

Die neue Wertewelt der Frauen

- aus ihrer Sicht, aber auch der der Männer -

Online-Umfrage Oktober 2007

In eigener Sache:

Die F&S Medienservice GmbH als bietet ein breites Spektrum an Dienstleistungen, das Ihnen als Blattmacher und/oder Entscheider unverwechselbaren Content liefert, dabei Sie entlastet und Ihnen hilft, wertvolle Ressourcen, wie Zeit, Kosten und Manpower, zu schonen.

Eine dieser Leistungen besteht - wie das folgende Beispiel zeigen soll - nicht nur in der Konzeption repräsentativer Online-Umfragen nach Themen Ihrer oder unserer Wahl, sondern auch auf Wunsch die redaktionelle Aufbereitung der Ergebnisse zu einem kompletten Artikel durch unser erfahrenes Redaktionsteam.

Das komfortable Online-Tool dazu zum Auswählen, Überarbeiten und Buchen heißt F&S ContentPlus® (www.fscontentplus.de).

Wichtig ist uns dabei, dass Sie mit Ihrer Umfrage ein gewähltes Thema umfassend abfragen lassen können und nicht bei jeder einzelnen Frage nachrechnen müssen, ob Ihr Etat die Kosten noch hergibt.

Daher rechnen wir nicht nach einzelnen Fragen ab, sondern unser Komplettpreis enthält bereits 5 Fragen inklusive, erst danach wird jede weitere Frage mit einem geringen Aufschlag berechnet.

Weiter ist uns wichtig, dass Sie auch als Kunde mit einem „kleinauflagigen“ Objekt es sich finanziell leisten können, informative und spannende Meinungsumfragen exklusiv zu veröffentlichen. Deshalb sind unsere Preise nach der IVW-Auflage gestaffelt.

Sie haben Interesse oder Fragen?
Gerne steht Ihnen Herr Andreas Fuchs zur Verfügung.

F&S Medienservice GmbH
Warnstedtstr. 57 a

D 22525 Hamburg

Telefon: 040-355 387 21
Fax: 040-355 387 12
Email: fuchs@fsmedienservice.de
Web: www.fsmedienservice.de

Kunde: F&S Medienservice GmbH
Umfrage: „Weibsbilder“

Zitate der folgenden Umfrage sind nur bei der Nennung der Quelle „F&S Medienservice GmbH“ zur Veröffentlichung frei

1 Frauen sind kommunikativ 2 und selbstbewusst

3 *Vom „schwachen Geschlecht“ will niemand*
4 *mehr sprechen. Trotz einer gewissen*
5 *Einigkeit bei Frauen und Männern im*
6 *Rollenverständnis, gibt es bei der Sichtweise*
7 *auf weibliche Eigenschaften Unterschiede.*
8 *Männer erachten Frauen durchaus als*
9 *„machtbewusst“ – Frauen dagegen sagen:*
10 *„Wir denken auch mal an uns!“ Das hat jetzt*
11 *eine aktuelle Umfrage von „F&S-*
12 *Medienservice“ ergeben.*

Autor:
Von Ralph M. Müller

13 **Man könnte zu dem Schluss gelangen, es**
14 **handele sich um einen Treppenwitz der**
15 **bundesdeutschen Nachkriegsgeschichte:**
16 **Da kämpfen Frauen, nicht nur hierzulande,**
17 **seit über einem Jahrhundert dafür, ein**
18 **Leben auf gleicher Augenhöhe mit den**
19 **Männern führen zu können – und dann**
20 **das! Sie gingen auf die Straße und**
21 **demonstrierten für ihre Anerkennung in**
22 **der Gesellschaft, sie verbrannten BH's,**
23 **gestanden auf dem Titelbild einer**
24 **deutschen Illustrierten „Wir haben**
25 **abgetrieben!“; sie traten als Linke und**
26 **Grüne den Gang durch die politischen**
27 **Institutionen an, machten Alice Schwarzer**
28 **zur Frontfrau ihrer Bewegung. Aber kaum**
29 **sind die lang erkämpften Errungen-**
30 **schaften der Gleichberechtigung nicht**
31 **mehr permanenter Anlass einer**
32 **Auseinandersetzung mit dem tradierten**
33 **Gesellschaftsbild des Bürgertums, da**
34 **sorgen die beiden Bücher einer blonden**
35 **Ex-Nachrichtensprecherin dafür, dass die**
36 **„Diskussion über die Rolle der Frau in der**
37 **Gesellschaft“ wieder von vorn beginnt.**
38 **Oder können die konservativen und**
39 **katholischen Prediger einer „Küche,**
40 **Kinder, Kirche“- Heilslehre späte**
41 **Genugtuung feiern, angesichts der**
42 **Vielzahl der Familienprobleme in unserer**

43 **Gesellschaft zu Beginn des dritten**
44 **Jahrtausends?**

45 Eine aktuelle Online-Umfrage von F&S
46 Medienservice zeigt deutlich, dass der Kampf
47 der Frauen um Gleichberechtigung einerseits
48 seine Ziele durchaus erreicht hat. Auf der
49 anderen Seite behalten bekannte Klischees
50 und Wertevorstellungen weiterhin ihre
51 Gültigkeit. Rund ein Drittel der Befragten sind
52 der Meinung, dass Frauen und Männer
53 „beruflich völlig gleichgestellt“ sein sollten –
54 und das sehen Männer (mit 33 Prozent)
55 sogar nahezu ähnlich wie Frauen (36
56 Prozent). Allerdings sind durchschnittlich 26
57 Prozent der Auffassung, dass „Frauen nicht
58 versuchen sollten, Männer zu kopieren“. Auch
59 in diesem Punkt besteht bei Männern und
60 Frauen durchaus Einigkeit, denn mit 29
61 Prozent liegen Männer in dieser Frage nur
62 wenig vor den Frauen (24 Prozent). „Ich finde
63 es wichtig, dass Frauen in jeder Weise
64 unabhängig sind“, dieser Auffassung sind 26
65 Prozent der befragten Frauen, aber nur 16
66 Prozent der Männer. Während hier also eine
67 etwas größere Differenz festzustellen ist,
68 lautet wiederum die einhellige Meinung, dass
69 „die Frau Mittelpunkt einer jeden Familie ist
70 und bleibt“. Das unterstreichen zwölf Prozent
71 der Männer, aber auch zehn Prozent der
72 Frauen. Acht Prozent der Männer meinen
73 aber, dass „Frauen für Kinder immer noch die
74 wichtigste Bezugsperson“ darstellen – dies
75 empfinden jedoch lediglich drei Prozent der
76 befragten Frauen so.

77 Wenn sich die Rollenauffassung der Frau
78 also durchaus gewandelt hat, wie sehen die
79 Befragten dann gewisse Eigenschaften der
80 Frauen? Vor allem sind Frauen
81 „kommunikativ“, das unterstreichen
82 durchschnittlich 71 Prozent der Befragten (69
83 Prozent der Männer und mit 73 Prozent auch
84 der größte Teil der Frauen). Wenn im Schnitt
85 40 Prozent der Umfrageteilnehmer – nahezu
86 gleichauf 39 Prozent der Männer und 41
87 Prozent der Frauen – sagen, „Frauen sind
88 raffiniert“, hat dies in der Interpretation einen
89 ebenso anerkennenden, wie auch eine
90 charmante Überlegenheit der Weiblichkeit
91 ausdrückenden Charakter. „Hartnäckigkeit“
92 attestieren den Frauen 35 Prozent der
93 Männer – aber das machen auch 39 Prozent
94 der Frauen. Das „ausgleichende“ Wesen
95 sehen zwar nur 27 Prozent der Männer, 44

96 Prozent der Frauen würden sich dies aber
97 selbst zuschreiben (Durchschnitt: 36
98 Prozent). Ebenfalls 36 Prozent sagen:
99 „Frauen sind vorsichtig“ – darüber sind sich
100 Männer (35 Prozent) und Frauen (37 Prozent)
101 erneut nahezu einig. Wenig Differenz gibt es
102 auch bei der Einschätzung, dass Frauen
103 „offenherzig“ sind; dies sehen 26 Prozent der
104 Männer und 27 Prozent der Frauen so. Die
105 größten Unterschiede jedoch bestehen in den
106 vielleicht als Kernpunkte des Zusammen-
107 lebens und -arbeitens von Mann und Frau zu
108 interpretierenden Fragen: 24 Prozent der
109 männlichen Befragten erachten Frauen
110 nämlich als „eitel“ – das würden wiederum
111 nur zehn Prozent der Frauen unterschreiben.
112 Fünf Prozent von ihnen bezeichnen sich
113 selbst allerdings als „machtbewusst“; fast
114 dreimal so viele Männer (14 Prozent) erleben
115 das Zuhause und im Büro wohl ganz anders!

116 Was hat der von vielen als
117 „Gleichstellungskampf“ bezeichnete Wandel
118 im Miteinander von Mann und Frau aber
119 schließlich gebracht – haben sich zum
120 Beispiel die Wertmaßstäbe verschoben?
121 Nähert man sich den Antworten, muss mit
122 einem Klischee zuvorderst aufgeräumt
123 werden: Frauen sind nicht mehr „das
124 schwache Geschlecht“, wo Eigenschaften wie
125 „Rücksichtnahme“ stärker ausgeprägt sind.
126 Nur durchschnittlich vier Prozent der
127 Befragten sehen das heute noch so (mit vier
128 Prozent der Männer und drei Prozent der
129 Frauen gibt es auch in dieser
130 Minderheitenmeinung keinen großen
131 Unterschied). Dass „unabhängig vom
132 Geschlecht“ generell eine „Rückkehr zu alten
133 Werten, wie Treue, Zuverlässigkeit und
134 Ehrlichkeit“ festzustellen ist, kann man – und
135 das bedauern Eva Hermann und der
136 Augsburger Bischof Walter Mixa sicherlich
137 unisono – auch nicht sagen. Lediglich sechs
138 Prozent der Umfrageteilnehmer sind nämlich
139 dieser Auffassung.

140 Dass Frauen andere Wertmaßstäbe haben,
141 lässt sich dann eher schon im Umfeld des
142 Familienbegriffs ableiten. „Frauen sind in
143 erster Linie auch Mütter“ sagt jeder vierte
144 Befragte. So sind 26 Prozent der Männer,
145 aber auch 24 Prozent der Frauen der Ansicht,
146 „Werte, wie Familie und Toleranz“ haben bei
147 Frauen „einen höheren Stellenwert“. Im
148 Durchschnitt 19 Prozent vertreten den

149 Standpunkt, dass sich die „Wertewelten –
150 abgesehen von ein paar wenigen und
151 spezifischen Ausprägungen – im Großen und
152 Ganzen gleich sind“. Allerdings ist bei dieser
153 Antwort festzustellen, dass mit 24 Prozent
154 eher Männer diese Werte einnehmen,
155 während das nur 14 Prozent der Frauen auch
156 so empfinden. Umgekehrt ist die Sichtweise
157 von Männern und Frauen dagegen, wenn es
158 um das Selbstbewusstsein der Frauen geht:
159 Nur 35 Prozent der männlichen Befragten
160 attestieren den Damen, „zunehmend
161 selbstbewusster geworden“ zu sein. Dass
162 dies „zu mehr positiven Egoismus geführt“
163 hat, und Frauen „heutzutage auch mal an
164 sich denken“, nimmt aber mit 53 Prozent
165 mehr als jeder zweite Frau für sich in
166 Anspruch.

167 So ist als Ergebnis festzuhalten: Das
168 weibliche Rollenbild hat sich in der
169 Gesellschaft tatsächlich erfolgreich
170 gewandelt, und niemand will diese schwer
171 erkämpfte Errungenschaft ernsthaft wieder
172 zurückdrehen. Zweitens: Frauen stehen zu
173 ihren Eigenschaften; sie sind
174 kommunikationsfähig und – trotz einer
175 gewissen Vorsicht – hartnäckig in der Sache
176 sowie von einer ausgleichenden Toleranz
177 geprägt. Drittens: Mit Selbstbewusstsein
178 genießen sie das neue Selbstverständnis –
179 das ist bestimmt nicht eitel, sorgt aber bei den
180 Männer für ein hohes Maß an
181 Unbeholfenheit, weil sie es mit dem für sie
182 typischen Machtstreben gleichsetzen. Ein Typ
183 wie Mario Barth wird es also mit seinen
184 „Freundin! Freundin“-Sprüchen bald sehr
185 schwer haben – obwohl, welche Sie will heute
186 noch einen Frauenverstehher haben? Aber
187 das soll Thema einer anderen Umfrage
188 sein...

*Der Autor lebt (in einer glücklichen
Beziehung) und arbeitet als freier Journalist
im Hamburg*

Quelle:

Online-Umfrage der F&S Medienservice GmbH, repräsentativ in der Altersgruppe 18-45 in der BRD (vgl. Mikrozensus 2005), 42. Woche, 503 Befragte.

Bitte beachten:

Durch Auf- und Abrunden der Einzelwerte auf volle Prozentzahlen kann die Gesamtprozentzahl geringfügig von 100 Prozent abweichen.

Frage 1:

"Die Rolle der Frau hat sich in den letzten Jahrzehnten stetig gewandelt. Wo sehen Sie aus heutiger Sicht den Schwerpunkt?"

Antwort: Die Frau ist und bleibt der Mittelpunkt einer jeden Familie.

	Prozent
Insgesamt:	11%
Männlich:	12%
Weiblich:	10%
18 bis 25:	6%
26 bis 35:	10%
36 bis 45:	15%
Ost:	11%
West:	11%

Antwort: Ich finde es wichtig, dass Frauen in jeder Weise unabhängig sind.

	Prozent
Insgesamt:	21%
Männlich:	16%
Weiblich:	26%
18 bis 25:	21%
26 bis 35:	21%
36 bis 45:	22%
Ost:	23%
West:	21%

Antwort: Frauen sollten beruflich völlig gleichgestellt mit Männern sein.

	Prozent
Insgesamt:	34%
Männlich:	33%
Weiblich:	36%
18 bis 25:	40%
26 bis 35:	35%
36 bis 45:	30%
Ost:	37%
West:	34%

Antwort: Bei aller Gleichberechtigung, sollten Frauen Frauen bleiben und nicht versuchen, Männer zu kopieren.

	Prozent
Insgesamt:	26%
Männlich:	29%
Weiblich:	24%
18 bis 25:	26%
26 bis 35:	25%
36 bis 45:	28%
Ost:	24%
West:	27%

Antwort: Für Kinder sind Frauen immer noch die wichtigste Bezugsperson.

	Prozent
Insgesamt:	6%
Männlich:	8%
Weiblich:	3%
18 bis 25:	6%
26 bis 35:	8%
36 bis 45:	4%
Ost:	0%
West:	7%

Antwort: Weiß nicht

	Prozent
Insgesamt:	1%
Männlich:	1%
Weiblich:	1%
18 bis 25:	0%
26 bis 35:	3%
36 bis 45:	1%
Ost:	5%
West:	0%

Frage 2:

"Welche 3 Eigenschaften ordnen Sie Frauen am ehesten zu?"

Antwort: Frauen sind eitel.

	Prozent
Insgesamt:	17%
Männlich:	24%
Weiblich:	10%
18 bis 25:	19%
26 bis 35:	18%
36 bis 45:	16%
Ost:	9%
West:	19%

Antwort: [Frauen sind vorsichtig.](#)

	Prozent
Insgesamt:	36%
Männlich:	35%
Weiblich:	37%
18 bis 25:	34%
26 bis 35:	40%
36 bis 45:	36%
Ost:	44%
West:	35%

Antwort: [Frauen sind hartnäckig.](#)

	Prozent
Insgesamt:	37%
Männlich:	35%
Weiblich:	39%
18 bis 25:	34%
26 bis 35:	32%
36 bis 45:	42%
Ost:	32%
West:	38%

Antwort: [Frauen sind ausgleichend.](#)

	Prozent
Insgesamt:	36%
Männlich:	27%
Weiblich:	44%
18 bis 25:	34%
26 bis 35:	31%
36 bis 45:	40%
Ost:	37%
West:	35%

Antwort: [Frauen sind kommunikativ](#)

	Prozent
Insgesamt:	71%
Männlich:	69%
Weiblich:	73%
18 bis 25:	74%
26 bis 35:	75%
36 bis 45:	67%
Ost:	69%
West:	71%

Antwort: Frauen sind raffiniert.

	Prozent
Insgesamt:	40%
Männlich:	39%
Weiblich:	41%
18 bis 25:	38%
26 bis 35:	40%
36 bis 45:	39%
Ost:	23%
West:	43%

Antwort: Frauen sind machtbewußt.

	Prozent
Insgesamt:	9%
Männlich:	14%
Weiblich:	5%
18 bis 25:	13%
26 bis 35:	8%
36 bis 45:	8%
Ost:	8%
West:	9%

Antwort: Frauen sind offenherzig

	Prozent
Insgesamt:	26%
Männlich:	26%
Weiblich:	27%
18 bis 25:	33%
26 bis 35:	27%
36 bis 45:	22%
Ost:	32%
West:	25%

Antwort: Nichts davon / weiß nicht

	Prozent
Insgesamt:	5%
Männlich:	7%
Weiblich:	3%
18 bis 25:	3%
26 bis 35:	6%
36 bis 45:	5%
Ost:	5%
West:	5%

Frage 3:

"Glauben Sie, dass Frauen andere Wertmaßstäbe als Männer haben?"

Antwort: Ja, denn Frauen sind in erster Linie auch Mütter. Deshalb haben Werte wie Familie und Toleranz bei Frauen einen höheren Stellenwert.

	Prozent
Insgesamt:	24%
Männlich:	26%
Weiblich:	22%
18 bis 25:	26%
26 bis 35:	28%
36 bis 45:	21%
Ost:	32%
West:	23%

Antwort: Frauen sind nach wie vor das "schwache Geschlecht", dadurch sind Werte wie z.B. "Rücksichtnahme" stärker ausgeprägt.

	Prozent
Insgesamt:	4%
Männlich:	4%
Weiblich:	3%
18 bis 25:	4%
26 bis 35:	5%
36 bis 45:	3%
Ost:	3%
West:	4%

Antwort: Sicher gibt es ein paar wenige spezifische Ausprägungen, aber im Großen und Ganzen sind die Wertewelten gleich.

	Prozent
Insgesamt:	19%
Männlich:	24%
Weiblich:	14%
18 bis 25:	22%
26 bis 35:	21%
36 bis 45:	15%
Ost:	15%
West:	19%

Antwort: Frauen sind zunehmend selbstbewußter geworden. Das hat zu mehr positiven Egoismus geführt: Frauen denken heutzutage auch mal an sich.

	Prozent
Insgesamt:	44%
Männlich:	35%
Weiblich:	53%
18 bis 25:	38%
26 bis 35:	36%
36 bis 45:	53%
Ost:	41%
West:	45%

Antwort: Unabhängig vom Geschlecht ist generell eine Rückkehr zu den alten Werten wie z.B. "Treue, Zuverlässigkeit und Ehrlichkeit" festzustellen.

	Prozent
Insgesamt:	6%
Männlich:	6%
Weiblich:	5%
18 bis 25:	8%
26 bis 35:	5%
36 bis 45:	4%
Ost:	4%
West:	6%

Antwort: weiß nicht

	Prozent
Insgesamt:	4%
Männlich:	5%
Weiblich:	2%
18 bis 25:	2%
26 bis 35:	5%
36 bis 45:	3%
Ost:	5%
West:	3%