

Das starke Geschlecht

Sonnabend/Sonntag,
5./6. Juli 2008 ND

Von Simone Schmollack

Der »Spiegel« bringt ein Sonderheft heraus, und die »Brigitte« startet eine Umfrage. Die »taz« titelt mit den Ergebnissen dieser Umfrage, selbst die »Welt« berichtet über sie. Deutschlands wichtigste Nachrichtensendungen, die »Tagesthemen« und »Heute«, machen sie zu einer Meldung. Was ist das bloß für eine Umfrage, die so viel Aufmerksamkeit erfährt? Und vor allem, was hat sie nur zutage befördert? Hier ist die Antwort: Frauen von heute sind das starke Geschlecht.

Himmel, was für eine Nachricht, welch ein Neuigkeitswert!

Seit Jahren singen Frauen und Fachleute wie ein einschläferndes Mantra das Lied von den Mädchen mit den besseren Schulnoten und darüber, dass Frauen die ausdauernden und leistungsorientierten Studenten sind. Dass Unternehmen, die von Frauen geführt werden, höhere Umsätze verbuchen. Dass Frauen zielgerichteter kommunizieren als Männer. Dass sie über Empathie verfügen und über soziale Intelligenz. Dass sie rechnen können und einparken. Und sich auch allein im Wald zu rechtfinden.

Dass die Umfrage von »Brigitte«, einer Frauenzeitschrift, die sich bislang mitnichten als das Nachfolgebblatt von »EMMA« erwiesen hat, eine solche Aufmerksamkeit erfährt, kann nur eines bedeuten: Das Thema wird jetzt (hoffentlich) ernst genommen.

Bislang konnten sich Autorinnen die Finger wund schreiben an Büchern wie »Die neue F-Klasse« (Thea Dorn), »Wir Alphamädchen« (Meredith Haaf, Susanne Klingner, Barbara Steidl), »Neue deutsche Mädchen« (Jana Hensel, Elisabeth Rastner). All die Bücher wurden vom Feuilleton mehr oder weniger wahrgenommen, sie wurden gelobt oder verrissen, je nachdem. Und tatsächlich ist nicht jedes Buch, das sich in den Dienst der Frauen stellt, wirklich gut. Fragwürdig ist auch, warum sich die neuen deutschen Feministinnen selbst als Mädchen bezeichnen. Damit untermauern sie einen Trend, an dem sich der Feminismus scheidet: dem Girlie-Gehabe.

Am Ende aber ist das alles egal, denn es geht um weit mehr als um den Streit zwischen Fundis und Realos, ob denn nun der alte oder der neue Feminismus der Bessere sei. Denn an einer bestimmten Stelle taucht immer die Uraltfrage auf: Bekommen Frauen die Chance zu zeigen, was sie können? Er-

halten sie dafür den gleichen Lohn wie Männer, finanziell und ideell? Können sie ihren Erfolg annehmen? Kurz: Sind sie tatsächlich gleichberechtigt?

Dieses Land ist voller intelligenter, moderner, erfolgreicher Frauen. Aber es scheint ihr Schicksal zu sein, dass man sie übersieht. Von wenigen prominenten Ausnahmen in Politik, Medien und Film mal abgesehen. Und sind Frauen erst einmal erfolgreich oder weit oben auf der Karriereleiter angekommen, können sie eigentlich nur alles falsch machen. Die einen sind zu feminin, die anderen genau das nicht. Die nächsten regieren wie ein Mann, anderen fehlt der sonore Ton. Und dann immer diese journalistischen Meisterstücke über die Frisuren. Eine erfolgreiche Frau in der Öffentlichkeit ist vieles, nur eines fast nie: sie selbst.

Jetzt hat sich die Berliner Journalistin Heide-Ulrike Wendt auf die Suche nach Frauen gemacht, die erfolgreich sind und sich trotzdem nicht verleugnen, auf keinen Fall. Die Autorin hat viele Frauen gefunden, einige getroffen und ein Buch über sie geschrieben.

»Erfolg ist weiblich« heißt der programmatische Titel der Porträtreihe aus dem mvg Verlag. Damit trifft das Buch ganz den Zeitgeist. Aber es ist doch anders. Die Frauen bei Wendt sind zwar Alpha, aber keine Mädchen. Sie sind Klasse, aber nicht hip. Es treten unter anderen die Bischöfin Margot Käßmann auf, die Rallyefahrerin Jutta Kleinschmidt, Sarah Wiener, Köchin, Ira Holl, Bankerin.

Die Autorin hat bewusst den Begriff »Erfolg« gewählt und nicht »Karriere«. Es gibt einen Unterschied zwischen beiden Formulierungen. Karriere ist zwar nie ohne Erfolg zu haben, aber man kann auch erfolgreich sein, ohne Karriere gemacht zu haben. Manchmal ist es von zusätzlichem Nutzen, Glück zu haben, das Glück nämlich, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein, vielleicht auch noch den richtigen Menschen zu treffen. Mit privatem Glück allerdings muss das alles gar nichts zu tun haben.

Eines aber stellt Karriere, Erfolg und Glück auf eine Stufe: Nichts davon fliegt einem zu, einer Frau noch viel weniger als einem Mann.

Jede und jeder muss hart arbeiten an jeder Stufe der Karriereleiter, für jede Zeile in einem Buch, für jede Szene in einem Film und für jede Sekunde in der Liebe. Den Frauen im Buch von Heide-Ulrike Wendt geht das nicht anders. Sie wissen genau, was sie tun und warum, was sie opfern und was sie bekommen. Sie kennen aber auch ihre Grenzen und besitzen die Kraft, rechtzeitig Nein zu sagen. Sie verraten weder sich noch ihren Glücksanspruch. In diesem Punkt treffen sich diese Frauen durchaus mit den Alphamädchen und mit den Umfrageergebnissen aus der »Brigitte«: Frauen von heute sind unabhängig, zielstrebig und selbstbewusst. Die meisten haben Großes vor, sie wollen Geld verdienen und einen Beruf, der sie erfüllt. Und sie wollen Kinder. Kein Entweder-Oder mehr, Karriere oder Kind, sondern ein Und.

Da ist zum Beispiel die Kinderbuchillustratorin und Designerin Silke Leffler, 37. Zwei Wochen nach der Geburt ihres ersten Sohnes saß sie wieder am Schreibtisch und zeichnete. Sie hatte einen großen Auftrag angenommen. Aber nach den ersten Entwürfen meckerte der Verlag: Man merke, dass sie gerade Mutter geworden sei. Und Lefflers Familie fragte, warum die Tochter immer noch arbeite, obwohl ihr Mann doch so gut verdiene. Silke Leffler hat darauf nur eine Antwort: »Frauen trauen sich noch viel zu wenig. Sie meinen, mit Kindern

geht gar nichts, aber ich finde das schon. Das sind doch diese Widerhaken, die man braucht, um zu sagen: Ich zeig euch, wie das geht, ihr werdet schon sehen!«

Beate Scheufele, 58, Agenturchefin, hat sich hocharbeitet, von einer Einzelkämpferin mit schmaler Bewerbungsmappe und zwei Zimmern in einem kalten Bunker zur Chefin der Scheufele Kommunikationsagentur mit 21 Mitarbeitern. Sie hatte nicht nur einen eisernen Leistungswillen, sondern auch ein Vorbild: ihren Vater. Der hat es in einer Bank von einem einfachen Angestellten zum Direktor gebracht.

Es ist verdammt wichtig, wie Mädchen heute aufwachsen, ob sie Eltern haben, die ihnen vorleben, wie man sein Leben in die Hand nimmt. Und dass es nicht das Ende bedeuten muss, wenn man mal scheitert. Lieber einmal gescheitert, als es gar nicht erst versucht zu haben. Ein Grundsatz, den fast alle Frauen bei Heide-Ulrike Wendt teilen.

Manchmal aber stehen sich Frauen leider selbst im Weg. Carol Thiele, 42, erlebt das oft. Nicht an sich selbst oder ihren Mitarbeiterinnen, sondern an Frauen, die sie erreichen will. Die Galeristin wird gern von den Medien besucht. Eine Frau in einer männerdominierten Szene macht sich immer gut für eine Story. Den Reportern erzählt Carol Thiele dann, wie sie es geschafft hat, ihre Galerie in der Mitte von Berlin zu einem Anlaufpunkt zu machen. Sie sagt dann Sätze wie: »He Leute, wir jammern auf hohem Niveau. Wir können alles wuppen, wir müssen nur losackern. Und sollten wir trotzdem mal Pech haben, besitzen wir ein ausgebautes Sozialsystem.« Dann schlucken die Reporter zum ersten Mal. Carol Thiele erzählt weiter, sie regt sich auf über Frauen, die von ihren Männern genervt sind, weil die fremdgehen. Am liebsten würden die Frauen die Ehe so schnell wie möglich verlassen, »aber da sind ja noch das Haus und der Garten«. Carol Thiele: »Man kann nicht auf der einen Seite das eigene Elend bejammern und auf der anderen nicht stark genug sein, in einer Einzimmerwohnung zu leben und die Miete dafür selbst zu erarbeiten.« Zeitschriften wie »Bild der Frau« und »Frau im Blick« schreiben dann doch nichts über Carol Thiele. Weil die Leserin von der Protagonistin überfordert wäre.

Im »Spiegel«-Sonderheft »Das starke Geschlecht. Was Frauen erfolgreich macht« sagen 34 Prozent der 18- bis 29-jährigen Frauen, dass ihre Lebensplanung, ihre Ziele und ihre Wünsche denen der Mutter ähneln. 66 Prozent geben an, dass sie ganz andere Vorstellungen vom Leben haben als ihre Mutter. Das verdeutlicht, dass junge Frauen trotz Rückbesinnung auf traditionelle Werte wie familiäre Verbundenheit eines immer weniger wollen: Hausfrau sein. Sie wollen noch immer – oder jetzt erst recht – von allem die Hälfte.

Im Vorwort ihres Buches erzählt Heide-Ulrike Wendt, die erst vor einem Jahr ein Buch über Frauen und Humor veröffentlicht hat, einen Witz über Hillary und Bill Clinton. Es geht um einen Tankwart, eine Jugendliebe Hillarys. »Hättest du den genommen«, sagt Bill, »wärest du jetzt nicht mit dem Präsidenten der Vereinigten Staaten verheiratet.« »Falsch«, sagt Hillary, »hätte ich den geheiratet, wäre er jetzt Präsident.« Kein schlechter Witz, sagt Heide-Ulrike Wendt. »Aber er ist von gestern. Heute wollen die Frauen diesen Posten selbst.«

Heide-Ulrike Wendt. Erfolg ist weiblich. Warum Frauen nicht mehr länger die zweite Geige spielen. mvg Verlag 2008, 160 S., brosch., 15.90 €.