

„Leitbilder in der Spaßgesellschaft: Nur noch Powerfrauen und neue Männer?“

So lautete der Titel des frauenpolitischen Kongresses der Konrad-Adenauer-Stiftung in der Commerzbank in Frankfurt. 170 Frauen und Männer, die zu der Veranstaltung des Teams Frauen- und Familienpolitik der Konrad-Adenauer-Stiftung gekommen waren, erlebten spannende Diskussionen über die Frage, wie sich Frauen – vereinzelt auch Männer – von alten Rollenbildern entfernen und

jekten bereits Antworten auf die weiterhin schwelenden politischen Fragen für sich gefunden.

Mit den Veränderungen im Selbstverständnis von Männern und Frauen, ihr Leben jenseits von Rollenerwartung, Klischees und abgeleiteten Renten nun selbst in die Hand zu nehmen, hat die Werbung den Slogan zu bieten: Lebe deine Möglichkeiten. Auf diesem Hintergrund stell-

zwischen den Polen eines neuen Vaterverständnisses und einem Rollback zu traditionellen Männerrollen tendieren, erleben Frauen eine Fülle von weiblichen Leitbildern, die teilweise mit ihrem ausgeprägten Perfektionismus nicht für die Wirklichkeit geeignet sind.

Wie wichtig ein starkes lebbares Frauenleitbild ist, machte Prof. Dr. Gertrud Höhler deutlich. Weniger die „Opferpower“ als



„Powerfrauen“ auf dem Kongress in Frankfurt: Beate Luther von der Axel Springer Verlag-Marktforschung in Hamburg, (links oben), Betty Siegel vom Hamburger Senior Research Trendbüro Beratungsunternehmen für gesellschaftlichen Wandel (rechts oben), Gertrud Höhler, Beraterin von Wirtschaft und Politik, Berlin, links im Gespräch, und rechts Kongressteilnehmerinnen.

Foto: Brigitte Förster

welche Modelle zukünftig für sie wegweisend sein könnten.

Wie wichtig die Frage nach neuen Leitbildern ist, machte der Vorstandsvorsitzende der Commerzbank, Klaus-Peter Müller, deutlich, der auf die Notwendigkeit hinwies, Frauen im Arbeitsleben bessere Chancen zu ermöglichen, um in Führungspositionen zu gelangen. Auch in der Frage der Vereinbarkeit von Familie und Beruf hatte die Wirtschaft mit eigenen Pro-

ten Expertinnen aus der Markt- und Zukunftsforschung – Betty Siegel, Trendbüro Beratungsunternehmen für gesellschaftlichen Wandel, Hamburg; Beate Luther, ASV-Marktforschung, Hamburg; und Ines Imdahl, Rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen, Köln – ihre empirischen Untersuchungen über derzeitige Leitbilder für Frauen vor. Denn wie bei den Männern greift Unsicherheit um sich. Doch während Männer überwiegend

vielmehr ein unabhängiger und konsequenter Lebensentwurf, wie z. B. den ihrer „Alphawölfin“, der auf spezifisch weiblichen Stärken aufbaut und durch die Kenntnis männlicher Schwächen ergänzt wird, hat ihrer Meinung nach Zukunft. Die anschließend lebhafteste Diskussion zeigte, dass wir mitten in einem Umbruch leben, der Frauen und Männern viel abverlangt.

Christine Henry-Huthmacher