

Datum: 04.11.2017

Gleichstellung – auch für Männer

Gender Equality muss immer noch gefördert werden. Bei PwC setzt man darauf, dass Männer und Frauen gemeinsam für echte Gleichstellung eintreten.

TEXT SMA

PwC gilt als vorbildliche Arbeitgeberin, was die Gleichstellung der Geschlechter anbelangt. Dies wird mittels einer Evaluation jährlich überprüft. «Was gemessen wird, wird auch getan», sagt Corina Merz. Doch welche Rolle spielen die Männer bei der Umsetzung der Massnahmen? Darauf hat PwC mehrere Antworten: «Wollen wir wirklich Fortschritte in diesem Bereich machen, müssen Männer und Frauen zusammenspannen und eine Allianz bilden, welche die Gleichberechtigung beider Geschlechter vorantreibt. Dies ist unser Fokus bei PwC im Bereich Gender Diversity.» Vielfach konzentriert sich die Diskussion der Geschlechtergleichheit ausschliesslich auf die Frauen. Für Corina Merz ist deshalb klar: «Wer sich für Gleichstellung einsetzt, muss auch die Seite der Männer beleuchten.» Gewisse geschlechterbezogene Stereotype fallen oft erst auf, wenn die damit verbundenen Privilegien dem anderen Geschlecht verwehrt werden.

Ein Beispiel: Bei Männern ist es ange-

sehen, wenn sie viel Zeit in ihre Karriere investieren. Bei Frauen wird es geschätzt, wenn sie neben dem Job eine Familie managen. Das umgekehrte Modell ist jedoch weniger verbreitet. «Wir sehen bei uns vermehrt, dass Männer gerne mehr Zeit in die Kindererziehung investieren und viele Frau-

en Vollgas in der Karriere geben möchten», sagt Merz. Was kann man nun tun, um diese Gleichstellung voranzutreiben? Dazu bieten sich im Alltag viele Möglichkeiten. Männer können Frauen fördern, indem sie ihnen durch Schlüsselpositionen in Projekten mehr Visibilität verschaffen. Frauen können sich für ihre männlichen Kollegen einsetzen, wenn sie das zu tun gedenken, was bei dem weiblichen Geschlecht Normalität ist: sich um die Kinder kümmern.



Dr. Corina Merz

ist im Team People & Organisational Development verantwortlich für Inclusion & Diversity bei PwC Schweiz



+ Walk the talk - PwC lässt Taten sprechen

Die vom CEO von PwC Schweiz, Urs Honegger, persönlich gesponserte Förderung der Geschlechtergleichheit wird durch folgende Massnahmen umgesetzt:

- Flexible Arbeitsmodelle für Männer und Frauen
- Inclusion & Diversity-Evaluation – daraus folgt ein Massnahmenplan
- HeforShe – Männer machen sich für Chancengleichheit stark
- Women Mentoring – Männliche Führungskräfte fördern weibliche Talente
- Partner Pipeline Initiative zur Förderung der besten (weiblichen) Führungskräfte

Mehr Informationen auf: www.pwc.ch/diversity

Datum: 04.11.2017

«Durch die Digitalisierung werden Frauen unabhängiger»

Es braucht sowohl Männer als auch Frauen zur Erreichung der Geschlechtergleichheit. Kann die Digitalisierung den letzten Kick zur Gleichstellung geben?

Männer und Gender Equality, wie passt das zusammen?

Nadia Fischer: Männer sollten dafür einstehen, ohne negative Folgen Teilzeitarbeit leisten und die Kinder betreuen zu können. Ihnen sollte auch bewusst sein, dass sie genauso betroffen sind, wenn ihre Partnerin weniger verdient als Männer in der gleichen Position. Am Schluss steht beiden weniger Haushaltsgeld zur Verfügung.

Holger Greif: Wir leben immer noch in einer männerdominierten Welt, besonders was Führungskräfte anbelangt. Die gesellschaftliche Akzeptanz, dass Männer ihr Pensum reduzieren, ist immer noch bedeutend kleiner als bei Frauen. Umgekehrt werden Frauen mit Kindern, welche ihr Pensum nicht reduzieren, von der Gesellschaft weniger akzeptiert.

Was tun Sie bei PwC Schweiz persönlich, um die Geschlechtergleichheit und die Frauen zu fördern?

Nadia Fischer: Ich schaue schon bei der Rekrutierung darauf, dass Frauen eine faire Chance erhalten. Bei den Vorstellungsgesprächen muss mindestens eine Frau anwesend sein. Stehen Frauen nur Männer gegenüber, kann dies allenfalls befremdend wirken. Jeder Mensch sucht sich automatisch Personen, die ähnlich sind, und das Geschlecht ist

eines dieser Merkmale. In einer männerdominierten Welt werden tendenziell maskuline Fähigkeiten bevorzugt. Wir achten darauf, dass bei uns weibliche Attribute gleich stark bewertet werden.

Holger Greif: Bei der Rekrutierung beauftrage ich den Headhunter, gezielt nach Frauen zu suchen. Mein Team mit ungefähr fünfzig Mitarbeitern ist naturgemäss sehr breit aufgestellt, denn wir beraten Firmen, wie sie sich digitalisieren können. Das gelingt nur, wenn wir Querdenker mit verschiedenen Charakteren und Fähigkeiten im Team haben – also natürlich auch weibliche Talente. Das Thema «Inclusion and Diversity» hat für mich seit jeher einen hohen Stellenwert.

Wenn man über Gleichberechtigung diskutiert, stehen meist die Frauen im Zentrum. Wo brauchen Männer Rückenstärkung, damit wir tatsächlich von Gleichberechtigung sprechen können?

Nadia Fischer: Es braucht positive Vorbilder, wie männliche Geschäftsleitungs-Mitglieder, die ein reduziertes Pensum bestreiten und auch mal früher das Büro verlassen, um ihre Kinder von der Krippe abzuholen.

Holger Greif: Das einfachste wäre eine Babyauszeit und Teilzeitarbeit auch für Männer. Aber das wird von der Gesellschaft oft noch immer als Schwäche angesehen. Dass es anders geht, zeigen uns die skandinavischen Länder. Hier ist die Wahrnehmung eine ganz andere. Sich auch als Mann verstärkt um die Familie zu kümmern, wird dort als Stärke gesehen.

Kann die Digitalisierung die Geschlechtergleichheit beschleunigen?

gen?

Nadia Fischer: Durch die Digitalisierung werden Frauen unabhängiger und können sich einfacher untereinander vernetzen. Sie können schneller, einfacher und günstiger unternehmerisch tätig sein. Im Bereich der «Artificial Intelligence» lauern aber einige Gefahren. Bei Künstlicher Intelligenz wird der Algorithmus zumeist von Männern geschaffen. Danach lernt das System aus Informationen aus dem Netz, welche wiederum grossmehrheitlich von denselben Leuten stammen, was zu einem verzerrten Verhalten führen kann. Daher ist es relevant, dass Frauen bereits bei der Entwicklung dieser Algorithmen involviert sind.

Holger Greif: Durch die Digitalisierung lassen sich Zielgruppen bedeutend einfacher ansprechen. Kaufentscheidungen in vielen Dingen – das gilt nicht nur b2c (business to client) sondern auch b2b (business to business) – werden heute schon stark von Frauen geprägt. In der Art, wie Kunden angesprochen werden, können Frauen stärker berücksichtigt werden. Damit auch Frauen genügend einbezogen werden, müssen wir diese Perspektiven bewusst integrieren, wenn wir künstliche Intelligenz trainieren.

Die Interviewpartner

Nadia Fischer ist Head of Product Owners in PwC's Experience Center und Mutter von zwei Kindern

Holger Greif ist Partner von PwC's Digital Services und Vater von zwei Töchtern