

LEBENSMITTELPRAXIS

**Green
Edition**

Ausgabe 7_2023
11. April
Einzelverkaufspreis
4,90 Euro

Greenwashing
**Grüne Werbung
vor Gericht**
Astrid Luedtke,
Rechtsanwältin
Seite 40



INTERVIEW
**FLORIDA-EIS-CHEF
OLAF HÖHN**

**„Klimawandel
zwingt zum
Umdenken“**

Seite 72

Westfleisch
**Politik
verweigert
Dialog**
Hubert Kelliger und
Michael Schulze Kalthoff
Seite 56

Nonfood-Discount
**Action
startet
durch
CEO
Hajir Hajji**
Seite 46

Spanische Erdbeeren
Die Umweltsünder
Miese Anbaubedingungen
Seite 82

IM TABU
Menopause am
Arbeitsplatz
Seite 6

MIT POWER
Immer mehr
Kinderprodukte
Seite 66

AUS PAPPE
Nachhaltige
Verpackungen gesucht
Seite 92

MENOPAUSE AM ARBEITSPLATZ

Die Wechseljahre sind ein Tabuthema – und dennoch unbemerkt zu einem Wirtschaftsfaktor geworden. Wer das im Unternehmen ignoriert, verliert.

von Bettina Röttig





**DANIELA
COCIRTA**
Kellogg DACH

Kellogg hat das „Recht auf Rückzug“ für Arbeitnehmer etabliert, die durch lebensverändernde Phasen wie die Menopause gehen. Unabhängig von ihrer Betriebszugehörigkeit können sich Mitarbeiter eine Auszeit zur seelischen und körperlichen Genesung nehmen. „Wir verankern diese tabuisierten Themen offiziell in unserer Policy und wollen damit Vorbild für eine faire und vielfältige Arbeitspolitik sein. Folglich ist es unser zentrales Bestreben, dass unsere Beschäftigten eine Unternehmenskultur erleben, in der sie sich – wenn sie das wünschen – offen über Tabuthemen wie die Menopause und einhergehende Beschwerden äußern können“, sagt Daniela Cocirta, Human Resources Lead, Kellogg DACH.

Der Podcast zum Thema



Susanne Liedtke war in Unternehmen wie Otto, Bonprix und zuletzt bei Google beschäftigt. Sie gründete die Plattform



Nobodytoldme, um sich dafür einzusetzen, dass Frauen in den Wechseljahren besser unterstützt werden. Im Podcast „Regalplatz“ der Lebensmittel Praxis spricht sie über die größten Herausforderungen in Verbindung mit dem Tabuthema und was es Unternehmen bringt, sich diesem zu widmen.



Begriffe erklärt

Die Menopause ist die letzte durch die körpereigenen Hormone gesteuerte Menstruationsblutung im Leben einer Frau. Sie tritt im Schnitt im Alter von 51 Jahren ein. Die Lebensphase davor und kurz danach wird „Perimenopause“ genannt. Diese kann bereits zehn Jahre vor Ausbleiben der Menopause einsetzen. Ein Jahr nach der letzten Blutung beginnt die Postmenopause. Diese Phasen zusammengefasst bilden die Wechseljahre.

Die Beschwerden

Acht von zehn Frauen erleben in den Wechseljahren Beschwerden, vor allem Hitzewallungen und Schweißausbrüche, Schlafstörungen oder Gelenkschmerzen, Trockenheit der Schleimhäute. Angst, Reizbarkeit und Depression, Herzklopfen oder Herzrasen, Hauttrockenheit, Müdigkeit und Reizbarkeit sind ebenfalls häufig. Diese Beschwerden können schon Jahre vor der Menopause einsetzen und bis zu 13 Jahre andauern. (Quelle: Deutsche Menopause Gesellschaft e. V.)

Frauenquoten in Führungsetagen, Gender-Pay-Gap, Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Es wird an vielen Fronten gekämpft, um Frauen in der Arbeitswelt eine gerechtere Teilhabe zu ermöglichen. Eine große Herausforderung mit direkter Verknüpfung zum sich verschärfenden Fachkräftemangel wurde bisher totgeschwiegen oder schlimmer noch: übersehen. Die Rede ist von den Wechseljahren und deren Auswirkungen auf die Wirtschaft und Karriereentwicklung von Frauen.

Wer an dieser Stelle meint „Das betrifft mich nicht“, der irrt. In unserer alternden Gesellschaft sind wir darauf angewiesen, dass mehr Frauen länger arbeiten. Dies gilt umso mehr für den Lebensmitteleinzelhandel mit einem Frauenanteil von rund 71 Prozent.

Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) betont das Potenzial von Frauen für den Arbeitsmarkt. DIW-Vorstandschef Marcel Fratzscher hält Diskussionen um die Rente ab 70 und 42 Stunden Wochenarbeitszeit für nicht zielführend, wohl aber „eine in der aktuellen Debatte häufig übersehene Maßnahme: eine strukturelle Stärkung der Erwerbstätigkeit von Frauen.“ Es sei an Politik, Unternehmen und Gesellschaft, die unzähligen Hürden für Frauen auf dem Arbeitsmarkt aus dem Weg zu räumen.

Eine dieser Hürden stellt die Menopause dar, wie Studien aus Großbritannien zeigen. Sie schlägt in der am schnellsten wachsenden Altersgruppe im Arbeitsmarkt zu. „Und das zu einer Zeit, in der Frauen, die zum Beispiel aus familiären Gründen Teilzeit gearbeitet haben, nun wieder neu durchstarten und all ihr Know-how einbringen könnten“, erklärt Dr. Natalie Lotzmann, Global Vice President People & Operations und Chief Medical Officer bei SAP. Sie setzt sich dafür ein, dass der „Business Case“ der Menopause am Arbeitsplatz auch in Deutschland erkannt wird. Denn die Vielzahl an Symptomen wie Konzentrationsprobleme, Schlafstörungen oder Depressionen wirken sich negativ auf die Arbeitsfähigkeit aus (siehe Grafiken S. 20).

Bisher würden die Zusammenhänge zwischen den Wechseljahren und Problemen auf dem Arbeitsmarkt nicht gesehen, moniert Susanne Liedtke, Gründerin der Plattform Nobodytoldme: „Es wird nicht gesehen, welches Kosteneinsparungspotenzial darin liegt, sich ausführlich mit den Wechseljahren zu beschäftigen: weniger Ausfalltage, weniger Arbeitszeitreduktion, weniger vorzeitige Kündigungen, höhere Arbeitszufriedenheit und Produktivität, mehr Diversität, mehr weibliche Führungskräfte.“

Exodus an Talenten

Dabei bezieht sie sich auf verschiedene Studien aus England. Demzufolge haben bereits rund 1 Millionen britische Frauen ihre Arbeit aufgrund von Wechseljahresbeschwerden aufgegeben oder gewechselt. Und 14 Millionen Krankheitstage pro Jahr gehen allein in UK Schätzungen zufolge auf das Konto der hormonellen Umstellungsphase.

Der Exodus an erfahrenen Mitarbeiterinnen droht sich fortzusetzen. 18 Prozent der Frauen, die sich aktuell in den Wechseljahren befinden, erwägen zu kündigen. Im Finanzsektor liegt die Zahl sogar bei 25 Prozent. Andere reduzieren ihre Arbeitszeiten und verzichten darauf, sich um



Tesco: Maßnahmen-Paket verabschiedet

Der britische Lebensmittelhändler Tesco will Mitarbeiterinnen aktiv unterstützen, die unter Wechseljahresbeschwerden leiden, und für Aufklärung sorgen. Emma Taylor, Tesco Chief People Officer: „Wir möchten unsere Kolleginnen während dieser Lebensphase unterstützen, ohne ihnen zusätzliche Sorgen oder Druck aufzubürden.“ Die Maßnahmen: **Neue, angepasste Arbeitskleidung:** Oberteile werden nun aus einem leichten, atmungsaktiven Material gefertigt, das sich kühler anfühlt und mehr Bequemlichkeit bietet.

Virtuelles Menopausen-Café: Zum thematischen Austausch wird digital eingeladen, damit jeder Kollege und jede Kollegin teilnehmen kann. Zu jedem Termin wird ein neuer Aspekt rund um die Menopause diskutiert.

Offizielle Verpflichtung von Tesco: Als einer der größten Arbeitgeber im privaten Sektor in Großbritannien hat Tesco die Menopause Workplace Pledge unterzeichnet und sich dazu verpflichtet, Kollegen dabei zu helfen, die Wechseljahre zu verstehen und offen darüber sprechen zu können.

Richtlinien: Tesco hat einen Menopause Guide erstellt und ermutigt Mitarbeiter, diesen weiterzugeben. Auch andere Unternehmen können ihn nutzen.

Informationsplattform: Tesco hat alle Informationen und Ansprechpartner zum Thema Wechseljahre auf einem Portal gebündelt. Webinare zum Thema Wechseljahre sowie Aufzeichnungen von Events und Erfahrungsberichte sollen anderen helfen.

Hot@Tesco: Diese Gruppe bietet Mitarbeitern die Möglichkeit zum Vernetzen und zur gegenseitigen Unterstützung.



Der britische Lebensmittelhändler Tesco klärt im und über das Unternehmen hinaus zur Menopause auf.



Beförderungen zu bemühen – entgegen ihrer ursprünglichen Pläne. Britische Regierung, Behörden wie die Polizei und Wirtschaftsunternehmen wie Tesco (siehe links) haben die Problematik erkannt und Maßnahmen ergriffen.

Die Zielgruppe findet statistisch nicht statt

Hierzulande fehlen bisher vergleichbare Studien. Bekannt ist jedoch: Rund 9 Millionen Frauen in Deutschland befinden sich derzeit in den Wechseljahren. In den Personalabteilungen von Lebensmittel- und Drogeriehandel sowie Konsumgüterproduzenten ist das Thema bisher kaum auf der Agenda. Ausnahmen bilden zum Beispiel Kellogg, L'Oréal und SAP. „Auch wenn wir das von Ihnen beschriebene Thema für relevant und wichtig halten, können wir aktuell nichts zu den von Ihnen gestellten Fragen beitragen.“ So oder ähnlich heißt es auf Nachfrage der Lebensmittel Praxis. Verwiesen wird auf allgemeine Maßnahmen zur Förderung der mentalen Gesundheit, auf flexible Arbeitszeiten und mobiles Arbeiten – wenn es das Arbeitsgebiet zulasse.

Die fehlende Auseinandersetzung mit dem Thema Menopause ist nicht verwunderlich, liegen doch nicht einmal dem Bundesverband des Lebensmittelhandels aktuelle Zahlen zu Frauenquote oder Altersstruktur im LEH vor, und selbst Forschungseinrichtungen, die sich mit Genderthemen und dem Arbeitsmarkt beschäftigen wie das Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Institut der Hans-Böckler-Stiftung, müssen auf Anfrage passen.

Engagement kontraproduktiv?

„Generell halte ich es für notwendig, dass Unternehmen auch geschlechterspezifische Herausforderungen wie die Menopause in den Blick nehmen“, meint Annemarie Leniger, Geschäftsführerin der Ostfriesischen Teegesellschaft (OTG). Für andere ist dies noch fraglich. „Rationalisieren ist für mich in der Sache die Königstugend. Faktisch gibt es die Arbeitsunfähigkeit, die neutral und üblich ist. Das Problematisieren von geschlechtsspezifischen Phänomenen fördert Klischees und Stereotype. Frauen brauchen das nicht“, meint Prof. Dr. Ulrike Detmers, geschäftsführende Gesellschafterin der Mestemacher Gruppe.

Diese Meinung ist Liedtke nicht neu. Auch hört sie öfter, Frauen hätten so lange dafür gekämpft, um auf Augenhöhe mit den Männern zu sein, „warum sollten wir jetzt wieder Argumente liefern, die die Frau als anfälliges Wesen zeigen?“ Diese Gegenargumente höre sie gerne auch von den Frauen, die sich privatärztliche Leistungen von Topärzten leisten könnten. Doch: „Erklären Sie das mal einer Kassiererin, die von Stimmungsschwankungen, Hitzevallungen und abnormalen Blutungen betroffen ist“, wendet Liedtke ein. Bei der Beschäftigung mit den Wechseljahren gehe es im Kern nicht um das Problematisieren geschlechtsspezifischer Unterschiede. „Es geht darum, zu erkennen, was uns verloren geht, wenn wir uns nicht damit beschäftigen, und was wir zugewinnen, wenn wir uns damit besser auskennen. Es geht darum, Fachkräfte zu behalten,



„Das Problematisieren von geschlechtsspezifischen Phänomenen fördert Klischees und Stereotype. Frauen brauchen das nicht.“

Prof. Dr. Ulrike Detmers, geschäftsführende Gesellschafterin der Mestemacher-Gruppe



„Es verändern sich Bedürfnisse und Anforderungen an eine Arbeitsumgebung, die Frauen optimal fördert.“

Annemarie Leniger, Geschäftsführerin Ostfriesische Teegesellschaft



„Frauen sind zu den Wechseljahren kaum aufgeklärt. Unternehmen können dieses Defizit mit auffangen.“

Birgit Langebartels, Head of Gender & Generation, Rheingold Institut



zu gewinnen und mehr weibliche Führungskräfte im Unternehmen zu haben“, stellt sie klar.

Auch SAP-Managerin Lotzmann sieht die Enttabuisierung als Schlüssel: „Jemand, der damit beschäftigt ist, seine Symptome zu verstecken, kann eben nicht sein ganzes Potenzial einbringen.“ Dazu kommt: „Frauen sind zu den Wechseljahren sehr schlecht informiert und fühlen sich auch von Frauenärzten oft nicht ausreichend aufgeklärt“, berichtet Birgit Langebartels, Head of Gender & Generation beim Rheingold Institut aus Umfragen der Marktforscher unter Frauen in der Lebensmittelecke. Da das Thema noch immer tabuisiert werde, gebe es auch keinen Austausch unter „Mitsstreiterinnen“ oder unterschiedlichen Generationen dazu. „Unternehmen können dieses Defizit durch Informationsangebote mit auffangen“, rät sie.

Dies meint auch Liedtke, die ergänzt: „Über 80 Prozent der Frauen über 45 sind erwerbstätig. Wie viel produktiver wären wir, wie viel Kosten würden wir einsparen und wie viel mehr an weiblicher Perspektive hätten wir in der Führung, wenn wir Frauen schneller die richtige Hilfe anbieten könnten?“ Die Beschwerden seien in der Regel gut behandelbar. Solange die Menopause ein Tabuthema bleibe, brauche es Jahre, bis Frauen geholfen werde, und es koste das Gesundheitssystem und Arbeitgeber viel Geld. Frauen in den Wechseljahren seien nicht automatisch weniger leistungsfähig oder belastbar, betont OTG-Geschäftsführerin Leniger: „Vielmehr verändern sich die Bedürfnisse und Anforderungen an eine Arbeitsumgebung, die sie optimal fördert.“ Die Unternehmenskultur der OTG fördere einen offenen und vertrauensvollen Umgang mit solchen Themen – „schließlich geht es bei den Wechseljahren mit ihren körperlichen und mentalen Auswirkungen auch ganz konkret um die Mitarbeitendengesundheit, die für uns an oberster Stelle steht.“

Erste Branchenunternehmen handeln

Einen ersten Schritt zur Enttabuisierung ist L'Oréal im Herbst letzten Jahres mit der Durchführung einer Verbrauchermatrix zum Thema Menopause gegangen. Im November 2022 hat der Konzern ein digitales Mitarbeiterereignis unter anderem dem Thema Frauengesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz, inklusive des Themas Menopause, gewidmet. Astrid Hauser, Head of HR Communication & Employee Engagement L'Oréal DACH: „Wir wollten das Bewusstsein und Verständnis dafür schaffen, dass die Wechseljahre viele Frauen betreffen und die körperlichen Auswirkungen, die mit dieser Phase einhergehen, auch das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit der Frauen und Mitarbeiterinnen am Arbeitsplatz betreffen können.“ Aus gutem Grund: Der Frauenanteil unter den rund 3.000 Mitarbeitern des Beauty-Konzerns in der DACH-Region liegt bei 60 Prozent. Etwa 20 Prozent von ihnen sind zwischen 45 und 54 Jahren. Die Resonanz auf die Informationsveranstaltung war sehr positiv, berichtet Hauser. Weitere Maßnahmen sind vorerst nicht geplant. Der Fokus im Gesundheitsmanagement liege vor allem auf Themen der mentalen Gesundheit. So haben Mitarbeiter die Möglichkeit, sich in schwierigen persönlichen Situationen beim

Frauen bilanzieren und orientieren sich neu

Das Rheingold Institut hat in Umfragen ermittelt, dass Frauen in den Wechseljahren diese auch hierzulande als großes Tabuthema empfinden und am Arbeitsplatz Stigmatisierung fürchten, solange die Wechseljahre rein mit einem defizitorientierten Denken verbunden sind. Die Auswirkungen auf den Job hat das Institut nicht erforscht. Jedoch wurde deutlich: Frauen bilanzieren rund um die Lebensmitte, fragen sich, wie sie künftig ihre Zeit verbringen wollten und orientierten sich im Zweifelsfall neu, berichtet Birgit Langebartels, Head of Gender & Generation. Im Zweifelsfall orientieren sie sich beruflich neu. Es sei daher wichtig, erfahrenen Frauen Perspektiven im Unternehmen zu bieten, ihren Wunsch nach Veränderung positiv aufzugreifen, um sie und ihr Know-how zu halten, so Langebartels.



50

Prozent der Menschheit – 100 Prozent der Frauen – gehen durch die Wechseljahre.

9

Millionen Frauen in Deutschland sind aktuell in den Wechseljahren.



Weg mit dem blinden Fleck

Bisher fehlen Studien zur Auswirkung von Menopausensymptomen auf die Arbeitsfähigkeit von Frauen in Deutschland. Diese Lücke soll eine Umfrage der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin schließen, die aktuell läuft.

So kann geholfen werden

Die europäische Menopause Gesellschaft EMAS (European Menopause and Andropause Society) hat detaillierte Empfehlungen zum Umgang mit der Menopause am Arbeitsplatz veröffentlicht: <https://t1p.de/6qnv1>



Fürstenberg Institut Hilfe zu holen, mit dem L'Oréal seit vielen Jahren zusammenarbeitet.

„Kleine Veränderungen des Arbeitsumfelds helfen oft schon, die Beschwerden zu lindern“, weiß Daniela Cocirta, Human Resources Lead bei Kellogg DACH. Gerade hat das Unternehmen für seine Mitarbeiter ein „Recht auf Rückzug“ in mental belastenden Phasen etabliert, vom Schwangerschaftsverlust bis zu Wechseljahresbeschwerden. „Maßnahmen wie das Recht auf Ruhe- und Rückzugsmöglichkeiten tragen dazu bei, dass wir qualifizierte Beschäftigte länger halten können, aber auch ihre Zufriedenheit steigern und damit zu langfristigem Wohlbefinden beitragen“, meint Cocirta. Sie will damit sicherstellen, dass Frauen, die unter Wechseljahresbeschwerden leiden, keine Scham haben, um Anpassungen zu deren Linderung zu bitten.

Kellogg verankert neue Strategie

„Wir wollen eine offene Unternehmenskultur fördern, in der auch Tabuthemen angesprochen werden können.“ Flexibilität für alle, die unter den Wechseljahren leiden, sei von entscheidender Bedeutung. So will das Unternehmen flexibles Arbeiten in Bezug auf Arbeitszeiten, Arbeitsort oder Freistellung für Termine ermöglichen. Kellogg bietet auch Ventilatoren am Schreibtisch oder Wohlfühlräume an. Die Managerin sieht die Notwendigkeit zur Aufklärung. „Nicht die Menopause sollte über die Karriere einer Person entscheiden“, sagt sie.

Aufmerksamkeit durch Aufklärung auf allen Ebenen sehen auch Lotzmann und Liedtke als wichtigsten ersten Schritt für Unternehmen, um Frauen in dieser Phase zu unterstützen und die erfahrenen Mitarbeiterinnen zu halten. Mehr verrät die SAP-Managerin im folgenden Interview und Liedtke im Podcast der LP, Regalplatz. ■



Das Tabu um die Wechseljahre muss auch in Unternehmen fallen.

**ZUR PERSON****Dr. Natalie Lotzmann**

ist Betriebswirtin, Ärztin für Arbeits-, Allgemein- und Umweltmedizin und Wirtschaftsmediatorin. Bei der SAP SE, Marktführer für Unternehmenssoftware, ist sie als Global Vice President People & Operations und Chief Medical Officer tätig.

Tabus mindern Produktivität

Natalie Lotzmann, Vice President HR, Global Health Management bei SAP. Sie fordert das Ende des Tabus für das Thema Menopause.

Bettina Röttig

Frau Dr. Lotzmann, Sie thematisieren die Herausforderungen von Wechseljahresbeschwerden am Arbeitsplatz im Unternehmen SAP und darüber hinaus. Was motiviert Sie dazu?

Dr. Natalie Lotzmann: Ich möchte zur Entstigmatisierung des Themas Menopause beitragen und fühle mich in meiner Rolle dazu berufen, Frauen im Beruf und ihre Arbeitgeber zu ermutigen, über das Thema zu sprechen. Die Zeit ist reif, das Thema aus der Tabuzone zu holen.

Warum gerade jetzt?

Wir profitieren von einer Bewegung aus England, wo das Thema mit einem Paukenschlag nach vorne gebracht wurde. Ein Wirtschaftsexperte hatte vor vier bis fünf Jahren in einem Interview den schlechten Zustand der britischen Wirtschaft mit dem Begriff „menopausal“ beschrieben [Anmerkung der Redaktion: Bank of England Deputy Governor Ben Broadbent hatte die Bemerkung 2018 in einem Interview mit dem Telegraph geäußert]. Auf seine Äußerung

folgte ein regelrechter Aufschrei. Ich habe dies als etwas Großartiges erlebt und würde diesem Menschen gerne ein Denkmal setzen – nicht aus Ironie – denn die Bemerkung war zwar gedankenlos, aber wahrscheinlich nicht boshaft gemeint. Unbeabsichtigt hat es dieser Mann geschafft, das Thema auf die Agenda von Gesellschaft, Politik und Wirtschaft zu befördern. Damit verdanken wir ihm viel.

Hierzulande fehlt dieser große Anstoß. Bewegt sich dennoch etwas?

Das Thema kam seitdem auch hier nach vorne, nicht nur dank dieses Herrn, sondern auch weil nach der großen Gruppe der Babyboomer die nächste Generation langsam in das Alter und die Situation kommt und darüber sprechen will.

Warum ist es auch Aufgabe von Wirtschaftsunternehmen, das Thema aus der Tabuzone zu holen?

Wenn ein für das Befinden so relevantes Thema wie die Wechseljahre nicht offen besprochen werden darf, dann führt dieses Tabu auf Unternehmensebene zu Auswirkungen auf die Kultur und Produktivität. Jemand, der damit beschäftigt ist, seine Symptome zu verstecken, kann eben nicht sein ganzes Potenzial einbringen. Es ist egal, ob man verstecken muss, dass man in einer gleichgeschlechtlichen Partnerschaft lebt, in der Menopause ist oder auf irgendeine Art nicht zur „Norm“ gehört: Es fließt zu viel Energie in das Verbergen. Unser Credo ist: Komm so, wie du bist, hier kannst du dein ganzes Potenzial einbringen. Durch Informationskampagnen und andere Aktionen können Unternehmen dazu beitragen, dass Tabus fallen.



Von 2003 bis 2011 baute Dr. Natalie Lotzmann zusätzlich den Bereich Diversity Management bei SAP auf.



Studien aus UK zeigen, dass die Menopause die Karriereentwicklung von Frauen negativ beeinflussen kann. Wie bedeutend ist es für Unternehmen hierzulande im Kampf um Fachkräfte, Frauen in dieser Phase zu unterstützen?

Frauen sind in der Regel sehr gut ausgebildet, oft besser als Männer. Frauen haben ein Skillset, das wir in der heutigen Zeit besonders brauchen: zum Beispiel die Fähigkeit sich zu kümmern und auch über den eigenen Tellerand hinaus Verantwortung zu übernehmen, viele Aspekte gleichzeitig wahrzunehmen und handhaben zu können, mit emotionaler und sozialer Intelligenz zusammenzuarbeiten. Karriereschritte tun sich oft gerade jenseits der Lebensmitte auf. Gerade zu der Zeit, in der Frauen, die zum Beispiel aus familiären Gründen Teilzeit gearbeitet haben, nun wieder neu durchstarten und all ihr Know-how einbringen könnten, kommt die Menopause quer. Das ist ein großer potenzieller Verlust für Unternehmen an Fähigkeiten und Talenten. Daher ist es wichtig, Frauen zu ermutigen, sich auch jenseits der Lebensmitte einzubringen und Führungsaufgaben zu übernehmen, ihnen eine Perspektive zu bieten. Auch wir Frauen in Führungspositionen müssen mit daran arbeiten, dass sich etwas ändert, indem wir es vorleben und diese Frauen ermutigen und fördern.

Als erste größere Maßnahme haben Sie ein digitales Meeting veranstaltet, um Mitarbeiter zu informieren. Wer nahm teil?

Wir hatten eine ganz tolle Veranstaltung, die von meiner Kollegin Nina Strassner, Head of Diversity Deutschland, initiiert wurde. Es haben nicht nur Frauen ab 40, sondern auch viele junge Frauen und einige Männer teilgenommen. Einen dieser Kollegen habe ich gefragt, was ihn motiviert. Seine Antwort: Er leite ein Team, in dem mehrere Frauen nun in das Alter kommen könnten, und da möchte er vorbereitet sein. Zudem beträfe es demnächst wahrscheinlich auch seine eigene Frau, und er

wolle wissen, wie er sie bestmöglich unterstützen könne. Ist das nicht toll?

Gibt es bei SAP Erhebungen dazu, ob die Maßnahmen zur Förderung von Frauen in den Wechseljahren auch einen positiven Businessseffekt bewirken, beispielsweise dass weniger Frauen kündigen?

Spezifische Daten bei SAP haben wir noch nicht. Wir wissen aber durch entsprechende Studien, dass, wenn ein Unternehmen Maßnahmen zur Frauenförderung ergreift, Frauen nachweisbar eher im Unternehmen bleiben. Im Einzelnen ist es dabei schwierig, diesen Effekt auf eine einzelne Maßnahme wie die Enttabuisierung der Menopause zurückzuführen. Es ist immer die gesamte Kultur, unterstützend oder nicht unterstützend, die für Frauen den Unterschied macht.

Zu welchen ersten Schritten raten Sie Unternehmen?

Es gibt keinen Rat nach dem Motto „One Size fits all“. Im ersten Schritt sollte die Geschäftsleitung hinter dem Business Case stehen. Diese Aufgabe können Menschen übernehmen, die das Vertrauen der Mitarbeitenden und des Topmanagements besitzen, zum Beispiel im Personalwesen. Um das Thema im eigenen Unternehmen aus der Tabuzone zu holen, gilt es dann, ein geeignetes Format zu finden, um darüber zu sprechen, zum Beispiel eine Veranstaltung, oder ein Artikel in einem



Mitarbeitermagazin. Wichtig ist, dass jemand aus der Geschäftsleitung oder Personalleitung selbst dabei mitwirkt, über den Business Case spricht und das Thema damit aus dem Tabu herausholt. Es hilft zudem, wenn sich jemand traut, aus persönlicher Sicht und Erfahrung über das Thema zu sprechen.

Welche Hürden und Fallstricke sind zu beachten?

Der wichtigste Rat: Man darf es nicht übers Knie brechen und sollte die Unternehmenskultur berücksichtigen. Ist man zu früh mit einem Thema, kann es nach hinten losgehen. Es ist wichtig, zunächst Ansprechpartner zu etablieren, die Frauen qualifiziert beraten können, dies entlastet sie enorm. Betriebsärzte oder -psychologen sind jedoch nicht immer geschult zum Thema Wechseljahre, hier sollte man genau hinschauen. Wenn sich Mitarbeiterinnen bereit erklären, ihre eigenen Geschichten und Erfahrungen zu erzählen, sollten sie geschützt sein. Das bedeutet zum Beispiel, dass die Frauen im Vorfeld unter Berücksichtigung der tatsächlichen Unternehmenskultur individuell beraten

werden sollten. Einer Frau, die in einem toxischen Männerumfeld tätig ist, was es immer noch gibt, würde ich möglicherweise nicht raten, dass sie jetzt schon offen mit ihren Wechseljahresbeschwerden umgeht.

Führungspositionen sind in Deutschland noch immer meist männlich besetzt – auch eine Hürde?

Es kommt auf das jeweilige häusliche Rollenmodell des Managers an. Wenn er eine Frau zu Hause hat, die noch einmal durchstartet, obwohl sie unter Beschwerden leidet, dann hat er für seine Mitarbeiterinnen eher Verständnis, als wenn zu Hause eine althergebrachte Rollenverteilung besteht. Der Generationenwechsel bringt Hoffnung. Viele junge Männer, die heute in den Beruf starten, wurden von alleinerziehenden berufstätigen Müttern erzogen. Ich habe den Eindruck, dass junge Männer heute häufig offener und empathischer sind. ■



🔗 Lesen Sie das vollständige Interview unter lebensmittelpraxis.de/management/36491

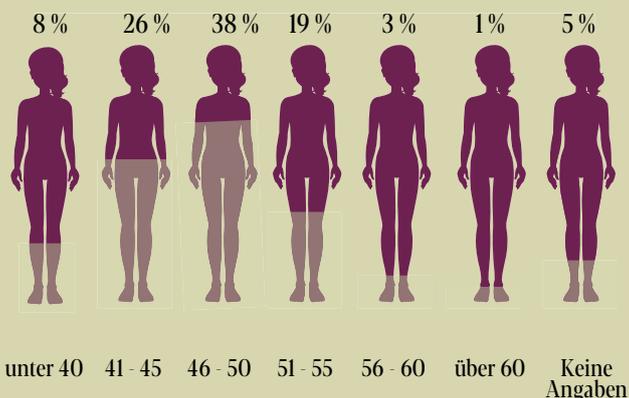
MENOPAUSE AM ARBEITSPLATZ

Der Elefant im Büro

Die Wechseljahre wurden bisher als Privatsache gesehen, über die man vor allem am Arbeitsplatz nicht spricht. Studien aus Großbritannien zeigen jedoch, dass sich die Beschwerden deutlich auf die Arbeitsfähigkeit der Frauen auswirken und diese aus dem Arbeitsmarkt drängen können. Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung und des wachsenden Fachkräftemangels ein bisher übersehenes Problem, auch in Deutschland. Hierzulande befinden sich aktuell rund 9 Millionen Frauen in dieser Lebensphase. Besonders relevant ist das Thema für Unternehmen der Ernährungswirtschaft mit überdurchschnittlich hohen Frauenquoten unter den Mitarbeitern.

Die Beschwerden beginnen früh

In welchem Alter begannen Symptome im Zusammenhang mit den Wechseljahren?



Quelle: House of Commons Women and Equalities Committee; <https://committees.parliament.uk/>

Rund
9 Mio.

Frauen in Deutschland befinden sich aktuell in der Menopause.

Quelle: Nobodytoldme



45 %

der befragten Frauen kurz vor den Wechseljahren in Deutschland fühlen sich nicht ausreichend informiert, was in dieser Phase in ihrem Körper passiert.

Quelle: L'Oréal: Studie mit 1.055 Frauen im Alter von 40 plus im Juli 2022 für die Marke Vichy

Rund

71 %

der Beschäftigten im deutschen Lebensmitteleinzelhandel sind Frauen. Sie alle gehen irgendwann durch die Menopause.

Quelle: Service-Haus der Bundesagentur für Arbeit: Statistik/Arbeitsmarktberichterstattung



Die häufigsten Leiden

Mehr als 30 Symptome sind als Wechseljahresbeschwerden anerkannt. Meist kämpfen Frauen mit mehr als einem Symptom. Ranking nach Anzahl der Nennungen.



EXODUS DER TALENTE

Forschungsergebnisse aus England zeigen:

59 % der Frauen in den Wechseljahren im Alter von 45 und 55 Jahren geben an, die Beschwerden wirken sich negativ auf den Job aus.

Quelle: You-Gov-Umfrage im Auftrag von CIPD, Chartered Institute of Personnel and Development

Rund **1 Mio.** Mitarbeiterinnen haben ihren Job bereits aufgrund von Wechseljahresbeschwerden aufgegeben

Quelle: CIPD 2020

18 % der Frauen mit Wechseljahresbeschwerden erwägen aktuell, ihren Job aufgrund der Symptome aufzugeben (CIPD 2022). Im Finanzsektor erwägt jede vierte Frau in den Wechseljahren, ihren Job zu kündigen.

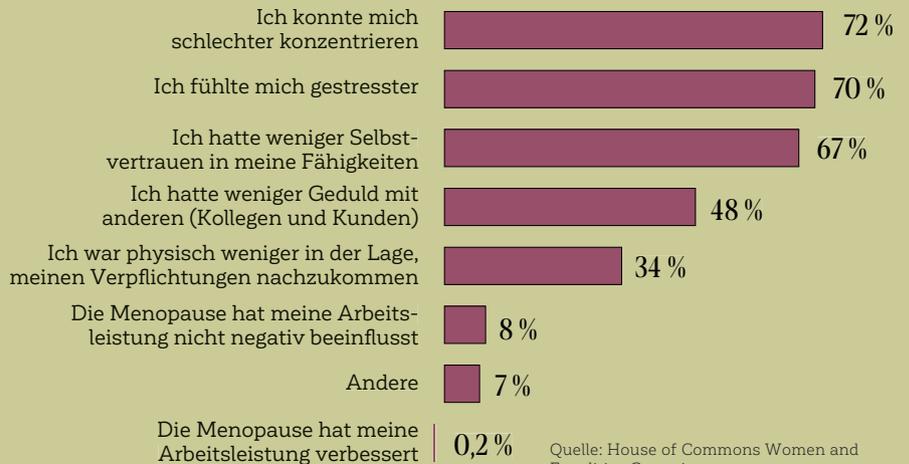
Weitere **22 %** der Betroffenen im Finanzsektor geben an, ggf. in den Vorruhestand zu gehen aufgrund der Symptome.

47 % der Befragten geben an, sie würden eher darauf verzichten, sich um eine Beförderung zu bewerben – teils entgegen ursprünglicher Karrierepläne.

Quelle: Standard Chartered Bank and the Financial Services Skills Commission (FSSC) von 2021

Negativer Effekt auf den Job

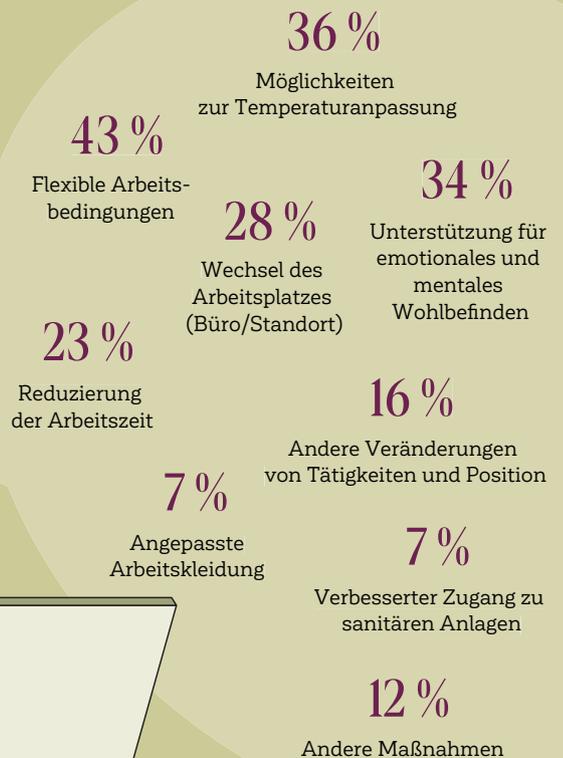
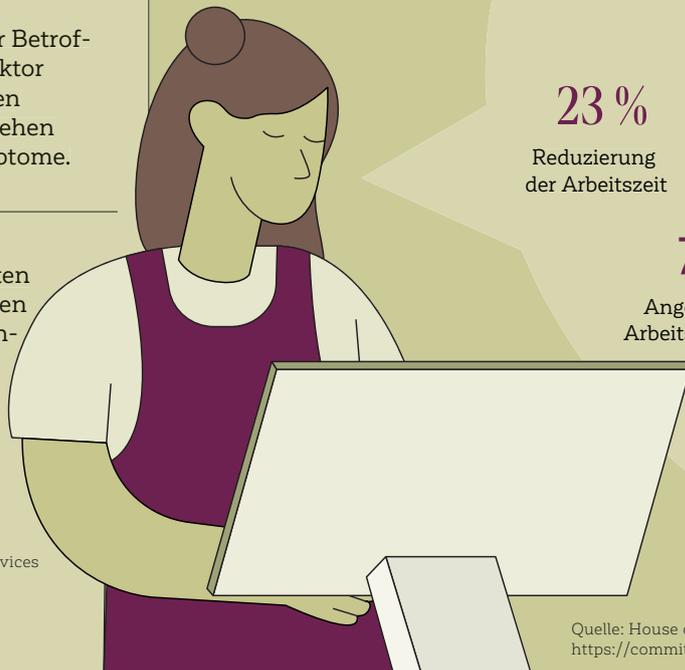
Wechseljahressymptome, die sich negativ auf die Arbeitsleistung auswirken (Mehrfachnennungen möglich).



Quelle: House of Commons Women and Equalities Committee; <https://committees.parliament.uk/>

Unterstützung am Arbeitsplatz

Folgende Maßnahmen wünschen sich betroffene Frauen von Kollegen, Vorgesetzten und Unternehmen am häufigsten (Mehrfachnennungen möglich).



Quelle: House of Commons Women and Equalities Committee; <https://committees.parliament.uk/>