



WIRKUNGS BERICHT 2025

Federführend erstellt von Studierenden der UHH



LIEBE LESER*INNEN,

WELCOMING OUT ist eine gemeinnützige Initiative, die 2021 in Hamburg gegründet wurde. Ihr Kern: das Coming-out umdrehen. Nicht-queere Menschen machen den ersten Schritt. Mit einem Symbol für Liebe und Akzeptanz – sichtbar etwa als Button, Sticker oder digital – zeigen sie: „Bei mir bist du willkommen. Du kannst dich mir gegenüber angstfrei outen.“

Dieses Symbol ist das Herzstück von WELCOMING OUT. Es macht vorhandene Akzeptanz sichtbar, die sonst oft unausgesprochen bleibt – und erleichtert queeren Menschen so den Schritt zum Coming-out.

Unterstützt und getragen wird die Initiative von einem stetig wachsenden Bündnis: den PATRONS OF WELCOMING OUT. Mehr als 70 Unternehmen und Organisationen fördern die Verbreitung des Symbols – durch interne Kommunikation, Veranstaltungen und finanzielle Beiträge. Sie helfen, Akzeptanz in der Arbeitswelt sichtbar zu machen und das Movement in Gesellschaft und Alltag zu verankern.

Begleitend bietet WELCOMING OUT Informationsmaterialien sowie Bildungs- und Dialogformate an, die Mitarbeitende sensibilisieren und Vertrauen im beruflichen wie privaten Umfeld stärken.

Der erste Teil dieses Wirkungsberichts stellt die Vision und den Ansatz von WELCOMING OUT vor. Im zweiten Teil wird das gesellschaftliche Problem skizziert, dem sich die Initiative widmet – sowie der konkrete Beitrag, den das Symbol und das Movement zu seiner Lösung leisten. Ein dritter Abschnitt gibt Einblick in Organisationsstruktur, Finanzierung und das PATRONS-Bündnis.

Als Ansprechpartner*innen stehen Markus Hoppe und Vanessa Lamm, Geschäftsführende von WELCOMING OUT, gerne zur Verfügung.
verwaltung@welcoming-out.com





INHALTSVERZEICHNIS

1

TEIL A

- 1.1 Vision & Mission
- 1.2 Das gesellschaftliche Problem

2

TEIL B – Wirkungslogik und -messung

- 2.1 Das Movement WELCOMING OUT
- 2.2 Die Wirkungslogik und -treppe
- 2.3 Die Wirkungsmessung

3

TEIL C

- 3.1 Die Organisationsstruktur
- 3.2 Ausblick und Weiterentwicklung



TEILA

VISION

WELCOMING OUT steht für eine Gesellschaft, in der queere Menschen angstfrei sichtbar sein können – im Alltag, im Berufsleben, in der Gemeinschaft. Möglich macht das ein einfaches, überall einsetzbares Symbol für Liebe & Akzeptanz: Es macht vorhandene Offenheit sichtbar, lädt zum sicheren Coming-out ein und stärkt eine Kultur, in der Vielfalt klar gezeigt wird.

MISSION

01

Mit dem Symbol von WELCOMING OUT machen Menschen ihre Akzeptanz sichtbar – und laden queere Personen zu einem sicheren Coming-out ein.

02

Unternehmen und Organisationen unterstützen diese Sichtbarkeit als PATRONS OF WELCOMING OUT: Sie tragen das Symbol in ihre Strukturen, fördern Bildungs- und Dialogformate und machen das Movement öffentlich stark.

03

Begleitende Informations-, Bildungsangebote und Dialogformate sensibilisieren Mitarbeitende für queere Vielfalt und stärken eine respektvolle, diskriminierungssensible Haltung.

04

Eine offene Unternehmenskultur wirkt über die Organisation hinaus: Sie prägt ein gesellschaftliches Klima, in dem Zugehörigkeit, Gerechtigkeit und Akzeptanz für alle gestärkt werden.



Das gesellschaftliche Problem

Im Zentrum steht ein Teufelskreis: Viele nicht-queere Menschen haben längst eine offene und akzeptierende Haltung gegenüber queeren Personen – aber sie machen diese Haltung selten sichtbar. Manche gehen davon aus, sie hätten ohnehin keine queeren Menschen im Umfeld. Andere halten ihre Akzeptanz für so selbstverständlich, dass sie meinen, darüber nicht sprechen zu müssen.

Gleichzeitig existiert für queere Menschen dadurch eine belastende Unsicherheit. Studien zeigen, dass viele weiterhin Angst vor negativen Reaktionen haben und ihr Coming-out lieber vermeiden – selbst in Kontexten, die formal Schutz bieten sollten. So gehen laut der Agentur der Europäischen Union für Grundrechte 52 % der queeren Personen in Europa generell offen mit ihrer Identität um und somit im Umkehrschluss 48 % nicht (vgl. FRA, 2024, S. 17). Auch die deutsche Studie Out im Office?! bestätigt diesen Befund: Rund 26 % der lesbischen und schwulen, 66 % der bisexuellen und 55 % der trans Beschäftigten outen sich im Beruf nicht (vgl. Frohn & Heiligers, 2024, S. 3, 10ff).

Darüber hinaus verdeutlichen weitere Befunde die gesellschaftliche Realität:

Immer noch berichten Betroffene von Diskriminierung, Ausgrenzung und Verunsicherung, sei es im öffentlichen Raum, in Bildungseinrichtungen oder im sozialen Umfeld. Laut einer Erhebung der Antidiskriminierungsstelle des Bundes wurden bereits im Jahr 2017 rund 2.800 Diskriminierungserfahrungen aufgrund der sexuellen Identität berichtet (vgl. Kalkum & Otto, 2017, S. 17f). Das unterstreicht: Rechtlicher Schutz allein reicht nicht aus. Es braucht ergänzend Aufklärung, Sichtbarkeit, Solidarität und aktives Handeln von Einzelpersonen.

Hinzu kommt ein mangelndes Verständnis für geschlechtliche Vielfalt. Begriffe wie „nicht-binär“ sind vielen unbekannt, das äußere Erscheinungsbild wird oft fälschlich mit geschlechtlicher Identität gleichgesetzt. Unsensible Fragen und stereotype



Zuschreibungen sind selbst in Bereichen wie Medizin oder Schule keine Seltenheit. Zwar existieren inzwischen positive Entwicklungen wie inklusive Sprachleitfäden an Hochschulen oder die Möglichkeit, Pronomen in Mails und Meetings anzugeben, doch eine flächendeckende Umsetzung bleibt aus.

Diese alltäglichen Missverständnisse und Unsicherheiten haben weitreichende Folgen. Queere Menschen sehen sich oft gezwungen, sich zu erklären oder gegen Unwissen und Vorurteile zu behaupten. Häufig kommt es zum sogenannten Misgendering, ob aus Unachtsamkeit oder Absicht, was tief verletzen und psychisch belasten kann. Studien zeigen: Queere, insbesondere nicht-binäre Menschen, sind überdurchschnittlich häufig von Angststörungen und Depressionen betroffen – nicht wegen ihrer Identität, sondern wegen des gesellschaftlichen Drucks (vgl. Klinger et al., 2024, S. 2, 11–12, 15).

Gerade Organisationen wie Unternehmen, Behörden und Bildungseinrichtungen sehen sich verpflichtet, sich dafür einzusetzen. Wer sichtbar Haltung zeigt, schafft Vertrauen. Wer Vielfalt aktiv lebt, fördert ein respektvolles Miteinander. Allyship darf nicht beim Privaten enden, sondern muss in strukturelle Veränderungen münden: durch Schulungen, wertschätzende Sprache, Schutzkonzepte und mutige Vorbilder. Nur so wird das Recht auf Selbstentfaltung für alle erfahrbar.

Diese Befunde zeigen: Es braucht mehr als rechtliche Standards – nämlich sichtbare Zeichen von Akzeptanz im Alltag. Im nächsten Abschnitt wird beschrieben, wie WELCOMING OUT genau hier ansetzt.





Das Movement

Um dem gesellschaftlichen Problem, „dass viele LGBTIQ+ Personen aus Furcht vor negativen Reaktionen und Diskriminierung keinen offenen Umgang mit ihrer sexuellen Orientierung, Geschlechtsidentität und/oder Intergeschlechtlichkeit pflegen [...] (Quelle Hamburger Erklärung der Patrons OF WELCOMING OUT) und dass das Coming-out häufig mit Unsicherheit und Angst vor Ablehnung und Ausgrenzung einhergehen kann, zu begegnen, haben wir mit WELCOMING OUT ein Symbol geschaffen, mit dem wir das Coming-out umkehren. Nicht die queere Person muss einen eventuell angstbesetzten ersten Schritt machen, sondern die Menschen in ihrem Umfeld, zeigen sich mit unserem Symbol für Liebe und Akzeptanz proaktiv verbündet. Eine nonverbale Einladung zum Coming-out.

“

„Ich signalisiere damit, dass sie keine negativen Reaktionen zu befürchten haben, und lade zu einem Dialog ein: Ich habe mein WELCOMING OUT.“

”

Um dieses Symbol gesellschaftlich zu verbreiten, haben wir ein Bündnis ins Leben gerufen: Die PATRONS OF WELCOMING OUT.

Die Idee ist, mithilfe der PATRONS ein Movement anzustoßen, das gesellschaftliche Veränderungen hin zu einer vielfältigen und sichtbar offenen Gesellschaft mit sich bringt. Um Teil dieses Movements zu werden, können sich Organisationen dem Bündnis der PATRONS OF WELCOMING OUT anschließen. Mit ihrem PATRONSHIP tragen sie dazu bei, WELCOMING OUT bekannt zu machen, das Symbol zu verbreiten und unsere Arbeit finanziell wie kommunikativ zu unterstützen. Gleichzeitig bekennen sie sich zu den Werten von WELCOMING OUT und profitieren von verschiedenen Beteiligungsangeboten.

Die Benefits eines PATRONSHIPS



PATRONSHIP-Pakete

Organisationen können aus mehreren Paketen (Starter, Standard, Advanced, Premium, Gold) wählen, die aufeinander aufbauen. Je nach Paketumfang unterscheiden sich die bereitgestellten Materialien, Veranstaltungen und Kommunikationsressourcen.



Bildungs- und Dialogformate

Je nach Paketgröße stehen verschiedene Bildungsangebote zur Verfügung: Ab dem Standard-Paket sind z. B. digitale Lunch & Learns enthalten, ab dem Advanced-Paket kommt ein kostenloser Impulsvortrag hinzu. Alle Formate sensibilisieren Mitarbeitende für queere Vielfalt und stärken das Verständnis von Allyship. Ergänzend können Organisationen unabhängig vom Paket weitere Bildungsformate buchen, um das Thema gezielt zu vertiefen.



Sichtbarkeit & Positionierung

Bereitgestellte Buttons, Aufkleber und digitale Vorlagen für Intranet, E-Mail-Signaturen oder Büroalltag schaffen einfache Anlässe, Haltung sichtbar zu machen und ins Gespräch zu kommen. Zudem können PATRONS das PATRONS-Logo nutzen – ein starkes Symbol, das ihre Positionierung nach innen und außen sichtbar macht und zur Imagebildung beiträgt.



Kommunikation & Netzwerk

Unternehmen erhalten Zugang zum PATRONS-Bündnis und können sich mit anderen teilnehmenden Organisationen austauschen – etwa im Rahmen von Highlight-Events wie dem CSD oder dem Coming-Out-Day.



© Luca Czerwonka

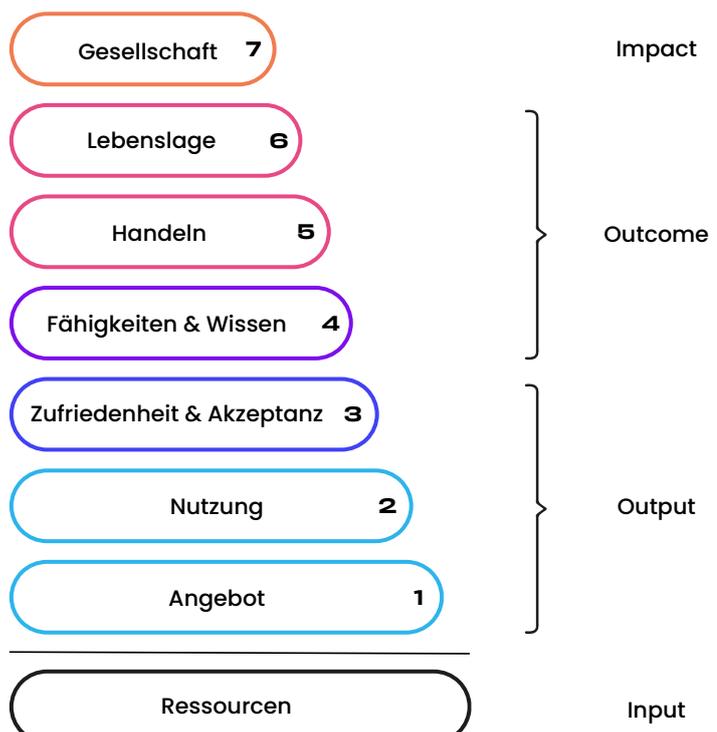
Die Wirkungslogik

Zur systematischen Erfassung und Darstellung der Wirkung nutzt dieser Bericht das Modell der Wirkungstreppe, wie es u. a. von PHINEO entwickelt wurde. Dieses Modell dient dazu, die verschiedenen Stufen sichtbar zu machen, über die Organisationen Wirkung entfalten – von den eingesetzten Ressourcen bis hin zu gesellschaftlichen Veränderungen. **Die Wirkungslogik bezieht sich auf das Engagement der PATRONS und nicht generell auf die Wirkung des Symbols von WELCOMING OUT.**

Die Wirkungstreppe unterscheidet zwischen Input, Output, Outcome und Impact. Während der Input die bereitgestellten Ressourcen wie Zeit, Geld und Know-how beschreibt, konzentriert sich der Output auf die konkreten Maßnahmen und Angebote, die umgesetzt wurden. In den Outcome-Stufen wird erfasst, welche Veränderungen bei den beteiligten Personen, in diesem Fall den Ansprechpersonen und Mitarbeitenden der PATRONS, angestoßen wurden. Der Impact beschreibt schließlich, welchen Beitrag das Projekt langfristig zur Veränderung in der Gesellschaft leistet.

Das Modell eignet sich besonders gut zur Einordnung qualitativer Daten und hilft dabei, subjektive Erfahrungen und Rückmeldungen strukturiert auszuwerten. Es macht greifbar, wie die Initiative WELCOMING OUT nicht nur innerhalb von Organisationen Wirkung entfaltet, sondern auch darüber hinaus Impulse für einen kulturellen Wandel hin zu mehr Offenheit und Solidarität setzen kann.

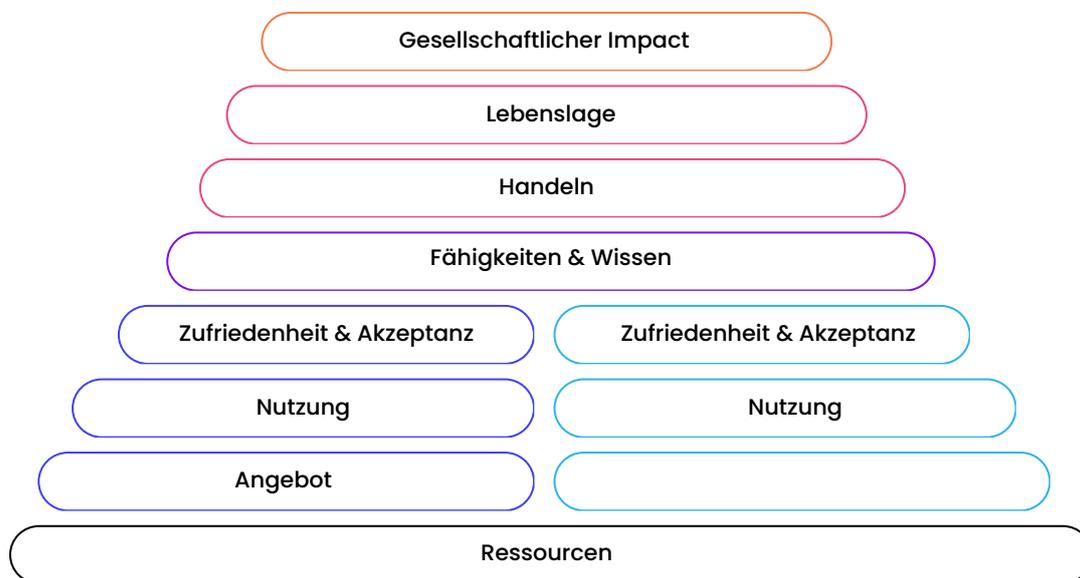
Die Wirkungstreppe



Für jede einzelne Stufe der Wirkungstreppe werden Ziele definiert. Wie bei jeder Treppe, kann eine Stufe erst erreicht werden, wenn das Ziel der vorherigen Stufe gemeistert wurde. Daher wurden für die einzelnen Stufen jeweils Indikatoren festgelegt, die das jeweilige Ziel operationalisierbar, also messbar machen.

Im Folgenden werden die einzelnen Stufen der Wirkungstreppe vorgestellt. Bis einschließlich Stufe 3 wird dabei zwischen den beiden Zielgruppen – Ansprechpersonen und Mitarbeitende – unterschieden, mit der Besonderheit für Stufe 1, welche nur die Ansprechpersonen zur Zielgruppe hat. Ab der vierten Stufe werden die Wirkungspfade für beide Zielgruppen zusammengeführt, da es hier keine unterschiedlichen Ziele bzw. Indikatoren gibt.

Die Wirkungstreppe von W.O.

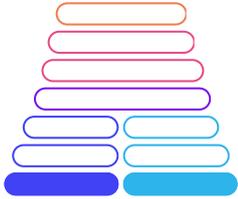


Input



Vorbereitungen

Bevor die erste Stufe betreten werden kann, braucht es einiges an Einsatz. Das sind typischerweise finanzielle, zeitliche und personelle Ressourcen sowie Know-how seitens WELCOMING OUT.



Onboarding

Geplante Aktivitäten finden statt

Ansprechpersonen

Zu Beginn wird auf Grundlage des jeweiligen PATRON-Pakets ein Onboarding durchgeführt und den Ansprechpersonen werden alle relevanten Informationen für die Zusammenarbeit zur Verfügung gestellt. Paketinhalte, wie bspw. Events werden angeboten.



Nutzung

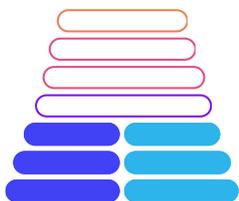
Zielgruppen werden erreicht

Ansprechpersonen

WELCOMING OUT/das PATRONSHIP und die damit verbundenen Angebote werden innerhalb der Organisation aktiv kommuniziert und erhält Rückhalt durch relevante interne Akteur*innen.

Mitarbeitende

Die Initiative inkl. ihrer Angebote wird intern sichtbar und erreicht erste Wahrnehmung bei den Mitarbeitenden.



Zufriedenheit

Zielgruppen akzeptieren das Angebot

Ansprechpersonen

Paketinhalte werden genutzt und aktiv umgesetzt – etwa durch die Sichtbarkeit des Symbols im Intranet, interne Mailings, Teilnahme an Events und das Verteilen von Buttons.

Mitarbeitende

Erste Mitarbeitende positionieren sich sichtbar als Allies oder nutzen Angebote wie Get-Together, Lunch & Learns etc.



**Mitarbeitende erlangen
mehr Awareness & Wissen**

Alle Mitarbeitenden

Durch Informationsmaterialien und -veranstaltungen (Flyer, Website, Intro-Pitches) wird die Bedeutung von Allyship bewusster wahrgenommen und ein gemeinsames Verständnis von Vielfalt und Solidarität entsteht unternehmensweit. Punktuell nimmt Wissen über queere Lebensrealitäten und Begriffe zu (Lunch & Learns).



Mitarbeitende verändern ihr Verhalten

Alle Mitarbeitenden

Die Sichtbarkeit von Allyship wird aktiv gefördert und nimmt zu. Mitarbeitende zeigen sich vermehrt mit dem Symbol von WO verbündet, nehmen an entsprechenden Events teil und vielfaltsfreundliches Verhalten im Unternehmen nimmt zu.



Lebenslage der Mitarbeitenden ändert sich

Alle Mitarbeitenden

Die Arbeitsatmosphäre für queere Mitarbeitende verbessert sich spürbar und das Unternehmen wird insgesamt als offener und sicherer wahrgenommen.



Gesellschaft verändert sich

Indem Organisationen Akzeptanz von Vielfalt nach außen tragen und ihre Mitarbeitenden als Verbündete den Wandel hin zu mehr Offenheit, Solidarität und Zugehörigkeit mitgestalten, wirken sie auch in Gesellschaft.

Die Wirkungsmessung

Die Methodik

Um die Wirkung der PATRONSHIPS und deren Beiträge für das Ziel einer vielfältigen und offenen Gesellschaft zu evaluieren, haben die Studierenden der Universität Hamburg im Rahmen des Projekts neben qualitativen Interviews mit den Ansprechpersonen von je sechs PATRONS auch eine quantitative Umfrage unter den Mitarbeitenden aller PATRONS durchgeführt.

In Vorbereitung auf die Datenerhebung wurden anhand der bereits genannten Wirkungstreppe von Phineo für jede Stufe Ziele formuliert und diese durch Indikatoren operationalisiert, anhand derer dann gemessen werden kann, ob das Ziel der jeweiligen Stufe erreicht wurde.

Die Interviewteilnehmenden arbeiten als Ansprechpersonen der PATRONS in ihren Organisationen in ganz unterschiedlichen Funktionen, von der Diversity Managerin, über Gleichstellungsbeauftragte bis hin zum Geschäftsführer. Dies bot die Möglichkeit, viele verschiedene Sichtweisen und Eindrücke hinsichtlich der Wirkung der PATRONSHIPS zu gewinnen.

Um die Ergebnisse und Aussagen, der Interviewpartner*innen zu verifizieren und zu evaluieren, ob die Angebote des PATRONSHIPS wirklich entlang der Wirkungsstufen über Output hinzu einem Outcome und schließlich einen gesellschaftlichen Impact erzeugen, wurde parallel eine quantitative Online-Befragung unter allen PATRONS gestreut. Im Zeitraum vom 19.06. bis 13.07.2025 haben sich 200 Personen an der Umfrage beteiligt.



Input & Impact

Interviews mit
Ansprechpartner*innen (n=6)



Outcome & Output

Online-Umfrage für Mitarbeitende
aller PATRON-Unternehmen
(n=200)

Input

Um das Movement weiter zu verbreiten und gleichzeitig weitere Verbündete zu gewinnen, investieren wir folgenden Input:



Neben unseren über 75 PATRONS OF WELCOMING OUT unterstützen uns eine Vielzahl an Testimonials und bilden damit für uns ein zuverlässiges und starkes Netzwerk, das das Herz unseres Movements bildet und ihm die nötige Stimme verleiht.



OUTPUT

Die Aktivität findet statt

Der Weg zum PATRONSHIP: strukturierter Beitrittsprozess

Wenn sich eine Organisation dann dazu entschieden hat, Teil der Initiative zu werden und sich den PATRONS OF WELCOMING OUT anzuschließen, beginnt ein strukturierter Prozess der Zusammenarbeit. WELCOMING OUT bereitet diese Kooperation sorgfältig vor: Die interessierte Organisation wird zunächst umfassend über die verbindlichen Kriterien, Erwartungen und Möglichkeiten der Initiative aufgeklärt. In einem gemeinsamen Abstimmungsprozess werden die verschiedenen PATRONS-Pakete vorgestellt und besprochen, um das passende Format für die spezifischen Bedürfnisse und Möglichkeiten des Unternehmens zu finden. Mit der Unterzeichnung der offiziellen Erklärung der PATRONS OF WELCOMING OUT bekräftigt das Unternehmen schließlich sein verbindliches Engagement für die Ziele und Werte der Initiative und wird bei Erfüllung der verbindlichen Kriterien offiziell Teil des wachsenden Netzwerks.

Ein effektives PATRONSHIP beginnt mit klarer Kommunikation. Nur wenn Mitarbeitende des jeweiligen PATRONS wissen, dass die Initiative WELCOMING OUT existiert, können sie unser Angebot annehmen und Teil der Initiative werden. Hierfür arbeiten wir eng mit unseren Ansprechpersonen bei den PATRONS zusammen, damit diese über die zur Verfügung stehenden Angebote informiert sind und diese unternehmensintern mit den Mitarbeitenden teilen können.

Gleichzeitig ist es für uns wichtig, unser Symbol und die dahinterstehende Idee generell in Gesellschaft bekannt zu machen. Hierbei verstehen wir Unternehmenskontexte und Gesellschaft nicht als zwei unabhängig voneinander existierende Sphären. Unternehmen und ihre Belegschaften sind auch immer Teil von Gesellschaft und wirken in dieser. Zusätzlich sind in Gesellschaft erreichte Einzelpersonen auch potenzielle Türöffner*innen zu möglichen neuen PATRONS. Daher finden Marketing-Aktivitäten, die sich an die breite Gesellschaft richten, auch abseits des PATRONS-Kosmos statt.



© Azouz-Fotografie

Beispiel

Ströer und hvv Fahrgast-TV

Wo ist Sichtbarkeit am besten, wenn nicht im alltäglichen Leben. Tausende Menschen nutzen täglich die öffentlichen Verkehrsmittel, egal ob auf dem Weg zur Arbeit oder Uni. Deshalb sind wir dank unserer starken PATRONS hvv und Ströer im hvv Fahrgast-TV und auf vielen digitalen OOH-Flächen von Ströer mehrmals im Jahr sichtbar.

© Azouz-Fotografie



(Wel)Coming Out Day

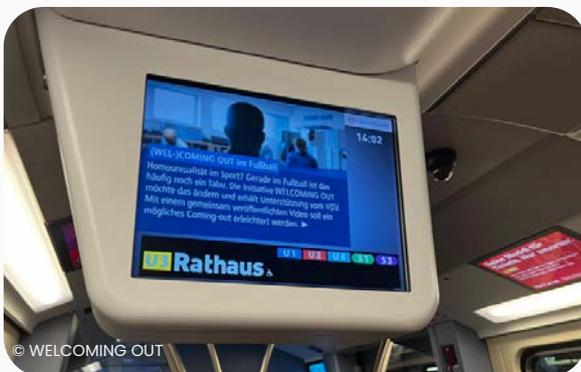
Am **11. Oktober** ist **Coming-Out-Day**. Für viele queere Menschen bleibt es schwierig, sich zu outen, da die Unsicherheit und die Angst vor Ablehnung groß sind. Zeig jetzt deine Akzeptanz mit dem Symbol von WELCOMING OUT und ermutige andere, zu ihrer geschlechtlichen Identität und sexuellen Orientierung zu stehen. ▶

© Max Remppe



Trage auch du den WELCOMING OUT Button

▶ Im Video kommt es zum Coming-out eines Spielers, nachdem er einen WELCOMING OUT Button an der Tasche des Kapitäns gesehen hat. Ein Symbol, das zum angstfreien Coming-out einlädt. Das funktioniert nicht nur im Sport, sondern überall: Auch der hvv unterstützt WELCOMING OUT. Willst auch du dich mit queeren Menschen verbündet zeigen? Alle Infos hier: welcoming-out.com



© WELCOMING OUT



© Luca Czerwonka

In Zusammenarbeit mit:



Beispiel

Christopher Street Day (CSD)



Wie schon in den vergangenen Jahren war es uns 2025 zum dritten Mal in Folge eine große Freude, wieder mit vollem Einsatz und eigenem Truck beim Christopher Street Day (CSD) in Hamburg dabei zu sein. Der CSD ist für uns weit mehr als nur eine Parade – er ist eine Demonstration, ein kraftvolles Statement für Sichtbarkeit, Vielfalt und die Rechte queerer Menschen. Gemeinsam mit tausenden Menschen aus der Community und ihren Allies konnten wir in einer bunten, energiegeladenen und ausgelassenen Atmosphäre Haltung zeigen.

Mit unserem Truck und dem WELCOMING OUT-Symbol setzten wir ein nicht übersehbares Zeichen für Solidarität, Akzeptanz und eine Gesellschaft, in der alle Menschen sie selbst sein können. Die Begeisterung, die uns entlang der Strecke entgegenschlug, hat uns einmal mehr gezeigt, wie wichtig diese Präsenz ist.

Für uns ist die Präsenz auf dem CSD auch deswegen besonders bedeutsam, weil wir dort viele Menschen auf unser Symbol aufmerksam machen können und zwar innerhalb und außerhalb der Community. Das ist deswegen so relevant, weil sowohl die sendende als auch die empfangende Seite die Botschaft von WELCOMING OUT kennen und verstehen muss.

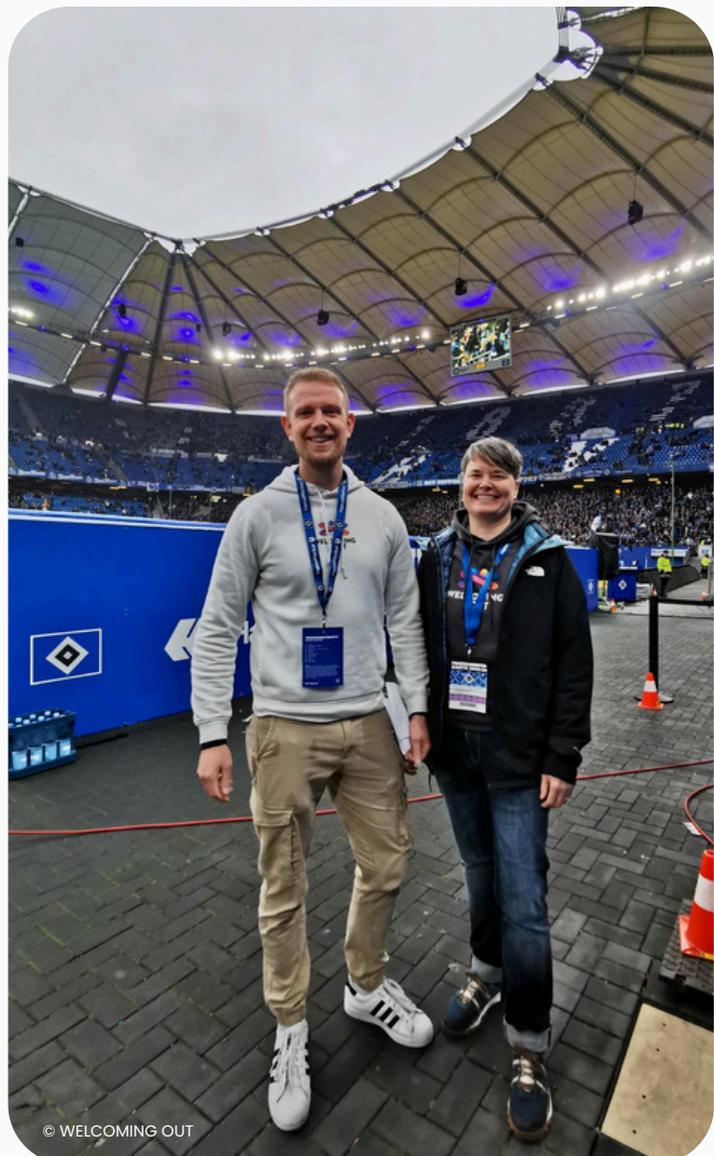
Beispiel

HSV Stadionshow-Ansprache

Fußball erreicht und begeistert wie kaum eine andere Sportart Millionen von Menschen – er verbindet Generationen, Kulturen und ganze Städte. Besonders in Hamburg hat der Sport einen festen Platz im Herzen vieler Menschen. Umso mehr erfüllt es uns mit Freude, mit dem HSV einen PATRON an unserer Seite zu haben, der nicht nur sportlich erfolgreich ist, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung übernimmt und sich für Vielfalt und Offenheit stark macht.

Zu den Heimspielen strömen zehntausende Fans ins Volksparkstadion, um gemeinsam mitzufiebern, zu feiern und Gemeinschaft zu erleben. Diese besondere Energie und Reichweite macht den HSV zu einem starken Multiplikator für unsere Botschaft. Unvergessliche Highlights waren daher auch die Jahre 2022 & 2023: Vor ausverkauftem Haus und 57.000 Zuschauenden durften wir unsere Initiative gleich zweimal als Teil der Stadionshow vorstellen.

Diese Momente haben uns gezeigt, wie kraftvoll Sichtbarkeit im richtigen Rahmen wirken kann. Durch die Unterstützung des HSV konnten wir nicht nur unsere Botschaft und unser Symbol weit über das Stadion hinaus tragen, sondern auch Menschen erreichen, die zuvor noch keinen Berührungspunkt mit dem Thema hatten.



In Zusammenarbeit mit:

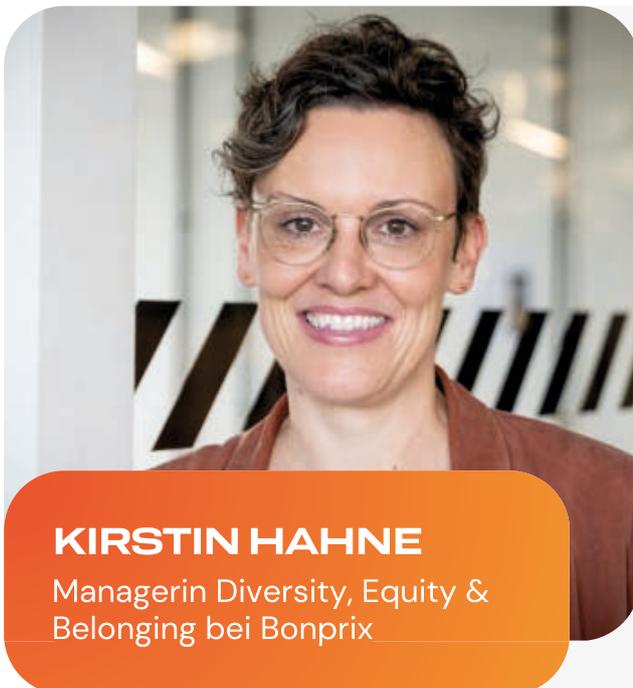


OUTPUT

Ansprache und aktive Einbindung der Ansprechpersonen

Durch interne Akzeptanz wird der Grundbaustein für den Erfolg der Initiative gelegt.

Damit das Movement auch im Unternehmen sichtbar wird, braucht es starke Persönlichkeiten, die Haltung zeigen. Jeder PATRON benennt eine oder mehrere Repräsentant*innen aus dem Senior Management oder darüber, die als Einzelperson dem PATRON ein Gesicht geben und sich mit einem Statement sowohl im Namen des PATRONS als auch als Privatperson positionieren. So wird das PATRONSHIP und insbesondere die Initiative WELCOMING OUT in der Organisation sichtbar und das Movement kann Fahrt aufnehmen.



KIRSTIN HAHNE

Managerin Diversity, Equity & Belonging bei Bonprix

*„Wir unterstützen die Kampagne als PATRON, um ihre Sichtbarkeit und Wirkung nach außen zu unterstützen. Und nach innen, um unseren queeren Kolleg*innen das Signal des Willkommenseins explizit auszusprechen.“*

„Gleichzeitig verkörpert WELCOMING OUT eine meiner wesentlichen Überzeugungen, die ich versuche in der Organisation zu teilen: Diversity geht uns alle an. Und dafür, dass alle sich zugehörig fühlen, braucht es manchmal genau die, für die das alltäglich und eine Selbstverständlichkeit ist.“

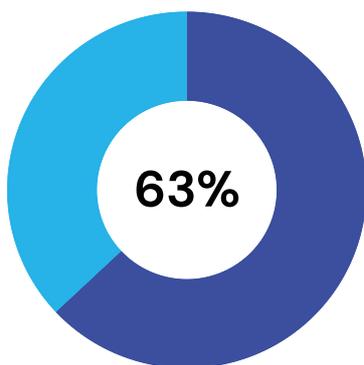
Diese persönlichen Statements der Repräsentant*innen verdeutlichen zwei Dinge: Nach außen schaffen sie gesellschaftliche Sichtbarkeit für Vielfalt und queere Akzeptanz, nach innen senden sie ein klares Signal der Zugehörigkeit an alle Mitarbeitenden. Indem sich Führungskräfte sowohl im Namen ihres Unternehmens als auch als Privatpersonen positionieren, wird deutlich: Hierbei handelt es sich einerseits um Unternehmenswerte und andererseits zeigt sich auch eine Einzelperson als verbündet. So wird zum einen deutlich, dass es unternehmerische Rückendeckung für das Thema gibt und zum anderen wird das Allyship konkreter und persönlicher.

OUTPUT

Erreichung und Sensibilisierung der Mitarbeitenden

Eine strukturierte interne Kommunikation – der Startpunkt für unser Movement

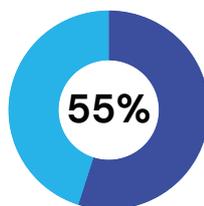
Damit das Movement wächst und das PATRONSHIP seinen Zweck erfüllt, müssen so viele Mitarbeitende wie möglich durch die Ansprechperson, in der jeweiligen Organisation erreicht werden.



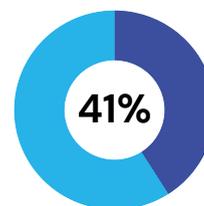
Bekanntheit von W.O.	Anzahl	Prozent	Kum.
Ja	126	63	63
Nein	54	27	90
Unsicher	20	10	100
Total	200	100	

Unsere quantitative Umfrage zeigt, dass das schon sehr gut gelingt. 63 % der Befragten ist WELCOMING OUT bereits bekannt.

Die Mitarbeitenden der PATRONS haben dabei auf ganz unterschiedlichen Wegen von der Initiative erfahren, sei es über interne Veranstaltungen des Arbeitgebers oder die direkte Führungskraft.



erfahren von W.O. über eine Veranstaltung des Arbeitgebers



erfahren von W.O. direkt über ihre Führungskraft

Zusätzlich zeigt sich, dass einige Personen auch außerhalb ihrer Arbeit von WELCOMING OUT erfahren haben, bspw. über unsere Beiträge im hvv-Fahrgast-TV, den Freund*innenkreis oder durch unsere mittlerweile 50.000 in Umlauf befindlichen Buttons.

Diese Vielfalt der Kommunikationswege zeigt: WELCOMING OUT erreicht die Menschen sowohl über **strukturierte interne Kanäle** als auch durch **organische Verbreitung im privaten und öffentlichen Raum** – ein Zeichen dafür, dass unser Symbol bereits über die Unternehmensgrenzen hinaus sichtbar ist.

OUTPUT

Ansprechpersonen bekennen sich zu WELCOMING OUT und treiben die Initiative voran

Sie übernehmen Verantwortung und stoßen interne Veränderungen für mehr Sichtbarkeit und Vielfalt an.

Um ein wirkungsvolles PATRONSHIP zu gewährleisten, braucht es die dauerhafte Unterstützung und eine kontinuierliche Kommunikation ebendessen in der Organisation durch die Ansprechpersonen. Hier zeigt sich, dass insbesondere eine strukturelle Einbettung der Zusammenarbeit mit W.O. im Unternehmen und eine klare Verantwortlichkeiten für das Thema entscheidend sind. Eine dauerhafte Implementierung in bestehende oder neue Unternehmensaktivitäten zeigt zusätzlich die größte Wirkung.



KIRSTIN HAHNE

Managerin Diversity, Equity & Belonging bei Bonprix

„Wir haben in den vergangenen Jahren mit verschiedenen Formaten und regelmäßiger Kommunikation zu verschiedenen Themen und Diversity-Dimensionen unsere Haltung immer wieder und nachhaltig deutlich gemacht. Dies sollte für alle Mitarbeitenden mittlerweile sichtbar und spürbar sein. Auch aus dem Konzernvorstand erhalten wir regelmäßig Rückendeckung und das klare Bekenntnis, als Unternehmen und Arbeitgeber zu unseren Werten zu stehen.“

Hier zeigen sich aber auch Bereiche in denen Verbesserungspotential besteht. Nicht alle PATRONS haben die Kooperation mit WELCOMING OUT in Abteilungen verortet, die sich überwiegend oder ausschließlich mit DEI-Themen beschäftigen.

Uns ist aber auch bewusst, dass dies gleichzeitig neue Chancen eröffnet: Denn dort, wo WELCOMING OUT in anderen Abteilungen angesiedelt ist, entstehen oft überraschende Synergien und das Thema Vielfalt wird in Bereiche getragen, die sonst weniger Berührung mit DEI-Themen haben – ein wertvoller Beitrag zur unternehmensweiten Verankerung von Inklusion.

OUTPUT

Die Mitarbeitenden nehmen WELCOMING OUT positiv an

Feedback bei PATRONS-Mitarbeitenden: Was bedeutet das W.O.-Symbol?

Ob die Kommunikation des PATRONSHIPS und die Bekanntmachung der Angebote durch die Mitarbeitenden wirklich angenommen wird, zeigt sich natürlich erst, wenn die Mitarbeitenden darauf reagieren und Feedback geben. Im Rahmen der Umfrage äußerten viele Personen, was sie mit unserem Symbol verbinden:



STIMMEN

„Ein angstfreies Coming-out von queeren Menschen gegenüber Menschen, die dem offen gegenüber stehen.“

„Dass man Leuten die Angst vor dem Coming-out nimmt und Homosexualität als etwas Normales darstellt, und nicht als Abweichung von der Norm.“

„An diesem Ort können sich Menschen als LGBTQIA outen, ohne Angst vor Anfeindungen oder Diskriminierung haben zu müssen.“

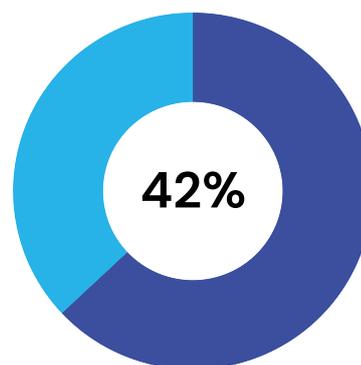
„Ein Symbol, das in der Gesellschaft getragen wird um zu verdeutlichen, dass alle Menschen okay sind wie sie sind und zu sich stehen können. Ein Zeichen der Ermutigung sich zu outen und zu sich zu stehen.“

„Nach außen zeigen, dass man offen für alle ist. Sich als Ally offensiv zeigen.“



Gleichzeitig beobachten wir bei unseren Veranstaltungen, dass nicht nur die Ansprechpersonen aus den jeweiligen PATRON-Organisationen teilnehmen, sondern auch zahlreiche weitere Mitarbeitende das Angebot aktiv wahrnehmen.

Sie bringen sich ein, zeigen Haltung und werden so Teil des Movements, das WELCOMING OUT über die Grenzen einzelner Unternehmen hinaus trägt.



der Befragten der Online-Umfrage fühlen sich durch WELCOMING OUT hinsichtlich Vielfalt und queerer Sichtbarkeit angesprochen.



CHRISTIAN THEIERL

Gleichstellungsbeauftragter
der Feuerwehr Hamburg

„Ich bin da von Anfang an begeistert gewesen, weil es gerade so in unserem männlich dominierten Bereich grundsätzlich die Herausforderung gab, wer positiv gegenüber queeren Menschen aufgestellt ist, der zeigt das weniger [...]. Von daher war das genau der richtige Ansatz für uns, das Thema aufzubrechen. Ich sehe auch, wie es funktioniert und wie viele Aufkleber hier jetzt mittlerweile sind. Dadurch hat sich, glaube ich, auch das Thema gut fortentwickelt.“

Diese ersten Rückmeldungen zeigen: WELCOMING OUT erreicht die Mitarbeitenden und stößt auf positive Resonanz. Die Symbole und Materialien werden nicht nur wahrgenommen, sondern schaffen bereits erste Gesprächsanlässe. Besonders wertvoll ist die Erkenntnis, dass die Initiative auch jene erreicht, die sich bisher zurückgehalten haben – nicht aus mangelnder Unterstützung, sondern weil ihnen bisher ein klares Signal oder eine Gelegenheit und das Bewusstsein sich aktiv als Ally zu positionieren, gefehlt hat. Das anfängliche Feedback deutet darauf hin, dass WELCOMING OUT auf einem guten Weg ist, unsichtbare Zustimmung zu sichtbarer Unterstützung zu transformieren.

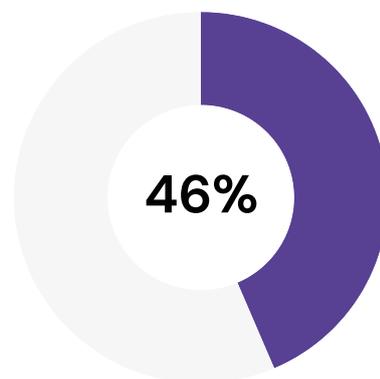
OUTCOME

Beide Zielgruppen verändern ihr Bewusstsein

Ansprechpersonen und Mitarbeitende entwickeln mehr Wissen und Verständnis für Vielfalt und Allyship.

Durch die kontinuierliche Kommunikation der Angebote des PATRONSHIPS und der gleichzeitigen Wahrnehmung der Botschaft von W.O. durch die Mitarbeitenden kann sich in der gesamten Organisation ein flächendeckendes Verständnis von Vielfalt und Solidarität entwickeln. Das Ziel hierbei ist, dass im Optimalfall alle Mitarbeitenden Kenntnis über queere Lebensrealitäten erlangen und insbesondere das Verständnis der Bedeutung von Allyship steigt. Sowohl die Interviews als auch die quantitative Umfrage zeigen, wir sind hier bereits auf einem guten Weg:

Knapp die Hälfte (46 %) der Befragten haben angegeben, dass die Initiative WELCOMING OUT ihre Aufmerksamkeit für die Themen Vielfalt und queere Inklusion verstärkt hat. Dabei verstehen die Mitarbeitenden das Symbol, als ein „sichtbares Zeichen, das queere Personen und Allys tragen/nutzen können, um sich selbst als Safe Space gegenüber queeren Personen zu outen.“ (Zitat Umfrage)

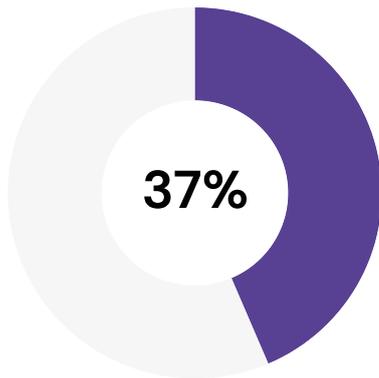


KIRSTIN HAHNE

Managerin Diversity, Equity & Belonging bei Bonprix

*„Durch die Zusammenarbeit mit WO und insbesondere durch die Schulungen zum Thema Allyship wurde für mich und meine Kolleg*innen noch einmal deutlicher, wie wir gute Allies für unsere Kolleg*innen sein können – auch ohne Expert*innen in allen Fragestellungen zu sein.“*

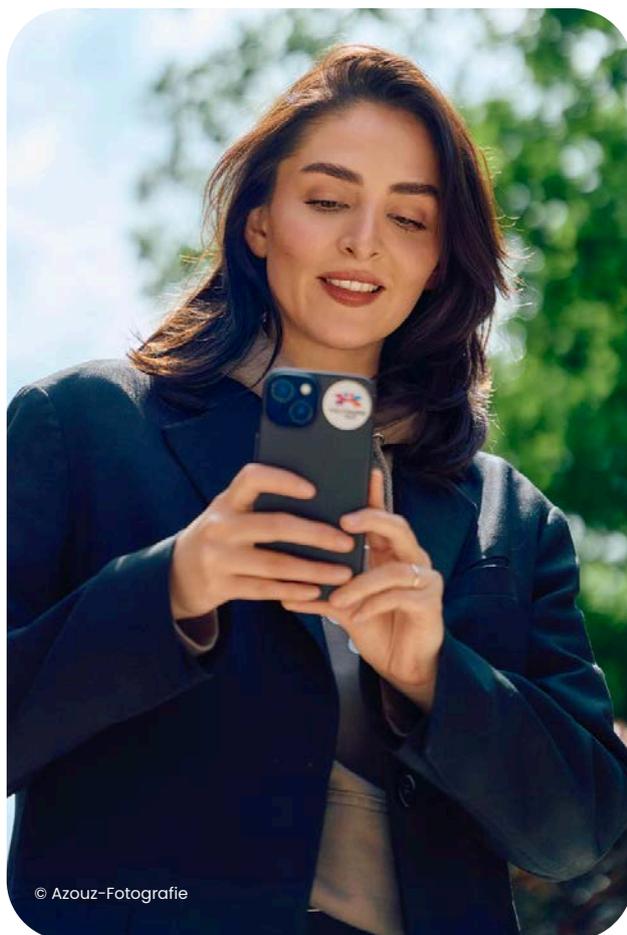
*„Mit Blick auf die Kolleg*innen, die sich aktiv für DE&B einsetzen, sind wir immer noch in einer Bubble. Aber die Bubble wächst.“*



37%
 der Befragten kannten
 WELCOMING OUT bisher nicht
 oder waren sich unsicher, trotz
 dessen, dass ihr Arbeitgeber/ihre
 Organisation als PATRON Teil der
 Initiative ist.

Außerdem erkennen sie in unserem Symbol einen gesellschaftlichen Auftrag: „Ein Umfeld zu schaffen, in dem sich queere Menschen wohl fühlen und ihre Identität ausleben können ohne Angst vor Diskriminierung zu haben.“ (Zitat Umfrage)

Gleichzeitig wissen wir aber auch, dass es trotz der vielen positiven Rückmeldungen und Entwicklungen immer noch Potential gibt: Daran arbeiten wir tagtäglich in enger Kooperation mit unseren PATRONS, denn nur wenn so viele Personen wie möglich sich als Ally positionieren, können wir unser Ziel eines Safer Spaces für queere Menschen erreichen.



OUTCOME

Beide Zielgruppen ändern ihr Handeln

Ansprechpersonen und Mitarbeitende zeigen sichtbar Haltung und fördern aktiv eine vielfaltsfreundliche Unternehmenskultur.

Neben der Veränderung des Bewusstseins und einer Steigerung des Verständnisses in Bezug auf queere Lebensrealitäten ist eine Sichtbarmachung des Allyships der Mitarbeitenden ein zentraler Punkt der Wirkungslogik.

Denn nur, wenn die vielfaltsfreundliche Einstellung nach außen aktiv gezeigt wird und vielfaltsfreundliches Verhalten Teil der Unternehmenskultur wird, kann ein Safer Space entstehen.



ANNINA BLEEK

SVP bei Ströer Media Solutions

"Ich gehe einfach bewusster mit dem Thema um. Es ist für mich eine Selbstverständlichkeit [offen gegenüber Vielfalt zu sein], aber eine bewusste Kommunikation, lauter über manche Themen zu sprechen und egal wie selbstverständlich es für einen ist, irgendwie klarzumachen, dass das etwas ist, was man halt auch vorleben sollte."

Genau hier liegt der Kern von WELCOMING OUT: Ganz viele Menschen haben eine offene Einstellung gegenüber queeren Menschen und Vielfalt und würden auf Nachfrage bestimmt auch äußern, dass das doch selbstverständlich ist. Das ist es eben leider nicht. Eine offene und vielfältige Haltung bzw. Einstellung kann man äußerlich nicht sehen. Sie muss aktiv gezeigt und kommuniziert werden:

„Ausgrenzung und Diskriminierung zu vermeiden, muss das Mindestmaß sein. Der Schritt zu echter Inclusion bzw. einem Zugehörigkeitsgefühl aller kommt dann – und braucht Offenheit, Akzeptanz und manchmal auch die Bereitschaft zur Veränderung und Abkehr von Gewohntem und Gelerntem.“ (Kirstin Hahne)

Auch im Engagement abseits der Symbol-Nutzung zeigen sich positive Entwicklungen. Viele Personen besuchen unsere Veranstaltungen. So z. B. unser Event zum 3-jährigen Jubiläum. Nicht nur die Ansprechpersonen der verschiedenen PATRONS waren anwesend, sondern auch weitere Mitarbeitende.



Echter Wandel entsteht also nicht durch passive Akzeptanz, sondern durch aktives Handeln. WELCOMING OUT macht deutlich: Vielfalt braucht Sichtbarkeit, Inklusion braucht Mut, und ein echtes Zugehörigkeitsgefühl entsteht nur dort, wo Menschen bereit sind, gewohnte Pfade zu verlassen, gewohnte Denkmuster aufzubrechen und Veränderungen auch zu leben.

Erst wenn vielfaltsfreundliches Verhalten zur gelebten Selbstverständlichkeit wird, entstehen die Safer Spaces, in denen sich alle Mitarbeitenden authentisch entfalten können.

OUTCOME

Lebenslage der Zielgruppen verändert sich

Queere Mitarbeitende erleben ein sichereres Umfeld, und die Organisation wird als offener und unterstützender wahrgenommen.

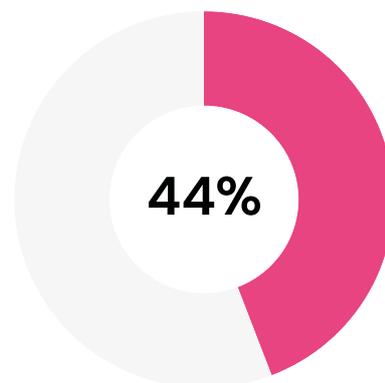
Durch die Veränderung im Verhalten in Bezug auf queere Themen und damit verbunden die klare Positionierung von Allies, zeigt sich häufig eine Verbesserung der Arbeitsatmosphäre für queere Menschen. Auch unser Symbol trägt genau dazu bei:



„Wenn man über ein Outing in seinem Kollegenkreis nachdenkt, dann hat man eine eigene Karteikarte im Kopf. Der hat mal das gesagt, der hat mal das gesagt, der ist safe, der ist nicht safe, wo kannst du vielleicht wie was thematisieren. Da war tatsächlich für mich klar, ich brauche diese Karteikarte eigentlich gar nicht, wenn die Menschen das von sich aus signalisieren, wie sie zum Thema stehen. Genau das zeigt sich auch bei uns hier im Büroalltag.“

Gleichzeitig bestätigen die Ergebnisse der Umfrage diesen Eindruck. Durch die Initiative WELCOMING OUT werden Organisationen insgesamt als offener und sicherer wahrgenommen.

„Gleichzeitig ist ein "WELCOMING OUT" eine Möglichkeit zu einem Signal ohne Selbstoffenbarung. Auch eine queere Person kann so sichtbar machen, dass er*sie safe ist, ohne sich selbst outen zu müssen.“ (Zitat Umfrage)



der Befragten haben angegeben, dass Vielfalt und Inklusion von ihrem Arbeitgeber gefördert wird.

© Azouz-Fotografie



CHRISTIAN THEIERL

Gleichstellungsbeauftragter
der Feuerwehr Hamburg

„Manchmal wird [das Symbol] auch von queeren Personen genutzt. Also das Signal hängt schon an der Tür. Das wird dann als Einstieg in ein Gespräch genutzt, dass man sagt, ich habe gesehen, du hast da draußen den Aufkleber. Ich würde dir in dem Zuge noch mal was sagen.“

So entsteht ein positiver Kreislauf: Sichtbare Signale schaffen Klarheit, Klarheit schafft Vertrauen, und Vertrauen ermöglicht authentische Begegnungen. Mitarbeitende fühlen sich sicherer, kommunizieren offener und erleben, dass Vielfalt aktiv gelebt wird. Queere Kolleg*innen gewinnen Zugehörigkeit und Selbstvertrauen, während Allies ermutigt werden, Haltung zu zeigen und Veränderung voranzutreiben.

WELCOMING OUT macht unsichtbare Haltungen sichtbar und entfaltet Wirkung, die über die Organisation hinausstrahlt. Arbeitsplätze werden zu Orten, an denen Vielfalt nicht nur akzeptiert, sondern gelebt wird – ein Beitrag zu einer offenen, solidarischen Gesellschaft.



IMPACT

Gesellschaft verändert sich

Von der Organisation in die Gesellschaft: Wie WELCOMING OUT Vielfalt sichtbar macht und gesellschaftlichen Wandel anstößt.

1

Die PATRONS stoßen gemeinsam mit WELCOMING OUT ein Movement an

– durch finanzielle Unterstützung, interne Reichweite und ihre Strahlkraft, versetzen die PATRONS WELCOMING OUT in die Lage, auch abseits von unternehmerischen Kontexten in Gesellschaft als Ganzes zu wirken.

3

Aus Vielfalt am Arbeitsplatz wird gesellschaftlicher Wandel

Die Offenheit im Unternehmen strahlt in Familien, Freund*innenkreise und Gemeinschaften aus. Mitarbeitende werden zu aktiven Botschafter*innen der Offenheit. Sie nehmen ihre in beruflichen Kontexten gewonnene Sensibilisierung auch in private Kontexte mit. Das verändert nicht nur Unternehmen – es verändert die Gesellschaft.

2

WELCOMING OUT verwandelt Organisationen von innen heraus

– aus Arbeitsplätzen werden Orte der Begegnung, aus Kolleg*innen werden Verbündete. WELCOMING OUT macht Zugehörigkeit spürbar, nicht als Privileg weniger, sondern als selbstverständliches Recht aller. Da Organisationen auch Teil von Gesellschaft sind, findet durch ihre Weiterentwicklung auch eine Veränderung in Gesellschaft im Ganzen statt.





TEIL B

Organisationsstruktur

Unsere Eckdaten



© Azouz-Fotografie

Name

WELCOMING OUT

Sitz der Organisation

Hamburg

Gründung

Frühjahr 2021

Registereintrag

HRB 169654

Rechtsform

Gemeinnützige
Unternehmergeellschaft
(haftungsbeschränkt)

Postanschrift

Barmbeker Straße 71
22303 Hamburg

E-Mail-Adresse

info@welcoming-out.com

Homepage

www.welcoming-out.com

Unser Team

Das Team von WELCOMING OUT vereint Menschen, die sich mit Leidenschaft für Vielfalt, Sichtbarkeit und eine diskriminierungsfreie Arbeitswelt einsetzen. Mit unterschiedlichen Hintergründen, Erfahrungen und Kompetenzen arbeiten wir gemeinsam daran, Unternehmen zu begleiten, Dialog zu fördern und gesellschaftlichen Wandel anzustoßen.



Markus Hoppe

Geschäftsführung & Bildung



Vanessa Lamm

Geschäftsführung



Daniel Kaesmacher

Sales & Partnerships



Vanesa Engelhardt

Social Media Marketing



Maylin Rivero

Social Media Marketing



Geschäftsführung

trägt die strategische Verantwortung, ist für den kompletten administrativen Bereich zuständig und sorgt für die langfristige Ausrichtung und Entwicklung der Organisation. Markus und Vanessa sind zugleich die Gründer*innen von WELCOMING OUT und repräsentieren die Initiative nach außen.

Sales & Partnerships

ist verantwortlich für die strategische Gewinnung und Betreuung von Unternehmen und Organisationen als PATRONS OF WELCOMING OUT. Ziel ist, dass PATRONS langfristig engagiert bleiben und ihre Zusammenarbeit mit WELCOMING OUT stetig ausbauen. Dabei bringt Daniel nicht nur seine mehrjährige Erfahrung im ehrenamtlichen und freiberuflichen Engagement für WO ein, sondern nutzt auch bewusst seine Rolle als heterosexueller Cis-Mann, um andere nicht-queere Menschen zu sensibilisieren und zu aktivieren. Als aktiver Ally spricht er gezielt Organisationen an, um sie als PATRONS zu gewinnen und für die Bildungsformate zu begeistern. Sein Ziel ist es, ein angstfreies und gerechtes Miteinander für alle zu fördern.

Marketing

ist für die Kommunikation und Content-Planung verantwortlich. Zielgerichtete Kampagnen zur Steigerung der Sichtbarkeit, von Social-Media-Inhalten über Öffentlichkeitsarbeit bis hin zur Erstellung des WELCOMING-OUT Newsletters und sämtlichen Materialien für die externe Kommunikation.

Bildungsbereich

ist zuständig für die Entwicklung und Durchführung von Workshops und anderer Bildungsformate für Organisationen. Die je nach Bedarf des Unternehmens spezifischen Formate vermitteln fundiertes Wissen rund um geschlechtliche und sexuelle Vielfalt und schaffen gleichzeitig Sichtbarkeit für diese wichtigen Themen. Bei der (Weiter-)Entwicklung unserer Weiterbildungsformate setzen wir ebenfalls auf externes Know-How und lassen uns von freiberuflichen Expert:innen unterstützen.

Events

sind echte Gemeinschaftsaufgaben bei WELCOMING OUT: Ob Planung, Organisation oder Durchführung – alle im Team bringen sich mit ein. Auch wenn es keinen eigenen, klar abgegrenzten Aufgabenbereich gibt, prägen Veranstaltungen einen großen Teil unseres Engagements.

Ausblick & Weiterentwicklung

WELCOMING OUT wirkt! Wir konnten mit WELCOMING OUT ein echtes Movement in Hamburg und darüber hinaus anstoßen und ein wirkungsvolles Symbol für die Akzeptanz von queerer Vielfalt etablieren.

Die dokumentierten Erfolge und die Resonanz zeigen deutlich: Unser Ansatz trägt Früchte und schafft nachhaltige Veränderungen in den teilnehmenden Unternehmen und darüber hinaus. Dennoch verstehen wir diese Erfolge nicht als Endpunkt, sondern als Ausgangspunkt für die kontinuierliche Weiterentwicklung und stetiges Wachstum auf dem Weg zu unserem Ziel/unsere Vision: Eine inklusive und offene Gesellschaft, in der sich alle queeren Menschen frei und ohne Angst entfalten und leben können.

Dabei können wir auf ein starkes Bündnis bauen. Durch die Zusammenarbeit mit unseren PATRONS haben sich wertvolle Erfahrungen entwickelt und starke Netzwerke etabliert. Diese gewachsene Verbindung zeigt, welche positiven Veränderungen möglich werden, wenn Menschen zusammenwirken. Es liegt nun an uns allen, diese Dynamik aufrechtzuerhalten und die begonnenen Wege gemeinsam weiterzugehen – denn nur durch kontinuierliches Engagement können wir die Vision einer offeneren Gesellschaft Schritt für Schritt verwirklichen.

Aktuelle politische und gesellschaftliche Entwicklungen – sowohl national als auch international – machen deutlich, wie wichtig unsere Arbeit und das Engagement unserer PATRONS ist. In Zeiten, in denen verschiedenste Minderheiten oder weniger privilegierte Gruppen unter Druck geraten, setzen wir gemeinsam bewusst Zeichen. WELCOMING OUT steht für eine offene und vielfältige Gesellschaft. Diese Haltung werden wir auch weiterhin mit Nachdruck vertreten und durch unser Handeln untermauern.



Unterstützung von Organisationen beim Aufbau einer diskriminierungssensiblen und vielfältigen Kultur – durch Sichtbarkeit, Bildung und solidarisches Handeln.



Für eine Gesellschaft, in der queere Menschen sicher, selbstbestimmt und gleichberechtigt leben und wirken.

Die Zusammenarbeit mit unseren PATRONS und die Resonanz aus der Gesellschaft motivieren uns, weitere Unternehmen und Entscheidungsträger*innen von unserer Initiative zu überzeugen. Die Auszeichnung als eines der drei besten Projekte in der Kategorie Contribution to LGBTQIA+ beim diesjährigen Impact of Diversity Award im Juli 2025 gibt uns dabei den nötigen Rückenwind.

Wir möchten WELCOMING OUT auch weiter über Hamburg und Norddeutschland hinaus etablieren und auf nationaler Ebene gesamtgesellschaftlich ein echtes Movement anstoßen. Daran arbeiten wir bereits und können, dank unserer starken PATRONS und Netzwerke, auf ein starkes Fundament bauen, welches uns ermöglicht bereits 2026 den Blick außerhalb Hamburgs auf die Metropole München zu legen. Dieser Outreach wird es uns ermöglichen, überregionale Synergien zu schaffen und ein bundesweites Netzwerk für LGBTQ+-Inklusion aufzubauen.

Unsere Weiterentwicklung verstehen wir dabei nicht nur quantitativ, sondern vor allem qualitativ: Wir wollen tiefer wirken, nachhaltigere Veränderungen bewirken und noch mehr Menschen erreichen. Hierzu werden wir zukünftig auch noch stärker auf die Wünsche der PATRONS an die Ausgestaltung der Zusammenarbeit eingehen. Die Grundlage dafür bilden neben den Erfahrungen der bisherigen Zusammenarbeit zukünftige Bedarfsabfragen – eine starke Basis für die kommenden Herausforderungen und Chancen.

Möchtest auch Du uns auf diesem Weg begleiten und unterstützen?!

Egal ob Einzelperson oder mit deiner Organisation:

HAB DEIN WELCOMING OUT ODER WERDE TEIL DER PATRONS!



© Azouz-Fotografie

KONTAKTIERE UNS



IMPRESSUM

Rechtsform/

WELCOMING OUT gUG
(haftungsbeschränkt)

Geschäftsführung/

Vanessa Lamm
Markus Hoppe

Inhaltlich verantwortlich/

Ulukbek Beishekeev
Florian Krichler
Khadija Sonst
Markus Hoppe

Design/

Khadija Sonst

Telefon/

+49 (0)40 278 812 08

E-Mail/

info@welcoming-out.com

Website/

www.welcoming-out.com

Adresse/

Barmbeker Straße 71
22303 Hamburg

© Azouz-Fotografie

QUELLEN

FRA – European Union Agency for Fundamental Rights (2024): LGBTIQ Equality 2023 Survey – A long way to go for LGBTIQ equality. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2811/067137

Frohn, D. & Heiligers, N. (2024). „Out im Office?!“ Die Arbeitssituation von LSBTIQA Personen in Deutschland.* Köln: IDA | Institut für Diversity- und Antidiskriminierungsforschung.

Kalkum, D. & Otto, M. (2017). Diskriminierungserfahrungen in Deutschland anhand der sexuellen Identität: Ergebnisse einer quantitativen Betroffenenbefragung und qualitativer Interviews. Berlin: Antidiskriminierungsstelle des Bundes.

Klinger, C., Ball, J., Klassen, S., & Beelmann, A. (2024). Mental health of non-binary youth: A systematic review and meta-analysis. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, 18, 82. <https://doi.org/10.1186/s13034-024-00822-z>