

## René Mägli Der Frauenverstehler

Irgendwie fand er die weiblichen Bewerber immer kommunikativer und weniger platzhirschmäßig. Inzwischen arbeiten in seiner Reederei fast ausschließlich Frauen. Text: Mathias Irle.

Der Weg zu René Mägli führt vorbei an drei jungen Frauen, die vor der Glastür eines schmucklosen Bürogebäudes in der Baseler Innenstadt stehen, plaudern und rauchen. Er geht weiter in einen Aufzug, der einen bis in den zweiten Stock des Gebäudes fährt, dort, wo selten ein Mann aussteigt. Und er endet mitten in den Büroräumen der Schweizer Niederlassung der Mediterranean Shipping Company, kurz MSC, der mit rund 30 000 MitarbeiterInnen zweitgrößten Containerreederei der Welt, in der – verteilt auf drei Etagen – nahezu ausschließlich Frauen unterschiedlicher Altersstufen arbeiten: 84 der 85 Angestellten sind weiblich. Die Frauen arbeiten als Controllerinnen, Sachbearbeiterinnen, Empfangsdame, Vertrieblerinnen, Direktorinnen, als Finanzvorstand oder IT-Spezialistinnen. Und neben ihnen, in einem Großraumbüro in einer Ecke, sitzt an einem unauffälligen Schreibtisch René Mägli, der Geschäftsführer des Unternehmens.

Der 56-Jährige hat eine hohe Stirn, ein schütterer, etwas längerer schwarz-grauer Haarkranz wächst um seinen Kopf. Er trägt Anzug und eine goldene Uhr. Einen goldenen Siegelring. Um seinen Hals hängt eine Lesebrille an einer goldenen Kette. Er ist nicht nur der einzige Mann, der im Baseler Büro arbeitet und damit allein unter 84 Frauen. Er ist auch ihr Chef und dafür verantwortlich, dass in dem Unternehmen – obgleich in einer von Männern dominierten Branche tätig – die Belegschaft mittlerweile zu 100 Prozent weiblich ist.

Das macht MSC Basel einzigartig in Europa, vielleicht sogar auf der ganzen Welt. „Pascha“ oder auch „Schwuchtel“ haben ihn dafür schon anonyme Teilnehmer in Internetforen genannt. Doch Mägli, liiert mit einer Managerin und aufgewachsen mit drei Schwestern, ein vornehmer, gebürtiger Basler, der ruhig und gewählt spricht, sagt nur: „Dass hier nur noch Frauen arbeiten, ist das Ergebnis einer strategischen, betriebswirtschaftlichen Überlegung.“ Einer Überlegung, deren Ursprünge bis in das Jahr 1981 zurückreichen.

Damals, im Alter von 28 Jahren, hatte der gelernte kaufmännische Angestellte Mägli die Reedereivertretung Shipmar AG gegründet, die er später an MSC verkaufte. Zunächst stellte er Männer wie Frauen ein. Doch je länger er die Niederlassung leitete, umso häufiger beobachtete Mägli, dass seine weiblichen Angestellten ihren Job oft besser als ihre männlichen Kollegen machten, gleichzeitig jedoch in der Unternehmenshierarchie nicht höher rückten. Eine auch aus wirtschaftlicher Sicht unbefriedigende Situation.

Mägli stellte fest, dass die Frauen vor allem deshalb nicht weiter kamen, weil männliche Kollegen sie „per Ellenbogeneinsatz klein hielten“. Es war das Jahr 1995. Und ohne es jemals fest geplant zu haben, entschied sich Mägli in der Folge fast immer für eine Frau, wenn er eine Stelle ausgeschrieben hatte. Nicht, weil er keine Männer mehr einstellen wollte. Doch schließlich, so Mägli, brauche er als

Dienstleister MitarbeiterInnen, die über gute kommunikative Fähigkeiten verfügen, Fremdsprachen sprechen, gerne partnerschaftlich im Team arbeiten und in der Lage sind, schnell Prioritäten zu setzen. Alles Eigenschaften, die durchschnittlich häufiger bei Frauen als bei Männern zu finden seien. Außerdem hätte er bemerkt, dass Frauen in der Regel sachbezogener arbeiten würden, weniger Energie in Hierarchiekämpfe investierten, Fehler zugeben könnten und sich weniger selbstdarstellen müssten.

„Ich behaupte nicht, dass Männer schlecht sind, sonst wäre ich auch schlecht“, sagt Mägli. „Doch das, was ich brauche, um mein Dienstleistungsunternehmen erfolgreich zu führen, habe ich in den letzten 13 Jahren bei den weiblichen Bewerbern gefunden.“

Laut einer anonymen Umfrage, die Oktober 2008 unter den Mitarbeiterinnen durchgeführt wurde, würden sich 43 Prozent von ihnen zwar manchmal wünschen, dass Männer bei ihnen arbeiteten – dann gäbe es mehr „Abwechslung“. Doch die Frauen vermissen männliche Kollegen immer weniger, je länger sie bei Mägli beschäftigt sind.

Auch weil „Zickenkriege“ bei MSC kaum stattfinden. Jedenfalls bestätigt das die stellvertretende Geschäftsführerin Mikhal Yaacobi genau wie alle anderen Mitarbeiterinnen des Unternehmens. In den letzten Jahren haben vor allem diejenigen das Unternehmen wieder verlassen, die viele klassisch männliche Eigenschaften in sich vereinen, die also gerne in Wettstreit treten oder die per Anweisung führen wollten.

Wirklich zu stören scheint Mägli das nicht. „Ich habe kein Problem mit Frauen“, sagte er, ohne dabei süffisant zu lächeln. Zum Thema Emanzipation sagte er kürzlich in einem Interview, Alice Schwarzer sei „eine tolle Frau“. Mägli ist das Gegenteil eines Machos. Seine Mails unterschreibt er gerne mal mit dem Satz „Hoffe, Ihnen gedient zu haben.“ Und gegenüber seinen Mitarbeiterinnen, die er „aus Respekt“ ausschließlich „Ladies“ nennt, nimmt er eine Rolle irgendwo zwischen Vater, Anwalt der Frauen und Gentleman ein: Er bezahlt sie eher überdurchschnittlich, was die große Schweizer Gewerkschaft Unia bestätigt. Er ist behilflich bei der Wohnungssuche, wenn eine von ihnen neu nach Basel zieht. Er betont, wie gut er seine Fähigkeiten entwickelt hat, die Körpersprache seiner Mitarbeiterinnen zu lesen: So erkenne er mittlerweile an der Gestik und Mimik, wenn eine von ihnen etwas bedrückt.

Ob es für die Firma denn nicht vielleicht sogar noch besser wäre, wenn auch er, Mägli, durch eine Frau ersetzt würde? Mägli lächelt. Er kennt die Frage. Dann sagt er: „Sorry, dass ich als Mann noch immer an der Spitze des Unternehmens stehe, aber ich habe den Laden nun mal gegründet.“ Allerdings könne er sich gut vorstellen, dass in Zukunft auch sein Job von einer Frau übernommen wird. Nicht umsonst, sagt Mägli, sei sein Stellvertreter – Yaacobi – weiblich. 

