

INTERNET

Das weibliche Web

Frauen sind in der Online-Welt zur wichtigsten Zielgruppe geworden, doch in den führenden Unternehmen und in den hoffnungsvollen Neugründungen der Branche haben bisher nur Männer das Sagen. Wird sich das jetzt ändern?



Brit Morin
entwickelt Apps speziell
für Frauen

Im kalifornischen Silicon Valley, dem Technologiezentrum der Welt, zählen nur Daten und Zahlen, und die sprechen eine eindeutige Sprache. Die Mehrheit der Nutzer von Facebook, Twitter und vielen anderen sozialen Netzwerken? Frauen. Wer kauft am meisten über das Internet ein? Frauen. Und welche demografische Gruppe nutzt das Netz insgesamt am häufigsten und intensivsten? Genau.



Sheryl Sandberg hat großen Anteil am Erfolg von Facebook

technologische Fortschritt sich an einem Ort der Welt festmachen lässt, dann an dieser kleinen Region nur wenige Kilometer südlich von San Francisco: Hier wird entschieden, wie unser Leben im Jahr 2050 aussieht. Und das dürfe nicht allein Männern mit Ansichten aus dem Jahr 1950 überlassen werden, so sagen nun viele, und keineswegs nur Frauen.

Als Marissa Mayer die Führung von Yahoo über-

nahm, galt das als Sensation. Die Medien rund um die Welt berichteten, fast so, als hätte es noch nie eine Frau ganz nach oben geschafft in der Hightech-Welt. Dabei hat auch IBM mit Virginia Rometty eine Chefin. Meg Whitman führte erst Ebay und nun Hewlett-Packard. Ohne Sheryl Sandberg wäre Facebook niemals so schnell so groß geworden.

Die Aufregung hat deswegen auch weniger mit der Person, sondern mehr mit

Die IT-Branche hat zwar schon lange einen Ruf als Männerdomäne, als frauenfeindliches Macho-Land voller Nerds, die in ihrem Herrenclub keine Frauen dabei haben wollen. Aber muss sich das nicht ändern in einer Zeit, in der mehr Frauen ein Smartphone besitzen als Männer? Und in der jedes erfolgreiche Internetunternehmen auf Frauen angewiesen ist?

Über diese Diskrepanz wird in der Hightech-Welt seit Monaten heftig gestritten. Zwei Ereignisse heizten die Debatte zusätzlich an:

Marissa Mayer, eine talentierte und taffe Computerwissenschaftlerin aus der Führung von Google, wurde Chefin der Suchmaschinenfirma Yahoo – obwohl sie zu diesem Zeitpunkt hochschwanger war. Das sei, so sagen viele Beobachter, ein Zeichen dafür, dass die Frauen endlich die Technologiewelt erobern und alte Klischees nicht mehr gelten.

Etwa zur gleichen Zeit verklagte Ellen Pao, eine ebenso talentierte und taffe Computerwissenschaftlerin aus der Führung von Kleiner Perkins Caufield & Byers, einem der größten Wagniskapitalfinanzierer im Silicon Valley, ihren Arbeitgeber wegen sexueller Belästigung und absichtlicher Benachteiligung von Frauen am Arbeitsplatz. Das sei, so sagen viele Beobachter, ein Zeichen dafür, dass die Frauen niemals die Technologiewelt erobern werden und alle Klischees noch immer gelten.

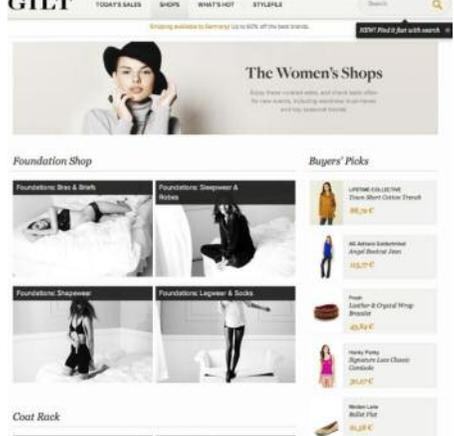
Frauen waren im Technikgeschäft schon immer unterrepräsentiert. Auch heute noch sitzen in deutschen Vorlesungen zu Maschinenbau und Elektrotechnik meist nur eine Handvoll Studentinnen. Richtig aufgeregt hat das nur wenige.

Das ist jetzt ganz anders, weil es um das Silicon Valley geht. Denn wenn der

Grundätzlichem zu tun. Ebenfalls in diesem Sommer veröffentlichte die Princeton-Professorin Anne-Marie Slaughter ihren Essay „Warum Frauen immer noch nicht alles haben können“, sie erklärt darin, warum es Frauen immer noch nicht gelingen könne, Familie und Karriere unter einen Hut zu bringen. Sie habe einen Teil ihrer feministischen Vorstellungen über Bord werfen müssen. Der Beitrag provozierte wütende Reaktionen von Frauen bis hin zu Hillary Clinton.

Mayer soll nun Slaughter widerlegen. Sie wurde nicht nur ausgewählt, ein Unternehmen zu leiten, sie soll es aus einer schweren Krise führen, direkt nach der Geburt ihres ersten Kindes. Kein Problem, verkündete Mayer, und während ihres Mutterschutzes werde sie selbstverständlich durcharbeiten. Viele junge Frauen bejubelten sie dafür.

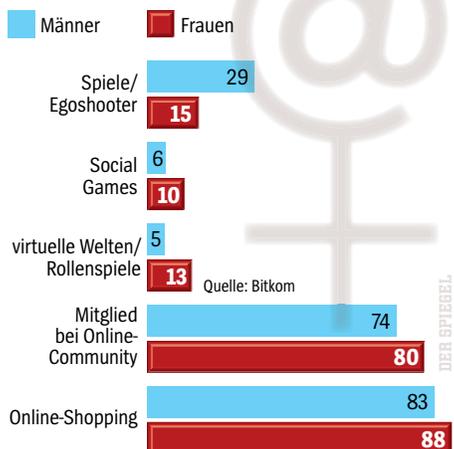
Doch für die neue weibliche Macht in der Online-Welt sind andere Entwicklungen viel entscheidender. „Das Web wandelt sich von einer Plattform für Informationen zu einer Plattform fürs Einkaufen. Und das macht Frauen definitiv viel wichtiger“, sagt Susan Lyne, Vorstandschefin der Online-Shoppingfirma Gilt.



Gilt-Website Plattform fürs Einkaufen

Auf Augenhöhe

Internetnutzung in Prozent



Grundsätzlichem zu tun. Ebenfalls in diesem Sommer veröffentlichte die Princeton-Professorin Anne-Marie Slaughter ihren Essay „Warum Frauen immer noch nicht alles haben können“, sie erklärt darin, warum es Frauen immer noch nicht gelingen könne, Familie und Karriere unter einen Hut zu bringen. Sie habe einen Teil ihrer feministischen Vorstellungen über Bord werfen müssen. Der Beitrag provozierte wütende Reaktionen von Frauen bis hin zu Hillary Clinton.

Mayer soll nun Slaughter widerlegen. Sie wurde nicht nur ausgewählt, ein Unternehmen zu leiten, sie soll es aus einer schweren Krise führen, direkt nach der Geburt ihres ersten Kindes. Kein Problem, verkündete Mayer, und während ihres Mutterschutzes werde sie selbstverständlich durcharbeiten. Viele junge Frauen bejubelten sie dafür.

Doch für die neue weibliche Macht in der Online-Welt sind andere Entwicklungen viel entscheidender. „Das Web wandelt sich von einer Plattform für Informationen zu einer Plattform fürs Einkaufen. Und das macht Frauen definitiv viel wichtiger“, sagt Susan Lyne, Vorstandschefin der Online-Shoppingfirma Gilt.

Lyle, 62, hochgewachsen und elegant, blickt auf eine ebenso lange wie illustre Karriere zurück. Sie war leitende Redakteurin der „Village Voice“ in New York, wichtigste Programm-Managerin des TV-Senders ABC, Chefin der Medienfirmengruppe von Martha Stewart. Seit vier Jahren nun führt sie Gilt, in dieser Zeit ist das E-Commerce-Unternehmen von einem kleinen Start-up mit einigen Dutzend Mitarbeitern zu einem Konzern im Wert von einer Milliarde Dollar und mehr als fünf Millionen Mitgliedern gewachsen. Die große Mehrheit davon sind Frauen.

Lyne hat viele Daten parat, warum das so ist: „Weil Frauen 80 bis 85 Prozent aller Konsumententscheidungen treffen“, „weil 22 Prozent aller Frauen jeden Tag im Internet einkaufen“, „weil Frauen nicht nur mehr Magazine lesen als Männer, mehr fernsehen als Männer, sondern nun auch das Internet mehr nutzen als Männer“.

Die Konsequenz daraus: Die meisten der in den vergangenen Jahren groß gewordenen Online-Unternehmen werden von weiblichen Nutzern dominiert. Sie sind für 62 Prozent aller Aktivitäten wie Status-Updates und Kommentare auf Facebook verantwortlich. Drei Viertel aller Gutscheine bei Groupon werden von Frauen gekauft.

Kein Internetunternehmen ist jemals schneller gewachsen als Pinterest, nicht einmal Facebook: Erst 2010 entstanden, zählt die Mischung aus sozialem Netzwerk und Internetpinnwand inzwischen rund 25 Millionen Nutzer – vor allem Frauen. Gegründet und hochgezogen wurde Pinterest jedoch von einem Mann,

Ben Silbermann, der wird nun als neuer Mark Zuckerberg gefeiert.

„Frauen machen einfach nicht genug Software für Frauen“, sagt Brit Morin. Sie ist angetreten, das zu ändern. Morin, 26, hat für Google gearbeitet, an der Suche und an Google Maps. Vor einem Jahr gründete sie ihr eigenes Internetunternehmen, „eine Mischung aus Medien- und Technologieunternehmen“. Morin entwickelt Apps, die speziell „für Frauen gedacht sind, um ihnen das Leben zu erleichtern“, etwa zur Hochzeitsplanung. Frauen seien vor allem visuell und sozial geprägt, sagt Morin, und deswegen sei das Internet ihr Medium.

1,25 Millionen Dollar an Wagniskapitalförderung sammelte Morin gleich zu Beginn ein. Zu ihren finanziellen Förderern gehört auch Marissa Mayer. „Wir Frauen helfen uns nun gegenseitig und halten zusammen“, sagt Morin.

In den vergangenen Jahren sind zahlreiche Netzwerke entstanden mit Titeln wie Girls in Tech oder Women Who Code, zu Deutsch: Frauen, die programmieren. Auch in Berlin haben sich rund 220 Frauen aus der Technologie-Szene der Hauptstadt zu einer Gruppe mit dem Namen Berlin Geekettes zusammengeschlossen.

Oberste Netzwerkerin und meist bewundertes Vorbild aber ist Sheryl Sandberg, die Geschäftsführerin von Facebook, rechte Hand von dessen Gründer Mark Zuckerberg, verantwortlich für das Tagesgeschäft und den Wandel vom Start-up zum börsennotierten Konzern. Die 43-Jährige gilt als eine der besten Führungskräfte nicht nur im Silicon Valley, sondern im ganzen Land. Die Harvard-Absolventin war zu Beginn ihrer Karriere Bürochefin des US-Finanzministers, nun ist sie nach den Präsidentschaftswahlen selbst für den Ministerposten im Gespräch.

Seit Jahren schon hält Sandberg immer wieder Vorträge über die Aufstiegschancen von Frauen in Top-Jobs, manche wurden auf YouTube Hunderttausende Mal aufgerufen, und dabei sagt sie Sätze wie: „Ich bin sicher, die Welt wäre ein besserer Ort, wenn die Hälfte aller Institutionen von Frauen geführt würde.“

Jeden Monat veranstaltet Sandberg zu Hause ein Abendessen, zu dem sie eine Auswahl talentierter Frauen einlädt und manchmal auch Männer als Gastredner, den Microsoft-Chef Steve Ballmer etwa oder den New Yorker Bürgermeister Michael Bloomberg.

Sie hat jetzt auch ein Buch geschrieben über ihre Erfahrungen im Silicon Valley, nächstes Frühjahr soll es erscheinen, aber sie hat bereits verkündet, was die Kern-

botschaft an die weiblichen Leser sein wird: „Nicht den Fuß vom Gas nehmen!“

Sandberg will Frauen auch Mut machen, den Sprung in die Selbständigkeit zu wagen. Da gibt es erheblichen Nachholbedarf – aber auch erste Anzeichen der Besserung.

„Ich bin seit Jahren in der Start-up-Szene involviert, und zuletzt habe ich immer mehr Gründerinnen beobachtet, die ihre Projekte verwirklichen können“, sagt Dennis Crowley, Chef des sozialen Netzwerks Foursquare. Laut dem Frauennetzwerk Women 2.0 hat sich die Zahl weiblicher IT-Gründerinnen in den vergangenen drei Jahren verdoppelt.

Vielleicht mangelt es dabei auch weniger an Ideen als an Geld, denn die Venture-capital-Szene im Silicon Valley ist die Männerdomäne schlechthin. Nur eine Handvoll der 50 größten Wagniskapitalgeber hat mehr als eine weibliche Partnerin in der Führungsetage, die mitentscheidet, welche Unternehmen eine Anschubfinanzierung bekommen. Die meisten sind reine Männerunden.

„Ich glaube, es ist viel schwerer, unter diesen Bedingungen eine Finanzierung zu bekommen“, sagt Susan Lyne, die Gilt-Chefin: als Frau eine Unternehmensidee zu präsentieren, die sich an eine weibliche Zielgruppe richtet, „und dann ist niemand im Raum, der sich selbst für das Produkt interessieren könnte“.

Solche Argumente bleiben nicht unwidersprochen. Frauen seien weniger risikobereit und genetisch auf Sicherheitsdenken festgelegt, wehren sich viele Männer, sie seien deswegen auch nicht bereit, das Studium hinzuschmeißen wie Marc Zuckerberg oder Bill Gates, um sich ganz auf eine Idee zu stürzen. Und: Frauen wollten oft einfach keine Unternehmer sein.

Vielleicht muss die datengläubige IT-Branche mit den Ergebnissen einer Studie der Eliteuniversität MIT davon überzeugt werden, dass es so nicht weitergehen kann – und dass am Ende alle profitieren, wenn nicht nur das Netz, sondern auch die IT-Unternehmen zunehmend weiblich werden. Die Forscher ließen mehrere Teams Probleme lösen. Das Ergebnis: Am besten schnitten nicht die Gruppen mit dem höchsten IQ ab, sondern die mit den meisten Frauen.

„Das Standardargument war bislang, dass Vielfalt gut ist und deswegen sowohl Männer als auch Frauen in einem Team sein sollen“, sagt Professor Thomas Malone, der die Studie durchführte. „Aber die Daten zeigen nun: umso mehr Frauen, umso besser.“

THOMAS SCHULZ



Marissa Mayer
soll Yahoo wieder auf Erfolgskurs bringen

RADIO

Bitte nicht bohren

Hat der Deutschlandfunk zugesagt, in einer Sendung über den Nürburgring keine kritischen Fragen zu stellen? E-Mails legen das nahe.

Quizfrage. Von welchem Sender mag wohl die Rede sein, wenn einer, der dort ein Interview geben soll, mit folgenden Worten auf seinen Auftritt eingestimmt wird: „Die Themen werden natürlich gemäß unserer Sprachregelung beantwortet. Mehr brauchen Sie auch vor dem Mikrofon nicht zu beantworten. Die Moderatoren werden nicht insistieren. Das habe ich mit denen vereinbart.“

Antwort A): Verkaufskanal QVC. B): Happy Family Radio, Lüneburg. C): Bibel TV. Richtig ist allerdings Antwort D).

D wie Deutschlandfunk.

Die Sätze stammen aus einer E-Mail des Kölner PR-Beraters Pietro Nuvoloni, der von den Insolvenzverwaltern der Pleite-Rennstrecke Nürburgring dafür bezahlt wird, dass er sie ins öffentlich-richtige Bild setzt. Nuvoloni dürften solche Ansagen heute eher unangenehm sein, noch peinlicher lesen sie sich aber für den öffentlich-rechtlichen Deutschlandfunk. Immerhin ein Sender, der sich in der Pflicht sieht, „Qualitätsmaßstäbe in der Medienlandschaft zu setzen“, mit einem „hohen journalistischen Anspruch“.

Bei der Sendung „Länderzeit“ am 10. Oktober gingen Absprachen offenbar über Ansprüche. Die Redaktion umgarnete Nuvoloni, um die Insolvenzverwalter auf jeden Fall in die Livesendung zu loten. Dagegen blieb ein kritischer Autor und ausgewiesener Nürburgring-Kenner, ursprünglich als Studiogast im Gespräch, am Ende draußen.

Rund 70 Minuten lang nahm sich der Deutschlandfunk das Finanzdesaster in der Eifel vor – Titel der Sendung: „Ein Mythos im Skandalstrudel – welche Zukunft hat der Nürburgring?“ Dort sind die Verhältnisse zurzeit reichlich verworren: Beteiligt ist das Land Rheinland-Pfalz, das Hunderte Millionen Euro in den überdimensionierten Freizeitpark am Ring gesteckt hat. Beteiligt ist die EU-Kommission, die weitere Geldflüsse stoppte. Beteiligt sind die privaten Pächter von der Firma NAG, die eine entscheidende Rolle für die Zukunft des Rings spielen, aber mit den Insolvenzverwaltern im Streit lagen. Und ebendiese In-