

Worüber Manager schweigen

134/212A

Wenn der Terminkalender überquillt, hat **Sex** keinen Platz. Wenn Entscheide stressen, läuft nichts. Ein Bericht über ein **diskretes Thema**.

BARBARA LUKESCH

Vom Familienleben hält der Werber Frank Baumann viel, Sexualität erlebt er «eigentlich wie eine Droge». Doch wenn der 37jährige Inhaber der Zürcher Agentur Edelweiss nach Hause kommt, wird er von seinem Job immer wieder eingeholt: «Ich kann einfach schlecht abschalten. Dann sitze ich mit meiner Frau und den beiden Kindern beim Nachtessen, hirne und hirne, und plötzlich bin ich am Austüfteln einer neuen Idee.» Auch später am Abend, wenn die Kinder im Bett sind, bleibt die Sexualität, dank der Baumann «eigentlich wunderbar auftanken» kann, oftmals auf der Strecke.

Mit dieser zwiespältigen Erfahrung steht Baumann nicht allein. Gestresste Manager wollen von Sex vielfach überhaupt nichts mehr wissen, eine Erfahrung, die auch Fredy Weisser kennt, der Chef der Werbeagentur GKG: «Manchmal ist es enorm schwierig, Sexualität im Alltag unterzubringen.»

Die Karriere fordert nun mal ihren Tribut: Zwei Drittel der Topleute widmen sowohl den letzten Gedanken vor dem Einschlafen wie auch den ersten nach dem Aufwachen beruflichen Dingen. «Was das für die Atmosphäre im Ehebett, für Sexualität und Erotik heisst, ist wohl klar», konstatiert der deutsche Arbeitswissenschaftler Richard Streich.

Streich weiss, wovon er spricht. Im Rahmen seiner Untersuchung «Managerleben» hat er an 4000 deutschen Kaderleuten und Führungskräften Daten zu «Arbeit, Freizeit und Familie» erhoben. Demnach sind 96 Prozent der Manager im Alter von 45 bis 60 Jahren verheiratet. Ihre Scheidungsrate liegt klar unter derjenigen der Gesamtbevölkerung, ihre Kinderzahl von durchschnittlich drei aber deutlich über derjenigen des Bevölkerungsschnitts von 1,3. Logische Konsequenz: 88 Prozent der Managergattinnen sind nicht berufstätig. Er orientiert sich am Beruf, sie ist fixiert auf die Kinder. Bedenkt man zudem, dass Streichs Probanden ihrem beruflichen Leben gegenüber dem privaten klar den Vorrang geben, Schnelligkeit als Voraussetzung für den Erfolg zum Wert an sich erklären,

stets ergebnis- und fast nie beziehungsorientiert denken und handeln, sind die Voraussetzungen für befriedigende eheliche Sexualität tatsächlich dürftig. Streichs Erkenntnisse sind nach Ansicht von Experten ohne weiteres auch auf die Schweiz übertragbar, wo es vergleichbare Studien «aus Gründen der Diskretion», wie Unternehmensberater Klaus J. Stöhlker vermutet, bislang nicht gibt.

Dass solche Strukturen gravierende Auswirkungen auf die Beziehung eines Paares haben, liegt auf der Hand: «Mit der Zeit versandet die eheliche Partnerschaft», sagt der Zürcher Sexualmediziner Claus Buddeberg, statt Sexualität werde nur noch Genitalität praktiziert, was zu einer Abnahme von sexuellem Interesse auf beiden Seiten führe.

Odland also in den Ehebetten der Schweizer Spitzenkräfte? Es sieht ganz so aus. «Besonders in langjährigen Beziehungen», weiss der Berner Paartherapeut Klaus Heer, «braucht

Sexualität ein Hinterland, das heisst Zeit, Gesprächsbereitschaft, Intimität und Verständnis.» Diese Bedingungen scheinen in breiten Managerkreisen nicht erfüllt.

Die Exgattin eines Topmanagers, inzwischen glücklich geschieden, kann dies nur bestätigen. Ihr Mann sei «abnormal viel weg gewesen von zu Hause». Er habe 12 bis 16 Stunden pro Tag gearbeitet und dann noch Kunden das Schweizer Nachtleben gezeigt; nicht selten sei er überhaupt nur am Wochenende heimgekommen, weil er in der einen Stadt wohnte und in der anderen arbeitete, auf Geschäftsreise weilte, seine militärische Karriere vorantrieb oder einen gesellschaftlichen Anlass besuchte. «Müsse und Zweisamkeit», konstatiert sie, «gab es praktisch nie.»

Belastet wird die Managerehe insbesondere auch dann, wenn sich Karriereveränderungen anbahnen. «Sowohl bei drohenden Entlassungen und Zurückversetzungen, aber auch beim beruflichen Aufstieg», sagt Buddeberg, «kommt es bei Männern nicht selten zu Erektionsproblemen.»

Eine ernüchternde Bilanz, fürwahr. Jedenfalls räumt sie auf mit dem Mythos vom allzeit bereiten Übermann, wie er sich gerne in grossen Figuren wie Willy Brandt, John F. Kennedy oder Bill Clinton personifiziert. Alle drei Staatsmänner – wohl kein Zufall – glänzten indessen vor allem im ausserehelichen Bereich, mit wechselnden Freundinnen und zahlreichen Affären.

Nun gehör(t)en diese Männer ganz sicher zu jenen, die die immer noch betörende Wirkung der Macht auf viele Frauen nutz(t)en. Auch der frühere US-Aussenminister Henry Kissinger, durchaus kein Beau, erkannte: «Erfolg ist ein perfektes Parfüm. Machtbewusstsein ist fast schon ein sexuelles Gefühl.» Accessoires wie tolle Autos oder ein hoher militärischer Grad tun das Ihre dazu. Weil Manager nebst Geld oft ein ausgewachsenes männliches Selbstbewusstsein haben und häufig auf Reisen im Ausland sind, fehlt es ihnen nicht an Gelegenheiten zum Ausleben ihrer Sexualität. Die nutzen sie weidlich. «Affären», sagt ein Insider, «gehören bei 80 Prozent aller Manager zum Alltag.»

Als Tummelplätze bieten sich insbesondere Kongresse, Messen und internationale Konferenzen an, gemäss Szenekennern «regelmässige Sexmärkte», die in Mailand so gut florieren wie in New York oder Tokio.

Weit weg von zu Hause, unkontrolliert, ausgelagert vom langen Tag in der Messehalle und geplagt von Einsamkeit im öden Hotelzimmer, paaren sich Mut und Lust auf Sex. Mancher Kadermann ist in solchen Situationen davon überzeugt, sich «etwas anderes» verdient zu haben. Wer Glück hat, wird vom Gastgeber gar mit einem Kundengeschenk der besonderen Art verwöhnt und in eine Sauna oder einen Nachtclub entführt.

Aber auch zu Hause gehören Manager überall dort, wo es um käufliche Liebe und ausgefallene Sexualpraktiken geht, zu den Stammkunden. Die ehemalige Prostituierte und Domina Brigitte Obrist weiss aus eigener Erfahrung,

Affären auf Reisen gehören zum Alltag der Manager.

dass «Sadomasochismus in Managerkreisen verbreitet vorkommt». Entgegen der vielgehörten Annahme, dass hohe Kadermänner auf diese Weise ihre Lust an Unterwerfung auslebten, ist die Expertin allerdings davon überzeugt, dass es auch in solchen Situationen um Macht gehe, nämlich um die Macht, eigene Fantasien ausleben zu können. Viele dieser Kunden kämen mit einem fertigen Drehbuch im Kopf, das die «Liebes-

dienerin» nur noch auszuführen habe.

Manager stellen überraschenderweise auch die Hauptkunden im Zürcher «House of Boys», einem Etablissement von Männern für Männer. Für 500 Franken pro Stunde holt sich hier die Führungskraft, die fast immer verheiratet ist und im beruflichen Umfeld als heterosexuell gilt, bei schwulem Sex, immer häufiger angereichert mit Sadomaso-Praktiken, einen neuen Kick. Garantiert sauber, diskret, sicher und seriös. «Unsere Kunden», sagt Geschäftsführer Dominique, «würden niemals Pissoir- oder Parksex betreiben.» Käufliche Liebe ist eben unkompliziert – und folgenlos. Oder wie es Claude, der Leiter der Begleitagentur «Noir et Blanc», der teuersten ihrer Art in der Schweiz, umschreibt: «Nach zwei Stunden hat die Sache ein Ende. Man bekommt keine lästigen Telefonanrufe, hat keine Scherereien mit verliebten, womöglich

schwangeren Frauen. Der Kunde macht ein Geschäft, das Geschäft mit der Liebe halt.»

Solches passt insbesondere jungen Workaholics ausgezeichnet in den Kram. Peter M. beispielsweise, einem 27jährigen Sales Manager einer Zürcher Finanzgesellschaft, der 70 bis 80 Stunden pro Woche arbeitet und jährlich mehr als 300 000 Franken verdient. Seit fünf Jahren beansprucht M. die Dienste von Begleitagenturen – fünf- bis sechsmal pro Monat. Zum einen, weil er keine Zeit für eine feste Beziehung hat. Zum andern, weil er sich an der Liebe bereits einmal «die Finger verbrannt» habe. Emotionale Irritationen kann und will sich der junge Spitzenmann nicht mehr leisten. Beim Escort-Service kriegt er trotzdem, was er braucht: Sex, soviel «Romantik und gefühlsmässigen Austausch» wie er will – und das ganze gepaart mit der Überzeugung, «dass die Escort-Frauen im Gegensatz zu den kaputten Prostituierten echten Spass an der Sache haben». Peter M. fühlt sich «absolut nicht als Freier».

Die Umgebung junger Manager bucht solche Affären verständnisvoll unter «Abenteuerlust» ab. Ältere Männer hingegen sind laut Streich gut beraten, das delikate Thema prinzipiell zu meiden, würden sie damit doch automatisch Fragen nach der Qualität ihrer Ehe provozieren. Wer sich gar als Sexprotz in Szene setzt, riskiert unter Umständen Kopf und Kragen. Berater Stöhlker: «Offen gezeigte Sexualität wird in keiner Deutschschweizer Firma geschätzt. Da heisst es sofort, der Mann kann sich nicht beherrschen.»

Unter solchen Verdacht gerät eine kleine Minderheit von Managern bestimmt nicht. Bei ihnen zählt einzig der berufliche Erfolg – für Sex ist kein Platz. «Sublimierung» nennen Psychologen das Phänomen. «Selbstbefriedigung» nennt es eine betroffene Ehefrau.

Ob Maniac oder Abstinenzler, Sexualität ist nach übereinstimmenden Aussagen von

-12

Schweizer Managern niemals Gegenstand ernsthafter Gespräche unter Geschäftskollegen. Für Bührlle-Chef Hans Widmer ist Sex kein Thema, «weil ich im Büro gar keine Beziehung zu meiner Sexualität habe». Reto Cina, Chef der Import-Parfümerien, spricht mit Kollegen nicht darüber, «weil meine Sexualität nur mich etwas angeht und sonst niemanden». Und auch Hochschulprofessor Franz Jaeger hat «keinerlei Bedarf, darüber zu reden. Das war in der Pubertät ein Thema und in der Rekrutenschule.»

Und dennoch brauchen nicht wenige ein Ventil. In Witzen, Metaphern, zwischen den Zeilen bricht sich das Thema nach wie vor

Bahn. Der Edelweiss-Werber Frank Baumann stellt fest, dass «insbesondere unter älteren Männern immer noch unglaublich deplizierte sexistische Witze kursieren». Auch im Lion's Club und unter den Rotariern, so ein Insider, treffe man nach wie vor auf «Zoten unvorstellbaren Niveaus». Thematisiert werde dabei mit Vorliebe das Ausmass der männlichen Potenz.

Arbeitswissenschaftler Streich kommt zu einem harten Schluss: «Manager sind in der Regel als Funktionsträger top, aber in ihrer Persönlichkeit unterentwickelt.» Entsprechend nähmen sie auch ihre Sexualität primär leistungs- und resultatorientiert wahr. Sexualität werde schliesslich zum rationalen Vollzug eines Akts degradiert. Und wer ihn nicht (mehr) schafft, gerät in Teufels Küche.

Treffen kann es jeden. Denn ausgerechnet Manager um 50 befinden sich zwar auf dem Gipfel ihrer Karriere, müssen aber gemäss Sexualmediziner Buddeberg «mit grösserer Störanfälligkeit ihrer Potenz rechnen».

Erst dann finden die einen oder anderen tatsächlich den Weg in die Praxis eines Sexualtherapeuten. Häufig motiviert von ihren Frauen, nicht selten verängstigt angesichts der Funktionsstörung. Viele dieser Patienten, sagt Paartherapeut Heer, drängen dann bei

Unter älteren Managern kursieren sexistische Witze.

ihm – ganz managerlike – auf eine «Lösung im Sinne des Lösens einer algebraischen Formel, aber nicht im Sinne des Loslösens vom alles beherrschenden Leistungsprinzip».

Und die Sexualität der Managerin? Terra incognita. Bekannt ist, dass viele Managerinnen allein, geschieden oder als Single leben. Vermutet wird, dass mächtige Frauen eher Angst verbreiten als anmachend wirken; offensichtlich ist, dass sie Mühe haben, einen ihren Ansprüchen genügenden Partner zu finden. Auf käufliche Liebe, sagt eine Insiderin, stehe kaum eine. Der junge Geliebte dagegen findet offenbar zunehmend Anklang.

Den offenen Fragen, die mit diesem Thema zusammenhängen, will der Club der Zürcher Berufs- und Geschäftsfrauen nun auf den Grund gehen. Das Gremium, dem 300 Managerinnen angehören, hat den Sexualmediziner Claus Buddeberg zu einem Vortrag eingeladen. Thema: Weibliche Sexualität. ■

Sendepause beim heissen Thema

Wer Schweizer Manager und Managerinnen zum Thema Sexualität befragt, erlebt sein blaues Wunder. Die Palette der Reaktionen reicht von der Verweigerung über das Missverständnis bis hin zur Belehrung.

Jürg Marquard, Medienunternehmer, cool: «Sex interessiert mich zuwenig, als dass ich mich dazu äussern möchte.» **Hans Widmer**, Bühle-Chef, spassig: «Jesses Gott, ich bin doch seit 23 Jahren völlig impotent.» Bei den Bankdirektoren **Robert Studer** (SBG) und **Josef Ackermann** (SKA) schützten Pressesprecher das Intim-

leben ihrer Chefs: «No comment.» **Roland Rasi** (SBV), untypisch, machte für seine Gesprächsverweigerung eine «selbst-aufgelegte Medienpause» geltend. Mövenpick-Chef **Ulrich Geissmann** liess ausrichten, er habe eine glückliche Beziehung und lasse sich daher über Sexuelles nicht aus. Der Werber **Walter Bosch** empfand das Thema als «unrecherchierbar» und schwieg sich folglich aus.

Fredy Weisser, GGK-Chef, locker: «Ich mache mir wenig Sorgen um mein Sexualeben. Es findet statt und funktioniert.» **Reto Cina**, Chef der Import-Parfümerien: «Meine Sexualität hat trotz Stress Platz. Geht es in Verhandlungen wirklich um die Wurst, kann sie einmal überlagert werden.» **Roger Schawinski**, Radiopionier: «Sexualität interessiert mich sehr. Erfüllte Sexualität ist Voraussetzung, um als Mensch und Manager erfolgreich zu sein.»

Freddy Burger, Manager im Showbusiness, glücklich: «Gott sei Dank komme ich bei meiner Frau sexuell zum Zuge und bin nicht von einem Trieb nach allem Weiblichen beherrscht.» **Annemieke Wijn**, Direktorin bei Jacobs Suchard, zufrieden: «Ich geniesse es, Beruf und Familie trotz Stress unter einen Hut zu bringen. Ich habe keine Probleme, meine Sexualität zu leben.»

Radiodirektor **Andreas Blum** produzierte das Missverständnis schlechthin. Nach Vernehmen der Fragestellung kündigte er ein «Grundsatzpapier in den nächsten Tagen» an. Blum hatte an sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz gedacht. Nach Erhalt der schriftlichen Fragen geriet er in grössere Erregung: «Das ist mir zu primitiv.»

Hermann Strittmatter, Doyen der Schweizer Werber und in der Branche als «Verbalerotiker» bekannt, grundsätzlich: «Ich finde das Thema absurd, grotesk, artifiziell und fühle mich dabei intellektuell unterfordert.»