

Die Bauernopfer der Sugar-Daddys

Autor(en): **Sprenger, Reinhard K.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **93 (2013)**

Heft 1011

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-737150>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Bauernopfer der Sugar-Daddys

Frauen werden von Männern an ihrer Karriere gehindert; Frauen sind bessere Führungskräfte; Teams mit Geschlechtermischung arbeiten effizienter; Frauen wäre die Finanzkrise nicht passiert; Frauen sind Opfer verkrusteter Rollenbilder in der Gesellschaft; Frauen müssen in den Unternehmen die demographische Entwicklung kompensieren: Keine dieser Behauptungen ist nach wissenschaftlichen Standards so gut gestützt, dass sie den Rang einer Tatsache beanspruchen dürfte. Es sind reine Plausibilitätsannahmen. Die wenigen Studien, die es zu dem Thema überhaupt gibt, sind methodisch und empirisch dürftig und eher dem Wunschdenken verpflichtet. Die Konstanzer Managementprofessorin Sabine Boerner hat den Wissenschaftsstand synoptisch aufgearbeitet: «Die einschlägige Forschung lässt derzeit keine Schlüsse auf eine generelle ökonomische Vorteilhaftigkeit von Gender Diversity zu.»

Das hindert die Behauptungsdespoten nicht, harthörig nach der Quote zu rufen. Hat man keine akademische Evidenz für Kausalität, dann reichen bekanntlich Korrelationen. Nach dem Vorbild der sowjetischen Tonnenideologie verweist man auf empörende statistische Unterschiede, um den Proporzidealen nahezukommen. Ganz vorne dabei die Politik: Weil viele Probleme als zu gross, zu bedrohlich und für Politiker als unlösbar empfunden werden, sensationalisiert sie wählerwirksam ein Randthema und lenkt die mediale Empörungsindustrie auf Triviales. Das hat den Vorteil, die Infrastruktur nicht finanzieren zu müssen, die Frauen und Müttern tatsächlich die Chance gäbe, sich stärker in den Arbeitsprozess zu integrieren. Unterstützt wird die Frauenförderung natürlich auch von feministischen Aktivistinnen, Quotenfrauen und ambitionierten Frauen im mittleren Management, die ihr Geschlecht für einen etwaigen Karriereknick verantwortlich machen. Ebenfalls pro Quote eingestellt sind Marketingabteilungen der Unternehmen, die sich Vorteile für ihr «employer branding» versprechen. Und auch die Beraterindustrie wittert schon lange «windfall profits» und spezialisiert sich in breiter Front auf «Frauen in Führungspositionen». Warten wir noch auf die Medizinindustrie, die uns Geschlechtsumwandlung als Karri-

Die Frauen merken nicht einmal, dass sie das Männerspiel mitspielen.



Reinhard K. Sprenger

ist Philosoph und einer der führenden deutschen Managementberater. Zuletzt von ihm erschienen: «Radikal führen» (campus, 2012).

erechance verkauft. Bizarr sind aber vor allem männliche Topmanager jenseits der 50, die Frauenförderung für eine gute Sache halten – solange sie selbst nicht davon betroffen sind. Unternehmenskulturelle Sugar-Daddys. Sie lassen die Frauen «gewähren», organisieren «Diversity Days», halten vor ihren versammelten Managerinnen «ermutigende» Ansprachen und sind ohnehin ganz anregend in ihrer patriarchalisch-gönnerrhaften Attitude. Das entspricht dem bussgesellschaftlichen Zeitgeist, in dem das schlechte Gewissen der Normalzustand ist und der insbesondere alles Männliche verachtet: Mann minus, Frau plus. Die Frauenförderung hat darin die Funktion des Fegefeuers, das auf Sparflamme köchelt, aber nie wirklich aufflammt. Die erzeugte Hitze reicht aber offenbar aus, diese Männer in eine halb bewusste Gefühlslage nie abzählbarer Dauerbusse zu versetzen. Man sollte ihnen den sofortigen Rücktritt nahelegen – schlicht um Platz zu machen.

Schreiten sie jedoch wirklich zur Tat, dann werden allenfalls die «Gedöns-Ressorts» Personal, Recht und Marketing mit Frauen besetzt. Symbolisches Besetzungsmarketing als Freikaufaktionismus. Vertrieb und Produktion? Das lassen wir dann doch lieber da, wo es hingehört – bei den Männern.

Aber vielleicht habe ich da ja auch etwas falsch verstanden. Wahrscheinlich ist die Frauenförderung eine besonders intelligente Herrschaftstechnik der männlichen Solidargemeinschaft. Sie bringt statistische Bauernopfer, sorgt aber gleichzeitig dafür, dass Männer sich niemals von wirklich leistungsstarken Frauen bedroht fühlen müssen. So kann man Frauen mit dem Kainsmal der Quote stigmatisieren und den Wettbewerb leerlaufen lassen. Sollte doch mal eine Frau irrtümlich einem Mann vorgezogen werden, dann erleidet die männliche Kampfgesellschaft auch keine Niederlage. Sie beugt sich schlicht einem Irrläufer der Evolution. Und die Frauen merken nicht einmal, dass sie das Männerspiel mitspielen. – Ja, genau so könnte es sein. Da hätte ich doch fast meine alten Jungs unterschätzt. ◀