

„Aufmerksamkeitsverstärker sind notwendig“

von Beate Böhl, IHK

Was interkulturelle Kommunikation und die Kommunikation von Männern und Frauen verbindet? Die Wirtschaftspsychologin Prof. Dr. Petia Genkova weiß es. Die gebürtige Bulgarin lehrt seit 2012 an der Hochschule Osnabrück. Zuvor promovierte sie 2002 an der Rhein-Ruhr-Universität in Bochum und habilitierte 2008 an der Universität Passau.

__ Frau Prof. Dr. Genkova, Sie waren beim IHK- /Hochschul-Abend Wissensvorsprung dabei. 20 Professoren beantworteten in vier Minuten je eine Frage. Die an Sie lautete: Gäbe es wirtschaftliche Erfolge ohne Migranten? Sie brauchten für die Antwort zwei Minuten. Rekord!

Ja, ich wollte es auf den Punkt bringen und die wichtige Fragestellung jenseits von Klischees beantworten. Gerade bei dem Thema Migration und Erfolg hört man häufig Floskeln, die aber nichts mit einer wissenschaftlichen Herangehensweise zu tun haben. Ich wollte mit meiner Antwort einen Denkstoß geben. Da ich Südländerin bin, habe ich meine Präsentation ebenfalls südländisch gestaltet – und war überrascht, dass gerade viele der männlichen Kollegen mehr Zeit für die Antworten ihrer Fragen brauchten. Denn laut der Forschung sind Männer eher sparsamer mit Worten. Nun haben wir dies mit dem Praxisbeispiel widerlegt.

__ Apropos: „Gäbe es wirtschaftliche Erfolge ohne Migranten?“ Sie haben vier Sätze. Oder genügen Ihnen zwei?

Erfolgreiche Personen sowie Unternehmen und Gesellschaften fragen nicht nach der ethnischen Herkunft, da dies eine aufgabenirrelevante Frage wäre. Erfolgreiche Personen, Unternehmen und Gesellschaften fragen vielmehr nach Kompetenzen – früher und jetzt.

__ Gibt es Erkenntnisse aus der interkulturellen Kommunikation, die auf die Beziehung Mann/Frau übertragbar sind?

Interkulturelle Kommunikation richtet sich an alle Ebenen der Kommunikation – an Individuen, Gruppen, Organisationen, Gesellschaften. Die Genderforschung, also: Geschlechterforschung, in der Psychologie ist aus der interkulturellen Forschung entstanden. Bei vielen Fragebögen aus der interkulturellen Forschung wurden die Befragten, in diesem Fall schwarze und weiße Menschen, durch Frauen (Schwarze) und Männer (Weiße) ersetzt. Die Ansätze in der interkulturellen Forschung in Bezug auf schwarze und weiße Menschen wurde also nur auf Frauen und Männer übertragen.

Zudem widmen sich interkulturelle Kommunikation und Genderforschung der direkten und indirekten Kommunikation. Kurz gesagt, steht die direkte Kommunikation im Zusammenhang mit individualistischen Kulturen und Männern. Und die indirekte Kommunikation in Bezug zu kollektivistischen Kulturen und Frauen. In der Praxis kann das Missverständnisse bringen. So ist es nicht

ungewöhnlich, wenn eine Frau sagt: „Schatz ich will kein Geschenk zu meinem Geburtstag. Es reicht mir, dass ich mit Dir zusammen bin!“ – und dies in der indirekten Kommunikation meint: „Besorg’ mir ein Geschenk und lass’ Dir etwas Besonderes einfallen!“

__ Sie befassen sich über Ihre Professur hinaus mit dem Verhältnis der Geschlechter.

Ja, ich war u. a. Frauenbeauftragte an der Universität und Sprecherin im Gleichstellungsausschuss vom Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen. Zudem war ich im Vorstand vom Deutschen Akademikerinnen Bund, der intensiv bei Gesetzesänderungen zur Frauenförderung mitgewirkt hat.

__ Im Kollegenkreis war die Reaktion auf ein *ihk*-magazin, das Frauen in den Fokus rückt, gemischt. Ihre wissenschaftliche Einschätzung: Ist die Idee überholt?

Nein, keineswegs. Ich muss auch als Psychologin sagen, solche Förderungen, solche Aufmerksamkeitsverstärker, sind weiterhin notwendig. Sie wären erst überflüssig, wenn sich niemand mehr aufregt. ■

Forscht u. a. zur interkulturellen Kommunikation: Die Osnabrücker Wirtschaftspsychologin Prof. Dr. Petia Genkova.

