Zeitschrift: RosaRot : Zeitschrift für feministische Anliegen und Geschlechterfragen
Herausgeber: Redaktionskollektiv RosaRot
Band: - (2014)
Heft: 47

Artikel: Girls Drive?! : Nein danke, ich geh lieber zu Fuss!
Autor: Zoe, Dolores
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-631765

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Girls Drive ?! Nein danke, ich geh lieber zu Fuss!

Kennst du *Girls Drive* ? Seit über einem Jahr liegt die Zeitschrift an der Uni Zürich und anderen Hochschulen auf. Was daherkommt wie eine hippe *Annabelle*, will uns Studentinnen die Emanzipation als neoliberales Karrieretool verkaufen.

von DZ

Pause am Deutschen Seminar der Uni Zürich. Ich schlendere die Treppe hinunter und bleibe wie immer vor dem roten Sideboard mit seiner kunterbunten Auslegeordnung an Flyern, Agenden und Magazinen stehen. Mein Blick schweift über das Zettelsammelsurium und bleibt auf einem Stapel ordentlich platzierter Zeitschriften ruhen. *Girls Drive*?! Dieses Magazin habe ich noch nie gesehen, dabei gehe ich doch fast täglich hier ein und aus. Mein Herz schlägt schneller. Endlich ein Frauenmagazin an der Uni! Ich schnappe mir ein Exemplar und setze mich auf die Treppenstufen vor dem Hauseingang. *Girls Drive – das Karrieremagazin für Studentinnen mit Drive* entpuppt sich als Zeitung im grossen Tabloidformat. Ich halte die Ausgabe No. 4 in den Händen. Ein düsteres Gesicht blickt mir frontal entgegen, Augen und Nase sind diabolisch schwarz bemalt, der Mund skelett- oder narbenartig gezeichnet. Ich muss an Corpsepaint, die Gesichts- und Körperbemalung im Metal denken. Hier aber mischt sich eher Gothic-Chic-Ästhetik mit Ethno-Folklore. Die Kinnpartie des Gesichts ist überschrieben mit «Honduras», und weiter: «Karriere im brutalsten Land der Welt». Tatsächlich habe ich mir im Zusammenhang mit Honduras noch nie karrieretechnische Überlegungen gemacht – möglicherweise also eine vorurteilsfreie und originelle Herangehensweise an das mittelamerikanische Land? Ich schlage die Zeitung auf und tauche hinter den zartrosa gehaltenen Seiten und grossen schwarzen Lettern ab.

Freiwillige Milizionärinnen

Der Tauchgang währt nicht lange. Bereits im Editorial stolpere ich über das generische Maskulinum und das emphatische «Engagiert euch!», mit dem die «Investorin und Philanthropin» Carolina Müller-Möhl uns Studentinnen die Freiwilligen- bzw. Gratisarbeit im Dienste der Gesellschaft schmackhaft machen will. Dabei weist Müller-Möhl, die u.a. Mitglied der Verwaltungsräte *NZZ AG*, *Bertelsmannstiftung* und *Avenir Suisse* ist, löblicherweise darauf hin, dass der Grossteil der unbezahlten Arbeit in der Schweiz noch immer von Frauen verrichtet wird. Diesen Umstand gilt es aber anscheinend weder genauer zu beleuchten noch kritisch zu hinterfragen. Vielmehr schliesst Müller-Möhl ihr Editorial folgendermassen:

«Solange die Vereinbarkeit von Beruf und Familie noch immer auf den hinteren Rängen der politischen Agenda figuriert, solange es immer noch mühsam ist, als top ausgebildete Frau mit Kindern Karriere zu machen und auf den Chefetagen immer noch eine männliche Monokultur herrscht, sind wir nicht da, wo wir hinkommen wollen und hingehören. Gerade Studentinnen und junge Frauen, die sich nicht mehr mit dem Wertekanon ‹Kinder, Kirche, Küche› abfinden wollen, sind gefordert, sich für ihre Interessen einzusetzen. Nicht nur in Wahlen und Abstimmungen, sondern auch als freiwillige ‹Milizionärinnen›, um einzufordern, was uns freiwillig nicht gegeben wird. Generationen von Frauen haben das Terrain schon vorbereitet. Und sie haben viel erreicht. Mit Hartnäckigkeit, aber auch, weil es Spass macht, sich zu engagieren.» (GD No. 4, 2)

Ganz zu Recht analysiert Müller-Möhl, dass die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein drängendes politisches Problem ist, dem noch immer viel zu wenig Aufmerksamkeit und vor allem zu wenig Tatendrang gewidmet wird. Dass den durch Patriarchat und Kapital gestützten Unternehmensstrukturen durch Freiwilligenarbeit der «Studentinnen» – es ist das erste und einzige Mal in diesem Editorial, dass ein generisches Femininum verwendet wird – beizukommen sei, ist jedoch ein Argument, das mir beim besten Willen nicht einleuchten will. Was uns freiwillig nicht gegeben wird, dafür müssen wir freiwillig arbeiten?! Das stinkt irgendwie nach marktkonformer Selbstoptimierung. Soziale und strukturelle Probleme, welche nicht zuletzt gehäuft auch an diversen Bildungsinstitutionen und in der Forschung zu finden sind, bleiben dabei auf der Strecke. Ungleichheit, Misserfolg und Armut muss in einer entsolidarisierten Gesellschaft halt jedeR für sich ertragen.

Die Aussage «junge Frauen, die sich nicht mehr mit dem Wertekanon ‹Kinder, Kirche, Küche› abfinden wollen» zeugt daneben von zweierlei: Zum einen ist dieser Satz Hohn in den Ohren unserer feministischen Vor- und Mitstreiterinnen, denen ebendieser Wertekanon unterstellt wird, und verkennt damit die gefochtenen Kämpfe und die Emanzipationsbestrebungen in verschiedensten gesellschaftlichen – auch theologischen! – Bereichen der vergangenen sechzig Jahre komplett. Zudem negiert dieser Satz die selbstbestimmte Handlungsfähigkeit jener jungen Frauen, die sich sehr wohl mit ihrem Glauben, dem Muttersein und der Haushaltsarbeit auseinandersetzen und identifizieren können. «Kinder, Kirche, Küche» wird hier mit Rückständigkeit und Naivität assoziiert, wohingegen aufgeklärte Studentinnen ganz dem protestantischen Arbeitsethos verpflichtet werden: Ihr seid erfolgreich, weil ihr so hart arbeitet. Und dieses ganze «freiwillige» Engagement muss uns auch noch Spass machen! Da kommt mir die Frage, ob frühe gesellschaftliche Zwänge und Konventionen nicht ehrlicher waren: Zumindest wusste frau, wogegen sie sich wehren kann.

Female High Potentials

In den *Girls Drive*-Mediadaten 2014, welche auf der Website zugänglich sind, wird das Programm des Magazins folgendermassen umschrieben:

«Warum braucht es ein Karrieremagazin für Studentinnen?
1. Es gibt noch keines!
2. Frauen stellen die Mehrheit der Uni-Abgänger
3. Junge Frauen suchen nach neuen Rollenvorbildern
4. Die Wirtschaft braucht *Female High Potentials*
5. Und: Junge Karrierefrauen wünschen sich mehr als Ausgeh- oder Fashionmagazine.»

Wir Studentinnen sind hier also (in der Reihenfolge des Auftretens): Frauen, Uni-Abgänger, junge Frauen, *Female High Potentials*, junge Karrierefrauen. Geht es hier wirklich um weibliche Studierende? Ein auffällig geschlechter-unsensibler Sprachgebrauch, scheint mir. Sodann wird suggeriert, dass wir jungen Frauen neue Vorbilder bräuchten, welche uns in *Girls Drive* in Form diverser Porträts erfolgreicher CEOs und Karrierefrauen angeboten werden. Falls dies ein unterschwelliges Plädoyer für mehr Frauen in Kaderpositionen sein sollte, wäre auch verständlich, warum *Girls Drive* vom Gleichstellungsbüro des Kantons Zürich unterstützt wird.

Aus feministischer Perspektive scheint es mir aber zunächst einmal fraglich, ob wir jungen Frauen diesem Bedürfnis der neoliberalen Marktwirtschaft überhaupt entsprechen wollen. Vor allem aber wehre ich mich explizit dagegen, dass dies nur durch einen Bruch mit bestehenden Frauenvorbildern vonstatten gehen könne. Ich sehe sehr wohl ein, dass viele junge Frauen sich erst dann trauen, Karriere zu machen, wenn sie sehen, dass dies überhaupt möglich ist – sei es auf kapitalistisch-konventionellem oder unkonventionellem Wege (für letzteres wird in *Girls Drive No. 4* Gabriela Manser, die CEO von *Goba Schweiz AG*, ins Feld geführt – sie hat nicht studiert).

Zwei Momente dürfen meines Erachtens dabei jedoch nicht unterschlagen werden: Indem eine junge Generation sich abgrenzt, schliesst sie auch immer an bestehende Umstände an. Nur wenn frau mit diesen vertraut ist, vermeidet sie, stets wieder in die gleichen Fallen zu tappen. Als zweites Moment gilt es zu betonen, dass Frauen in politischen wie wirtschaftlichen Chefpositionen – das Maskulinum ist hier bewusst gewählt – vor allem dann Anerkennung finden, wenn sie bewusst ‹männliche› Attribute an den Tag legen. Oder aber, ein Argument neueren Datums: Sie wirtschaften ethisch-sozialverträglich und entscheiden ‹weiblich›. So oder so bewegt frau sich in patriarchal geprägten Gefilden und muss darum doppelt aufmerksam sein bezüglich historischen wie strukturellen Bedingungen, denn: Erlaubt ist, was nicht stört! Nicht zuletzt scheint es dem *Girls Drive* doch nicht allzu weit her zu sein mit den Kaderfrauen: Die Zeitung ist ein Tochtermagazin von *Ladies Drive – das Businessmagazin für Ladies mit Drive.* Beide Zeitschriften werden zwar redaktionell von Frauen geleitet, der Vorsitzende der *Swiss Ladies Drive GmbH*, welcher die Businessmagazine angehören, ist jedoch mit Sebastian Treibel als ‹General Manager› (oder CEO) ein Mann (s. Mediadaten 2014).

Tu mehr! Besser!

Was in diesem *Karrieremagazin für Studentinnen mit Drive* vorherrscht, ist die penetrante Pflicht zu einem Erfolg, der sich an rein wirtschaftlichen Leistungsprinzipien bemisst. Frauen, die berufstätig sind *und* Kinder haben, scheinen in dieser Zeitungswelt eigentlich nicht vorgesehen – ganz zu

schweigen von Frauen, die keine Karriere machen wollen. Was stattdessen in *Girls Drive* propagiert wird, ist das Bild junger, wissbegieriger Frauen, die sich arbeitswillig, flexibel und genussvoll dem Credo von «Mehr Engagement!» unterwerfen; oder, wie es andernorts in den Mediadaten auch heisst: «Tu mehr! Besser!».

Dazu passt, dass wir jungen Frauen uns heute anscheinend nicht mehr auf Familien- und Gemeinschaftsstrukturen verlassen dürfen, denn wer will sich schon mit «Kinder, Kirche, Küche» abfinden? Stattdessen wissen wir selbst viel besser, was uns heute bei Prüfungsstress und anderen Angstzuständen hilft: «Mini-Meditation, der kleine Helfer fürs Studium», den wir «ohne grossen Zeitaufwand und jederzeit spontan» anwenden können (GD No.4, 26). Zeit zum Reden oder für eine beruhigende Umarmung bleibt uns Studentinnen im Bologna-Strudel sowieso nicht mehr. Auch andere zwischenmenschliche Kontakte haben scheinbar keinen intrinsischen Wert mehr: «Nutzt jede Chance, interessante Menschen kennenzulernen, diese Kontakte zu etablieren und als Investition in euer späteres Job-Netzwerk zu sehen» (GD No.4, 40). Es ist diese Entsolidarisierung, welche zwischen den Zeilen der Texte in *Girls Drive* mitschwingt, die mich aus meinem Tauchgang in die rosige Buchstabenflut fluchtartig wieder aufsteigen lässt.

Frauengeschichte(n)

Im Weltbild von *Girls Drive* sind Frauen ökonomische Faktoren, die nur als solche Handlungsfähigkeit besitzen: Arbeitet mehr, konsumiert besser! Das einzige, was hier zählt, ist der individuelle berufliche Erfolg, den sich jede Frau selber schmiedet – ohne dass der Gedanke an eine politische Solidarisierung der Frauen auch nur gestreift würde. Diese Entsolidarisierung ist meines Erachtens nur möglich, weil sie mit einer ahistorischen Haltung einhergeht, die die Geschichte der Frauenemanzipation leugnet. Während die androzentrische Geschichtsschreibung oftmals als eine der ‹grossen Figuren und Helden› erscheint, lässt sich die ‹Frauengeschichte› nicht ohne Berücksichtigung von Familie und Gemeinschaft schreiben – ganz einfach deshalb, weil sie über lange Zeit der den Frauen zugewiesene Arbeitsort der Reproduktion war und über weite Strecken immer noch ist. Die Geschichte dieser marginalisierten Orte müssen wir kennen, denn sie prägen unsere potentiellen Vorbilder. Das «Female High Potential» ist also nicht an der dünnen Luft oberhalb der vielbeschworenen ‹gläsernen Decke› zu finden, sondern liegt in den Untiefen der Geschichte begraben. Ein Karrieremagazin, das sich ganz und gar dem neoliberalen Erfolgsversprechen verschreibt, hilft uns jungen Frauen und Studentinnen weder im familiären noch im universitären Alltag. Im Gegenteil: Es beschreibt die Möglichkeiten des Frauseins entlang des immer gleichen Paradigmas, innerhalb dessen die Emanzipation, wenn überhaupt, dann als Karrieretool nützlich ist. Wenn eine «Studentin mit Drive» zu sein bedeutet, meine Mitfrauen rechts liegen zu lassen, dann gehe ich aber lieber zu Fuss. ◆