

Warum Unternehmen die Wechseljahre entdecken



Der Fachkräftemangel richtet den Fokus vieler Firmen auf Frauen in der Menopause. Mit verschiedenen Projekten wollen sie die weiblichen Angestellten unterstützen – und so ihre Arbeitskraft für sich erhalten

Susanne Böllert

Ihre Berufserfahrung ist groß, der Nachwuchs flücht, und bis zur Rente dauert noch eine Weile. Für Frauen um die 50 scheint die Zeit gekommen, um beruflich noch einmal durchzustarten. Die nach der Geburt der Kinder oft reduzierte Stundenzahl ließe sich wieder aufstocken, frau könnte im Unternehmen die nächste Sprosse der Karriereleiter in Angriff nehmen oder sich auf dem freien Markt nach einem lukrativeren Posten umsehen. Tatsächlich ist das Gegenteil der Fall. Frauen „in den besten Jahren“ schlagen Beförderungen aus, wechseln in schlechtere Jobs oder gehen sogar in Frührente.

Das hat eine deutschlandweite, im Herbst 2023 veröffentlichte Onlinebefragung von 2119 Frauen mit einem Durchschnittsalter von 51 Jahren gezeigt. Andrea Rumler, Wirtschaftsprofessorin an der HWR Berlin, hat mit der MenoSUPPORT-Studie hierzu erstmals die Auswirkungen von Wechseljahrsbeschwerden am Arbeitsplatz untersucht und Frappierendes festgestellt. So gab fast ein Drittel der Befragten an, aufgrund von Wechseljahrsymptomen schon einmal krankgeschrieben gewesen zu sein oder unbezahlt Urlaub genommen zu haben, knapp ein Viertel hatte die Arbeitsstunden reduziert. Außerdem plante jede fünfte Frau über 55, früher in Ruhestand zu gehen oder hatte dies bereits getan.

Wichtig für die Wirtschaft

Doch nicht nur für die Karriere der im Klimakterium befindlichen Frauen seien die Auswirkungen beachtlich, sondern auch für ihre Arbeitgeber und damit letztendlich fürs deutsche Bruttoinlandsprodukt, zeigt die Studienleiterin auf. „Die volkswirtschaftlichen Kosten, die der wechseljahrsbedingte Arbeitsausfall bei den 6,7 Millionen erwerbstätigen Frauen zwischen 50 und 65 Jahren jährlich verursacht, belaufen sich nach unseren Schätzungen auf rund 9,4 Milliarden Euro.“ Die Negativeffekte durch vorzeitigen Ruhestand, reduzierte Arbeitszeit und abgelehnte Beförderungen seien hierin noch gar nicht enthalten.

„Ab einem Alter von 45 Jahren sind fast ebenso viele Frauen wie Männer berufstätig und stellen oft einen beachtlichen Teil der Belegschaft. Gleichzeitig beklagen zwei Drittel der Unternehmen einen gravierenden Fachkräftemangel. Da lässt sich kaum nachvollziehen, dass das Thema Menopause in der Berufswelt kaum eine Rolle spielt“, sagt Rumler. Schlimmer noch: Mehr als die Hälfte der im MenoSUPPORT befragten Frauen bezeichnete die Wechseljahre gar als „Tabuthema am Arbeitsplatz“.

Eine, die dies nicht überrascht, ist Anke Sinnigen, Gründerin der Wissensplattform www.wechseljahre.de. Sie sagt: „Als ich vor dreieinhalb Jahren damit begann, Arbeitgeber auf meine Schulungsangebote zur Unterstützung von Mitarbeiterinnen in der Menopause aufmerksam zu machen, bin ich noch oft auf taube Ohren gestoßen.“ Selbst Gleichstellungsbeauftragte in größeren Betrieben hätten nur selten die Relevanz erkannt. Zwar sei das Bewusstsein inzwischen sukzessive gestiegen, doch habe vor allem der MenoSUPPORT Wirkung gezeigt. „Damit sind die Wechseljahre aus den Frauenzeitschriften in die Wirtschaftsmagazine gerückt“, erklärt die 54-Jährige, die schon seit 2021 auf Wechseljahre.de in Zusammenarbeit mit zahlreichen Ärztinnen und Gesundheitsexperten über das Thema aufklärt und informiert. Die Nutzerinnen können sich etwa in Online-Sprechstunden individuell beraten lassen oder per Postleitzahlensuche den geeigneten Facharzt für ihre Beschwerden finden.

Stress und Gereiztheit

Im MenoSUPPORT am häufigsten genannt werden: erhöhter Stress, Konzentrationsprobleme, Gereiztheit und ein geringeres Selbstvertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Zu den gängigen Wechseljahrserscheinungen zählen außerdem Hitzewallungen, Schlafstörungen, Depressionen und eine unregelmäßige Periode. Symptome,

die, wie jede(r) weiß, auf das Hormonchaos in den Jahren rund um die letzte Blutung zurückgehen und nichts mit Lebenswandel oder gar Charakter der Betroffenen zu tun hätten. Und die dennoch für einen Partyplausch oder gar den Kantine-Small-Talk denkbar ungeeignet scheinen. Empfänden viele Frauen diese Veränderungen doch als so intim, zu schamhaft und vor allem als so nachteilig – in ihrer Eigenschaft als Arbeitnehmerin sowie als Frau. Aller „Body Positivity“ und Selbstliebe zum Trotz, die uns die Medien, die klassischen und die so genannten sozialen, predigen.

Angst um die Karriere

Auch Andrea Rumler beobachtet häufig, dass Frauen tunlichst vermeiden, ihre wechseljahrsbedingten Probleme vor Kollegen oder Vorgesetzten zu thematisieren. „Sie fürchten, es könne ihrer Karriere schaden“, sagt die BWL-Professorin. Dabei sei es im ureigenen Interesse der Arbeitgeber, das Thema Wechseljahre endlich zu enttabuisieren – gerade in Zeiten von Geschlechtergerechtigkeit und Diversität, zu denen sich immer mehr Unternehmen bekennen. „Natürlich kann die Belastbarkeit der Mitarbeiterinnen vorübergehend leiden. Dies gilt aber besonders dann, wenn Wechseljahrsymptome unbehandelt bleiben“, unterstreicht Rumler. Die Konsequenzen, wenn auf die Bedürfnisse der Frauen nicht eingegangen werde

und sie deswegen kündigten, seien deutlich schmerzhafter. „Kaum ein Unternehmen kann es sich leisten, seine top ausgebildeten, gut eingearbeiteten Mitarbeiterinnen zu verlieren.“

Anke Sinnigen weist in dem Zusammenhang auf den Verlust langjähriger Expertise hin sowie darauf, dass diverse Teams noch immer die besten Arbeitsergebnisse erzielt hätten. Außerdem sei es schlichtweg die Aufgabe jeder verantwortungsvollen Führungskraft, „optimale Jobstrukturen zu schaffen, damit alle Mitarbeitenden bestmöglich performen können.“ Die nötigen Optimierungen im Sinne einer wechseljahrsfreundlichen Unternehmenskultur seien jedenfalls „keine Raketenwissenschaft“ und auch nicht besonders kostenintensiv. Immerhin lauten die Maßnahmen, die die Frauen im MenoSUPPORT als am hilfreichsten einschätzten, wie folgt: Sensibilisierung der Führungskräfte (76,4%) und der Mitarbeiter (71,7%), eine offene Kommunikation (71,6%), flexible Arbeitszeitmodelle (72,8%) sowie Infoangebote zur Menopause (65,5%).

Es geht um Verständnis

Andrea Rumler betont: „Während sich in vielen Unternehmen flexible Arbeitszeiten und Homeoffice-Regelungen bereits in vielerlei Hinsicht als sinnvoll erwiesen haben, geht es auch ansonsten weniger um ein fancy Superprogramm, sondern hauptsächlich darum, Verständnis für die besondere Belastung vieler Frauen im Klimakterium zu schaffen sowie aufzuzeigen, wie sich die Beschwerden lindern und damit die Arbeitsfähigkeit wieder steigern ließe.“ Dabei könne die Unterstützung der Betroffenen in der Regel im Rahmen bestehender Strukturen organisiert werden, etwa indem man sie ins Betriebliche Gesundheitsmanagement integriere und einfache, aber arbeitsplatzspezifische Maßnahmen ergreife. So könne ein ungenutzter Büroraum als Ruheraum hergerichtet werden, bei der Beschaffung neuer Arbeitskleidung ließe sich auf atmungsaktive Stoffe achten, Busfahrerinnen wäre mit einem besseren Zugang zu Sanitäranlagen schon sehr geholfen, und von einem gesunden Essen in der Kantine würden alle profitieren.

Sinnigen verzeichnet in letzter Zeit vor allem bei öffentlichen Tri-

gern wie Stadtverwaltungen oder Arbeitsagenturen, die überdurchschnittlich viele Frauen beschäftigen, sowie bei größeren Betrieben mit gut aufgestellten Personalabteilungen ein wachsendes Interesse an ihren Awareness-Vorträgen, eLearning-Angeboten, Workshops oder Führungskräfte-Coachings. Tatsächlich wächst in Deutschland langsam die Zahl der Unternehmen, vor allem der größeren, die die Relevanz des Themas für ihre Belegschaft, aber auch für die eigene Attraktivität als Arbeitgeber erkannt haben. Firmen aus Großbritannien, wo man sich mit der Thematik bereits intensiver beschäftigt hat, gehen oft mit gutem Beispiel voran, darunter die Supermarktkette Tesco und der Online-Versandhandel Asos. Vodafone Deutschland, das von 2500 Mitarbeiterinnen in den Wechseljahren ausgebaut, bietet neben selbstbestimmter Arbeitszeiteinstellung Onlineangebote wie die „employee stories“, in denen Kolleginnen ihre Erfahrungen teilen, oder diverse eLearning-Kurse sowie an vielen Standorten medizinische Ansprechpartner und Rückzugsmöglichkeiten. Doch auch der deutsche Technologiekonzern SAP gehört zu den Pionieren und setzt seit Jahren auf eine individuelle Gesundheitsberatung für Frauen, ergänzt durch spezifische Veranstaltungen zur Menopause.

Vorurteile abbauen und Tabus brechen

Der Kosmetikersteller Beiersdorf, dessen Belegschaft zu mehr als 50 Prozent weiblich ist, hat sich ebenfalls unlangst auf die Fäden geschrieben, seine Mitarbeiterinnen in der „herausfordernden Lebensphase der Menopause“, bestmöglich zu unterstützen. Anke Schmidt, Leiterin Unternehmenskommunikation, verdeutlicht: „Einerseits wollen wir Bewusstsein schaffen, Vorurteile abbauen und Tabus brechen und nutzen dafür eine interne Online-Wissensplattform, Trainings und Seminare zu Themen wie Osteoporose-Vorbeugung oder Hormonersatztherapie. Andererseits profitieren die Frauen von konkreten, kostenlosen Angeboten wie Yoga-, Meditations- oder Shiatsu-Kursen, Schlaf- und Ernährungsberatung.“ Die seit Oktober monatlich auf dem Beiersdorf Campus am Hauptplatz Hamburg stattfindenden Hormonsprechstunden mit der renommierten Frauenärztin Katrin Schaudig erfreuten sich besonderer Beliebtheit, so Schmidt: „Die zahlreichen Teilnehmerinnen schätzen das Angebot, ohne lange Wartezeiten, direkt am Arbeitsplatz qualifiziert beraten zu werden.“

Anke Sinnigen wünscht sich ganz einfach: „Es sollte einfach niemand mehr schlief angeschaud werden, wenn er beim Meeting einen Handfischer zückt oder nach einem Protokoll fragt.“

Infographic illustrating symptoms of menopause: Hitzewallungen, Unregelmäßige Periode, Stimmungsschwankungen, Brustschmerzen, Schlaflosigkeit, Nachtschweiß, and Gewichtszunahme/niedriger Stoffwechsel.



Andrea Rumler
MANFRED H. RUMLER/
PROVAT