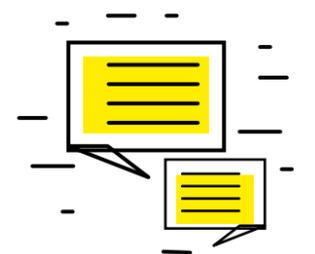
Premiere für die agro-Lounge

Die Lounge ist das offene Veranstaltungsformat der agro. Jeden ersten Mittwoch im Monat sind neben den Vereinsmitgliedern auch alle Interessierten zu einem informativen Abend eingeladen. Jede Lounge ist einem Thema gewidmet, zu dem ein Experte Inputs gibt oder ein_e Prominente_r interviewt wird.

2018

20 Jahre agro

2018 feiert agro ihren 20. Geburtstag! Anlässlich des Jubiläums fand am 18. September 2018 für Mitglieder, Freund_innen und Partner_innen eine Veranstaltung zum Thema „LGBTI im Business“ statt.





Die ehemalige Familien- und Jugendministerin Sophie Karmasin positionierte sich von Beginn an als Unterstützerin der LGBTI-Community – ganz im Gegensatz zu den meisten ihrer VP-Parteikolleg_innen. Nun blickt die Meinungsforscherin auf ihre Zeit in der Politik zurück, erinnert sich an den agro-Promitalk und betont, wie wichtig Netzwerke sind – sowohl für die Wirtschaft als auch für die Betroffenen.

Das Stichwort heißt ...

RESPEKTI

S

eit zehn Jahren lädt die agro in regelmäßigen Abständen zum Gespräch mit bekannten Persönlichkeiten aus Politik, Kunst, Wirtschaft und Wissenschaft (siehe auch Infokasten). 2015 war die damalige ÖVP-Familien- und Jugendministerin Sophie Karmasin zu Gast, die sich in ihrer aktiven politischen Laufbahn für die Rechte der LGBTI-Community einsetzte, obwohl sie deshalb innerhalb der ÖVP mit massivem Gegenwind zu kämpfen hatte. Wir baten die heute als Meinungsforscherin tätige 51-jährige Wienerin (www.karmasin-research.at) zum Gespräch.

Sie nahmen 2015 beim agro-Promitalk teil. Wieso war es Ihnen so wichtig, Teil dieses Formats zu sein? Andere Politikerkolleg_innen hätten wahrscheinlich davor zurückgeschreckt ...

Ich habe mich von Beginn an für die Öffnung der Ehe bzw. für die Verpartnerung am Standesamt eingesetzt und dies auch offen kundgetan. Ich bin bis heute der Meinung, dass es viele verschiedene Formen von Familie gibt und das sollte auch vor dem Gesetz anerkannt werden. Ich definiere Familie nicht darüber, welches Geschlecht der/die andere Partner_in hat, ob die Kinder „traditionell“ gezeugt wurden oder adoptiert sind – oder auch, weiter gedacht, welcher Ethnie der Partner angehört. Der Familienbegriff ist ein breiter und definiert sich für mich sehr stark über das Zusammengehörigkeitsgefühl der involvierten Personen. Als

© Karmasin

ich 2014 in die Politik eingestiegen bin, war dies jedoch bei weitem keine gängige Meinung, vor allem nicht innerhalb der ÖVP. Deshalb war es mir wichtig, jedes Forum, jede Chance zu nutzen, um meinen Standpunkt zu diesem Thema zu unterstreichen und so viele Menschen wie möglich in dasselbe Boot zu holen. Ich wollte aber auch der Community meine Unterstützung versichern. Ich bin sehr froh, dass die Ehe für alle jetzt endlich in Österreich Realität wird.

Der agro-Promitalk ist dafür bekannt, dass die Gesprächspartner_innen einander auf Augenhöhe begegnen und dass jede Seite am Ende das Gespräch als bereichernd empfindet. Beide Seiten lernen also im besten Fall voneinander. Was haben Sie persönlich vom damaligen Gespräch mitgenommen?

Auch ich empfand das Gespräch als lehrreiche Erfahrung, eingebettet in einer sehr

angenehmen Atmosphäre. Die Community wusste ja durchaus, dass ich auf ihrer Seite war, um es mal so auszudrücken. Und ich wollte meinen Standpunkt auch tatsächlich politisch umsetzen. Sie wusste aber auch, dass es innerhalb der ÖVP einige Stimmen gab, die sich dagegen aussprachen. Darüber haben wir gesprochen, stets mit gegenseitigem Respekt. Ich konnte auch die Hintergründe erklären, wieso ich meine politischen Forderungen immer noch nicht umsetzen konnte. Ich glaube, dass solche ehrlichen Gespräche sehr wichtig sind. Und ja, auch ich habe etwas gelernt: Mir wurde von schwulen Pflegeeltern erzählt, die ihr Pflegekind, das sie über alles liebten, adoptieren wollten, was ihnen aber verwehrt blieb. Und es wurde mir vom Kind selbst berichtet, das unter der Situation sehr gelitten hat. Solche persönlichen Fälle von Betroffenen selbst zu hören öffnet einem die Augen und verdeutlicht, wie wichtig solche Themen sind – und es motiviert, sich dafür noch mehr einzusetzen!

Sie haben sichtlich keine Berührungsängste, weder mit der LGBTI-Community noch mit damit verwandten Themen. Kommt das daher, dass Sie selbst homosexuelle Familienmitglieder oder Freund_innen haben?

Da muss ich erst mal nachdenken! (Lacht.) Ganz ehrlich: Es ist mir einfach herzlich egal, welche sexuelle Orientierung jemand hat, weil es für mich auf privater Ebene keine Rolle spielt. Da sind wir wieder beim Anfang des Gesprächs: Familie begründet sich für mich ganz klar über Werte wie Verbundenheit, Loyalität und – hoffentlich! – ganz viel Liebe. Ist doch toll, wenn sich zwei Menschen finden, die ihr Leben gemeinsam verbringen und sich gegenseitig unterstützen wollen.

Ich bin bis heute der Meinung, dass es viele verschiedene Formen von Familie gibt und das sollte auch vor dem Gesetz anerkannt werden.

PROMITALK: DIE GÄSTE



2008: Univ.-Prof. Dr. Anton Pelinka
(Jurist und Politikwissenschaftler)

2009: Barbara Prammer
(Nationalratspräsidentin, SPÖ)

2010: Erich Haas (Zeitzeuge)

2011: Norbert Kettner
(Geschäftsführer WienTourismus)

2012: Ulrike Lunacek (Vizepräsidentin
des Europäischen Parlaments, Grüne)

2013: Brigitte Jank (Präsidentin WKW)

Max Emanuel Cencič
(Countertenor)

2014: Sandra Frauenberger
(Wr. Stadträtin für Soziales, Gesundheit und Frauen, SPÖ)

Matthias Strolz (Parteivorsitzender, NEOS)

Edgar Haider (Historiker)

2015: Sophie Karmasin (Familien- und Jugend-
ministerin, ÖVP)

Robert Trapp (Austrian Research Institute for
Artificial Intelligence)

2016: Toni Faber (Dompfarrer St. Stephan)

Georg Kraft-Kinz
(Generaldirektor-Stellvertreter der RLB NÖ-Wien)

2017: Peter Gabriel
(Evangelischer Pfarrer in Hallein)

**2018: Mario und Charles
Falak-Eismayer** (erste und bisher auch
einzige Soldaten in Österreich, die sich medienöffentlich
verpartnerten)



Die ehemalige Nationalratspräsidentin Barbara Prammer unterstützte jahrelang die Anliegen der agro (o.).



Die grüne EU-Politikerin Ulrike Lunacek setzt sich seit Jahren für die Rechte der LGBTI-Community ein (li.).

Man sagt leichthin, die Gesellschaft sei offener und toleranter als die Politik. Wenn Sie an Ihre Zeit als Familien- und Jugendministerin zurückdenken: Unterstreichen Sie diese Meinung?

Diese Frage müsste man sehr themenspezifisch beantworten – und auch parteiabhängig bedenken. Verallgemeinern kann man diese Aussage sicherlich nicht. Manche Dinge brauchen in der Politik unendlich lange, bis sie umgesetzt werden, wie eben beispielsweise die Eheöffnung, und da kann dann die Gesellschaft sicherlich schon ein Stückchen weiter in ihrem Denken sein. Man darf aber nie vergessen: Parteien repräsentieren immer nur einen moralischen Ausschnitt der Gesellschaft. Von der Politik zu sprechen ist deshalb schwierig und problematisch.

Bei all den gesellschaftspolitischen Fortschritten sind homosexuelle Menschen nach wie vor Anfeindungen ausgesetzt. Worin, glauben Sie, wurzelt diese Diskriminierung?

Religiöse, kulturelle oder gesellschaftliche Vorstellungen und Weltansichten, die ja zum Teil seit mehreren Generationen an uns weitergegeben werden, spielen hier sicherlich eine Rolle. Leider geschieht dies meist unreflektiert und wird von vielen Menschen als kulturell gegeben hingenommen – wie ja viele andere Gesellschaftsaspekte auch, man denke nur an Geschlechterrollen oder Frauen in Führungspositionen. Viele Menschen sehen zudem leider nur den sexuellen Aspekt bei Homosexualität und wollen sich sexuelle Handlungen zwischen zwei gleichgeschlechtlichen Partnern, salopp gesagt, einfach nicht vorstellen. Nach dem einfältigen Motto: „Das will ich nicht, das

ist anders, das ist schlecht!“ Was vielleicht auch damit zu tun hat, dass homosexuelle Beziehungen bei vielen Menschen wohl ihrem biologischem Grundverständnis widersprechen: Sie seien „nicht natürlich“. Nur, was bedeutet „natürlich sein“ schon? Der Mensch an sich, mit all den Jahrhunderten an kulturellen Entwicklungen, die wir hinter uns haben, ist „natürlich“! Würden sich mehr Menschen nur drei Minuten Zeit nehmen und über diese Dinge ernsthaft nachdenken, wäre das bereits ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Das Stichwort heißt Respekt!

Könnte die Angst vor dem Fremden, dem Unbekannten auch dahinterstecken?

Natürlich. Man sieht es ja beim Thema Migration und Ausländerfeindlichkeit: Kaum kennt man seine_n „ausländische_n Nachbar_in“, werfen die meisten Menschen ihre Vorurteile über Bord und schon bewegt man sich aufeinander zu. Die Migrantin oder der Migrant entpuppt sich plötzlich als „eh voll leiwand!“. Dass man Angst hat vor dem, was man nicht kennt, ist zutiefst menschlich. Deshalb halte ich verstärkte und richtige Aufklärung über Homosexualität für entscheidend. Zudem kann das Unbekannte manchmal ja auch sehr verlockend und spannend sein.

Kehren wir zum Schluss nochmal zur agro zurück. Eine selbstkritische Frage: Braucht es überhaupt eine „Vereinigung von schwulen Wirtschaftlern“? Sollte Sexualität in der Wirtschaft nicht außen vor gelassen werden und keine Rolle spielen?

Diese Frage stellt sich bei Netzwerken immer wieder: Brauchen wir Frauennetz-



werke? Geht es in der Wirtschaft nicht nur um reine Leistung? Leider ist dem aber nicht so, die Realität sieht anders aus. Und Netzwerke, sei es für Frauen oder Homosexuelle, zeigen dies auf und kämpfen dafür, dass es anders wird. Solange es Diskriminierungen gibt, so lange wird es solche Netzwerke brauchen – und das ist das Mindeste, das es braucht! Denn Netzwerke ersetzen gesetzliche Regelungen natürlich nicht, das ist klar. Abgesehen davon sind Netzwerke ja auch dafür da, um sich gegenseitig zu unterstützen, Erfahrungen auszutauschen und sich mit Gleichgesinnten zu umgeben. Das ist für Betroffene sehr wichtig und wirkt stärkend.

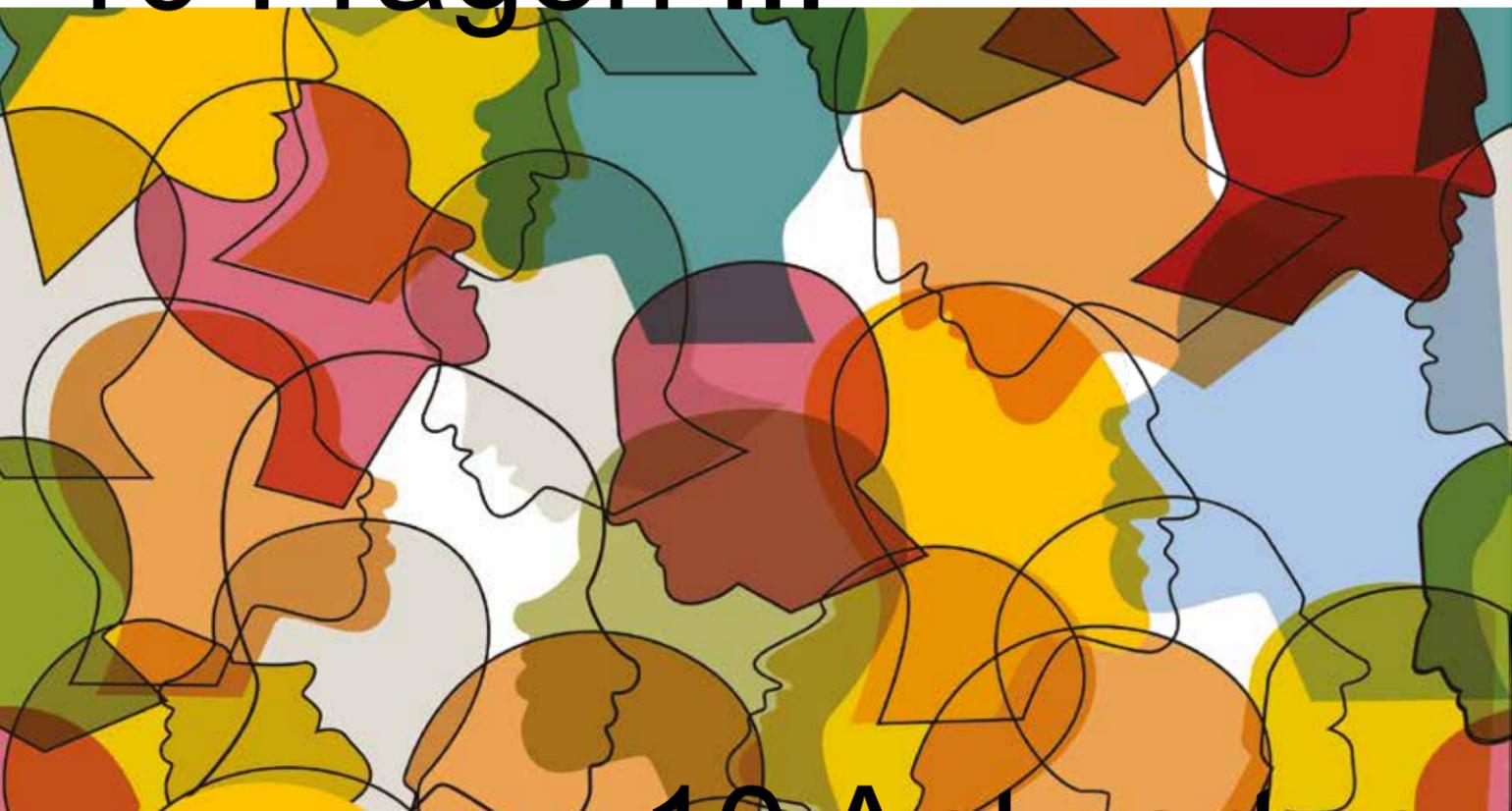
Anlässlich des 20-jährigen Jubiläums: Was wünschen Sie der agro für die Zukunft?

Ich wünsche der agro, dass sie sich weiterhin und sogar noch mehr als bisher in die Politik einmischt und auch in den kommenden Jahren eine ernstzunehmende, professionelle Interessenvertretung bleibt. ■

DER AGPRO-PROMITALK

Seit 2008 veranstaltet die agro in regelmäßigen Abständen einen Gesprächsabend mit prominenten Gästen aus Politik, Kunst, Wirtschaft und Wissenschaft. Die Idee dahinter: Ein Begegnen auf Augenhöhe und ein Voneinander-Lernen, ganz ohne Berührungängste oder Zensur. „Der Grundgedanke für diese Event-Serie war seinerzeit, exklusiv für agro-Mitglieder einen sogenannten ‚anspruchsvollen‘ Abend mit interessanten Gästen zu gestalten, aber auch ebendiesen Gästen die agro und ihre Anliegen in persönlichen, sehr privaten Gesprächen näherzubringen“, erinnert sich agro-Mitglied und agro-Promitalk-Gründer Walter Bauer. Dieses Format findet in unterschiedlichen Locations statt, an einem Abend sind rund 20 Mitglieder der agro anwesend. „Meist entsteht ein wechselseitiger Austausch, der für beide Seiten lehrreich ist“, so Bauer. „Der Großteil unserer bisherigen Gäste zeigte sich im Gespräch sehr freundschaftlich und interessiert.“

10 Fragen ...



... 10 Antworten

Du möchtest Mitglied bei der agro werden, bist dir aber noch nicht sicher, ob der Verein tatsächlich der richtige für dich ist? Kein Problem! Hier beantworten wir zehn Fragen, die uns immer wieder gestellt werden.

1 Warum nimmt die agro keine Frauen auf? Weil wir dann unserer Partnerorganisation, den Queer Business Women (QBW), Konkurrenz machen würden. Lieber arbeiten wir gemeinsam mit den QBW an großen Projekten wie dem „meritus“ oder dem „Business Forum“.

2 Welchen Mehrwert bringt mir eine Mitgliedschaft bei agro? Die agro-Mitglieder bilden ein spannendes Netzwerk von Unternehmern und Führungskräften, die

auch manchmal miteinander ins Geschäft kommen. Mit einer Mitgliedschaft unterstützt du aber auch eine wichtige gesellschaftspolitische Arbeit: für mehr Akzeptanz von LGBTI in der Arbeitswelt.

3 Muss man reich und beruflich erfolgreich sein, um bei der agro aufgenommen zu werden?

Es ist umgekehrt: Zuerst wird man agro-Mitglied, dann reich und erfolgreich ;-) Wir sind offen für alle Schwule, die in verantwortungsvollen beruflichen Funktionen sind – in welchem Rahmen auch immer.

4 Sind Schwule bessere Unternehmer und Führungskräfte? Nicht automatisch. Aber Schwule haben

ihren heterosexuellen Kollegen etwas voraus: Sie haben sich mit ihrer eigenen Identität schon intensiv auseinandergesetzt. Und das kann helfen.

© iStock-Kubkoo

5 Nehmt ihr nur ältere Männer auf? Unsere jüngsten Mitglieder sind unter 30, unsere ältesten um die 70, das Durchschnittsalter liegt bei Mitte 40. Es ist für alle etwas dabei.

6 Muss man einer bestimmten Partei nahestehen, um der agro beitreten zu können? Keineswegs. Wir sind gesellschaftspolitisch engagiert, weil wir überzeugt sind, dass Akzeptanz erkämpft werden muss. Dazu suchen wir das Gespräch mit allen politischen Parteien.

7 Schwule haben sich doch fast alle Rechte erkämpft. Braucht man überhaupt noch einen Verein, der sich speziell um schwule Themenbereiche in der Wirtschaft kümmert? Ja, absolut. Rechte sind eine Sache, die tatsächliche Akzeptanz in der Gesellschaft eine andere. Wir wollen, dass sich LGBTI-Personen keine Sorgen mehr machen müssen, wenn sie ein Foto ihres Partners bzw. ihrer Partnerin auf den Büroschreibtisch stellen oder in der Pause vom letzten Urlaub erzählen.

8 In meiner Firma arbeiten genauso viele Frauen wie Männer. Ist das nicht genug Diversity? Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis ist eine gute Sache – aber es geht um viel mehr. Die sexuelle Orientierung ist noch in den wenigsten Unternehmen ein Thema des Diversitätsmanagements. Es braucht eine explizite Akzeptanz von LGBTI-Mitarbeiter_innen. Nur dann können sie sich beruflich frei entfalten – und produktiv für das Unternehmen arbeiten.

9 Wieso muss ich wissen, ob mein Arbeitskollege oder Chef schwul ist oder nicht? Es interessiert mich nicht, was er in seinem Schlafzimmer macht. Keine Sorge: Ihn interessiert es vermutlich auch nicht, was du in deinem Schlafzimmer machst. Er würde aber vielleicht genauso gerne wie du vom letzten Urlaub mit seinem Partner oder von der bevorstehenden Hochzeit erzählen. Und sich damit so unverkrampft seiner Arbeit widmen, wie du das kannst.

10 Muss ich als Mitglied offen schwul sein? Wir halten Sichtbarkeit für ein ganz wesentliches Element, um die Akzeptanz von schwulen Männern und weiteren LGBTI-Personen in der Gesellschaft, insbesondere in der Arbeitswelt, zu erhöhen. Daher freuen wir uns über jedes Mitglied, das im eigenen Arbeitsumfeld offen mit seinem Schwulsein umgeht. Jene, die noch nicht so weit sind, unterstützen und bestärken wir gerne. ■

Gutes Hotel

- Zimmer mit Klimaanlage
- Private SPA
- Zimmer mit Whirlpool

Gutes Frühstück

- Bio- und regionale Produkte
- hausgemachte Mehlspeisen und Marmeladen
- inkl. Sekt

Gute Lage

- Nur 1600m bis zur Ringstraße
- U-Bahn und Straßenbahn vor der Türe
- E-Tankstelle

BOUTIQUE HOTEL
DONAUWALZER
WIEN
*Hotel-Tradition
seit 1901*

BE DIFFERENT. BE SURPRISING. BE DONAUWALZER.

Kontakt und Reservierung:
BOUTIQUE HOTEL DONAUWALZER
Hernalser Gürtel 27 • A-1170 Wien
Tel.: 01/405 76 45 • E-Mail: info@donauwalzer.at
www.gayfriendlyhotel.at



LGBTI im europäischen Business

Wie handhabt Europa die Diversity-Dimension sexuelle Orientierung? Ein kleiner Blick über den nationalen Tellerrand, der unter anderem zeigt, dass die Bevölkerung mitunter nicht nur der Politik, sondern auch der Wirtschaft weit voraus ist.

W

Wie sieht es jenseits der Grenzen Österreichs aus, wenn es um die Gleichstellung von LGBTI-Personen in der Wirtschaft geht? Ist sexuelle Orientierung ein gesellschaftlich anerkanntes Thema, das auch in Unternehmen ganz selbstverständlich seinen Platz findet? Und sind LGBTI-Personen in Europa vor Diskriminierungen und Benachteiligungen geschützt? Die Antworten auf diese Fragen sind vielschichtig. Denn „Europa“ als solches gibt es in „LGBTI im Business“-Belangen nicht. „Die Situation von schwulen Managern und anderen Homosexuellen in wirtschaftlichen Positionen differenziert stark von Region zu Region, von Land zu Land“, analysiert Ludo Swinnen. Er ist nicht nur appro-Mitglied, sondern Co-Gründer von „East Meets West“ (EMW), einer europäischen Initiative, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die gesellschaftliche Akzeptanz von LGBTI-Personen – allen voran in Zentral- und Osteuropa – zu erhöhen, wobei der Fokus ganz klar auf die Wirtschaft gelegt ist. 2013 in Wien von Swinnen (gebürtiger Belgier) und Pavel Subrt (aus Tschechien) gegründet, umfasst EMW aktuell 850 Kontakte („Keine Mitglieder!“, betont Swinnen), u. a. Vereine aus Österreich, Ungarn, Bulgarien, Polen, der Slowakei, Albanien und Serbien. „In Westeuropa ist die Situation von LGBTI-Personen generell sehr gut“, so Swinnen weiter. „Nicht nur, dass Antidiskriminierungsgesetze fixer Bestandteil der Politik sind, auch die mentale Einstellung der Bevölkerung hat sich in den letzten Jahrzehnten ganz klar zum Positiven verändert. Die sexuelle Orientierung ist für den Großteil der Menschen kein großes Thema mehr – das gilt auch innerhalb der Wirtschaft.“

DOCH SEHEN WIR UNS EINIGE LÄNDER UND REGIONEN GENAUER AN ...



wachsenmitpwc.at

**Grow
with us.**



pwc

Für uns als globaler Berater und Problemlöser ist Vielfalt eines der wichtigsten Assets. Nur wenn wir Sachverhalte aus möglichst vielen Perspektiven heraus analysieren, können wir individuelle Lösungen liefern. Denn letztlich führt Vielfalt immer zu einem Ergebnis: dem Besten.

Darum haben wir das Netzwerk GLEE@PwC ins Leben gerufen. Ein Business-Netzwerk, das alle willkommen heißt, die PwC ein Stück bunter machen wollen: Gays, Lesbians and Everyone Else.

Wir glauben fest daran, dass besondere Talente ein besonderes Umfeld brauchen, um ihr volles Potenzial zu entfalten. Ein Umfeld, das individuelles Wachstum fördert – beruflich, aber auch privat.

Starte jetzt deine Karriere bei PwC in der Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung oder Unternehmensberatung.

„PwC“ bezeichnet das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere seiner Mitgliedsfirmen. Jedes Mitglied dieses Netzwerks ist ein selbstständiges Rechtssubjekt. Weitere Informationen finden Sie unter www.pwc.com/structure. Nähere Infos unter www.pwc.com/structure

Skandinavien



Tobias Holfelt
Präsident
der SGLCC

Tobias Holfelt, Präsident und Gründer der SGLCC („Scandinavian Gay and Lesbian Chamber of Commerce“; Skandinavische Industrie- und Handelskammer für Schwule und Lesben), ist in seiner Bewertung etwas vorsichtiger: Ja, Norwegen, Schweden und Dänemark seien alle „sehr LGBTI-freundliche Länder“. Die Gesetze gehören hier mit zu den besten in Europa (was auch daran zu erkennen ist, dass sich diese Länder stets in den Top 10 des ILGA Europe Rainbow Index befinden). Aber: „Es besteht eine riesige Kluft zwischen der Gesellschaft und der Wirtschaft. Die SGLCC hat kein einziges führendes Börsenunternehmen unter ihren Partnern. Das sagt viel aus.“ Das Thema Homosexualität scheint in skandinavischen Unternehmen also noch nicht angekommen zu sein, so Holfelt, der sich der Ironie durchaus bewusst ist: „Die Zivilbevölkerung in Skandinavien ist jener in anderen Teilen der Welt zum Großteil voraus, aber unsere Wirtschaft, unsere Geschäftswelt hinkt der westlichen Konkurrenz in diesem Bereich stark hinterher.“ Die SGLCC will diese Kluft überwinden, indem sie zum einen Zertifizierungsstelle für skandinavische LGBTI-Unternehmen ist, gleichzeitig aber auch für Aufklärung und Information sorgt.



Lucia Urcioli
Präsidentin
der IGLBC

Italien

Wie sieht es in Ländern mit katholischer Tradition und somit althergebrachten Männer- und Frauenbildern aus? Wir fragten bei *Lucia Urcioli*, Präsidentin der IGLBC („Italian GLBT Business Chamber“), nach. Angesichts der Schwierigkeiten, in denen sich die italienische Wirtschaft seit Jahren befindet, meint Urcioli: „In der Wirtschaft erfolgreich tätig zu sein ist in Italien generell eher schwierig.“ Und weiter: „Für Unternehmen, die auch als Zeichen der Stärke auf Diversity-Management setzen, ist es aber noch ein Stückchen komplizierter.“ Hier setzt die IGLBC mit ihrem Netzwerkgedanken an: „Die Vernetzung von LGBTI-Unternehmen in Italien eröffnet neue Geschäftsbeziehungen auf nationaler Ebene.“ Das Credo der Vereinspräsidentin: „Jede Art von Vielfalt ist eine Quelle des Wohlstands!“ Die IGLBC unterstützt als Business-Plattform sowohl die Entwicklung als auch das Wachstum von von LGBTI-Personen geführten Unternehmen und vernetzt diese untereinander national und international. Die Organisation bietet eine Reihe von Dienstleistungen an, u. a. die Zertifizierung von italienischen LGBTI-Unternehmen sowie vielfältige Beratung, Coaching und Training.



„Ein schöner, diverser Blumenstrauß!“

Der Schweizer Verein *Network* richtet sich an schwule Führungskräfte, freiberuflich Tätige, Künstler und Studenten. Network hat 500 Mitglieder. Vereinspräsident *Daniel Seiler* im Talk.

Was ist das erklärte Ziel von Network?

Wir engagieren uns nicht nur in der Arbeitswelt für die soziale Vielfalt und Akzeptanz von LGBTI-Personen, sondern auch in der Kultur und Politik. Im Verbund mit unseren Schweizer Partnerorganisationen machen wir uns für die Gleichberechtigung von Schwulen, Lesben, Bisexuellen und Transpersonen in unserer Gesellschaft stark.

Wie finanziert sich Network?

Durch seine Mitgliederbeiträge, umgerechnet rund 560 Euro pro Jahr. Unsere Mitglieder umfassen aller Altersgruppen und decken unterschiedlichste Berufssparten ab. Ein schöner, bunter, diverser Blumenstrauß schwuler Männer.

Welche Erfolge konnte Network erzielen?

In der Politik ist etwa der erfolgreiche Einsatz für die Verankerung des Diskriminierungsverbots in der Bundesverfassung

zu erwähnen, ebenso die maßgebliche Mitarbeit bei der Kampagne zum Referendum über das Partnerschaftsgesetz. Auch im Kampf gegen die „Eheverbots“-Initiative der CVP hat Network einen wichtigen Beitrag zum erfreulichen Abstimmungsresultat geleistet.

Welche Highlights gab es bisher?

Ein Meilenstein im Bereich Arbeitswelt ist unser Leitfaden für Personalabteilungen, der Hinweise und Richtlinien für den korrekten Umgang mit lesbischen und schwulen Mitarbeitenden am Arbeitsplatz enthält, und die Lancierung des LGBTI-Labels.

Wird Diversity in der Schweizer Wirtschaft gelebt?

Kleine und mittelständische Unternehmen sind das Rückgrat unserer Wirtschaft. Dort ist Diversity-Management, insbesondere die Dimension der sexuellen Orientierung und Identität, noch nicht angekommen. Mit unserem LGBTI-Label möchten wir speziell die KMUs ermuntern, sich diesem Thema zu widmen.



Daniel Seiler
Präsident von
Network, Schweiz

© iStock-artthobbit, privat (3)

Entspannung im Schaffelbad

Nur wenige Schritte vom Hotel entfernt.

- Eine Übernachtung im Doppelzimmer
- Halbpension Plus (Reichhaltiges Frühstücksbuffet, Mittagssnack, Genuss-Abendbuffet)
- Minibar (antialkohol. Getränke, einmalige Füllung am Anreisetag)
- Eintritte in die Therme Loipersdorf inkl. Schaffelbad von Anreisetag 9 Uhr bis zum Abreisetag 21 Uhr
- hauseigener Spa & Wellness-Bereich

ab EUR 161,- im Comfort Doppelzimmer pro Person
ab EUR 199,- im Comfort Doppelzimmer zur Einzelnutzung

Aufenthalt gerne beliebig verlängerbar!

Die oben angeführten Preise verstehen sich inklusive MwSt. Vor Ort werden zusätzlich verrechnet:
Nächtigungsabgabe EUR 1,50 pPN ab 16 Jahre und Infrastrukturbeitrag EUR 1,13 pPN. Gültig auf Anfrage und Verfügbarkeit.



DAS SONNREICH ****
THERMENHOTEL LOIPERSDORF

DAS SONNREICH****, Schaffelbadstraße 219, 8282 Loipersdorf,
Tel.: +43 3382 20000, info@sonnreich.at, www.sonnreich.at



Zentral- und Osteuropa



Ludo Swinnen
Co-Gründer
von EMW

Viel problematischer stellt sich die Lage in Zentral- und vor allem Osteuropa dar. „In Tschechien und in geringem Maß auch in der Slowakei sehen wir zumindest einen kleinen Fortschritt“, zeigt sich Swinnen dennoch optimistisch. „Je weiter östlich die Länder, desto stärker ist Homophobie verbreitet. Das extremste Beispiel ist natürlich Russland, wo Homophobie sogar gesetzlich verankert ist.“ Organisationen wie „East Meets West“ (EMW) hätten hier durchaus die Macht, die aktuelle Situation in diesen Ländern zum Positiven zu verändern, ist Swinnen überzeugt, auch wenn man sich natürlich nur nach der Decke strecken könne. „EMW ist mittlerweile zum Bezugs- und Orientierungspunkt geworden, wenn es um ‚LGBTI im Business‘ geht“, so Swinnen stolz. „Wir zeigen, dass LGBTI-Personen erfolgreiche Unternehmer-innen sein, ja sogar zu Role Models aufsteigen können – und zwar innerhalb und außerhalb der Community. Das wie-

derum beeinflusst nachhaltig das gesellschaftliche Bild, das die Bevölkerung von LGBTI-Personen hat.“ Konkret sieht sich EMW nicht nur als aktiver Hilfesteller für einzelne Länder im Bereich „LGBTI im Business“, sondern auch als nationale Grenzen überschreitendes Verbindungsglied und möchte Best-Practice-Beispiele aufzeigen sowie den einzelnen Ländern helfen, nationale Netzwerke zu etablieren.

Zusammen stärker sein

EMW ist zudem Mitglied der NGLCC Global, der internationalen Abteilung der US-LGBTI-Handelskammer NGLCC. EMW ist hier offiziell für Zentral- und Osteuropa zuständig. Swinnen: „Wir sind also international sehr gut vernetzt.“ So besteht auch zu SGLCC, ebenfalls Mitglied der NGLCC Global, eine „enge Partnerschaft“, die auch Tobias Holfelt bestätigt: „Zusammen sind wir stärker!“

Im deutschsprachigen Raum sind besonders die Vereine Völklinger Kreis (D) und Network (CH) im Bereich „LGBTI im Business“ federführend. Lesen Sie dazu die Interviews der Vereinspräsidenten auf den folgenden Seiten.

© iStock-orthobit, privat, VK

„Für ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld!“

Gegründet 1991, ist der *Völklinger Kreis* (VK) heute der führende Berufsverband schwuler Führungskräfte und Selbstständiger in Deutschland. Er umfasst rund 700 Mitglieder. Wir baten *Präsident Michael Kauch* zum Gespräch.

Welche Ziele verfolgt der VK?

Wir fördern den beruflichen Erfahrungsaustausch und Know-how-Transfer sowie die berufliche Vernetzung unter schwulen Führungskräften und Selbstständigen. Mit unseren Diversity-Aktivitäten und unserem berufspolitischen Engagement wollen wir zudem für ein diskriminierungsfreies und wertschätzendes Arbeitsumfeld sorgen.

Wie sieht die Organisation, das Netzwerk des VK aus?

Wir gliedern uns in 22 Regionalgruppen und 16 Fachgruppen. Die Fachgruppen sind bundesweit aktiv und fassen in der Regel bestimmte Berufsgruppen zusammen – von Steuerberatern über Forschung & Technik bis Kommunikation und International Business. Zu den Fachgruppen gehören auch die Unternehmer und kleine Unternehmen sowie unsere Senioren und die Young Professionals.

Wie finanziert sich der VK?

Wir finanzieren uns über Mitgliedsbeiträge, Tagungsbeiträge und Sponsoring-Einnahmen.

Welche Aktivitäten setzt der VK?

Der VK organisiert in mehreren deutschen Städten die Veranstaltungsreihe „DiverseCity“, in der wir Verwaltungen und die lokale Wirtschaft für Diversity-Management sensibilisieren und gute Beispiele nach vorne tragen. Wir vergeben alle zwei Jahre den Max-Spohr-Preis für vorbildliches Diversity-Management und ergänzen dies mit dem Max-Spohr-Praxisforum. In längeren Zeiträumen untersuchen wir mit einer Studie die Entwicklung des Diversity-Managements in Deutschland. Auch in unserer jährlichen „Leadership Convention“ zum beruflichen Erfahrungsaustausch spielen Diversity-Themen immer wieder eine Rolle. Berufspolitisch treten wir für Diversity-Management ein, insbesondere im Blick auf den Staat als Arbeitgeber im öffentlichen Dienst.

Und mit der Forderung, letzte echte Diskriminierungen im Recht zu beseitigen – namentlich im kirchlichen Arbeitsrecht, das auch für kirchliche Sozialunternehmen gilt.

Welche bisherigen Erfolge konnte der VK für sich verbuchen?

Beim Einsatz für Diversity-Management ist der VK seit Jahren der zentrale und kompetente Ansprechpartner für Politik und Wirtschaft, wenn es um die LGBTI-Dimension geht. Das zeigt sich auch darin, dass der VK 2011 genau mit dieser Begründung in das Kuratorium der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld berufen wurde, die mit Bildung und Forschung gegen Diskriminierung arbeitet. Mit unserer regelmäßigen Diversity-Studie konnten wir hohe Aufmerksamkeit in den Ministerien erreichen. Berufspolitisch stand in den letzten Jahren das Thema „Ehe für alle“ auf unserer Agenda. Hier haben wir uns im entsprechenden Aktionsbündnis um die Unterstützung der Wirtschaft gekümmert und insbesondere erreicht, dass sich die Vereinigung deutscher Führungskräfteverbände hinter unsere Forderungen gestellt hat. 2017 war das Engagement durch Erfolg gekrönt.



Michael Kauch
Präsident des
Völklinger Kreises, Deutschland

Braucht es überhaupt ein Netzwerk schwuler Führungskräfte? Spielt die Sexualität in der Arbeitswelt überhaupt eine Rolle?

Sexualität sollte am Arbeitsplatz keine Rolle spielen, die sexuelle Identität aber schon. Denn es ist Teil meiner Persönlichkeit, dass ich schwul bin. Glaubwürdig bin ich im Job nur, wenn ich meine Persönlichkeit einbringe. So wie das Hetero-Kollegen machen, wenn sie von ihrer Frau erzählen oder zum Treffen mit der Familie einladen.

Welchen wirtschaftlichen Vorteil haben Unternehmen, die Diversity wirklich leben?

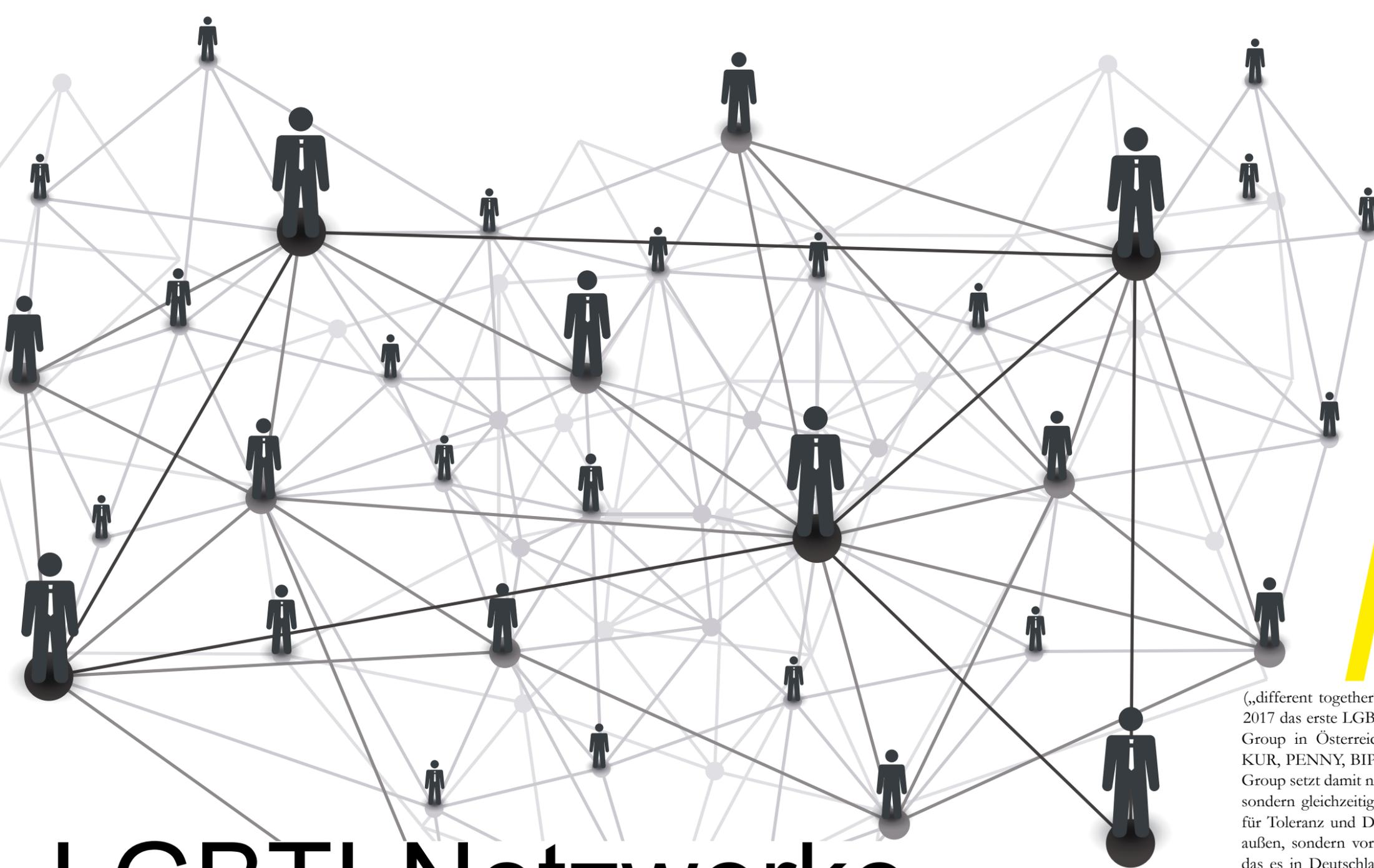
Studien zeigen, dass Beschäftigte, die ihre sexuelle Identität im Unternehmen nicht verstecken, sondern sich wertgeschätzt fühlen, produktiver sind. Diverse Teams können kreativer und näher an unterschiedlichen Kundengruppen sein. Und schließlich ist gelebte Diversity ein Wettbewerbsvorteil, um begehrte Fach- und Führungskräfte für sich zu gewinnen.

Mit unseren Diversity-Aktivitäten und unserem berufspolitischen Engagement wollen wir für ein diskriminierungsfreies und wertschätzendes Arbeitsumfeld sorgen.



Süß, aber eine Flasche im Bett.





LGBTI-Netzwerke in Unternehmen

In immer mehr Unternehmen etablieren sich LGBTI-Netzwerke, die vom Management aktiven Rückhalt erfahren. Im besten Fall sind sie Unterstützung nach innen – und Signal nach außen. Wir haben uns di.to., das LGBTI-Netzwerk der REWE Group angesehen und Co-Gründer Karl Gietler zum Interview gebeten. Plus: Alle Infos zur agro-Lounge.

© iStock-bogotaj, Manfred Sebek



AGPRO-LOUNGE

Die Lounge ist das offene Veranstaltungsformat der agro. Jeden ersten Mittwoch im Monat sind neben den Mitgliedern auch alle Interessierten zu einem informativen Abend eingeladen. Jede Lounge ist einem bestimmten Thema gewidmet, zu dem ein_e Expert_in einen Input gibt oder ein interessanter Gast interviewt wird. Davor und danach ist viel Raum für Networking und gemütliches Kennenlernen.

M

it di.to („different together“) gibt es seit Dezember 2017 das erste LGBTI-Netzwerk der REWE Group in Österreich (u. a. BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA, ADEG). Die REWE Group setzt damit nicht nur auf Regenbogen, sondern gleichzeitig auch ein klares Zeichen für Toleranz und Diversity – nicht nur nach außen, sondern vor allem nach innen. di.to, das es in Deutschland bereits seit mehreren Jahren gibt, macht sich innerhalb der REWE Group also für mehr Toleranz und Akzeptanz am Arbeitsplatz, unabhängig von der sexuellen Orientierung, stark. Auf Facebook zählt di.to. bereits rund 200 Mitglieder. Im Rahmen der agro-Lounge 2018 stellte Karl Gietler, di.to.-Österreich-Gründer und stv. Vorsitzender des Billa-Betriebsrats, das Netzwerk vor. Wir baten zum Gespräch.

Wie ist die Idee zu einem LGBTI-Netzwerk innerhalb der REWE Group entstanden?

Nachdem ich mich schon seit vielen Jahren

mit Diversity-Management auseinandersetze und ich dazu sogar eine Diplomarbeit geschrieben habe, war es nur eine Frage der Zeit, bis die Kerndimension sexuelle Orientierung an der Reihe war und ich mein Wissen einbringen konnte. Da ich als Betriebsrat direkt an der Basis bin, behaupte ich zu wissen, wo unseren Mitarbeiter_innen der Schuh drückt. Das Thema sexuelle Orientierung wurde bis dahin nie wirklich ausgesprochen bzw. angesprochen. Ich wurde vor zwei Jahren zu einer Veranstaltung von di.to. nach Deutschland eingeladen – von da an war es mir klar: Das muss es auch in Österreich geben!

Gab es Diskriminierungsvorfälle?

Es kam vor, dass Mitarbeiter_innen von Kolleg_innen aufgrund ihrer sexuellen Orientierung diskriminiert, belächelt und/oder nicht ernst genommen wurden. Prinzipiell gilt: Diskriminierung jeglicher Art hat in der REWE Group keinen Platz. Wir erwarten von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein respektvolles Miteinander. Außerdem gibt es



Karl Gietler
di.to-Gründer und stv. Vorsitzender
des Billa-Betriebsrats

*Wir erwarten von unseren
Mitarbeiterinnen und
Mitarbeitern ein
respektvolles Miteinander.*

eine interne Anlaufstelle, die Anfragen oder Beschwerden in diesem Zusammenhang unmittelbar bearbeitet und die betroffenen Mitarbeiter_innen unterstützt und begleitet.

Was ist der Grundgedanke von di.to?

Wir wollen ein unkompliziertes, wenn notwendig rasch helfendes Netzwerk für unsere LGBTI-Mitarbeiter_innen sein. Wir grenzen niemanden aus, jede_r ist in unserem Netzwerk herzlich willkommen. Egal, wen jemand liebt: Jede_r ist im Konzern willkommen und hat auch dieselben beruflichen Chancen und Möglichkeiten. Kurz: Respekt und Toleranz als Selbstverständlichkeit. Die REWE Group ist stolz auf ihre Vielfalt!

Welche Vorteile haben REWE-Mitarbeiter_innen, aber auch REWE selbst von solch einem Netzwerk?

Beratung und Austausch von Betroffenen stehen bei di.to an erster Stelle. Nebenbei steigt auch noch die Produktivität der Mit-

arbeiter_innen: Verstecken am Arbeitsplatz mindert die Arbeitsleistung um zirka 15 Prozent. Jeder darf sein, wie er ist, das befreit und macht kreativ und innovativ. Man darf nicht vergessen: Zirka zehn Prozent der REWE-Beschäftigten sind nicht heterosexuell! REWE erfährt dadurch natürlich auch eine positive Außenwirkung, die Arbeitgeberattraktivität steigt massiv.

Wie tritt di.to nach außen hin auf?

Bei jeder BIPA-Filiale gibt es seit 2018 den Regenbogenaufkleber am Eingang, BILLA zieht nun nach. Wir werden am Regenbogenball, auf der Regenbogenparade, im Pride Village und beim Pride Run vertreten sein – und zwar als Hauptsponsor gemeinsam mit der REWE International AG. Um die Awareness zum Thema intern zusätzlich zu erhöhen, haben wir uns auch dazu entschieden, 2018 das LGBTI Business Forum

als Location-Partner zu unterstützen. Zudem sind wir Exklusivpartner für die Europride 2019.

Wie planen Sie, dieses Mitarbeiter_innen-Netzwerk am Leben zu erhalten?

Wichtig sind laufende Berichterstattung in Mitarbeiter_innen-Zeitungen. Wir haben zudem eine eigene Broschüre, die bereits in der zweiten Auflage erschienen ist. Wir sind auch Sponsor der BILLA-AUSTRIA-Fußballmannschaft und hier durch Logo-Präsenz vertreten. Abgesehen davon bieten wir monatliche Stammtische in Wien an, gemeinsame Freizeitaktivitäten wie Wandern etc. sind geplant. Informationen erhalten Interessierte über eine exklusive Facebook-Gruppe, die Mitarbeiter_innen-App unserer Handelsfirmen oder bei Infoständen bei internen Veranstaltungen. Professionelle Marketingmaß-

nahmen für unser Netzwerk wird es ab Jänner 2019 geben.

Die REWE Group wurde beim diesjährigen „Great Place to Work“-Wettbewerb als einer der besten Arbeitgeber Österreichs prämiert. Was zeichnet einen „Great Place to Work“ aus?

Ein „Great Place to Work“ zeichnet sich dadurch aus, dass sich die Menschen in unserem Unternehmen wohlfühlen und gerne hier arbeiten. Dazu ist es wichtig, dass Fairness, Wertschätzung und ein aktives Miteinander gelebt werden. Wir bieten unseren Mitarbeiter_innen Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, einen sicheren Arbeitsplatz, ein umfangreiches Angebot an betrieblicher Gesundheitsförderung und vieles mehr. Außerdem leben wir eine familienfreundliche Unternehmenskultur und bieten viele verschiedene Benefits.

© Ivica Stefanovic, iStock-bogotaj

Zeitmanagement Präsentation Teambuilding
Schlagfertigkeit Moderationen
Verhandlungsführung Entscheidungsfindung Resilienz
Kommunikation Trainings
GRUPPE HOLLENSTEIN
Lehrgänge Persönlichkeit
Führung Webinare Körpersprache Selbstführung
Workshops Seminare Rollenklarheit
Gesprächsführung Rhetorik Argumentation
Coachings Verkaufsgespräche
Konfliktmanagement Sitzungsführung

www.gruppe-hollenstein.at




„WER IST BEI EUCH DER MANN?“

Homosexualität und sexuelle Identität in der Arbeitswelt

Bunt, na und?! Wer wen liebt, sollte eigentlich im Job keine Rolle spielen – tut es aber dann doch. Über 200.000 ArbeitnehmerInnen in Österreich sind homo- oder bisexuell oder lassen sich nicht in die gängige Kategorisierung von Mann oder Frau zuordnen. Wie geht es ihnen in der Arbeitswelt und wie gehen Firmen mit dem Thema Vielfalt um?

ÖGB und AK präsentieren die Ergebnisse der ersten großen österreichweiten Studie zu Homosexualität und sexueller Identität in der Arbeitswelt.

Seien Sie persönlich dabei am 26. September 2018, von 13 bis 17 Uhr, im Bildungszentrum der AK Wien, Theresianumgasse 16-18, 1040 Wien.

Weitere Infos und Download der Studie
(ab Mitte Oktober) unter:
wien.arbeiterkammer.at/vielfalt

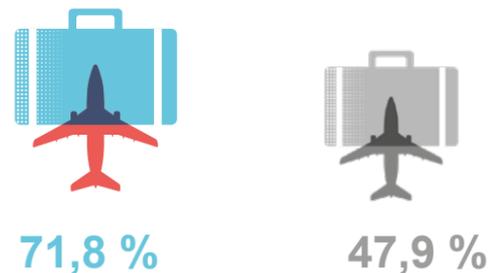


Im Jahr 2006 beauftragten agro-Mitglied Günther Moser (Commgate) und die agro das Online-Research-Institut marketagent.com mit einer groß angelegte Studie zum Freizeit- und Konsumverhalten schwuler Männer in Österreich. „Wir wollten erstmals fundierte Zahlen, Fakten und Daten zur Zielgruppe schwuler Mann für Unternehmen in Österreich liefern“, erinnert sich Moser. „Damals gab es nur professionelle Studien aus den USA, die Daten ließen sich jedoch nicht 1:1 auf Europa umlegen.“ Insgesamt nahmen 991 homo- und bisexuelle Männer sowie 503 heterosexuelle Männer teil. Dass sich die Kaufkraft schwuler Männer als höher herausstellte als jene von heterosexuellen Männern, war zu erwarten. „Dass der Unterschied aber so deutlich ist, hat uns doch überrascht“, so Moser. Obwohl die Ergebnisse auch heute noch repräsentativ sind, ist ein umfangreiches Update dieser Studie bis Anfang 2019 geplant. Details dazu auf www.networkgate.com

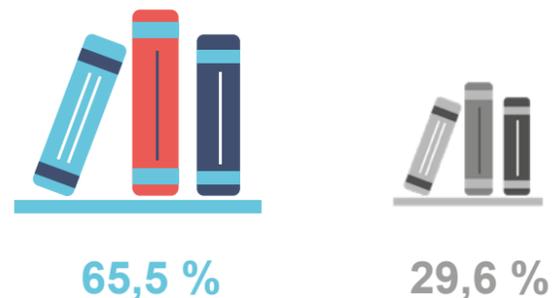
Frei verfügbares monatliches Budget



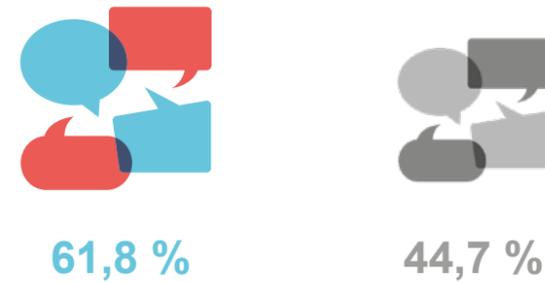
Ich bin reiselustig



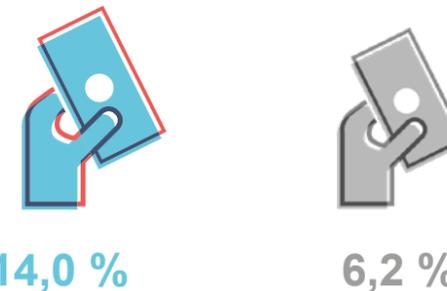
Ich bin kulturell interessiert



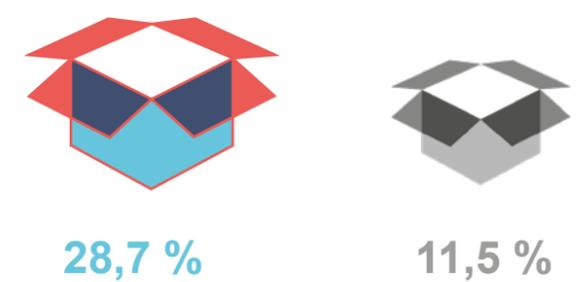
Ich bin politisch interessiert



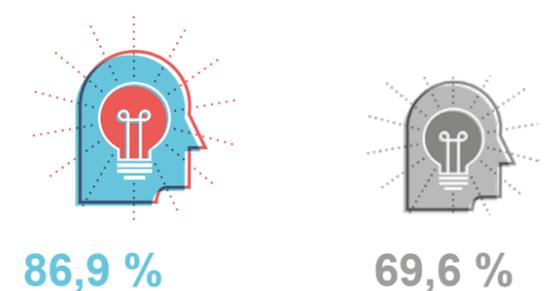
Monatl. Nettoeinkommen >3.000 €



Ich gehe gerne shoppen



Ich bin Neuem gegenüber offen



© iStock_hey Darlin

homosexuelle Männer

heterosexuelle Männer

Homosexuelle Männer vs. heterosexuelle Männer

Es lebe der Unterschied!

Die Kaufkraft- und Konsumstudie schwuler Männer 2006 war die erste zu diesem Thema in Europa. Die Ergebnisse waren in ihrer Deutlichkeit überraschend. So gibt die schwule Zielgruppe potenziell 1,2 Milliarden Euro pro Jahr mehr aus als Otto Normalverbraucher.

Network Gate
Premium Gay Media & Events
www.networkgate.org

Bunt und lieb ist uns zu wenig!

Wir stehen für Professionalität von Gay-Marketing zwischen Community und Wirtschaft.

Günther Moser
Präsident



Position beziehen!

IBM ist einer der Vorreiter, wenn es um Gleichstellung von LGBTI-Personen in der Wirtschaft geht. Für das Engagement wurde das Unternehmen 2009 mit der allerersten Auszeichnung „meritus“ geehrt. Plus: die 2017-Preisträgerin ÖBB im Interview.



D

iversity, also Vielfalt in all ihren Facetten, wird von immer mehr Unternehmen als Wettbewerbsvorteil gesehen. Demografischer Wandel, Fachkräftemangel, Digitalisierung – die Wirtschaft wird zum Umdenken gezwungen und setzt immer

stärker auf „Menschen, die anders sind“. Denn Heterogenität bedeutet: neue Sichtweisen, größere Kreativität, das Erreichen von bestimmten Zielgruppen, die man ansonsten nur am Rande auf seinem Radar hätte – die aber wesentlich zum

Erfolg eines Unternehmens beitragen können. Das war schon immer so. Was aber nicht immer so war, ist der offene Umgang mit Diversität, dem Anderssein von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Diversity-Dimensionen – vor allem jene

der sexuellen Orientierung – wurden gerne ignoriert. Aber nicht von allen Unternehmen. Denn Vorreiter, die den Diversity-Gedanken schon früh hochhielten, gibt es schon lange.

Vorreiter IBM

So ist die IBM Österreich jenes Unternehmen in Österreich, das am längsten in der Diversitätsdimension der sexuellen Orientierung engagiert ist und maßgeblich andere Unternehmen wie die ÖBB, die Wiener Städtische oder die Erste Group in ihren diesbezüglichen Aktivitäten beeinflusste. Grundlage für die Gleichstellungspolitik (in allen Bereichen) in der IBM ist der „Corporate Policy Letter No. 117“, der im Laufe der Jahre aktualisiert wurde und der heute alle sexuellen Orientierungen auflistet und Mitarbeiter_innen vor Diskriminierungen schützt. 2003 positionierte sich die IBM als expliziter LGBTI-Geschäftspartner, schon zwei Jahre davor sprach sich das Unternehmen mit der Broschüre „Out and proud: IBM embraces gay and lesbian diversity“ für die Unterstützung von LGBTI-Mitarbeiter_innen aus.

Maßnahmen für die Vielfalt

2004 wurde das IBM-LGBTI-Mitarbeiter_innen-Netzwerk gegründet, feiert also 2019 sein 15-jähriges Bestehen. „Diese Netzwerkgruppe wollte von Beginn an ein sicheres und offenes Arbeitsumfeld für alle Mitarbeiter_innen schaffen und fördern – unabhängig davon, ob sie hetero-, homo-, bisexuell oder transident sind“, erklärt Christian H. Steinmetz von der IBM, langjähriger Chairman dieses Netzwerkes. Daraus ergaben sich verschiedenste interne Aktionen und Maßnahmen – u. a. Awareness-Schaffung zum Thema LGBTI, Berücksichtigung von LGBTI-Themen in der Managementausbildung, Information über die verschiedenen Mitarbeiter_innen-Netzwerke beim Firmeneintritt, Überarbeitung des IBM-Betriebspensionsplans zur Einbindung von LGBTI-Partnern (bereits vor der Einführung der eingetragenen Partnerschaft!), Berücksichtigung bei

den Sozialleistungen (Spitalkostenplan, Gruppenablebensversicherung, Reiseunfallversicherung), Organisation von internen Veranstaltungen, Berücksichtigung von LGBTI-Themen in der internen Unternehmenskommunikation sowie Bereitstellung von Informationen im Intranet.

Toleranz und Chancengleichheit

„IBM hat sehr früh die Zusammenarbeit mit externen Partnerorganisationen wie agpro begonnen und unter anderem den agpro-Forschungspreis unterstützt“, so Steinmetz. „Mit der Zeit haben wir die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen bzw. Firmen verstärkt und dazu das ‚LGBTI Business Forum‘ ins Leben gerufen. Parallel dazu haben wir das Straight-Allies-Programm sowie Reverse-Mentoring für die Manager_innen aufgebaut.“ Um bereits Jobbewerber_innen zu vermitteln, dass Ausgrenzung im Unternehmen keinen Platz hat, bezieht die IBM auch in ihren Stellenanzeigen zum Thema Diversity Stellung. 2008 war in allen externen Anzeigen zu lesen: „IBM schafft ein offenes und tolerantes Arbeitsklima und ist stolz darauf, ein Arbeitgeber zu sein, der für Chancengleichheit steht.“

Sieg mit voller Punktezahl

Nicht überraschend also, dass IBM einer von nur fünf (!) der 3.000 Organisationen war, die 2009 auf die Einladung, sich für den Unternehmenspreis „meritus“ zu bewerben, reagierten – und auch als Sieger der allerersten Preisverleihung hervorging. „IBM hat den Preis mit voller Punktezahl gewonnen“, erinnert sich Steinmetz. „Der Fragenkatalog umfasste ein breites Spektrum – das war auch für IBM eine Herausforderung. Wir waren sehr stolz, diesen Preis gewonnen zu haben, denn dieser ist auch eine externe Über-

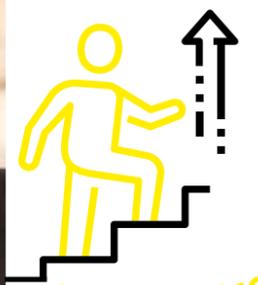
WAS IST DER „MERITUS“?

meritus ist ein Gemeinschaftsprojekt der agpro und der Queer Business Women und die erste österreichische Auszeichnung, die Organisationen für ihr Engagement in der Diversity-Dimension sexuelle Orientierung prämiiert. „Wir zeichnen für Maßnahmen aus, die nach innen gerichtet sind, also sich an die Mitarbeiter_innen des Unternehmens richten“, erklärt Astrid Weiwurm-Wilhelm, Präsidentin der QBW. Die Auszeichnung „meritus“ wird zweijährlich in unterschiedlichen Kategorien verliehen. „Mittlerweile ist die Auszeichnung ‚meritus‘ eine der wesentlichen Kräfte zur Förderung von LGBTI-Themen im organisationalen Kontext“, so Weiwurm-Wilhelm. „Die ausgezeichneten Organisationen positionieren sich nicht nur als wertschätzend gegenüber lesbischen und schwulen Arbeitnehmer_innen, der Preis hat auch eine wichtige Signalwirkung nach außen und stärkt die Attraktivität am Arbeitsmarkt.“

Mehr Infos unter:
www.meritus.or.at



Christian H. Steinmetz
langjähriger Chairman des IBM-LGBTI-Mitarbeiter_innen-Netzwerkes



IBM – die Vorreiter

„Gleichbehandlung

ist nicht verhandelbar!“

DIE MERITUS-GEWINNER_INNEN IM ÜBERBLICK

- 2009: IBM
equalizent
- 2011: Bank Austria
TNT Express Austria
Eltern für Kinder Österreich
- 2013: MedUni Wien
Boston Consulting Group
brainworker
- 2015: Baxalta
FH Campus Wien
TechData
TABERA
- 2017: ÖBB
Beratungsstelle Courage



2017 wurden die ÖBB für ihre Leistungen im Diversity-Bereich ausgezeichnet. Wir baten *Traude Kogoj, Diversity-Beauftragte der ÖBB*, zum Interview.

Was bedeutet eine Auszeichnung wie der „meritus“ für die ÖBB?

Die Auszeichnung bedeutet für uns eine besondere Anerkennung für unser Engagement im Bereich Diversity und Antidiskriminierung und hilft uns, die Chancengleichheit am Arbeitsplatz voranzutreiben.

Wieso ist den ÖBB das Thema Diversity so wichtig?

Ganz einfach: Chancengleichheit – ganz gleich, ob Mann oder Frau, Alt oder Jung, aus Österreich oder aus einem anderen Land – ist ein Merkmal moderner Unter-

nehmensführung und Voraussetzung für nachhaltigen unternehmerischen Erfolg.

Welche Aktivitäten setzen die ÖBB im Bereich Diversity?

Der ÖBB-Konzern hat seit 2011 eine Gleichstellungspolicy, die die Gleichbehandlung und gleiche Chancen für Mitarbeiter_innen sicherstellen soll, samt regionalen Gleichstellungsbeauftragten als vertraulichen Ansprechpersonen für Mitarbeiter_innen. Diversity-Management geht aber über die Sicherstellung von Chancengleichheit und Gleichberechtigung hinaus. Wir versuchen, die Vielfalt der Mitarbeiter_innen zum Vorteil aller Beteiligten zu nutzen – etwa durch die vorhandenen kulturellen Kompetenzen bei der Marktbearbeitung oder bei der Lösung von komplexen Aufgaben mit

der Intelligenz von heterogenen Teams. Wir unterstützen die ÖBB-Gesellschaften bei der Entwicklung und Umsetzung von Diversity-Zielen. Betrachtet werden dabei alle Diversity-Dimensionen, in denen entsprechende Initiativen zur Umsetzung von Maßnahmen und Programmen gesetzt werden. Zum Thema sexuelle Orientierung sind es die Teilnahme an der Regenbogenparade seit 2012 und Ansprechpersonen zum Thema sexuelle Orientierung. Zudem hat sich vor wenigen Monaten ein Regenbogen Netzwerk „QBB“ gegründet, das uns mit wertvollen Informationen bei unserer Arbeit unterstützt.

Wie werden Diskriminierungsfälle innerhalb der ÖBB gehandhabt?

Gleichbehandlung ist nicht verhandelbar. Liegt eine Diskriminierung nach dem

Gleichbehandlungsgesetz vor, führt das zu Konsequenzen. Diese strikte Handhabung ist allen Kolleginnen und Kollegen bekannt.

Sollte die persönliche Sexualität in einem wirtschaftlichen Unternehmen überhaupt eine Rolle spielen?

Obwohl Privatsache, hat sexuelle Orientierung in einer heteronormativen Kultur gesellschaftliche Konsequenzen. Das gilt auch für den Arbeitsplatz. Gibt es am Arbeitsplatz nicht die Möglichkeit, zum eigenen Selbst zu stehen, zahlen homosexuelle Kolleg_innen oft einen hohen Preis: Gerüchte, Anpassungsdruck, Verleugnung der Identität, Verschweigen der Privatsphäre, keine Freizeit- und Familiengeschichten, kein Smalltalk.

prüfung der eigenen Aktionen und Leistungen.“ Die Auszeichnung „meritus“ war daraufhin wichtiger Bestandteil der Unternehmenskommunikation, wurde gar im Eingangsfoyer der IBM ausgestellt – eine klare Positionierung. „Gleichzeitig haben wir in den Folgejahren die Kommunikation konstant aufrechterhalten, um die Wichtigkeit von Diversity und Inclusion weiterhin zu betonen.“



Von Rang und Namen

Welch hohes Prestige die Auszeichnung „meritus“ mittlerweile genießt, wird deutlich, wenn man sich die Liste der Unterstützer und Sponsoren genauer ansieht: BMASK, Erste Bank Group, Vienna Insurance Group, Wiener Städtische Versicherung, UniCredit Bank

Austria, MedUni Wien sowie die Arbeiterkammer Wien (AK) sind nur einige der großen Namen, die von der Strahlkraft des „meritus“ überzeugt sind. „Diese Auszeichnung engagiert sich dafür, dass homosexuelle Menschen in der Arbeitswelt vollen Respekt erfahren“, so Ingrid Moritz, Leiterin der Abteilung

„Frauen – Familie“ in der AK. „Damit verbindet die AK mit appro ein gemeinsames Anliegen. Daher sind wir auch sehr gerne beim ‚meritus‘-Award beteiligt.“ Auch die Boston Consulting Group, „meritus“-Gewinner 2013, zeigt sich viele Jahre nach ihrem Sieg noch stolz über die Auszeichnung: „Der Award macht unsere LGBTI-Initiativen noch stärker nach außen hin sichtbar und hilft uns weiterhin, herausragende Talente anzusprechen und zu halten“, betont Lukas Haider von der BCG. „Jede Initiative, die uns einem entspannten Umgang mit LGBTI näherbringt, ist somit Gold wert.“

(Großer) Ehrenschatz

Den Ehrenschatz für den „meritus“ 2017 hatten Bundesminister Alois Stöger sowie Walter Ruck, Präsident der Wirtschaftskammer Wien, übernommen. „Die Wirtschaft hat erkannt, dass die Vielfalt unserer Gesellschaft ihr Kapital und ihre Chance zugleich ist“, betont Ruck. „Trotz dieses Wissens werden ihre Stärken manchmal noch nicht ausreichend wertgeschätzt. Hier gilt es mit aller Deutlichkeit ein Zeichen zu setzen! Daher unterstütze ich den ‚meritus‘ aus vollster Überzeugung!“ Und auch Stöger ist überzeugt: „Die mit dem ‚meritus‘ ausgezeichneten Betriebe übernehmen eine wichtige Vorbildfunktion.“

© ÖBB, Christian Zenger, ogpro



Vielfalt fördern, Talente entdecken

Jeder fünfte Pharma-Arbeitsplatz in Österreich ist derzeit ein Shire-Arbeitsplatz. Uns ist wichtig, die besten Talente zu finden und zu fördern und daher unterstützen wir Vielfalt und Individualität. Personaldirektorin Alexandra Hilgers betont: „So vielfältig wie die Aufgaben, sind auch die Menschen bei uns. Wir sind stolz, eine Kultur etabliert zu haben, in der sich jeder in seiner Individualität einbringen und zeigen kann.“

Bei uns muss sich niemand verstecken oder verstellen. Wir unterstützen aktiv, dass sich Menschen mit ähnlichen Hintergründen, Eigenschaften oder Affinitäten intern vernetzen und gegenseitig unterstützen können.“ Seit etlichen Jahren gibt es im Unternehmen sogenannte „Business Ressource Groups (BRGs)“. Das sind freiwillig organisierte Netzwerkgruppen, die von Mitarbeiter*innen zu bestimmten Themen initiiert und von der Geschäftsführung gefördert werden. Innerhalb einer BRG werden Visionen, Ideen und Möglichkeiten erarbeitet, um die Arbeitsumgebung noch angenehmer und inklusiver zu gestalten.

Eine der vielen BRGs ist B-Equal, die Netzwerkgruppe bei Shire, die sich für das Thema LGBTI*-Personen ein-

setzt. Neben der jährlichen Teilnahme an der Regenbogenparade gibt es etliche interne Projekte. Auch jede Neueinstellung erhält in dem Willkommenspaket Informationsmaterial, und im Zuge des Onboarding-Prozesses werden die BRGs vorgestellt. Die Netzwerkgruppe lebt von Interessierten und Menschen, die neue Ideen einbringen, um zu zeigen, wie wichtig gelebte Diversität und Inklusion in allen Bereichen ist.



Forschen, damit es

MITMACHEN? MITMACHEN!

Die Einreichung zum agro-Forschungspreis erfolgt unbürokratisch online unter www.agpro.at/forschungspreis. Hier finden sich auch die genauen Ausschreibebedingungen sowie die Einreichfristen.



besser wird

A

nfang der Nullerjahre war es, als der Österreichische Verwaltungsgerichtshof mit Klagen überschwemmt wurde. Es ging um die steuerliche Diskriminierung von Menschen in gleichgeschlechtlichen Lebensgemeinschaften: Wieso waren Homosexuelle finanziell benachteiligt? Darf so etwas denn überhaupt sein? Und konnte man dagegen nicht gesetzlich vorgehen? Als die öffentliche Diskussion zum Alleinverdienerabsetzbetrag hochkochte, fragte die agro beim Hauptverband der Sozialversicherungsträger an, wie viele Personen denn von einer rechtlichen Gleichstellung profitieren würden. Die lapidare Antwort der Behörde: Solche Daten existieren nicht! „Dieser Mangel an Daten war das Schlüsselerlebnis“, erzählt Roland Humer von der agro. „Der Verein hat beschlossen: Wenn es diese Art von Daten nicht gibt, dann besorgen eben wir sie und erarbeiten somit auch gleich wissenschaftliche Grundlagen für Schwule und Lesben.“ Um die Daten zu generieren, konnte die IBM als finanzieller Unterstützer ins Boot geholt werden – und der erste agro-Forschungspreis (damals noch unter dem Namen „Förderpreis“) war geboren. Das war 2004. Seitdem vergibt die agro (seit 2010 im Zwei-Jahres-Rhythmus) den wissenschaftsbezogenen agro-Forschungspreis – anfangs unter der engagierten Lei-

tung von Helmut Barak, heute ist Humer für den Preis zuständig. Das erklärte Ziel: „Der Preis soll besonders Studierende, jedoch auch etablierte Wissenschaftler_innen anregen, sich in ihrer Tätigkeit mit Homosexualität bzw. LGBTI in den Bereichen Wirtschaft, Recht und Gesellschaft auseinanderzusetzen“, erklärt Humer. „Wir wollen, dass LGBTI-Themen Teil des wissenschaftlichen Diskurses bleiben, schließlich geht es hier um Repräsentanz und Sichtbarkeit – und in weiterer Folge um die Stärkung der gesellschaftlichen Akzeptanz von Homosexualität bzw. LGBTI. Wir hoffen, dass die gewonnenen Fakten gesellschaftlichen Wandel ermöglichen und Wirkung erzielen.“

Unabhängige Jury

Die Gewinner_innen des agro-Forschungspreises werden von einem unabhängigen wissenschaftlichen Beirat ermittelt. Dieser Beirat besteht aus Wissenschaftler_innen der unterschiedlichsten Disziplinen. Im Rahmen einer Preisverleihung (unter anderem WU Wien, Parlament) und „in sehr angenehmer Atmosphäre“ werden die Gewinner_innen geehrt. Unter den rund 100 Gästen befinden sich auch stets namhafte Vertreter_innen der Wirtschaft und der Politik, etwa die ehemaligen Bundesminister_innen Rudolf Hundstorfer (2014) und Beatrix Karl (2010).

„Diversität ist eine Ressource“

Edeltraud Hanappi-Egger ist seit 2015 Rektorin der WU Wien und hat den agro-Forschungspreis maßgeblich unterstützt.

Wie wichtig ist der agro-Forschungspreis?

Sehr wichtig. Durch wissenschaftliche Arbeiten wird das Verständnis für das Diversitätsthema gefördert. Auch von Unternehmen. Der agro-Forschungspreis hat die Forschung zu diesem Thema sichtbar gemacht. Das ist ein wertvoller Beitrag.

Interessieren sich Unternehmen für Diversity?

Die Unternehmen haben keine andere Möglichkeit, als sich mit diesem Thema zu befassen. Die Diversität steigt – in der Gesellschaft und natürlich auch am Arbeitsplatz. Das zu ignorieren wäre betriebswirtschaftlich fatal.

Diversity-Management als ein Tool, das einem Unternehmen also Geld bringt?

Diversität ist eine Ressource, ja. Deshalb macht es wirtschaftlich Sinn, ein konstruktives Diversitätsklima herzustellen.

In welche Richtung geht die Diversity-Forschung?

Es muss die Heterogenität innerhalb der einzelnen Gruppen stärker in den Blick genommen und die wechselseitige Wirkung von Diversitätsdimensionen erforscht werden. Und die Rolle des sozioökonomischen Kontexts von Menschen wird in der Forschung immer wichtiger.



Edeltraud Hanappi-Egger
Rektorin der WU Wien



Namhafte Sponsoren

„Der agro-Forschungspreis nimmt mittlerweile einen wichtigen Stellenwert in der Wirtschaft ein“, so Humer. Und er wird immer wichtiger. Diese Tatsache spiegelt sich nicht nur in der von Jahr zu Jahr steigenden Anzahl der Einreichungen wider, sondern auch im Bereich des Sponsorings: „Es ist nicht selbstverständlich, dass die Industriellenvereinigung oder Baxter sich auch finanziell für einen LGBTI-Preis engagiert.“ Als Sponsoren des agro-Forschungspreises fungieren Interessenvertretungen genauso wie öffentliche Fördergeber oder Unternehmen. Eine bereits langjährige Unterstützerin ist die Industriellenvereinigung (IV). Dazu Gudrun Feucht, stv. Bereichsleiterin Bildung & Gesellschaft in der IV: „Initiativen wie der agro-Forschungspreis sind unerlässlich, um einen aktiven Beitrag für die Gleichberechtigung von LGBTI-Menschen zu leisten. Mit der Unterstützung des Preises setzen wir ein klares Zeichen für mehr Offenheit und Toleranz, auch im Wirtschaftsalltag.“ Auch die Technische Universität Wien steht voll hinter dem agro-Forschungspreis: „Die Vielfalt der Themen ist so groß wie die Vielfalt der Teilneh-



Gudrun Feucht
Stv. Bereichsleiterin Bildung und Gesellschaft in der Industriellenvereinigung

Mit der Unterstützung dieses Preises setzen wir ein klares Zeichen für mehr Offenheit.



Anna Steiger
Vizerektorin für Personal und Gender an der Technischen Universität Wien

Eine großartige Initiative für Akzeptanz von Homosexualität an unseren Universitäten.

mer_innen und ihre wissenschaftlichen Felder. Eine großartige Initiative für Akzeptanz von Homosexualität an unseren Universitäten, die in ihrer Wirkung darüber hinausgeht“, betont Anna Steiger, Vizerektorin für Personal & Gender an der Technischen Universität Wien.

Nur von Vorteil!

Seit dem ersten agro-Forschungspreis wurden Preisgelder in Höhe von 76.250 Euro ausgeschüttet. Die Bandbreite der bisherigen Gewinner_innen ist groß. Die Sichtbarkeit von LGBTI-Themen in der Wissenschaft ist nach wie vor das Ziel des agro-Forschungspreises, „allerdings hoffen wir heute zusätzlich, dass wir auch die wissenschaftlichen Karrieren von Leuten, die LGBTI-Themen beforschen, beflügeln“, so Humer. Ein Qualitätspreis für die eigene wissenschaftliche Arbeit kann immerhin nie schaden, ist Humer überzeugt: „Bei Bewerbungen oder beim Erklimmen der nächsten Karrierestufe kann der agro-Forschungspreis unterstützend wirken, da er einen von den Mitbewerber_innen abhebt. Er zeugt von der hohen Qualität der eigenen Arbeit und dem Mut, sich auch mit Themen abseits des Mainstreams wissenschaftlich zu beschäftigen.“

„Freude, Ehre und wissenschaftliche Reputation!“

Wolfgang Wilhelm von der Wiener Antidiskriminierungsstelle (WASSt) gehörte 2007 zu den Gewinnern des agro-Forschungspreises.

Der Titel Ihrer prämierten Arbeit lautet „Supervision und Coaching zwischen den Geschlechtern“. Der Inhalt?

In meiner Masterarbeit damals habe ich mich mit dem Thema Trans*gender-Personen in der Arbeitswelt befasst und anhand einer qualitativen Studie trans*gender-spezifische Themenstellungen für professionelle Beratungsprozesse, vor allem Supervision und Coaching, identifiziert. Das war bis dahin in der einschlägigen Fachliteratur eine Leerstelle.

Wieso haben Sie sich für den agro-Forschungspreis beworben?

Damals war der Forschungspreis ja noch relativ neu und ich wollte ihn durch meine

Einreichung durchaus auch fördern. Zum anderen war ich aber auch stolz auf meine Arbeit und wollte wissen, ob sie preisverdächtig ist! (Lacht.) Natürlich war die Gewinnsumme auch relevant für mich, die Freude, Ehre und wissenschaftliche Reputation standen und stehen aber natürlich im Vordergrund.

Wie wichtig ist der agro-Forschungspreis?

Natürlich ist der Forschungspreis wichtig – für Wissenschaftler_innen, aber auch für die Wissenschaft an sich, wo ja Wettbewerbe üblich sind. Dass es mit dem agro-Forschungspreis auch einen Preis im LGBTI-Bereich gibt, ist wichtig und zeigt anderen Wissenschaftler_innen und dem Wissenschaftssystem als solchem, dass LGBTI-Themen relevante Themen sind. Natürlich wurde mir auch von meinem Dienstgeber und von vielen Kolleg_innen herzlich zu meinem Gewinn gratuliert.



Wolfgang Wilhelm
Wiener Antidiskriminierungsstelle

Sie haben bereits mehreren agro-Forschungspreis-Verleihungen als Gast beigewohnt ...

Die Preisverleihung 2007 war natürlich mit Abstand die tollste, denn diesen feierlichen Event als Hauptpreisträger mitzuerleben ist etwas ganz Besonderes. Abgesehen davon sind bei den Preisverleihungen immer spannende und interessante Gäste. Sie ist im queeren Gesellschaftsleben unserer Stadt nicht wegzudenken.

EXPERT **SUPPORT** **KNOWLEDGE** **CONSULTING** **SERVICE**

SIE KÖNNEN IHR BUSINESS, WIR KÖNNEN COMMUNITY

GAY-MARKETING SEIT 25 JAHREN

Commgate
community communicate

WWW.COMMGATE.EU

Unconscious Biases sind kognitive Verzerrungen, die sich mitunter als unbewusste Denkmuster und Stereotype im Arbeitsalltag manifestieren.



Unser erfolgreiches* Bias-Awareness-Training „Make Better Decisions“ bieten wir nun auch als innovatives Blended-Learning Programm, bei dem Präsenztraining und E-Learning wirkungsvoll kombiniert werden.

*bereits mehr als 3.000 Teilnehmer_innen



Sie suchen eine digitale Lösung zur Sensibilisierung für Unconscious Bias?

„Das E-Learning ist didaktisch und technisch sehr gut umgesetzt. Eine schöne Mischung aus Lerninhalten, Videos und Elementen der Gamification!“

Gerhard Stefan, Head of Team Training and Development / RBI Group Human Resources, Raiffeisen Bank International AG



„Ich bin für Unternehmen wertvoll

Dana Diezemann ist eine der wenigen Transgender-Personen, die in Deutschland öffentlich nicht nur Aufklärung betreiben, sondern aktiv für Trans-Rechte kämpfen. Im Rahmen des „Business Forum“ von agpro, QBW und IBM war sie als Keynote-Speakerin geladen.

A

ls Dana Diezemann zumindest öffentlich noch als Mann gelebt hat („Ich war schon immer eine Frau!“) war sie als Produktmanager in einem großen Konzern tätig. Hatte eine Führungsposition inne. Als sie nach ihrem Coming-out nach einer „erzwungenen Einigung“ das Unternehmen verließ, machte es sich Diezemann zur Mission, Menschen zu inspirieren, ihnen Mut zu machen und vor allem für Transgender-Rechte zu kämpfen, auch in der Berufswelt. Beim „agpro Business Forum 2018“ referierte sie zum Thema „Transsexualität am Arbeitsplatz“. Wir haben mit Dana Diezemann gesprochen.

Welche Erfahrungen haben Sie in der Arbeitswelt gesammelt?

Ich habe Diskriminierung gegenüber Transgender-Personen am eigenen Leib erfahren. Ich wurde als Mann eingestellt und als Frau musste ich gehen. Auch deswegen kämpfte ich um Aufklärung! Transidente Personen haben „nur“ ein Identitätsproblem, der Körper passt nicht zum gefühlten Geschlecht. Aber: Das ist reine Privatsache, auch wenn das viele nicht sehen wollen! Ich bin, wer ich bin! Was sich Schwule und Lesben in den letzten Jahrzehnten erkämpft haben, nämlich weitestgehend Akzeptanz, ist uns Transsexuellen noch immer verwehrt.

Sind Berührungspunkte der Grund, warum es für Transgender-Personen zu solchen Schwierigkeiten kommt?

Interessant ist, dass noch keine einzige Frau in meinem Umfeld, keine einzige Kollegin jemals ein Problem mit mir hatte. Es sind immer nur die Männer, die mit

uns massive Schwierigkeiten haben. Der Grund liegt wohl im Patriarchat: Eine Transgender-Frau ist in deren Augen ein Mann, der sich selbst freiwillig zu einer Frau herabgewertet hat. Und in der Arbeitswelt, das wissen wir, sind Frauen weniger wert als Männer. Wir passen in das Schubladen-Denken der – meist männlichen – Geschäftsführer nicht rein. Der andere Grund ist: Transgender-Personen stehen für Selbstverwirklichung, Wandel, Transformation. Es gibt Menschen bzw. Unternehmen, die Angst vor Wandel und Veränderungen haben und lieber an ihren alten, überholten Werten festhalten.

Was sind die häufigsten Fragen, die Ihnen gestellt werden?

Ich nenne diese Fragen mittlerweile „Bullshit-Bingo“. Nur ein kleiner Auszug aus den Fragen – und überlegen Sie, wie Sie reagieren würden: Bist du schon umoperiert? Lässt du dir die Brüste vergrößern? Wie ist das denn mit dem Sex bei dir? War deine Umwandlung schwer? Hast du ein altes Foto von dir? Kommt deine Partnerin damit klar? Auf welches Klo gehst du jetzt? Bist du ein Transvestit? Bekommst du noch einen Orgasmus? – Alles Fragen, die massiv die Privatsphäre verletzen! Deshalb nochmal: Gender ist Privatsache!

Wo sehen Sie die Chancen?

Aufgrund des demografischen Wandels kommt es zum Mangel an Fachkräften. Das heißt, Unternehmen sehen sich nach geeignetem Personal auch abseits des konventionellen Markts um. Man fischt also Personal auch aus anderen Bereichen, wie zum Beispiel Migrant_innen oder eben Transgender-Personen. Nach anfänglichen Vorbehalten erkennen viele Führungskräfte, dass genau diese Menschen sehr wertvoll sind – zum einen für das Betriebsklima, zum anderen verneineln sie bei auftretenden Problemen nicht so schnell, weil sie ja privat schon einiges hinter sich und auch geschafft

LGBTI BUSINESS FORUM

Die agpro und die Queer Business Women veranstalten in Kooperation mit IBM einmal pro Jahr das „LGBTI Business Forum“. Diese Veranstaltung wird mit einem jährlich wechselnden Gastgeber-Unternehmen umgesetzt, das in seinem Diversity-Management den Bereich LGBTI fokussiert. Gastgeber des „LGBTI Business Forum“ waren bisher u. a. die Österreichischen Bundesbahnen, die Erste Bank Group und die Österreichische Nationalbibliothek. „Uns war es wichtig, ein Veranstaltungsformat zu entwickeln, bei dem wir Unternehmen, die sich in diesem besonderen Diversity-Feld engagieren, auch abseits der „merit“-Preisverleihung ein Forum bieten, um sich auszutauschen und untereinander zu vernetzen“, so agpro-Vizepräsident Stefan Grampelhuber. „Ziel der Veranstaltung ist es, mit Keynotes und Workshops aufzuzeigen, weshalb es sich lohnt, am Arbeitsplatz sexuelle Orientierung und Gender zum Thema zu machen.“

haben. Was mich betrifft: Ich kenne sowohl die weibliche als auch die männliche Welt, komme mit Technik-Nerds genauso klar wie mit der emotionalen Personalvertretung. Ich bin wertvoll für Unternehmen!

Ihre Forderungen zum Thema „Transgender in der Wirtschaft“?

Ich möchte Respekt erfahren und akzeptiert werden – vor allem seitens der Hetero-Männer! Laut dem deutschen Arbeitsmarkt sind Transgender-Personen offiziell nicht „schwer vermittelbar“, sondern „unvermittelbar“ – und das muss natürlich geändert werden! ■

Diversity-Management: Die Checkliste

Wirtschaft bedeutet Vielfalt. Auch in Ihrem Unternehmen? Unsere Checkliste hilft Ihnen, LGBTI-Belange in Ihrem Business erfolgreich zu gestalten – und Potenziale zu nutzen!

1

Machen Sie die Vorteile deutlich!

Erarbeiten Sie den LGBTI-Business-Case. Warum sind die Themen „sexuelle Orientierung und geschlechtliche Identität“ für Ihre Organisation wichtig? Welchen Nutzen hat das Unternehmen, die Führungskräfte und jeder einzelne Mitarbeitende? Die möglichen Vorteile liegen in der Zusammenarbeit, Rekrutierung, Innovation, Führung bis zur Erschließung von neuen Zielgruppen.

2

Stellen Sie Verbindlichkeit her!

Nehmen Sie in Ihren Strategien, Leitbildern oder Diversity-Statements ausdrücklich Bezug auf die Themen „sexuelle Orientierung und geschlechtliche Identität“. So machen Sie deutlich, dass Sie einen ganzheitlichen Ansatz von Diversity verfolgen.

3

Bieten Sie Unterstützung auf allen Ebenen an!

Benennen Sie einen Sponsor oder eine Sponsorin im Top-Management und finden Sie „Straight Allies“, die sich als „Verbündete“ einsetzen. Fördern Sie LGBTI-Netzwerke oder Arbeitsgruppen, die das Thema repräsentieren. So erhöhen Sie die Sichtbarkeit nach innen und unterstützen LGBTI-Mitarbeitende in ihrem Selbstverständnis bzw. Coming-out.

4

Zeigen Sie Haltung!

Diskriminierung von LGBTI-Arbeitnehmerinnen und -Arbeitnehmern ist noch immer an der Tagesordnung. Nehmen Sie eine Null-Toleranz-Haltung gegenüber vorurteilsbehafteten und destruktiven Verhaltensweisen ein. Erklären Sie klar, welche Verhaltensweisen nicht erwünscht sind, am besten mit Beispielen, wie Lesben- oder Schwulenwitzen, Mobbing usw.

5

Bieten Sie Schulungen an!

Sensibilisieren Sie Ihre Führungskräfte und Mitarbeitenden für das Thema „sexuelle Orientierung und geschlechtliche Identität“. So helfen Sie, Mythen aufzulösen und (unbewusste) Vorurteile bzw. Beharrungsängste abzubauen.

6

Senden Sie Botschaften!

Integrieren Sie das Thema in Ihre Kommunikations-, Marketing- und Employer-Branding-Strategien. Bewerben Sie sich um Auszeichnungen zu LGBTI, wie den „meritus“ von agro und Queer Business Women. Unterstützen Sie LGBTI-Community-Projekte und präsentieren Sie Ihre Maßnahmen an Fach- und Recruiting-Veranstaltungen. So gewinnen Sie nicht nur neue Zielgruppen als Kundschaft, sondern auch die besten Talente für Ihr Unternehmen.

Diese Checkliste wurde von Manfred J. Wondrak, factor-D Diversity Consulting, erstellt.

Die wichtigsten Adressen zum Thema „LGBTI im Business“

agpro

agpro (austrian gay professionals) ist das österreichische Netzwerk schwuler Unternehmer, Führungskräfte und Menschen in verantwortungsvollen Funktionen.
www.agpro.at

QBW

Die QBW sind ein unabhängiger Verein lesbischer Frauen mit dem Ziel, lesbische Lebensformen in der Arbeitswelt sichtbar zu machen und deren Akzeptanz zu erhöhen.
www.qbw.at

meritus

Mit der zweijährlich verliehenen Auszeichnung „meritus: lesbisch schwul ausgezeichnet“ prämiert agpro und QBW Organisationen, die sich im Diversity-Management in der Dimension sexuelle Orientierung besonders engagieren.
www.meritus.or.at

Forschungspreis

Mit dem Forschungspreis zeichnet die agpro alle zwei Jahre wissenschaftliche Leistungen aus, die sich mit Homosexualität / LGTBI in Wirtschaft und Arbeitswelt beschäftigen.
www.agpro.at/forschungspreis/

East Meets West

EMW wurde 2013 in Wien gegründet und ist eine europäische Dachorganisation, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die gesellschaftliche Akzeptanz von LGBTI-Personen allen voran in Zentral- und

Osteuropa zu erhöhen, wobei der Fokus klar auf die Wirtschaft gelegt ist.
www.eastmeetswest.eu

Charta der Vielfalt

Die „Charta der Vielfalt“ ist eine Initiative zur Förderung der Wertschätzung gegenüber allen Mitgliedern der Gesellschaft – unabhängig von Geschlecht, Lebensalter, Herkunft und Hautfarbe, sexueller Orientierung, Religion und Weltanschauung sowie körperlicher oder geistiger Behinderung.
www.wko.at/site/Charta-der-Vielfalt/index.html

Netzwerk Diversity der Wirtschaftskammer Wien

Das Netzwerk Diversity ist eine Erstanlaufstelle für Unternehmer_innen, die ihre eigene Vielfalt sowie die Vielfalt ihrer Mitarbeiter_innen unter anderem im Bereich sexuelle Orientierung als wesentlichen Bestandteil ihres unternehmerischen Geschäftsmodells erkannt haben.
www.wko.at/wien/diversity

Wiener Antidiskriminierungsstelle für gleichgeschlechtliche und transgender Lebensweisen

Die WAST unterstützt alle von Diskriminierung betroffenen homo-, bi- und transsexuellen Wienerinnen und Wiener und klärt über Diskriminierung auf.
www.queer.wien.at

DIVÖRSITY

Bei den österreichischen Tagen der Diversität, „DIVÖRSITY“, stehen die

Diversity-Aktivitäten von Unternehmen und Organisationen im Zentrum. Das Programm des Kongresses umfasst Key Notes, Diskussionen und Best-Practice-Beispiele, anschließend finden vielfältige Aktionen statt.
www.diversity.at

Völklinger Kreis

Der Schwesternverband (und Geburtshelfer) der agpro in Deutschland ist der Völklinger Kreis. Das Netzwerk schwuler Führungskräfte und Selbstständiger setzt sich für berufliche Förderung, Wertschätzung und Chancengleichheit am Arbeitsplatz ein.
www.vk-online.de

PROUT AT WORK

PROUT AT WORK ist eine gemeinnützige Stiftung in Deutschland. Ihr Engagement gilt dem gegenseitigen Verständnis und der Chancengleichheit von Menschen jeglicher sexuellen Orientierung, geschlechtlichen Identität und jedweden geschlechtlichen Ausdrucks am Arbeitsplatz.
www.proutatwork.de

STICKS & STONES

STICKS & STONES ist die digitale Job- und Karriereplattform für Lesben, Schwule, Bi und Trans, die sich beruflich weiterentwickeln wollen. Die STICKS & STONES Job- & Karrieremesse ist Europas größte schwul-lesbische Job- & Karrieremesse und findet seit 2009 jährlich in Berlin und seit 2016 auch in München statt.
www.sticks-and-stones.com



VIelfalt VERNETZT

» NETZWERKE SERVICEPAKET

» Branchenübergreifende und überregionale Netzwerke:

Junge Wirtschaft, Frau in der Wirtschaft, Netzwerk Diversity - Die Wirtschaftskammer Wien bietet Ihnen wichtige Netzwerke und regelmäßiges Networking für Ihren unternehmerischen Erfolg.

» Gemeinsam erfolgreicher werden:

Erfahrungsaustausch und Kooperationen mit anderen Unternehmen bringen einen wirtschaftlichen Vorteil. Nutzen Sie Kooperationsmöglichkeiten oder erweitern Sie Ihr unternehmerisches Know-how bei Veranstaltungen und Workshops.

Impressum

Herausgeber und Medieninhaber: austrian gay professionals (agpro), Bräuhausgasse 34/1/1, 1050 Wien, ZVR 325773733

Konzept und Design: Kabane 13 MedienGesmbH, Nikolsdorferstraße 7-11/20, 1050 Wien

Chefredakteur: Ralf Strobl, **Artredaktion & Producing:** Lissa Weissenbacher, **Chief Photographer:** Ece Karatas

Redaktion: Manuel Simbürger, **Mitarbeit:** Markus Knopp, Feri Thierry, Manfred Wondrak, **Lektorat:** Johannes Payer

Anzeigenleitung und -produktion: Commgate & Co. k.s.

Druck: Grasl Druck & Neue Medien GmbH

Nachdruck nur mit Quellennachweis und schriftlicher Genehmigung gestattet.

Proud member of
NetworkGate.org
Network
Gate
Premium Gay
Media & Care

W wko.at/wien/netzwerke T +43 1 514 50-1070

WKO WIEN
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN



ÖBB VORTEILSCARD FAMILY

Für Mütter, Väter, Partner oder Freunde,
die mit Kindern unterwegs sind.



Jetzt online bestellen um nur 19 Euro pro Jahr.*
oebb.at/VORTEILSCARD



Herr Mag.
Maximilian
Mustermann
geboren am
03.09.1971

Family
gültig bis
20.09.2019

Foto: © ÖBB/Wegscheider

* Die **VORTEILSCARD Family** gilt nur bei gemeinsamen Fahrten mit Kindern (1 Erwachsener und mind. 1 Kind). Gratismitnahme von bis zu vier Kindern unter 15 Jahren. 50% Ermäßigung auf ÖBB Standard-Einzeltickets bei Kauf am ÖBB Ticketautomaten, über den ÖBB Ticketshop und die ÖBB App; 45% Ermäßigung auf ÖBB Standard-Einzeltickets bei Kauf am ÖBB Ticketschalter. Mit RAILPLUS Ermäßigungen auf grenzüberschreitende Bahnreisen in Europa von 15%. Bei Fahrten innerhalb eines Verkehrsverbundes gelangt grundsätzlich der jeweilige Verbundtarif zur Anwendung. Wird die **VORTEILSCARD Family** vom jeweiligen Verkehrsverbund anerkannt, kommt die Verbundermäßigung zur Anwendung. Diese kann von der Ermäßigung der ÖBB abweichend geringer oder höher ausfallen.