

Nach Social-Media-Kampagne

Toyota zieht Unterstützung der LGBTIQ-Community zurück



Toyota zieht Unterstützung zurück

Quelle: Unsplash/ Alexander Londoño

Nach einer Kampagne des Aktivisten Robby Starbuck hat der Autohersteller Toyota mitgeteilt, keine «Pride»-Paraden und Ähnliches mehr zu unterstützen. Auch der Werbevertrag für die Olympischen Spiele läuft 2025 aus.

Der Autohersteller Toyota hat nicht nur seine Werbepartnerschaft mit dem Komitee der Olympischen Spiele beendet, er hat auch seine Unterstützung gegenüber der LGBTIQ-Community aufgehört. Dies teilte der Konzern kürzlich per E-Mail seinen über 370'000 Mitarbeitern mit, wie verschiedene Medien berichteten. Toyota hatte unter anderem LGBTIQ-Sommerncamps für Kinder und «Pride»-Paraden unterstützt und hatte sich den DEI-Regeln (Diversity, Equality, Inklusion; dt. Diversität, Gleichberechtigung, Inklusion) verpflichtet.

Wichtigste Kundengruppe vernachlässigt

Grund für die Kursänderung war scheinbar der Druck, den ein US-amerikanischer Aktivist aufgebaut hatte. Robby Starbuck, der allein bei der Plattform X mehr als 650'000 Abonnenten hat, hatte Toyota vorgeworfen, mit seinem Engagement für die LGBTIQ-Ideologie eine seiner wichtigsten Kundengruppen zu vernachlässigen, nämlich Familien, die sich nur selten für diese Anliegen interessierten. Starbuck rief seine Follower zudem auf, sich per E-Mail an den Kundenservice des Unternehmens zu wenden. Dieser Druck erzeugte vermutlich das Umdenken des weltweit zweitgrössten Autoherstellers.

Bereits im September hatte Toyota angekündigt, den Sponsorenvertrag mit den Olympischen Spielen auslaufen zu lassen. Dies wurde damit begründet, dass die Spiele immer stärker politisiert würden. Im Zusammenhang mit den diesjährigen Olympischen Spielen in Paris war auch die [LGBTIQ-Ideologie](#) stark gepusht worden.

Gegen Ideologien am Arbeitsplatz

Auch andere grosse Unternehmen wurden durch das Engagement von Robby Starbuck zur Kursänderung gebracht und zogen ihre Unterstützung der LGBTIQ-Community zurück. Dazu gehören die Firmen Ford Motor, John Deere, Harley-Davidson und Jack Daniel's.

Starbucks Motivation bezieht sich auf die nach eigenen Aussagen vermehrten Hinweise, dass an immer mehr Arbeitsplätzen diverse Ideologien verbreitet würden. In einem kürzlichen Interview erklärte er: «Was wir mit diesen Kampagnen erreichen möchten, ist, dass die Arbeitsplätze wieder zu Arbeitsplätzen werden, ohne politische oder soziale Themen, die die Gemeinschaft spalten.»

Zum Thema:

[Ehemalige LGBT-Aktivistin: «Es war eine Zeitverschwendung»](#)

[Zur Teilnahme an Parade gezwungen: Mutter kämpft gegen LGBT-Indoktrination in der Schule](#)

[Kooperation mit Toyota: Land der Bibel sorgt für solide Elektroauto-Grundlage](#)

Datum: 17.10.2024

Autor: Rebekka Schmidt

Quelle: Livenet / kath.net / Evangelico Digital

Tags

[Politik](#)

[Ethik](#)