



Das Fotoprojekt der Künstlerin Kiyun Kim zeigt Studierende und ihre Rassismuserlebnisse

Wer wird da diskriminiert?

Die amerikanische Regierung stellt Förderprogramme für Minderheiten infrage.

Damit könnten Elite-Universitäten wieder zu weißen Institutionen werden **VON MANFRED BERG**

Die Trump-Regierung will gegen Rassendiskriminierung in den Kampf ziehen. Für Afroamerikaner und andere Minderheiten ist das allerdings keine gute Nachricht. Wie aus einem an die *New York Times* geleakten Dokument hervorgeht, plant Justizminister Jeff Sessions offenbar, juristisch gegen Universitäten vorzugehen, die angeblich Weiße diskriminieren.

Stein des Anstoßes ist die Politik der »Affirmative Action«, die Förderung von ethnischen Minderheiten (und Frauen). Befürworter sehen in Affirmative Action ein Instrument, um das Erbe von Sklaverei und Rassentrennung sowie den andauernden strukturellen Rassismus der amerikanischen Gesellschaft auszugleichen. Gegner beklagen, die Minderheitenförderung sei längst zur »umgekehrten Diskriminierung« geworden, die vor allem ärmere Weiße treffe; sie verstoße gegen Chancengleichheit.

Der Begriff Affirmative Action kam in den sechziger Jahren auf, als der Kampf um die schwarzen Bürgerrechte die politische Agenda der USA bestimmte. Präsident John F. Kennedy verstand darunter die Durchsetzung von Diskriminierungsverboten. Sein Nachfolger Lyndon B. Johnson ging einen Schritt weiter und forderte 1965 in einer Rede an der schwarzen Howard-Universität in Washington, der hart erkämpften rechtlichen Gleichheit müsse nun reale Chancengleichheit folgen. Man könne Menschen, die jahrhundertlang in Ketten lagen, nicht einfach nur die Ketten abnehmen und glauben, nun herrsche ein fairer Wettbewerb. Das im Bürgerrechtsgesetz von 1964 kodifizierte Verbot, aufgrund von »Rasse, Hautfarbe, Religion, Geschlecht oder nationaler Herkunft« zu diskriminieren, ebnete seit den frühen siebziger Jahren weitreichenden Affirmative-Action-Programmen den Weg. Mal ordneten Gerichte derartige Maßnahmen an, mal

verpflichteten sich öffentliche Institutionen und private Arbeitgeber freiwillig darauf.

Von Anfang an waren diese Programme äußerst kontrovers. Im Fokus standen oft das Bildungswesen und ganz besonders die Elite-Universitäten. Die erste wegweisende Entscheidung des Obersten Gerichtshofes zu Affirmative Action ging auf die Klage eines weißen Studenten zurück. Er war an der Universität von Kalifornien nicht zum Medizinstudium zugelassen worden, obwohl er bessere Noten hatte als afroamerikanische und hispanische Bewerber, die von der kurz zuvor eingeführten freiwilligen Quotenregelung der Universität profitierten. In dem überaus komplizierten Urteil von 1978 gab die Mehrheit der Richter dem Kläger Allan Bakke recht, dass ein starres Quotensystem den Gleichbehandlungsgrundsatz der US-Verfassung verletze. Gleichzeitig erklärte das Gericht aber auch, dass Universitäten Rassenzugehörigkeit als einen Faktor bei der Zulassung von Studienbewerbern berücksichtigen dürfen, sofern damit die historische Benachteiligung von Minderheiten ausgeglichen werden solle. Ein Richter vertrat zudem die Auffassung, Universitäten hätten ein berechtigtes Interesse, durch ihre Zulassungspraxis die ethnische Vielfalt unter ihren Studierenden zu sichern.

Gegner wie Befürworter von Affirmative Action betrachteten das Urteil als Erfolg. In der Praxis lief es darauf hinaus, dass Minderheitenförderung an Universitäten jenseits fester Quoten zulässig blieb. An dieser Linie hat der Supreme Court seither in allen einschlägigen Entscheidungen festgehalten, wenngleich stets mit knapper Mehrheit. Dabei gewann das Argument, die Förderung unterrepräsentierter Minderheiten diene dem Zweck, in allen staatlichen und gesellschaftlichen Institutionen ethnische Vielfalt – *diversity* – zu gewährleisten, immer mehr an Gewicht.

Durch die nun publik gewordenen Pläne der Regierung sehen sich alle bestätigt, die argwöh-

nen, Trumps Parole »*Make America great again!*« bedeute vor allem: »*Make America white again!*« Ohne Zweifel bedient der Vorstoß des Justizministeriums die Ressentiments jener weißen Amerikaner, die sich als Verlierer der Minderheitenförderung sehen, obwohl es dafür keine empirischen Belege gibt. Es wäre indessen zu einfach, Skepsis gegenüber Affirmative Action pauschal als Rassismus zu geißeln. Schon lange beklagen linke Kritiker die polarisierende Wirkung des Themas, die Amerikas weiße Arbeiterklasse erst in die Arme Reagans und nun in die von Trump getrieben habe. Auch Asian-Americans, die mit ihren Bildungserfolgen inzwischen die weiße Mehrheit überflügelt haben, monieren, dass ein De-facto-Quotensystem ihren eigenen Aufstieg blockiere, und verweisen darauf, wie Elite-Unis, Harvard etwa, im frühen 20. Jahrhundert die Zahl jüdischer Studenten durch Quoten beschränkte.

Für die Gegner von Affirmative Action könnte dies der Königsweg sein: im Namen einer angeblich diskriminierten Minderheit die Programme zu kippen, die in der Vergangenheit nach Auffassung vieler Experten entscheidend dazu beigetragen haben, Millionen schwarzer Frauen und Männer den sozialen Aufstieg in die Mittelklasse zu ermöglichen. Sollte es Trump darüber hinaus gelingen, den Obersten Gerichtshof mit weiteren konservativen Richtern zu besetzen, wären die Tage von Affirmative Action wohl gezählt. Pessimisten befürchten für diesen Fall die »Resegregation« der amerikanischen Unis. Unterprivilegierte Schwarze dürften es dann sehr viel schwerer haben, an gute Universitäten zu gelangen. Angesichts horrender Studiengebühren gilt das allerdings genauso für arme Weiße und Hispanics. Kritiker fordern daher, soziale Herkunft zum Kriterium von Affirmative Action zu machen.

Manfred Berg, 57, lehrt Amerikanische Geschichte an der Universität Heidelberg

»Wow, die hat es geschafft«

Es gibt nur wenige Frauen in der Start-up-Szene. Warum? Und wie lässt sich das ändern? Fragen an die Gründerin Güncem Campagna

DIE ZEIT: Wie divers ist die Start-up-Szene in Deutschland?

Güncem Campagna: Von Gender-Diversity kann keine Rede sein. Nur bei 13 Prozent aller Start-ups ist eine Frau mit im Gründungsteam. Bei Start-ups, die sich um Hightech kümmern, wie künstliche Intelligenz oder vernetzte Geräte, liegt die Quote noch niedriger, bei fünf Prozent. Ich erlebe das täglich. Ich sitze mit Männern an Gesprächstischen und auf Podien.

ZEIT: Studien belegen, dass gemischte Teams erfolgreicher sind.

Campagna: Ja, das kann man anhand des Umsatzes messen. Produkte werden von Männern entwickelt, sollen aber von Männern und Frauen genutzt werden. Es ist schlicht logisch, dass eine Frau mitarbeiten sollte, weil sie besser beurteilen kann, wie das Produkt auch Frauen anspricht. Allerdings sollte man sich nicht nur auf Geschlechter beschränken. Diverse Teams bestehen aus Alt und Jung, Einheimischen und Migranten, Personen verschiedener Gruppen.

ZEIT: Wie erklären Sie sich dann diese Homogenität?

Campagna: Das hat viele strukturelle und gesellschaftliche Gründe. Es ist schwer, mit dem Finger auf einen Punkt zu zeigen und zu sagen: »Daran liegt es.« Dann könnte man es auch einfach lösen. Es beginnt bei der Bildung, in den Schulen: Es sind eher Jungs, die sich für technische Themen interessieren, die Mädchen verlieren in der Sekundarstufe das Interesse. In der Folge sind nur 30 Prozent der Mint-Absolventen weiblich. Dazu kommt: Wer ein Start-up gründet, scheitert in vielen Fällen. Frauen bringen eine höhere Risikoaversion mit. Sie sind zögerlicher, es fehlt ihnen oft an Selbstvertrauen.

ZEIT: Das klingt pauschalisierend.

Campagna: Es gibt Studien, die das belegen. Die Firma Hewlett-Packard hat zum Beispiel in einem internen Bericht herausgefunden, dass Frauen sich erst dann auf eine Stelle bewerben, wenn sie ihrer Meinung nach 100 Prozent des angeforderten Profils erfüllen. Männer bewerben sich auch, wenn sie nur 60 Prozent der Anforderungen erfüllen.

ZEIT: Der sogenannte Confidence-Gap.

Campagna: Genau. Frauen neigen zu Perfektionismus, hinterfragen sich sehr kritisch, schüren ihre Zweifel. Das verträgt sich nicht mit der Start-up-Kultur. Frauen erhalten im Schnitt weniger Wagniskapital. Man muss hier sein Produkt geradezu überverkaufen: »Das ist meine tolle Idee, gib mir Geld!« Dazu kommen Phasen, in denen arbeitet man sieben Tage die Woche. Es gibt Durststrecken, in denen man wenig verkauft. Investoren springen ab. Diese Strukturen sind nicht gerade das, was ich als familienfreundlich oder frauenfreundlich bezeichnen würde.

ZEIT: Braucht es einen Kulturwandel, oder müssen Frauen sich besser anpassen?

Campagna: Wir leben in einer Marktwirtschaft. Deren Regeln sind für alle Geschlechter gleich. Derzeit belohnt sie ausschließlich ein großes Selbstbewusstsein, Mut zum Risiko und Personen, die sich nicht um Kinderbetreuung kümmern müssen.

ZEIT: Wie fördert man Frauen?

Campagna: In meinem Projekt Sheguides habe ich Workshops aufgesetzt für Geschäftsmodelle und Persönlichkeitstrainings. Ich glaube aber, dass wir das Problem institutionell lösen müssen: Wirtschaft und Technik sollten schon in der Schule gezielt die Mädchen ansprechen. Und an den Hochschulen sollte die Unternehmensgründung zum Normalfall werden. Übrigens habe ich gemerkt, dass ich für diese Ideen schnell in eine Schublade gesteckt wurde.

ZEIT: Wie genau?

Campagna: Ein Kollege meinte zum Beispiel: »Ach Güncem, du machst doch irgendwas mit Frauen.« Das war in einem größeren Kreis, auch ein Politiker war anwesend. Ein männlicher Kollege, der exakt das Gleiche macht wie ich, wird als Trainer und Coach hochgehalten. Bei mir ist komplett heruntergefallen, dass ich eine kompetente Beraterin bin und über genauso viel Wissen verfüge. Ich glaube nicht, dass es sexistisch gemeint war, aber meine Initiative hat die Leute überfordert. Frauen und Start-ups gehören anscheinend für einige nicht zusammen.

ZEIT: Setzen Sie sich weiterhin für Frauen ein?

Campagna: Ja, auf jeden Fall! Ich schaue, dass ich sie besonders anspreche und als Mentorin unterstütze. Wir brauchen nämlich mehr weibliche Vorbilder. Es ist sehr wichtig, dass Frauen eine Präsenz und Sichtbarkeit haben, damit schon junge Frauen sagen: »Wow, die hat es geschafft. Sie ist erfolgreich, verdient Geld, dann kann ich das auch.« Deshalb sage ich immer Ja.

ZEIT: Wozu sagen Sie Ja?

Campagna: Zu allem, was mich zum Rollenvorbild macht. Moderieren, präsentieren, netzwerken. Ich kann nicht über andere Frauen meckern und dann selbst kneifen und nicht auf Podien sitzen. Und ich beschwere mich auch schon mal telefonisch bei Veranstaltern, die Podien nur mit Männern planen. Es gibt großartige Business-Netzwerke für Frauen, die sich genau für so etwas einsetzen. Auf diese Sisterhood will ich mich verlassen können.

ZEIT: Sisterhood?

Campagna: Madeleine Albright hat einmal gesagt: »In der Hölle gibt es einen besonderen Platz für Frauen, die andere Frauen nicht unterstützen.« Ich hoffe so sehr, dass sie recht hat.

Das Gespräch führte **Hakan Tanriverdi**



Güncem Campagna, 43, Chefin der Digitalberatung Startboosters

ANZEIGE



Nora Lobenstein, Entwicklungsingenieurin E-Mobility

„Entscheidend ist nicht das X- oder das Y-Chromosom, sondern das Porsche Gen.“

Jetzt anmelden zum Porsche Karrieretag für Frauen auf der IAA.

Lernen Sie den Arbeitgeber Porsche in den Bereichen Entwicklung, IT und Produktion kennen. Erfahren Sie mehr über die Möglichkeiten und Menschen in unserem Unternehmen beim Porsche Karrieretag für Frauen im Rahmen der IAA am 23.09.2017. Jetzt exklusive Plätze sichern. Informieren Sie sich unter www.porsche.de/karriere oder personalmarketing@porsche.de

