



FDP | 08.05.2014 - 10:15

Diskriminierung als wirtschaftliches Eigentor



Andere Menschen zu diskriminieren ist nicht nur moralisch falsch, man schadet sich wirtschaftlich auch selbst. Das war die Botschaft der gestrigen Diskussion zum Thema „Wirtschaftsfaktor Schwule und Lesben“, zu der die [Liberalen Schwulen und Lesben \(LiSL\)](#) [1] in Dortmund gemeinsam mit dem [Liberalen Mittelstand](#) [2] geladen hatten. Der LiSL-Bundesvorsitzende Michael Kauch moderierte die Veranstaltung über „Diversity Management“ – also über Strategien der Vielfalt bei Personal und Kundenansprache.

Die Fachveranstaltung war ein liberaler Beitrag zu den Hirschfeld-Tagen, die derzeit in ganz NRW auf Initiative der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld zu schwul-lesbischen Themen organisiert werden. In einem Grußwort betonte der Fraktionsvorsitzende von FDP/Bürgerliste im Rat, Lars Rettstadt, dass ein tolerantes Klima zum wirtschaftlichen Erfolg Dortmunds beitragen wird.

Was bringt Vielfalt dem Mittelstand? Für Thorsten Plieske von der „Kompetenzwerkstatt Dortmund“ ist Diversity Management eine Notwendigkeit im Fachkräftemangel. Wer kein gutes Klima für homosexuelle Mitarbeiter biete, müsse mit unnötiger Personalfuktuation, aber auch mit schlechten Leistungen durch Konflikte rechnen. Ein Projekt für Personal in Krankenhäusern habe gezeigt, dass z.B. Konflikte zwischen homosexuellen Mitarbeitern und Zuwanderern mit einem ablehnenden kulturellen Hintergrund gelöst werden müssten.

Peter Bollhagen, Vorsitzender der Familienunternehmer/ASU in Bremen, stellte fest, dass Diversity Management sehr weiblich sei. Oft beschränkten sich Unternehmen auf die Gleichbehandlung der Geschlechter. Andere Dimensionen von Vielfalt wie Offenheit gegenüber sexueller Orientierung, Alter oder kultureller Herkunft blieben unterbelichtet, so der Handwerksmeister und Träger des Bremer

Diversity-Preises. Petra Hermann, Vorsitzende des Liberalen Mittelstandes Ruhr und selbst Management-Beraterin, unterstrich die zunehmende Bedeutung von Diversity Management gerade in innovativen Unternehmen.

Die Kundenperspektive brachte dann Michael Drescher ein, Inhaber von Communigayte, einer Agentur für Marketing bei lesbischen und schwulen Kunden. Die gezielte Ansprache der Lebenssituation von Lesben und Schwulen rechne sich wirtschaftlich und habe bei keinem der betreuten Unternehmen zu Problemen mit anderen Kunden geführt. Im Gegenteil: wer diskriminiert, verliere Marktanteile. Wer als Chef eines italienischen Nudelherstellers erkläre, „wenn Schwulen unsere Werbung nicht gefällt, können sie ja andere Nudeln essen“, müsse sich nicht wundern, wenn die Schwulen tatsächlich andere Nudeln essen – und deren heterosexuelle Freunde auch.

Quell-URL:<https://www.liberale.de/content/diskriminierung-als-wirtschaftliches-eigentor>

Links

[1] <http://www.lisl-deutschland.de/> [2] <http://www.lm-nrw.de/nrw/regionalverbaende/ruhrgebiet/>