

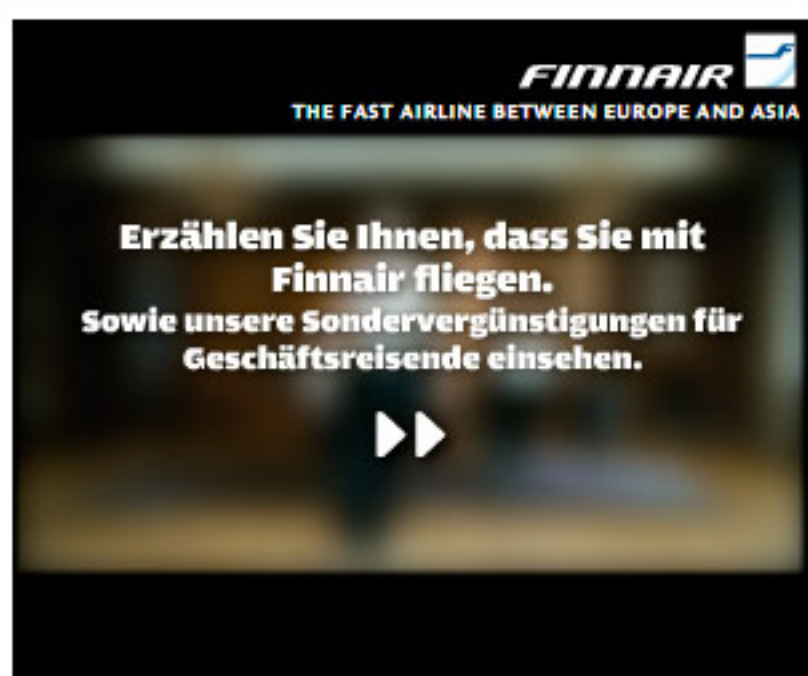
08.06.2009 13:13 Uhr



KIENBAUM, MASTIAUX UND MOLZBERGER

Wirtschaftskrise: Frauen-Hype nervig?

Köln-Bonn. "Die Wirtschaftskrise – Frauen wäre das nicht passiert?", fragte PHOENIX. Der WDR konstatierte: "Frauen sind die besseren Krisenmanager". In der teilweise ernst zu nehmenden Blogger-, Blätter- und TV-Welt überschlägt sich die geschlechtspolitische Schelte. Geht "Mann" dieser mediale Frauen-Hype allmählich auf den Senkel? Jochen Kienbaum, Edmund Mastiaux und Fabian Molzberger nahmen Stellung.



Jochen Kienbaum, Vorsitzender der Geschäftsführung der Kienbaum Consultants International GmbH

Die Wirtschaftskrise hat ein Geschlecht. Es trägt dunklen Anzug, Kravatte, dunkle Socken und den obligaten Diplomatenkoffer. So laut Medien. Große Tageszeitungen, Wochenzeitschriften, Wirtschafts-, Politik- und Gesellschafts-Magazine, etc. wetteifern untereinander im Chor der geschlechtspolitischen Krisenschelte. Zugegeben. Das hohe Lied auf die bessere Krisenmanagerin findet zu einem Großteil online statt. Aber mit um so größerer Reich-(Trag-)weite. Und noch etwas. Die männliche Fraktion hält sich erstaunlich dezent zurück. Grund genug, um

bei jungen und erfahrenen Managern nachzuhaken. Ist dieser mediale Frauen-Hype etwa nervig oder sogar schädlich im Sinne der Förderung von Frauen in Führungspositionen? Business-on.de fragte nach bei Jochen Kienbaum (62), Vorsitzender der Geschäftsführung der Kienbaum Consultants International GmbH sowie der Kienbaum Executive Consultants GmbH, Edmund Mastiaux (49), Geschäftsführer des Zentrums für Management- und Personalberatung (zfm) und Fabian Molzberger (30), Vorstandsmitglied der Consulimus AG.

business-on.de: Was halten Sie von dem medialen Frauen-Hype?

Fabian Molzberger: Ich finde diese ganze Berichterstattung ziemlich überflüssig. Schlimmer noch. Solche Berichte sind meiner Meinung nach ein Rückschritt für die Gleichstellung von Mann und Frau, da sie geschlechterspezifische Unterschiede übertreiben und in den Vordergrund stellen. Dies hat zur Folge, dass dem Geschlecht bei der Beurteilung einer Person ein höherer, statt - wie es eigentlich sein sollte - ein geringerer Stellenwert beigemessen wird (dies gilt übrigens für Frauen genauso wie für Männer). Allerdings benötigen Frauensendungen, Frauenzeitschriften und Frauenforscherinnen natürlich auch ihre Daseinsberechtigung, so dass wir in Zukunft wahrscheinlich - leider - eher mehr als weniger solche Berichte zu lesen bekommen.

Edmund Mastiaux: Ich kann da nur sagen: Hört auf, die Männer in die Ecke zu stellen. Eine gut qualifizierte Frau will auch nicht in die Ecke gestellt werden. Letztendlich kommt es auf die Leistung und die Ergebnisse an.

business-on.de: Und was halten Sie von der These, dass Frauen die besseren Krisenmanagerinnen seien?

Jochen Kienbaum: Das Thema des Krisenmanagers und seiner Eignung ist sehr komplex. Man sollte eher die Frage stellen, welche Frauen und welche Männer sind die geeignetsten Krisenmanager? Als Krisenmanager sind die Persönlichkeiten am geeignetsten, die viele Dinge gleichzeitig oder schnell hintereinander machen, d. h. umsetzen können. Man hat wenig Zeit für die Analyse. Sie muss schnell und richtig gemacht werden, die wesentlichen Finanz- und Liquiditätsentscheidungen müssen kurzfristig umgesetzt werden und das wichtige Personal, trotz der Krise, durch gute Kommunikation bei der Stange gehalten werden.

Edmund Mastiaux: Sowohl Männer als Frauen sind gute Krisenmanager. Ob eine Führungskraft als Krisenmanager geeignet ist, hängt von vielen Faktoren ab. Das Geschlecht ist nur eines davon.

business-on.de: In welchen Unternehmensbereichen könnten Sie sich vorstellen, dass Frau bei entsprechender Qualifikation einen guten Krisenjob macht? Im Bereich Finanzen, Marketing, IT/Controlling, Vertrieb, Personal oder Produktion?

Fabian Molzberger: Bei entsprechender Qualifikation in allen. Ich sehe keinen Grund, warum Frau - bei entsprechenden Qualifikationen - einen schlechteren oder besseren "Krisenjob" machen sollte, als ein Mann.

Jochen Kienbaum: Ich kann mir vorstellen, dass Frauen mit entsprechender Funktions-, Branchen- und Führungsqualifikation grundsätzlich einen besseren Krisenjob als Männer machen können. Vor allem dort, wo ihre Stärken - Gefühl für das Personal und Befähigung für die richtige Kommunikation - im Vordergrund stehen. Am wenigsten dürfte sich der männerfokussierte Bereich Produktion eignen.

Edmund Mastiaux: Laut Erfahrung sind das die Bereiche Finanzen, Marketing und Personal. Finanzen, weil Frauen unter Druck sehr genau arbeiten; bleiben konsequent bei den Zahlen; weichen nicht ab. Marketing, weil Frauen kreativ sind; in Zeiten der Krise sind kreative Ideen gefragt; Frauen können in Präsentationen erfolgreicher. Personal, weil das seit jeher eine Domäne der Frauen ist; mit viel Fingerspitzengefühl meistern sie die heiklen Personalthemen; Frauen können schwierige Entscheidungen, z. B. Trennungen von Mitarbeitern, besser vermitteln. Mein Fazit: Frauen können in Zeiten der Krise ihre emotionale Stärken sowie ihre Kreativität sehr gut zur Geltung bringen.

business-on.de: Die Wirtschaftskrise, heißt es, begünstige den Wandel der Rollenbilder in der Familie. Argumentiert wird damit, dass Frauen überwiegend in krisensicheren Jobs tätig sind. Sprich Lehrerin, Pflegerin, Krankenschwester, etc. Das habe zur Folge, dass in Krisenzeiten mehr Männer als Frauen vom Jobverlust betroffen sind und daher Frauen zunehmend die Rolle des Familienernährers übernehmen. Was halten Sie vom Wandel der Rollenbilder?



Edmund Mastiaux, Geschäftsführer des Zentrums für Management- und Personalberatung

Edmund Mastiaux: Dass zurzeit mehr Männer als Frauen ihren Arbeitsplatz verlieren, liegt daran, dass es mehr berufstätige Männer als Frauen gibt. Also nicht das Kind mit dem Bade ausschütten. Ich gehe davon aus, dass sich bei wandelnder Arbeitswelt die Rollen von Mann und Frau abwechseln.

Jochen Kienbaum: In der Tat können sich Rollenbilder ändern, wenn Frauen die Rolle des Familienernährers übernehmen. Wenn die entsprechende Offenheit und Flexibilität der Charaktere gegeben ist, sollte das allerdings die Familie stärken und das gegenseitige Vertrauen erhöhen.

Fabian Molzberger: Der Wandel der Erwerbsarbeit hat generell zu einem Wandel der Rollenbilder geführt. Die Rollen von Frauen und Männern sind bei weitem nicht mehr so strikt getrennt, wie noch vor 30 Jahren. Die jetzige Krise hat hierauf jedoch - wenn überhaupt - nur temporären Einfluss.

(Karin Bäck)

ANZEIGE

Und wie sieht Ihre Traumwohnung aus?

WUM

WUM Immobilien • Projektentwicklung GmbH



Fotoalbum



20. XIIG Regionaltreffen Köln auf dem KD-Schiff MS RheinEnergie

Alle Galerien anzeigen

ANZEIGE

[] iMedia

Videobericht: Online-Stammtisch Köln

Video



Kölnischer Unternehmerpreis 2009

"Bevor es Alt wird"

> mehr...

Restaurants

- » Hanse Stube in Köln
- » Club Astoria in Köln
- » maître in Köln
- » Oyster in Köln
- » Vapiano in Köln
- » Ristorante Luciano in Köln
- » Daitokai in Köln
- » La Sociétié in Köln
- » Alte Schlosserei in Engelskirchen
- » Alte Wartesaal in Köln
- » Le Petit Poisson in Bonn
- » „Le Merou“ im Dom Hotel Köln
- » Isenburg in Köln
- » Vintage in Köln
- » Scampino in Köln
- » L'escalier in Köln
- » Le Moissonnier in Köln
- » Spichern Höfe in Köln
- » Kap am Südkai in Köln

Meistgelesene Artikel

- 1 **Prof. Dr. med. Elisabeth Pott:**
Gib Aids keine Chance
- 2 **Barbara Schock-Werner:**
Älteste Baustelle fest im Griff
- 3 **Ursula Heinen:**
Kommunikativ, konfliktfähig und machtbewußt
- 4 **Barbara Deisenrieder:**
Konsequent, ehrgeizig und erfolgreich
- 5 **Birgit Felden:**
Energiebündel mit offensichtlicher Lebenslust
- 6 **Jeane Freifrau von Oppenheim:**
Baronin mit Gespür für das Wesentliche
- 7 **Beate Renée Keßler:**
Erfolg mit Mut und gesundem Selbstbewußtsein

Empfehlungen der Redaktion

- » Interview mit Achim Berg, Microsoft-Chef
- » Interview mit Peter Heinrichs
- » Interview mit Ralph Friederichs
- » Web-Design und Usability 2.0
- » Kameha Grand Bonn
- » Viral Marketing
- » Rotonda Business-Club
- » Estlio Argentino
- » Vintage Restaurant-Tipp
- » Steueränderungen 2007
- » Betriebsrat hat Anspruch auf Internetzugang
- » Unternehmenssteuerreform
- » Interview mit Dr. Franziska Yöckner
- » Newsletter - Kundenbindung und Imagepflege
- » L'escalier: Bistro mit Sternenschmuck
- » Bauexperte Guido Mundt
- » Schwarmintelligenz
- » Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht ab 2009
- » Professor Claudius Schmitz
- » iMedia AG Köln
- » Social Media Marketing
- » Kölner Unternehmerpreis 2009

Powerfrau



Dr. Marie-Luise Wolff:

Vom Lehramt zur erfolgreichen Marketing-Chefin

> mehr...

Interviews

- » **Dr. Herbert Ferger**
IHK Köln
- » **Michael Müller-Berg**
Office Manager
Microsoft
- » **Dr. Patrick Adenauer**
ASU
- » **Ralph Friederichs**
Cyberdyne IT GmbH
- » **Axel Schmiegelow**
sevenload GmbH
- » **Fritz Schramma**
Oberbürgermeister Stadt Köln
- » **Wolfgang Haehn**
DAPG e.V.
- » **Michael Garvens**
Köln Bonn Airport
- » **Prof. Dr.-Ing. habil. Braun**
TÜV Rheinland Group
- » **Dr. Hendrik Schindler**
CMS Hasche Sigle
- » **Udo J.Lammerting**
Lammerting Industriebau GmbH
- » **Peter Heinrichs**
Pfeifen Heinrichs
- » **Oliver Wilps**
Dolphin-Telecom GmbH
- » **Joachim Ax**
REWE Group
- » **Lars Hinrichs**
XING
- » **René Kühn**
NETgemacht Media
- » **Paul Bauwens-Adenauer**
Bauwens Real Estate Group
- » **Dipl. Ing. Wilfried Köplin**
Bayer AG
- » **Dr. Walter-Borjans**
Wirtschaftsdezernent
- » **Stefan Punke**
Lekkerland

Interview



Convenience-Punkte aus Frechen:

Interview mit Stefan Punke, Geschäftsführer der Lekkerland Deutschland GmbH & Co KG

> mehr...

