

ROZA EKONOMIJA

Istospolno usmerjeni so ekonomsko močan, a družbeno diskriminiran segment kupcev. Spretna podjetja se s tem ne obremenjujejo. | **Tonja Blatnik**

V 80-ih letih so tržniki odkrili posebno tržno nišo: istospolno usmerjene. Ta niša zajema od tri do šest milijonov možnih porabnikov, po nekaterih podatkih pa še veliko več, saj naj bi bilo istospolno usmerjenih med pet in deset odstotkov svetovnega prebivalstva. Ti so postali poseben segment kupcev in nova tarča oglaševalcev v sistemu tako imenovane roza ekonomije. V njej je zajet tržni potencial seksualnih manjšin, predvsem homoseksualnih moških, katerih kupna moč je razmeroma visoka. Lani so v *The Guardianu* zapisali, da geji zaslužijo kar 10.000 funtov več od nacionalnega povprečja.

Industrija, ki je hitro ujela ritem nove tržne skupine, je založništvo. V Evropi ima najvišjo naklado *Gay Times* (68.000 izvodov), ki izhaja že 32 let. Njena mlajša, 'ženska', različica *Diva*, namenjena lezbijkam, izhaja od leta 1994 in jo prodajo v 44.000 izvodih. Med novejšje publikacije sodijo *The Advocate*, *Puffta*, *Pink Paper* in *AXM*, ki ga naročniki, predvsem mlajši geji, prejema na dom v motnem ovitku, ki skriva naslovnico pred pogledi radovednežev.

Oglasni prostor v teh revijah polnijo podjetja, ki poslujejo v roza ekonomiji: od avtomobilov do kozmetike in letalskih prevoznikov do pravih 'roza podjetij', ki so prvenstveno naravnana na homoseksualne kupce. Eno od takšnih podjetij je trgovska hiša *Millivres Prowler Group*, ki posluje že 30 let in zaposluje okoli 100 ljudi. Imajo več kot 100.000 kupcev, s katerimi ustvarijo 23 milijonov dolarjev letnega prometa. Njihove prodajne uspešnice so moško spodnje perilo, modni dodatki v barvah mavrice (zaščitni znak gejevske populacije), DVD in erotični pripomočki.

Podobno, a le na spletu, deluje tudi specializirana londonska trgo-

vina *Libertas*, ki skrbi za potrebe lezbične populacije. S prodajnih polic trgovine *Expectations*, ki ponuja predvsem oblačila in knjige, hitro izginjajo kuharske knjige, strip *Meatmen* in *Spartacus*, neka-kšen *Lonely Planet*, turistični vodnik, ki svetuje istospolno usmerjenim glede potovanj, barov, hotelov ...

»Podjetja, ki dobro tržijo na tem področju, so tudi sicer zelo uspešna podjetja, na primer iz kozmetične in avtomobilske industrije, mode, turizma ter iz ponudbe alkoholnih pijač,« poudarja **Tatjana Greif** iz *ŠKUC LL*, ki pravi, da v Sloveniji pojava roza ekonomije (še) ne poznamo.

Domači proizvajalci blaga in ponudniki storitev se še ne zavedajo potrošniške niše in kupne moči gej populacije; za to so krive predvsem ovire, s katerimi se ta sooča. Zaščitna politika te populacije večinoma še ni del poslovnega bontona, zato je diskriminacija pogosto nevidna in zamolčana, še zdaleč pa ne tako redka.

Raziskava sekcije *ŠKUC LL* iz leta 2001 kaže, da je v Sloveniji 20 odstotkov gejev in lezbijk žrtev diskriminacije v zaposlovanju. Kar polovica skriva svojo spolno usmerjenost na delovnem mestu. Po besedah Greifove se istospolno usmerjeni soočajo s težavami pri iskanju zaposlitve, na delovnem mestu (posmehovanje, homofobične reakcije sodelavcev), pri odpuščanju, težje napredujejo, soočajo se z neenakim dostopom do zaposlitvenih ugodnosti (socialno, zdravstveno in pokojninsko zavarovanje po partnerju ni možno, če sta istega spola).

Domači zgledi

A vse le ni tako črnogledo. V okviru programa Partnerstvo za enakost, nosilci so Društvo *ŠKUC*, Združenje delodajalcev Slovenije in Zveza svobodnih sindikatov, se je aprila letos zaključil prvi poskus iskanja dobre prakse pri nas. Podatki spletne raziskave 'Iščemo GL prijaznega delodajalca' kažejo, da si ta naziv zasluži 18 podjetij, in sicer: Telekom Slovenije; Mobitel; Kolosej; raziskovalna družba Cati; F 10; Založba Vale Novak; Philip Morris Ljubljana; Hermes Softlab; Radio Študent; Ikona arhitektura; Terme Radenci; Planet Tuš; Restavracija Tuš; Kompas Turistično podjetje; Lek; Zavod za zaposlovanje RS; Delo Revije in Hewlett-Packard.

Podjetij, ki ne želijo diskriminirati homoseksualcev, je tudi pri nas čedalje več, a vprašanje je, kdaj bodo njihove ponudbe vključevale gejem in lezbijkam namenjene storitve in izdelke. Pomislek je na mestu tako zaradi velikosti te slovenske tržne niše kot zaradi potencialnega negativnega učinka zaradi povezovanja podjetja s homoseksualnostjo pri drugih, manj ozaveščenih, porabnikih. **p**



Foto: Dreamstime

Povprečni zaslužek istospolno usmerjenih presega nacionalno povprečje za 10.000 funtov, je lani poročal *The Guardian*.