

Die unheimliche Kraft der Klischees

KOLUMNE MANUELA ROUSSEAU, AUFSICHTSRÄTIN



Mehr Frauen an den Unternehmensspitzen – das würde der deutschen Wirtschaft guttun. Warum also lassen wir sie nicht endlich ran?

„Frauen haben keine Veranlagung zur Führungskraft. Sie sind viel zu emotional.“ Das konstatierte ein älterer, männlicher Aktionär coram publico auf der Hauptversammlung des Konsumgüterkonzerns Beiersdorf. Nur fünf Jahre ist das her. Fünf, nicht 50. Es herrschte Stille im Saal, als der Redner vom Pult ging, dann folgte Applaus. Meine beiden Aufsichtsratskolleginnen und ich schauten vom Podium in den Saal und waren hin- und hergerissen zwischen Entsetzen und der Hoffnung, es handele sich hier um die „Versteckte Kamera“. Mir stockte der Atem, mein erster Impuls: Ich wollte mich sofort rechtfertigen. Meine Hand glitt zur Mikrofontaste, um das Wort zu ergreifen. Ich zog sie zurück, weil mir klar wurde, dass wir Frauen an diesem Tag nicht mehr aus der Schublade herauskommen würden. Ich hätte in dem Moment nur ein Klischee bedient.

Tag für Tag erlebe ich, wie tief solche Stereotype in unserer Gesellschaft verankert sind und wie sie die Karrieren von klugen, engagierten Frauen blockieren. Fakt ist, dass Frauen ihre fachlichen Qualifikationen ebenso wie ihre persönlichen Stärken einbringen wollen. Doch ihr Potenzial wird zu oft ausgebremst, weil in weiten Teilen der Wirtschaft noch immer die Regeln der Old Boys gelten: absolutistische Herrschafts- und Führungsansprüche und starre Hierarchien.

Es ist doch absurd, dass wir Frauen nicht mehr Verantwortung übertragen. Zahlreiche Studien belegen: Mädchen haben bessere Noten und Schulabschlüsse als Jungs. Auch in der Führungsetage profitieren Unternehmen von Frauen, wie das Washingtoner Institute of Economics nach einer beeindruckend breit angelegten Analyse von über 20 000 Unternehmen in 90 Ländern herausfand. In Firmen, in denen der weibliche Anteil in Top-Positionen über 30 Prozent lag, nahm auch der Profit um 15 Prozent zu. Ich bin überzeugt: Wir brauchen mehr Frauen, die sich mutig an die immer noch männlich dominierte Unternehmensspitze wagen. Und wir brauchen weitsichtige Männer, die erkennen, dass sie oder ihr Unternehmen nicht zu Verlierern werden, nur weil es eine Quote gibt. Daher gebe ich dem Wort „Ziele“ statt „Quote“ den Vorzug und plädiere dafür, Gleichstellung und Diversität zu harten und messbaren Unternehmenszielen zu machen, die sich wirtschaftlich auszahlen.

Damals im Hamburger Congress Centrum habe ich mich gefragt: Was wäre wohl passiert, wenn die Hälfte der 1200 überwiegend männlichen Aktionäre im Saal weiblich gewesen wäre? Hätte der Redner gewagt, das Wort zu ergreifen? Oder hätte ein höherer Frauenanteil im Saal seinen irrelevanten Beitrag im Keim erstickt? Frauen sollten ihre Karriere im Blick haben und ebenso das eigene Geld, um sich wirtschaftlich unabhängig zu machen und in Aktien zu investieren. Nicht zuletzt, um auch im Publikum von Hauptversammlungen wichtige Debatten mitzubestimmen. Wer rückwärtsgewandte Reden schwingt oder an widerlegten Klischees festhält, schadet dem Wirtschaftsstandort Deutschland. Den Mut, daran etwas zu ändern, sollten wir alle aufbringen. ■