

Geschäftsfrauen in Frankreich


Viele Branchen – von Maschinenbau über IT bis Chemie – gelten als sogenannte Männerdomänen. Wenn jedoch internationale Treffen mit Mitarbeitern aus technisch-orientierten Firmen stattfinden, erhöhen die französischen Teilnehmer den **Frauenanteil** der Veranstaltung mehr als deutlich. Die **Erwerbsquote** der Frauen zwischen 25 und 54 Jahren beträgt in Frankreich 76 Prozent. 90 Prozent der Französinen bekommen Kinder. Das heißt, nicht nur berufstätige Frauen, sondern auch berufstätige Mütter stellen die hohe Erwerbsquote! Um die großen Unterschiede zu Nachbarländern zu verdeutlichen, müssen weitere Zahlen herangezogen werden: Der **Frauenanteil unter französischen Managern** liegt durchschnittlich bei gut 36 Prozent, nur knapp 30 Prozent der Frauen arbeiten in **Teilzeit**, ca. zwei Drittel der berufstätigen Mütter arbeiten Vollzeit. Die Geburtenrate beträgt 2,1. Frankreich verzeichnet eine **Kinderbetreuungsichte** für die Altersstufe von drei bis sechs Jahren von 99 Prozent (Kinder bis drei Jahre: 28 Prozent).⁴

In Frankreich werden daher eher die **nicht-berufstätigen Frauen als Sonderfälle** betrachtet. ›Nur‹ zu Hause bei den Kindern zu bleiben, ist in der Gesellschaft nicht besonders anerkannt. **Kinderbetreuungseinrichtungen** genießen hingegen eine **hohe Akzeptanz**. Die Schulen sind **Ganztagschulen**, nur der Mittwoch ist ganz oder teilweise frei.

Trotzdem ist nicht alles rosig: Oft, vor allem in Großstädten, motiviert die **wirtschaftliche Notwendigkeit** die Berufstätigkeit beider Partner. Die Doppel- oder dreifache Belastung fällt meist auf die Frauen und wird eher selten mit den männlichen

⁴ Luci (2011) und Institut National de la Statistique

Partnern geteilt. Dennoch sind Beruf und Familie häufig keine Entweder-Oder-Frage.

Die **Vereinbarkeit von Beruf und Familie** ist in Frankreich Teil der Gleichstellung von Frauen und Männern, die als Querschnittsthema gilt, das sich durch alle Politikbereiche zieht.  **GKFRAT7** (Frauen auf dem Arbeitsmarkt in Frankreich) Es handelt sich also um **kein Sonderthema**, mit dem sich nur einige fortschrittliche Unternehmen oder gesellschaftliche Gruppierungen befassen.

Französische Geschäftsfrauen, die Vollzeitätigkeit und Familie unter einen Hut bringen, können daher einige Reaktionen deutschsprachiger Kollegen gar nicht einordnen. Ein Beispiel aus der Praxis: Caroline war nach ihrer Ernennung zur Europa Marketingleiterin zum ersten Mal in der Sub-Region Deutschland-Schweiz-Österreich-Benelux unterwegs. Sie erntete bei ihren Geschäftspartnern ungläubige Blicke, als sie sagte, dass sie Mutter von vier Kindern sei. Es kamen **sofort Zweifel an ihrer Professionalität, an ihrer Verfügbarkeit und an ihrem Engagement** für das Unternehmen auf, die ihr in ihrer ganzen Karriere so niemals begegnet waren.

Dresscode: Feminines Erscheinungsbild

Berufstätig zu sein, hindert Französinen nicht daran, eine **feminine Erscheinung** zu pflegen. Die **Normalität weiblicher Anwesenheit in der Arbeitswelt** ermöglicht es, dass sich Frauen und Männer in den Unternehmen so verhalten wie in allen anderen Bereichen des sozialen Lebens. Die Interaktion zwischen den Geschlechtern erfolgt ohne Zwang: **Alle werden auf die gleiche Weise behandelt**. Wenn Sie als deutschsprachige Geschäftsfrau nach Frankreich reisen, können Sie also den gestreiften Hosenanzug in gedeckten Farben getrost zu Hause lassen. Der französische Business-Dresscode ist **elegant und dezent**: Neben Hosenanzügen sind auch Röcke gerne gesehen, wenn sie nicht zu hoch über dem Knie enden. Das Oberteil darf gerne dekolletiert sein, wenn der Ausschnitt nicht zu tief ist. Und auch Make-up gehört dazu, sofern es nicht zu schrill ausfällt.