

14. Unternehmerinnenstammtisch

Direkte und indirekte Botschaften

Beim 14. Unternehmerinnenstammtisch im Park-Café wurde viel gelacht. Nicht nur dank der wie immer unterhaltsamen Moderation von Marie-Elisabeth Denzer, sondern auch aufgrund der humorvollen Verfolgung der Frage, ob Frauen reden und Männer handeln und wie diese Kommunikationsformen einem Unternehmen nutzen können.

Dr. Anselm Römer, Leiter der Abteilung Wirtschaftspolitik, Standortaufwertung im Ministerium für Wirtschaft und Arbeit, zitierte zur Begrüßung Lorient, nach dessen Meinung Männer und Frauen einfach nicht zusammen passen. 70 bis 80 Prozent der Konflikte am Arbeitsplatz seien geschlechtsbedingt, machten Marion Bredebusch und Martin Conrath vom Institut für Gender, Moderation und Kommunikation gleich die Dimension deutlich.

Das Team, das ein Schauspiel in acht Akten vorbereitet hatte, führte kurzweilig durch die Welt der Kommunikation von Frauen und Männern. So spielten sie vor, wie eine Unternehmerin in einer Sitzung unterbrochen und ihre Idee erst aufgegriffen wird, als ein Mann diesen Vorschlag macht. Sie machten an vielen Beispielen klar, dass Männer eine Berichtssprache und Frauen eine Beziehungssprache sprechen. Was will mir die andere Person sagen, hören Frauen heraus. So macht die Geschäftspartnerin einen Bericht für ihren Geschäftspartner fertig nachdem er ihr lediglich sein zeitliches Dilemma schilderte, und dieser freut sich, dass sie Gedanken lesen kann. Umgekehrt darf sie sich nicht wundern, wenn ihre indirekten Botschaften nicht dazu führen, dass der Mann, mit dem sie das Unternehmen leitet, erahnt, was sie gerne möchte. Dies war die wichtigste Botschaft an diesem Abend.



Es gehe nicht darum, Männer zu verändern oder ihre Sprache, sondern eine Unternehmerin müsse sie sprechen und verstehen können. Wer in ein anderes Land fahre, versuche auch nicht, die Sprache dort zu ändern. Und gleichzeitig haben beide Sprachen ihre Berechtigung – es gehe nicht darum, die eine aufzuwerten oder die andere abzuwerten.



Wer aber beide sprechen könne, sei klar im Vorteil, vor allem beim Umgang mit Kundinnen und Kunden.

Da sei es wichtig, auf die unterschiedlichen Bedürfnisse einzugehen und nicht etwa beim Kauf eines Dienstwagens nur mit dem Mitarbeiter der Unternehmerin zu kommunizieren.



Marion Bredebusch und Martin Conrath wollten in dieser halben Stunde bewusst Muster aufzeigen, und dies ging nicht ohne Typisierungen. Wichtig war ihnen auch, dass diese Beschreibungen dem Rollenrepertoire von Unternehmerinnen nicht mehr gerecht werden. Das Team legte großen Wert darauf, dies immer wieder zu betonen: „Denn sonst wären sie keine Unternehmerin“, sagte Marion Bredebusch.

Wie wichtig dies dem Publikum war, zeigte der große Applaus auf den Redebeitrag einer Teilnehmerin, die auch auf die Veränderungen hinwies. Gleichzeitig zeigten drei Unternehmerinnen in ihren Wortbeiträgen auf, wie aktuell und zutreffend die Beschreibungen sind, wenn z.B. die Unternehmerin mit ihrem Mann gleichberechtigt das Unternehmen leitet, aber immer nur zählt was er sagt oder die Fahrschullehrerin besser mit den Männern zurecht kommt und die Kommunikationstrainerin andere Strategien entwickelt, wenn sie ein Gespräch mit einer männlichen oder weiblichen Unternehmensleitung führt.