

DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 19 – Oktober 2005

Ikea auf Frauensuche

Ikea ist auf der Suche nach Frauen! Nein, diesmal will das schwedische Möbelunternehmen keine neuen Kundinnen gewinnen, sondern es geht um Frauen in Führungspositionen! Mit ganzseitigen Anzeigen fordert Ikea gezielt Absolventinnen zur Bewerbung im Unternehmen auf. Mit der Kampagne unter der



Überschrift „Haben Sie das Zeug zur Karrierefrau?“ soll der Frauenanteil in Führungspositionen von vergleichsweise beachtlichen 25 Prozent weiter erhöht werden! Die Abbildung zeigt eine Handtasche aus der alle möglichen Utensilien fallen, die die „typische Frau“ regelmäßig bei sich trägt. Der gutgemeinten Intention haftet leider ein etwas fader Beigeschmack an: Neben Schminkzeug, Handy, Parfüm und Süßigkeiten darf der Babyschnuller nicht fehlen. Ist Kinderbetreuung also doch Frauensache, hier durch den Schnuller symbolisiert, oder will das Unternehmen seine Familienfreundlichkeit unter Beweis stellen? Etwas befremdend wirkt der textliche Einschub, wonach

Frauen bei Ikea kein „Chancengleichheitsgetue“ zu erwarten hätten, sondern jede Frau für ihre „berufliche Entwicklung selbst verantwortlich“ sei. Was für Frauen, die mit Emanzipation nicht viel anfangen können, auf den ersten Blick attraktiv erscheinen mag, entpuppt sich bei näherer Betrachtung als kurzichtig. Zwar liegt der Frauenanteil in Führungspositionen bei Ikea weit über dem Durchschnitt in Deutschland - von der suggerierten Geschlechtsblindheit kann auch bei Ikea noch keine Rede sein. Aber wer weiß, was die neuen Karrierefrauen demnächst alles bewirken ...