

URL: http://www.wdr.de/themen/sport/breitensport/gay_games/index.jhtml

Wirtschaftsförderung durch Homosexuelle Metropolen locken Schwule

Von Andreas Schulte

Die Stadt Köln verspricht sich von den am Samstag (31.07.10) beginnenden Gay Games Einnahmen in Millionenhöhe. Ein gutes Image in der Homosexuellen-Szene gilt inzwischen als Vorteil für die Wirtschaft einer Kommune. In Düsseldorf setzt man auf diesen Effekt, im Ruhrgebiet eher weniger.

In der Kölner Schwulensauna Phoenix werden die Geschäfte in der kommenden Woche besser laufen als gewöhnlich. Geschäftsführer Kalle Feil hat für den zu erwartenden Gäste-Ansturm extra die Terrasse erweitern lassen. "Wir erwarten täglich rund 300 Besucher - fast doppelt so viele wie an normalen Tagen", sagt er. Der Grund: die Gay Games. Die sogenannten Olympischen Spiele der Schwulen und Lesben finden alle vier Jahre statt - ab Samstag werden sie eine Woche lang in Köln zu Gast sein. Lange hat sich die Stadt beim Vergabeverband FGG (Federation of Gay Games) für die Austragung beworben.



Michael Drescher

Die Kommunen in Nordrhein-Westfalen werben verstärkt um eine bisher vernachlässigte Zielgruppe: Die schwul-lesbische Gemeinde gilt als konsumfreudig und verspricht höhere Steuereinnahmen. "Mit einer Ansprache der Schwulen und Lesben erzielt eine Stadt einen Imagegewinn und kann auch wirtschaftlich davon profitieren", sagt Michael Drescher, Geschäftsführer der Werbe-Agentur Communigayte, die sich auf die schwul-lesbische Zielgruppe spezialisiert hat. Das erkennen inzwischen viele

Großstädte.

Zusatzeinnahmen von 43 Mio. durch Gay Games

Köln macht nun vor, was in Nordrhein-Westfalen Schule machen könnte. Der Ausrichter der Gay Games, der Sportverein SC Janus, geht nach einer Studie davon aus, dass die rund eine Million Besucher der Gay Games den Unternehmen in der Gastgeberstadt Einnahmen von 43 Millionen Euro bescheren werden. Vornehmlich Hotellerie und Gastronomie dürfen sich auf zusätzlichen Umsatz freuen. Dafür hat die Stadt einiges getan: 200.000 Euro hat die Kommune innerhalb der dreijährigen Bewerbungsphase für Werbung und die Instandsetzung der Sportstätten ausgegeben. Bürgermeisterin Elfi-Scho Antwerpes repräsentierte Köln bei der Bewerbung für die Spiele in Chicago. Derzeit sind beim Sportamt zwei Mitarbeiter ausschließlich mit der Organisation der Spiele beschäftigt. Die Stadt stellt fast alle Stätten für die Wettbewerbe in 35 Sportarten kostenlos zur Verfügung.

Langfristig soll das Werben um die Schwulen dem Wirtschaftsstandort Köln bei der Unternehmensansiedlung helfen: "Eine vielfältige Stadtgesellschaft ist zu einem nicht unerheblichen Standortfaktor geworden", sagt Simone Winkelhog, Sprecherin der Stadt Köln. "Der Imagegewinn vereinfacht die Personalgewinnung und erschließt Mitarbeiterkreise, die den Firmen an anderen Standorten verwehrt bleiben." Schon jetzt gilt Köln als Schwulen-Hauptstadt Deutschlands.



Die Cheerleader des SC Janus proben

Düsseldorf zieht nach

In der Landeshauptstadt Düsseldorf ist die Schwulenszene kleiner. Dennoch haben auch hier die Stadtväter den Wert dieser Zielgruppe erkannt. Seit Juni weist der 36-seitige Prospekt Gay Guide auf Veranstaltungen für Homosexuelle hin. Die Stadt wirbt damit um Touristen und lockt mit dem Wettrennen Tuntenlauf, der Party Pink Monday und der CSD-Parade, die "seit Jahren größer wird", wie Philipp Laferi, Pressereferent bei Düsseldorf Marketing und Tourismus weiß. Die wachsende Zielgruppe ist zahlungskräftig: Schwule geben für Reisen im Schnitt drei- bis viermal so viel Geld aus wie der durchschnittliche deutsche Reisende. Das ergab eine Umfrage der Berliner Marketingagentur Publicom. Der Grund liegt auf der Hand: Paare ohne Kinder haben häufig mehr Geld als Familien, in denen oft nur ein Elternteil verdient.



Schwule feiern in Köln

Nicht jede Kommune in NRW will das Potenzial der schwul-lesbischen Zielgruppe sofort ausschöpfen. "Schwule haben wir als Zielgruppe derzeit noch nicht im Auge", sagt Sigrun Späte, Sprecherin von Dortmund Tourismus. Andere Gruppen hätten Vorrang, auch weil die Szene in Dortmund klein ist. "Wer keine schwule Infrastruktur hat, wie ausgewiesene Hotels für Homosexuelle oder Clubs, muss auf die Ansprache der Schwulen nicht verzichten", sagt jedoch Michael Drescher. Städten ohne

Angebote für Schwule empfiehlt er, zum Beispiel mit einer regelmäßigen Veranstaltung für Homosexuelle auf sich aufmerksam zu machen.

Die Duisburger Stadtoberen haben sich daran kein Beispiel genommen. Dort mussten die Veranstalter die diesjährige CSD-Parade absagen, weil ihnen das Geld fehlte. Der Sponsor Targobank (früher Citibank) hatte angekündigt, die Förderung an den CSD in Köln zu geben. Die Stadt Duisburg mochte die fehlenden 10.000 Euro angesichts der angespannten Haushaltslage nicht zuschießen.

Stand: 30.07.2010, 02:00 Uhr

Diese Seite speichern oder weiterempfehlen

Hilfe



Audio: Reine Ansichtssache [WDR 3]

[<http://www.wdr3.de/resonanzen/details/artikel/wdr-3-resonanzen-22995cd350.html>]

Audio: Gay Games in Köln [WDR 5]

[<http://www.wdr.de/mediathek/html/regional/2010/07/30/westblick-gaygames.xml;jsessionid=1645758CF4A8B765A95EB0B33448979A.mediathek3>]

Video: Equality-Dancing bei den Gay Games [WDR aktuell]

[?]