

SOZIALES

LGBTQIA+ UND UNTERNEHMEN

Queere Unternehmer*innen packen's an

Isabel Spigarelli

Die Organisation Rosa Lëtzebuerg will ein queeres Unternehmensnetzwerk schaffen, um die LGBTQIA+ Gemeinschaft Luxemburgs in Krisenzeiten näher zusammenzubringen – und das frei von Pinkwashing.

„Ich muss weiter ausholen, um den Ursprung unseres neuen Projektes zu erklären: Die Idee ein LGBTQIA+ Unternehmensnetzwerk zusammenzustellen, ist auf eine Initiative von vor fünf Jahren zurückzuführen“, sagt Andy Maar, Mitglied von Rosa Lëtzebuerg. „Wir haben damals unter dem Slogan ‚Community 2.0‘ untersucht, wie es um die queere Community in Luxemburg steht. Die Community schien zersplittert. Es fehlte damals wie heute an Plätzen der Zusammenkunft und an einem Gefühl von Zusammenhalt. Wir haben dabei eine gewisse Isolation der verschiedenen Gruppen festgestellt, sei es aufgrund der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Sprache oder einer bestimmten Subcommunity.“ Rosa Lëtzebuerg plante eine Gesprächsrunde, die nie stattfand. Das Projekt verlief im Sand.

Fünf Jahre später steckt die Welt mitten in einer Pandemie. Queere Menschen leiden aufgrund ihrer sexuellen Orientierung oder ihrer Geschlechtsidentität gleich mehrfach unter ihren Folgen, wie auch das

Centre d'information gay et lesbien (Cigale) im April in einem öffentlichen Schreiben festhielt. Das Zentrum hob unter anderem hervor, dass die eingeschränkte Bewegungsfreiheit queere Menschen vom Besuch ihrer Rückzugsorte und Vertrauenspersonen abhält. Andy Maar bemerkte das zu Beginn der Krise vor allem in seinem E-Mail-Postfach, in das mehr Anfragen nach persönlicher Beratung oder Informationen zu Veranstaltungen als üblich eingingen. Es meldeten sich sogar Menschen aus der Großregion, da das queere Angebot auch dort stark zurückgegangen ist. „Wir haben während der Ausgangssperre unter #StayAtHome Online-Angebote aus der Community geteilt“, führt Maar aus. „Das wurde anfangs stark genutzt. Das Interesse sank nach der Aufhebung der Ausgangssperre. Inzwischen können wir wieder einzelne Events organisieren, auch wenn die Plätze begrenzt sind und sich die Kosten für die Locations deswegen nicht lohnen.“

Queere Orte in Luxemburg

Die Pandemie löste nicht nur eine soziale Notlage, sondern bekanntermaßen auch eine Wirtschaftskrise aus. In diesem Kontext kommt Maar schließlich auf das neue Vorhaben von Rosa Lëtzebuerg zu sprechen.

Die Organisation wurde nämlich von queeren Geschäftsleuten aus Luxemburg angeschrieben, die ihre Hilfe für LGBTQIA+ Menschen und ihre Betriebe anboten. „Das hat das Projekt, das wir vor fünf Jahren angestoßen haben, gewissermaßen wiederbelebt“, sagt Maar. „Wir standen erneut vor der Frage: Wie steht es um die Community in Luxemburg und was können wir tun, um den Menschen zu helfen?“ Der Kontakt mit den queeren Geschäftsleuten führte zur Idee eines Unternehmensnetzwerks, in dem sich Inhaber*innen mit Ratschlägen und gemeinsamen Projekten unter die Arme greifen können. „Es macht Sinn, die Initiative in der Krise zu starten, weil die Betriebe und die Menschen die Hilfe jetzt am nötigsten haben“, findet Maar. „Wir sehen darin die Möglichkeit, die Community wieder enger zusammenzubringen, alle Akteurinnen und Akteure mit ins Boot zu nehmen und Treffpunkte zu schaffen.“

Bisher haben sich zwölf Betriebe gemeldet – von Blumenläden über Bars bis hin zu Frisiersalons. Eine erste Informationsversammlung ist für November angesetzt. Das Projekt befindet sich im Anfangsstadium. Was genau die Unternehmer*innen vorhaben, ist deshalb noch unklar. Eine Idee, die Maar vorschwebt: die Community-Zeitung „Pie qui chante“

wieder aufleben zu lassen. Die Zeitung von Rosa Lëtzebuerg wurde 2014 nach vierzehn Jahren aus finanziellen Gründen eingestellt. „Rosa Lëtzebuerg und das Netzwerk könnten sich die Druckkosten teilen“, sagt Maar. „Die Zeitung zum Leben der Community in Luxemburg könnte in allen teilnehmenden Betrieben ausgelegt werden.“ Er nennt es eine Win-Win-Situation, die sowohl die teilnehmenden Kleinunternehmen als auch die Community sichtbar mache.

In Großstädten, wie etwa in Köln, gibt es ganze Viertel, die sich mit ihren Bars und kulturellen Angeboten primär an ein queeres Publikum richten. Für Berlin und andere Metropolen gibt es Stadttouren zu queerem Leben und Tipps zu queerfreundlichen Hotels, Restaurants oder Bars. In Luxemburg sind die entsprechenden Lokale übers Land verteilt oder gar nicht als solche bekannt. Die Informationen zu queerfreundlichen Läden, Bars, Restaurants und anderen Einrichtungen in einer Zeitung oder auf einer Webseite zu bündeln, könnte Abhilfe schaffen. Es würde queeren Menschen klar kommunizieren, wo sie bei Bedarf Zuflucht finden, beziehungsweise garantiert keiner queerfeindlichen Diskriminierung begegnen.

Die Umfrage „EU LGBTI Survey II: A Long Way to Go for LGBTI Equality“ (2020) der FRA European Union Agen-

LGBTIQA+ Geschäftsleute wollen sich zusammentun, um sich gegenseitig unter die Arme zu greifen und die queeren Gemeinschaften durch ein Unternehmensnetzwerk zusammenzubringen.



COPYRIGHT: ANNA SHVETS/PEXELS

cy for Fundamental Rights dokumentiert die Notwendigkeit solcher Orte in Zahlen. In Luxemburg fühlten sich im vergangenen Jahr vierzig Prozent der queeren Studienteilnehmer*innen unter anderem in Gastrobetrieben diskriminiert. Zwölf Prozent der Befragten wurden 2018 aufgrund ihrer sexuellen Orientierung oder ihrer Geschlechtsidentität am Arbeitsplatz angegriffen. Neunzehn Prozent der Opfer queerfeindlicher Diskriminierung meldeten die Taten Organisationen, die sich für Gleichbehandlung einsetzen. Nur zwei Prozent der queeren Opfer physischer oder sexualisierter Gewalt wandten sich an die Polizei. Andy Maar kennt solche Fälle und bestätigt aus Erfahrung, dass beispielsweise selten über queerfeindliche Diskriminierung am Arbeitsplatz gesprochen wird. Das will Rosa Lëtzebuerg in Zukunft mit Sensibilisierungskampagnen angehen. Konkrete Details konnte Maar noch nicht nennen.

Großbetriebe müssen draußen bleiben

Die Gründung eines queeren Unternehmensnetzwerks soll in erster Linie LGBTIQA+ Geschäftsleute zusammenbringen, die kleine oder mittlere Betriebe führen. Großkonzerne, Banken, Investor*innen zählen nicht zur Zielgruppe. Ein Netzwerk, wie es

Rosa Lëtzebuerg anstrebt, gibt es in Luxemburg so noch nicht. Die Charte de la diversité Lëtzebuerg der NGO Inspiring More Sustainability (ISM) ist ansatzweise vergleichbar, auch wenn sie sich nicht exklusiv auf die Inklusion queerer Menschen bezieht. Das Gesetz zum Schutz vor Diskriminierung aus dem Jahr 2017 dient der Charta als Grundlage. Erst 2018 wurde das Gesetz zum Schutz vor Diskriminierung aufgrund der Geschlechtsidentität und ihrer Anpassung ergänzt. IMS plant derzeit im Rahmen des Projekts „LGBTI Inclusion in the workplace“ einen „Good practice guide“ für Firmen, der sich gezielt auf den diskriminierungsfreien Umgang mit queeren Mitarbeiter*innen konzentriert.

Die bestehende Diversitätscharta besteht aus sechs Artikeln. Wer das Dokument unterzeichnet, verspricht die Belegschaft für das Thema Diversität zu sensibilisieren; Aktionspläne und Regelungen zur Förderung von Diversität zu erarbeiten; Gleichberechtigung zu garantieren; über die Umsetzung der Regelungen zu wachen; über das eigene Engagement zu kommunizieren sowie Geschäftspartner*innen zur Nicht-Diskriminierung und dem Streben nach Diversität zu ermutigen. 188 Unternehmen und NGOs haben die Charta unterschrieben (Stand: 9. Oktober 2020) – einen Blumenladen oder einen Frisiersalon gibt es auf der

Liste nicht. „Kleinen Betrieben nutzt so eine Charta wenig“, sagt Maar. Sie hätten sich in den letzten Jahren vor allem durch Sachspenden bei der Luxembourg Pride, die Rosa Lëtzebuerg organisiert, für die LGBTIQA+ Menschen in Luxemburg engagiert.

Im Komitee zur Charte de la diversité Lëtzebuerg sitzen unter anderem Vertreter*innen der Deutschen Bank, PwC und HSBC Luxembourg. Unternehmen, die sich bei queeren Kund*innen beliebt machen wollen, ohne die Prinzipien wirklich ernst zu nehmen? Bei der Zusammenarbeit mit Großkonzernen, die die Regenbogenfahne hissen, ist Rosa Lëtzebuerg vorsichtig. Zu den Sponsor*innen der Luxembourg Pride zählten 2020 unter anderem die Versicherungsfirma Axa sowie nationale und internationale Banken. „Pinkwashing ist ein großes Thema für uns. Wir sind uns bewusst, dass wir für die Pride ein Budget brauchen, aber wir lassen uns nicht für die Selbstinszenierung eines Großbetriebs vor den Wagen spannen“, versichert Maar. „Die Großbetriebe fragen während der Pride zum Glück nach Workshops zum offenen, respektvollen Umgang mit der sexuellen Orientierung oder der Geschlechtsidentität der Angestellten, zum Beispiel für die Personalabteilungen. Wir sind froh, wenn das Sponsoring mit einem Workshop einhergeht, weil das zeigt, dass man

sich bemüht unsere Forderungen umzusetzen – davon hat die Community langfristig mehr als von dem Geld, das sie zur Verfügung stellen.“

Das Interesse an Workshops habe durch das Engagement ausländischer, queerer Mitarbeiter*innen in den Firmen zugenommen. Maar hält fest, dass es auch in großen Betrieben LGBTIQA+ Menschen sind, die den Stein ins Rollen bringen. „Wir sprechen oft mit den Betriebsleitungen, die Mitglied der Community sind“, sagt Maar. „Ohne die Mitglieder der Community würde nichts laufen. Die Nachfrage nach mehr Angeboten und einer größeren Sichtbarkeit ist in den letzten Jahren gewachsen, besonders nach der Pride 2019. Die Pandemie hat uns leider ausgebremst – doch mit dem neuen Projekt packen wir das nochmal an.“

Interessent*innen können sich per Mail (info@rosa-letzebuerg.lu) bei Rosa Lëtzebuerg melden.