

Das Volk meint: Eine Frauenquote ist nicht nötig

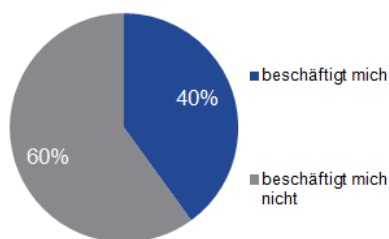
Viel ist in der Schweiz von einer notwendigen Erhöhung der Frauenquote die Rede. Vor dem Hintergrund ist erstaunlich, dass die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung findet, es brauche keine gesetzlich vorgeschriebene Quote. Ebenso wenig brauche es Massnahmen der Politik, um gegen die tiefe Frauenquote vorzugehen, lautet der Grundtenor. Dies zeigt eine repräsentative Befragung des Meinungsforschungsinstitutes Demoscope bei 1'007 Personen in der Deutsch- und Westschweiz, in Auftrag gegeben von Mercuri Urval.

Die telefonische Befragung bei der Schweizer Bevölkerung zeigt auf, dass das Thema Frauenquote in der Schweizer Wirtschaft die Mehrheit der Befragten (60%) nicht beschäftigt. Aufgeteilt nach Geschlechtern belegen die Daten jedoch auch, dass sich – sofern das Thema interessiert – mehr Frauen als Männer um das Thema kümmern. Diese Tendenz manifestiert sich schliesslich darin, dass die Mehrheit der befragten Frauen eine Frauenquote als notwendig erachtet. Insgesamt und über alle Altersstufen hinweg sind 53% aller Befragten der Meinung, dass es keine Frauenquote braucht.

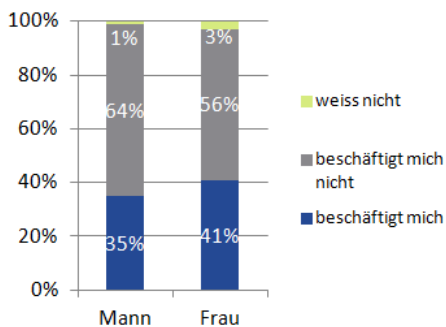
Es zeigen sich auch Meinungsunterschiede in den Altersklassen. So befürwortet eine Mehrheit der jüngsten Gruppe (15-34 Jahre) die Einführung einer Frauenquote knapp (46% zu 44%, 10% „Weiss nicht“). Regional betrachtet lassen sich kaum Unterschiede feststellen.

Einig sind sich die Befragten betreffend der Notwendigkeit politischer Massnahmen. Die relative Mehrheit – über alle Alters- und Bildungsstufen hinweg sowie bei beiden Geschlechtern – ist der Meinung, dass die Politik nicht eingreifen soll, um die Frauenquote zu erhöhen.

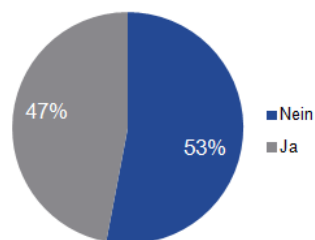
Thema Frauenquote



Beschäftigung mit Thema (Interesse) nach Geschlecht



Braucht es eine Quote?



Quelle: Demoscope, 1'007 telefonische Interviews (Mehrthemenbefragung) in der Deutsch- und Westschweiz im Februar 2014

Was Unternehmen tun können

Zur Steigerung der Frauenquote bieten sich folgende pragmatische Massnahmen für Unternehmen jeder Grösse an:

1. Eine individuelle unternehmensinterne Ziel-Frauenquote für die nächsten drei Jahre setzen
2. Für jede vakante Führungsposition jeweils mindestens einen Kandidaten, eine Kandidatin beiderlei Geschlechts auf die Shortlist setzen
3. Frauen intern gezielt fördern (Arbeitszeitmodelle, Betreuungsplätze)
4. Vermehrt auf externe Profis zurückgreifen.
5. Suche frühzeitig angehen.
6. Zur Tat schreiten.



Christian Schaffenberger ist Senior Vice President Global Head Board & Executive von Mercuri Urval International.

Mercuri Urval ist eine international führende Personal- und Managementberatung mit mehr als 700 Mitarbeitenden in 25 Ländern.

Kontakt

Mercuri Urval, Rietstrasse 41, Zollikon