

«Frauen denken langfristiger»

Warum Männer über bessere berufliche Netzwerke verfügen und wie Frauen ihren Rückstand aufholen wollen

Die Berner Sektion der Business & Professional Women (BPW) feiert im Herbst den 60. Geburtstag. Ein Gespräch mit der abgetretenen und der neuen Präsidentin über Wahlfreiheit in der Lebensgestaltung.

INTERVIEW:
MATHIAS MORGENTHALER

«BUND»: Frau Schmid, mit welchem Gefühl gaben Sie letzte Woche das Präsidium von BPW Bern an Elisabeth Bosshart ab?
FRIEDERIKE SCHMID: Ich empfand Trauer, weil ich einen interessanten Job mit vielen Vernetzungsmöglichkeiten abgab, aber auch Freude, weil mir dadurch künftig ein Tag mehr Zeit pro Woche zur Verfügung steht.

Welche Rolle spielt BPW in der Wirtschaft, warum braucht es einen solchen Verband?

BPW ist schweizweit (mit 2500 Mitgliedern) und weltweit (mit 70 000 Mitgliedern) der bedeutendste Verband berufstätiger Frauen in verantwortungsvollen Positionen. Wir setzen uns ein für eine qualitative Gleichstellung von Mann und Frau, damit Frauen echte Wahlfreiheit in der Lebensgestaltung haben, und ermöglichen unseren Mitgliedern ein intensives Networking sowie Lerngelegenheiten durch Mentoringprogramme.

Haben Frauen in Sachen Vernetzung Defizite?

Männer haben sicher mehr Möglichkeiten, sich im Militär oder in Klubs wie Rotary oder Kiwanis ein Netzwerk zu schaffen. Frauen bauen ihre Netzwerke oft eher im Familien- oder Freundeskreis auf, viele haben Skrupel, ihre Kontakte für berufliche Zwecke zu nutzen.

Wie profitieren Sie selber von der Mitgliedschaft bei BPW Bern?

Mir ist es gelungen, den Berner Klub zum zweitgrössten BPW-Klub der Schweiz auszubauen. Von vielen Kontakten, die ich geknüpft habe, konnte ich auch als Einzelunternehmerin profitieren. Ich bin in der Vermittlung zeitgenössischer Kunst tätig – BPW war mir dort oftmals Türöffner zu neuen Projekten und Kundinnen. Als Präsidentin von BPW Bern hätte ich gerne noch mehr enge Kontakte zu lokalen Industrie und Politik hergestellt – mein Wohnsitz im Aargau und mein



Friederike Schmid (links) und Elisabeth Bosshart setzen sich für eine bessere Vertretung von Frauen in Chefetagen ein. VALÉRIE CHÉTELAT

Zeitbudget setztem diesem Vorhaben aber enge Grenzen.

Frau Bosshart, was wollen Sie als neue Präsidentin erreichen?

ELISABETH BOSSHART: Ich möchte die hervorragende Kontaktplattform weiter ausbauen und den Wissenstransfer noch verbessern,

indem wir künftig mehr Weiterbildungsveranstaltungen und Seminare anbieten von Frauen für Frauen.

Warum sind Sie Mitglied bei BPW?

Ich kam vor 5 Jahren von Stuttgart nach Bern und merkte erst, was ein Netzwerk bedeutet, als ich

keines mehr hatte. Das war ein ziemlicher Schock. Dank BPW fand ich rasch Anschluss.

Worin unterscheidet sich BPW von männlichen Pendanten wie dem Rotary Club?

SCHMID: Wir sind kein Serviceclub, sondern setzen uns für

Frauenanliegen ein. Mit unserem Schwesterklub in der Ukraine ergreifen wir beispielsweise Massnahmen gegen den Frauenhandel. Aber auch in der Schweiz bleibt viel zu tun. Als Familienfrau mit zwei Kindern spürte ich, dass ich keine Chance hatte, eine interessante Teilzeitstelle in der Wirtschaft zu

finden, also baute ich mir etwas Eigenes auf. Das geht vielen Frauen so, deshalb setzen wir uns für Blockzeiten und Tagesschulen ein.
BOSSHART: Ein weiteres wichtiges Anliegen ist die Lohngleichheit. Solange Männer 20 bis 50 Prozent mehr verdienen für gleiche Tätigkeiten, ist die Rollenverteilung klar.

Sie versuchen, mehr Frauen in Kaderstellen zu bringen. Was machen Frauen in Führungspositionen besser als Männer?

BOSSHART: Frauen bringen andere Denk- und Lösungsansätze ein, sie denken oft langfristiger und nachhaltiger und sind eher bereit, selbstlos an unspektakulären Lösungen mitzuarbeiten, etwas zu bewirken, ohne im Rampenlicht zu stehen.

Haben reine Frauengremien wie BPW auch Defizite?

SCHMID: Ja, mit Sicherheit. Vor lauter Harmoniebedürftigkeit vergessenen Frauen manchmal, hinzustehen und einen Entscheid gegen Widerstand durchzusetzen. Es ist schon so: Ohne Männer gäbe es keine grossen Revolutionen, ohne Frauen weniger Harmonie und friedliche Phasen. Deshalb sollten Geschäftsleitungen, Verwaltungsräte und Projektgruppen immer gemischtgeschlechtlich zusammengesetzt sein. Frauen drehen an vielen kleinen Schraubchen und verändern so das Mikroklima einer Organisation positiv.

[i] INFORMATIONENABEND zu BPW Bern heute Dienstag um 19 Uhr im Restaurant zum Ausseren Stand. Anmeldung auf: www.bpw-bern.ch.

DAS ÄLTESTE MITGLIED

Bundesrat Tschudis rechte Hand

«Sekretärin» steht als Berufsbezeichnung neben dem Telefonbucheintrag von Margaret Schmid. Sekretärin? «Heute würde man es persönliche Mitarbeiterin nennen», sagt die 83-Jährige. Schmid blickt auf eine erstaunliche Karriere zurück. Sie leitete beim Atomphysiker Paul Scherrer an der ETH die Administration und wurde später persönliche Mitarbeiterin der Bundesräte Tschudi, Hürlimann und Egli.

Als sie 1968 am IAP die Vorgesetztenausbildung abschloss, war sie «die einzige Frau unterlauter angehenden Bankdirektoren». Ein Jahr später trat sie dem Verband der Berufs- und Geschäftsfrauen (spä-



ter BPW) bei und war «sofort fasziniert von der Vielfalt der Berufe und den internationalen Beziehungen». Sie für

die Sache der Frau einzusetzen, lag für Schmid auf der Hand, denn «Frauen mussten doppelsovielleisten, um in Männerdomänen aufzusteigen». Einmal fragte sie einer, der in der Verwaltung drei Lohnklassen höher eingeteilt war, ob er sich mit einer ihrer Arbeiten um die Beförderung bemühen dürfe.

Schmid war 12 Jahre Vizepräsidentin von PBW Bern und sieben Jahre im Zentralvorstand. Zu ihren

schönsten Erinnerungen gehört die Organisation des 50-Jahr-Jubiläums von BPW International 1980 in Montreux. Weil die Frauen aus Afrika ohne Männer nicht anreisen durften, das OK aber keine Männer dabei haben wollte, organisierte Schmid kurzerhand ein Herrenprogramm (Besuch von Nestlé und Ausflug in einen Weinberg). Heute pflegt Schmid noch immer Kontakt zu BPW-Frauen im In- und Ausland, stellt aber fest, «dass die Kräfte nachlassen». Immer öfter wird sie als Zeitzeugin um Auskünfte gefragt. Deshalb sagt sie mit Churchill: «Das Schrecklichste des Todes ist, wehrlos in die Hände der Historiker zu fallen.» (mmm)

DAS JÜNGSTE MITGLIED

In Bern Fuss gefasst

Franziska Zellweger Moser ist mit 28 Jahren das jüngste Mitglied bei BPW Bern. Sie hat in St. Gallen Betriebswirtschaft mit Vertiefung Wirtschaftspädagogik studiert, verbrachte danach ein Jahr in Boston, wo sie an ihrer Dissertation arbeitete, und lebt seit Frühling 2004 in Bern, weil ihr Mann in Thun arbeitet. «BPW hat mir geholfen, in Bern Fuss zu fassen», sagt Zellweger, die neben dem Abschluss der Dissertation in der Hochschuldidaktik an der Uni St. Gallen arbeitet. «Der Austausch mit Frauen aus verschiedenen Branchen ist für mich spannend und bereichernd», sagt die 28-Jährige, die nach mehreren «Schnupperbesuchen» An-



fang Jahr Mitglied bei BPW Bern geworden ist und überdies am Mentoring-Programm der Berner Wirtschaftsfrauen teilnimmt. Zellweger, die im Appenzel aufgewachsen ist und dort noch die Einführung des Frauenstimmrechts miterlebt hat (1988), schätzt es, dass heute jungen Frauen verschiedene Karrierewege offen stünden, stellt aber fest, «dass es herausfordernd ist, ein Familienleben aufzubauen, wenn beide Partner einer anspruchsvollen beruflichen Tätigkeit nachgehen möchten.» (mmm)

WENN DIE UKRAINISCHE NATIONALBANK RUFT

Emmentaler in Kiew

Das die Welt ein Dorf und alles Wirtschaften globalisiert sei, liest und hört man derart oft, dass sich mit dieser Erkenntnis kein Trendforscher mehr profilieren kann. Dennoch staunt der Laie gelegentlich, wenn ihm vor Augen geführt wird, wie die Wirtschaftswelt zusammenrückt. Nicht nur Zürich, New York und Tokio geschäftlich miteinander, nein, auch Zäziwil, Grosshöchstetten und Kiew.

So bestellte die ukrainische Nationalbank kürzlich Jürg Herrmann, Chef und einziger Mitarbeiter der Herrmann Sanitär in Zäziwil, und Patrick Oppliger vom 3-Mann-Betrieb Fomotec AG in Grosshöchstetten nach Kiew, damit sich diese der Kühlmittelaufbereitungsanlage in der Münzenfabrikation annähmen. Wer dabei an Geldwäsche denkt, liegt falsch, es ging vielmehr

um die «Filtration und Separation» der Flüssigkeit, welche die Münzmaschinen kühlt, oder kurz: um die Trennung des Kühlwassers vom Maschinenöl. Die dafür erforderlichen Filtermaschinen wurden in den USA hergestellt, von einer holländischen Firma importiert und von Fomotec/Herrmann installiert und in Betrieb genommen.

Jürg Herrmann, der sonst eher auf Schweizer Flughäfen tätig ist, zeigte sich nach seiner Rückkehr erleichtert, dass der Lastwagen mit allem Material nach einem Monat in Kiew angekommen ist. Die Arbeit im «Hochsicherheitstrakt» der Münzenfabrikation sei trotz Dolmetschern nicht einfach gewesen, sagt der Emmentaler – unter Mechanikern verstehe man sich aber zum Glück auf der ganzen Welt.
Mathias Morgenthaler

Mammut-Oma am Everest

Wie eine fiktive Bergsteigerin zu Weltruhm gelangte und einer Schweizer Firma realen Mehrwert brachte

Die Wirkung von Werbung wird dadurch geschmälert, dass die Beworbenen die Werbung als solche erkennen. Die Firma Mammut schaffte es mit Hilfe ihrer Werbeagentur, sich aufwitzige Art aus diesem Dilemma zu befreien.

MATHIAS MORGENTHALER

Alter schützt vor Torheit nicht, besagt eingeflügeltes Wort, und wenn es noch eines Beweises bedurft hätte, dann liegt dieser seit Dezember vor: Da schickte sich eine 85-jährige Britin an, auf ihre alten Tage den Mount Everest zu besteigen. Um für die Expedition gerüstet zu sein, trainierte sie im englischen Flachland mit ihrem Dackel Daisy, der sie begleiten sollte, und sam-

melte bei erfahrenen Bergsportausrüstern Geld und Tipps für ihr Unterfangen. Auf ihrer Internetseite gab die betagte Frau bekannt, sie werde auf Sherpas, Sauerstoffmasken und Zwischenhalte verzichten und den Gipfel auf einer neuen Route erklimmen.

70 000 Besucher auf Homepage

Die Nachricht verbreitete sich schnell, Medien aus aller Welt berichteten über das wahnwitzige Unterfangen, in Bergsteigerforen wurde das Vorhaben eifrig diskutiert, Mary Woodbridges Internetseite (mit Fotodokumentation und Trainingsfilmen) verzeichnete in drei Monaten 70 000 Besucher und knapp 500 Einträge im Gästebuch – und ein Schweizer Bergsportausrüster freute sich diebisch über die Aufmerksamkeit, die der britische Lady zuteil wurde. Denn

Mary war die Kopfgeburt der beiden Werber Peter Brönnimann und Raul Serrat (Agentur Spillmann/Felser/Leo Burnett), die für ihren Kunden Mammut im vergangenen Sommer eine neue Dachkampagne ausgeheckt hatten. «Mammut wollte keine Kletterer an schönen Bergwänden», erinnert sich Texter Peter Brönnimann, «also mussten wir uns etwas Besonderes einfallen lassen.»

Mammut-Marketingchef Michael Gyssler ergänzt: «Als weltweit tätige Firma mit vergleichsweise kleinem Budget müssen wir unkonventionelle Wege gehen.» Deshalb brachte man die Botschaft, dass sich Alpinisten mit guter Ausrüstung leicht zu sicher fühlen, mittels «viral Marketings» unter die Leute. Allerdings war sich Gyssler zunächst unsicher, ob die erfundene Geschichte der 85-jährigen Bri-

tin bei den als seriös bekannten Bergsteigern gut ankomme oder ob man mit der unkonventionellen Werbeform das Image der Marke beschädige. Doch die kritischen Reaktionen liessen sich laut Gyssler an einer Hand abzählen. Heikler wurde es, als der Privatsender RTL anmeldete, er wolle in England ein Interview mit der Dame drehen. In diesem Fall mussten die Mammut-Verantwortlichen das Geheimnis frühzeitig lüften.

Inzwischen hat Mammut sich via Communiqué als Urheber der Geschichte zu erkennen gegeben. Mary wird als Sujet auf Flyern und klassischen Inseraten vorerst weiterleben. Und Gyssler kann stolz feststellen, dass sich Mammut durch die Aktion ganz neue Zielgruppen erschlossen hat.

[@] www.mary-woodbridge.co.uk