

PINK BRANDING



DER 'HAMPF' UM DIE BESTEN...
DAS ERSCHLIESSEN NEUER
ZIELGRUPPEN...

LGBTS ALS KUND_INNEN &
MITARBEITER_INNEN...



Ursus

www.ursus.at

Pink Branding

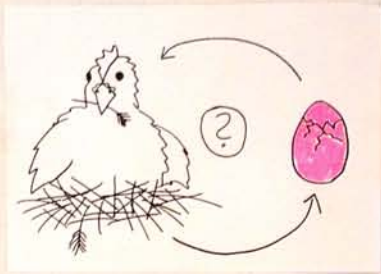
- ▷ MA_innen-Netzwerk
 - ▷ Aufklärung & Information, Sichtbarmachung
 - ▷ Gleichbehandlg./-berechtigung → Gl.stellung
 - ▷ Bildsprache
 - ▷ Straight Allies / Role Models
 - ▷ Commitment von oben
-
- ▷ Unterstützung d. Community
 - ▷ Webbing / Bildsprache
 - ▷ Produkte / Dienstleistungen
 - ▷ LGBT-Medien / Events
 - ▷ Austausch / Netzwerke
 - ▷ Symbole (Regenbogen-Flagge)

INNEN (M_innen)

AUSSEN

(Kd_innen)

HENNE ODER EI?



DIE LESBISCHE MITARBEITERIN,
DER SCHWULE MITARBEITER...

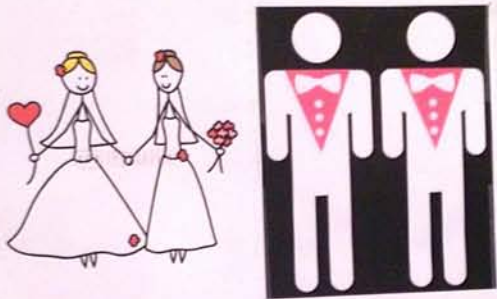
... ODER ZUERST DIE RAHMEN-
BEDINGUNGEN



- Outing als Voraussetzung? - nein!
- Role - Models
- An Vorhandenes ansetzen
- diskriminierungsfreie Kommunikation
+ Diktion in Dokumenten
- Abgleich von UNT-Zielen mit
Diversity-Zielen
- Multiplikator_innen + vorhandene
Arbeitsgruppen nutzen
- ASchG + Befragung → Thematisierung
→ Sensibilisierung
- Top down - Bekenntnis
der UNT-Laufung
- wenn z.B. aus konservativer od. religiöser
Wertehaltung heram 'unmöglich'

URSUS

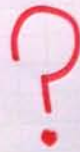
HEIRAT UNTER DEM REGENBOGEN



DIE ERSTE VERPARTNERUNG IM
UNTERNEHMEN...

... WAS MUSS PASSIEREN

... WAS DARF NICHT PASSIEREN



- Rückholt in alle Richtungen
(Führungskraft, Geschäftsleitung, Personal,
...)
- alle müssen "ins Boot geholt" werden -
Top-Down / Bottom-up
- aufzuklären was passiert nach-
her (nach Outing)
- Role Models
- Administration anpassen
(z.B. Formulare) + Benefits
(z.B. Betriebspensionen) angleichen
- mehr Kommunikation