

FRAUEN SIND ANDERS

Auch die aktuelle Forschung beschäftigt sich immer öfter mit dem Thema „Frau“. Der deutsche Trendforscher Matthias Horx spricht sogar vom „Megatrend Frauen“ und ist der Meinung, dass das 21. Jahrhundert das der Frauen wird. Mit „Megatrend Frauen“ ist aber nicht nur das Geschlecht „Frau“ gemeint, sondern auch weibliche Eigenschaften und Verhaltensweisen.

Unsere Gesellschaft wird weiblicher in vielen Bereichen, auch aus demographischer Sicht: das weibliche Geschlecht übertrifft das männliche entschieden an statistischer Lebenserwartung. Es wird bereits von einer Feminisierung des Alters gesprochen; es kommen auf 100 Frauen über 60 Jahre derzeit nur 66 Männer, bei den über 75jährigen ist das Verhältnis 100 zu 44 und bei den 85plus ist der Männeranteil nur mehr ein Drittel.

Die Studie „Female Forces“ ergibt, dass Frauen ganz anders ticken als Männer. Sie denken über andere Dinge nach, sie unterscheiden sich in der Wahrnehmung, Prioritätensetzung und in der Art, wie Entscheidungsprozesse ablaufen. Die Studie zeigt, dass kein Unternehmen sich leisten kann, diese Entwicklung zu verschlafen. Wichtig ist auf die Bedürfnisse von Frauen speziell zu achten, sie als Kundinnen besser anzusprechen und begeistern zu können. Konkret zeigt sich laut der Studie zum Beispiel, dass Frauen besonders der faktische Nutzen wichtig ist. Innerhalb der Zielgruppe Frauen scheint vielfach übersehen worden zu sein, dass sich Rollenbilder verändert haben. Das klassische Mutterbild ist für die Generation der jungen Frauen absolut realitätsfern. So wollen sich junge Mütter nicht auf ein Abstellgleis schieben lassen. Es zeigt sich, dass Frauen sich ungern auf eine einzige Rolle festlegen lassen. Sie schlüpfen, je nach Situation, in viele verschiedene Rollen und sind sozusagen „multi-tasking“.

Diese vielschichtigen und damit immer wieder aufs Neue spannenden Seiten der Frauen wurden jüngst auch in einer grundlegenden und tiefenpsychologischen Studie fundiert, umfassend und statistisch repräsentativ erforscht von Ines Imdahl und Ulrike Schlüter. Das Ergebnis unter dem Titel V.E.N.U.S. sind fünf psychologische Dimensionen und in der Folge sieben Frauentypen, die einen Einblick in die viel zitierte Andersartigkeit von Frauen geben und helfen sollen ihr Denken, Fühlen und Handeln begreifbar zu machen. Untersucht wurden auch Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Frauen.

Die Möglichkeiten der heutigen Zeit für Frauen aus einer Vielzahl an Rollenangeboten auswählen zu können (z.B. Mutter, Karrierefrau, Hausfrau, Intellektuelle, Model, Vamp ...) und diese aber

meist auch gleichzeitig gelebt werden, was oft in eine Vier- und Fünffachbelastung mündet. Mit der Gleichzeitigkeit aller Rollen ist der Anspruch an die einzelnen Rollen aber nicht geringer geworden, im Gegenteil: nur weil „frau“ berufstätig ist, darf nicht etwa der Haushalt verschlumpfen, und als gute Mutter sollte man Kinder nicht in fremde Hände geben, nur um zu arbeiten. Jedes dieser Bilder stellt an die Frauen einen enormen Perfektionszwang.

Damit wird Multioptionalität zugleich als Befreiung von alten, eingengenden Rollen empfunden und als enorme Belastung durch den damit einhergehenden Perfektionszwang.

„Du musst heute alles auf einmal sein: schön, intelligent, studiert, Geld verdienen und natürlich die perfekte, fürsorgliche Mutter – ein Superweib.“

Der erwähnte Perfektionszwang ergibt sich auch aufgrund nicht mehr existierender Wertvorgaben, es wird in der Gesellschaft kein verbindliches Leitbild mehr angeboten. Somit sind alle Rollen gleich viel wert und lösen den oben genannten Perfektionszwang aus. Auch das Heranwachsen (Kindheit, Pubertät) von Mädchen heute unterscheidet sich deutlich von früheren Generationen. Auseinandersetzungen, Streit und Reibereien mit Eltern, Lehrern bieten Chance und Möglichkeit sich selbst zu entwickeln. Persönlichkeitsentwicklung und Reifung passiert so auch über Rebellion, welche viele junge Menschen heute in ihrer Entwicklung vermissen.

„Ich habe alles versucht, um meine Eltern mal zu provozieren, aber für alles hatten sie Verständnis. Ich hätte gern mal etwas gehabt, gegen das ich sein kann.“

Junge Frauen können und wollen sich nicht für eine Option entscheiden. Somit dient das Offenhalten von Möglichkeiten dazu, seine Chancen für die Zukunft nicht einzuschränken. Unermüdlige Identitätssuche zeigt den Umgang von Frauen aufgrund der Multioptionalität und des Perfektionismus: Frauen spüren noch keine Entlastung innerhalb der Perfektionsspirale.

Frauen sind anders – kompliziert und schwer zu verstehen- nicht nur für Männer. Ein Vorurteil, das auch mit der Studie V.E.N.U.S. nicht widerlegt wird, aber die Ergebnisse sollen helfen Einblick in die Andersartigkeit von Frauen zu geben und helfen ihr Wesen begreifbar zu machen.