

**FÜR MICH
UND DICH**
Rollkragenpullover, Jil Sander
Navy, Hosen,
Boss, beides bei
Jelmoli. Loafer,
Navyboot.

Mit 39 blickt sie bereits auf eine beeindruckende Karriere zurück. Nun möchte die Werberin und Mutter von zwei Kindern ihr Erfolgsrezept weitergeben – an junge Frauen.

Interview **Nina Huber**
Fotos **Claudia Klein**

Regula Bühner Fecker

**QUALITÄT
IST DAS BESTE
REZEPT**

Hemd, Jil Sander
Navy, Hosen, Boss,
beides bei Jelmoli.



STAHLBLAU sind diese Augen, und der Blick lässt keinen Zweifel daran, dass diese Frau genau weiss, was sie will. Regula Bühler Fecker ist Mitbegründerin der Kommunikationsagentur Rod in Zürich mit 25 Mitarbeitern. Ein Faible für Werbung hatte sie schon als Kind; sie sammelte Plakate und Flyer, die ihr besonders gut gefielen. Damals wusste sie noch nicht, dass ihr das in ihrer späteren Tätigkeit als Strategin helfen würde, aus dem Effeff Dutzende von Beispielen zitieren zu können. Nach der Matur zog es die ambitionierte junge Frau direkt in die Arbeitswelt. Nach einem einjährigen Praktikum und einem Lehrgang an der Sawi (Academy for Marketing and Communication) bekam sie ihre erste Festanstellung bei Honegger/von Matt, heute Jung von Matt. Sie war gut und wurde immer besser. Nach Aufenthalt in den USA und in Deutschland wagte sie mit noch nicht einmal dreissig den Sprung ins kalte Wasser und gründete mit zwei Partnern die Agentur Rod Kommunikation. Zweimal wurde sie Werberin des Jahres. Frauen sollten einander besser unterstützen, sich vernetzen und verbünden, ist sie überzeugt. Sie geht als Beispiel voran und veröffentlicht ein Buch für Frauen zwischen zwanzig und dreissig, mit ganz konkreten Karrieretipps (NZZ Libro).

Style: Der Titel Ihres Buches lautet «#Frauenarbeit». Wie definieren Sie den Begriff?

Regula Bühler Fecker: Ich spiele mit diesem Begriff, der negativ behaftet ist. Wir verstehen darunter Hausarbeit und Aufgaben, die Frauen meist unbezahlt erledigen. Ich finde, es ist an der Zeit, den Begriff neu zu definieren – wir Frauen sind an einem Punkt, an dem wir alles erreichen können, was wir wollen.

Mütter würden selbst bei günstigen Betreuungsmöglichkeiten in der Regel lieber zu Hause bleiben, behaupten einige. Wie bleiben mehr Frauen der Arbeitswelt erhalten?

Es hilft, wenn man vor den Kindern einen Job hatte, der einen befriedigt. Dann hat man automatisch Lust, zurückzukehren.

Was können Unternehmen dazu tun? Sie können entlasten mit flexiblen Arbeitsmodellen, Jahresarbeitszeit, Homeoffice-Möglichkeiten und mit einem grundsätzlichen Verständnis gegenüber Eltern mit Kindern. Mit Kindern muss man alles etwas flexibler anpacken können, das sollten Firmen verstehen und ermöglichen. Es ist doch viel wichtiger, dass die Arbeit erledigt ist, als wie und wo.

“Keine will ausgewählt werden, weil sie eine Frau ist, sondern weil sie die Richtige für den Job ist.”

REGULA BÜHLER FECKER

Sind Sie für eine Frauenquote?

Nein, überhaupt nicht. Keine will ausgewählt werden, weil sie eine Frau ist, sondern weil sie die Richtige für den Job ist. Qualität muss sich durchsetzen, das ist meine Überzeugung.

Wie steht es Ihrer Meinung nach um die Gleichberechtigung in der Schweiz?

Wir sind auf gutem Weg. Gemäss Studien gibt es faktisch noch Lohnunterschiede, das darf nicht sein. Das Riesenproblem ist: Immer mehr Frauen schliessen ein Studium ab, bleiben der Wirtschaft aber nicht erhalten, wenn sie eine Familie gründen. Da fällt die ganze Gleichberechtigung in sich zusammen.

Wie finden Sie die Idee von bezahltem Vaterschaftsurlaub?

Unglaublich wichtig. Wie lächerlich, dass wir darüber noch diskutieren müssen.

Ein Kind kriegt man ja zusammen. Mein Mann blieb jeweils einen ganzen Monat zu Hause, als selbstständiger Unternehmer konnte er es und wollte es auch unbedingt. Beim ersten Kind war das emotional extrem wertvoll, weil es schon ein rechter Kulturschock ist, plötzlich eine neue Rolle einzunehmen. Beim zweiten Kind war das super, weil einfach immer ein paar Hände fehlten. Und man sich als Frau ja auch noch von einer Geburt erholen muss. In meinem Umfeld ist das aber fast normal geworden. Die meisten Männer wollen sich aktiv einbringen, länger zu Hause bleiben und im Teilzeitpensum arbeiten, um sich den Kindern zu widmen.

Sie und Ihr Mann sind aber als Selbstständige auch in einer privilegierten Situation. Je nach Branche ist Teilzeitarbeit immer noch nicht akzeptiert.

Ein früherer Chef von mir sagte mal, Werbung könne man nicht in Teilzeit machen. Was für ein dummes Spruch! Natürlich geht das, man muss es nur wollen. Aber man muss effizienter werden.

Wie haben Sie die Kinderbetreuung organisiert?

Ich arbeite montags nicht, mein Mann am Freitag nicht. Die restlichen drei Wochentage sind die Kinder in der Waldkrippe oder werden von einer Nanny betreut. Die Wochen sind immer gleich strukturiert, das macht es einfacher.

Haben Sie manchmal das Gefühl, nicht zu genügen, in der Familie oder im Geschäft?

Im Job nicht, weil ich weiss, ich liefere meine Sachen. Kann ich mal an einer Sitzung nicht teilnehmen, funktioniert es auch ohne mich. Den Kindern gegenüber habe ich manchmal ein schlechtes Gewissen, vor allem dann, wenn ich mal etwas für mich mache. Ich probiere aber immer, dieses Gefühl sofort abzuschütteln, weil ich weiss, wenn es mir gut geht, hilft das der ganzen Familie.

Was wünschen Sie Ihren Kindern fürs Leben?

Dass sie herausfinden, was sie zufrieden macht, dass sie möglichst viel ausprobieren können und mit Leidenschaft ihren Weg gehen. Sie sollen zu starken, zufriedenen Menschen werden, die gute Freunde und Beziehungen haben. Darüber hinaus hoffe ich, die Erde möge in Zukunft noch gesund und lebenswert sein. Mein Mann und ich diskutieren oft darüber, mit unseren Firmen die Leute stärker für den Klimawandel zu sensibilisieren.

Wir wollen alles, am liebsten überall und gleichzeitig, beklagen uns aber über Stress. Was machen wir falsch?

Man kann schon alles wollen, aber es geht nicht immer alles gleichzeitig. Man muss bereit sein, phasenweise auf etwas zu verzichten. Als meine Dreijährige und mein Zweijähriger noch Babys waren, ging ich an keinen Networkinganlass. Während ich das Buch schrieb, steckte ich beim Sport zurück. Man muss einen Fokus auf etwas legen. Ich versuche sehr bewusst, mit Zenübungen runterzukommen und für gewisse Zeiten offline zu bleiben. Dabei überdenke ich mein Verhalten und prüfe, ob ich nicht wieder zu viel tue.

Sie plädieren dafür, dass sich Frauen gegenseitig helfen. Manchmal hat man aber das Gefühl, diese Solidarität fehle, selbst Chefinnen befördern lieber den Mann, weil der nicht schwanger werden kann. Wie sehen Sie das?

In der Werbung stelle ich solch ein Verhalten nicht fest. Auch viele Unternehmen, mit denen wir zusammenarbeiten, haben Förderprogramme für Frauen eingerichtet. Aber die wenigsten von uns arbeiten aktiv an ihrem Netzwerk, gehen lieber mit einer Freundin zum Lunch als mit einem Geschäftspartner. Es gilt eher das Einzelkämpfertum. Frauen, die es geschafft haben, geben zu wenig an den Nachwuchs weiter. Das muss sich ändern.

Ist Eifersucht typisch weiblich?

Ich rate allen Frauen, nicht alles Private in die Arbeit zu tragen. Will man eines Tages eine Stufe weiterkommen, haben viele Hemmungen vor ihren Kolleginnen, man fürchtet Missgunst und Eifersüchteleien, weil man so gut befreundet ist. Die Jungs lernen schon im Kindesalter, sich mit Raufereien zu beweisen und den Stärkeren zu ermitteln.

Die Werbung gilt als besonders hartes Pflaster, was Überstunden betrifft. Wie sieht das bei Rod aus?

Je nach Projektphase sind die Tage lang. Früher habe ich mehr Stunden gearbeitet. Heute bin ich effizienter und schneller.

“Man kann schon alles wollen, aber es geht nicht immer alles gleichzeitig. Phasenweise muss man auf etwas verzichten.”

REGULA BÜHRER FECKER

Wann fanden Sie die Zeit, ein Buch zu schreiben?

Ich zog mich eine Woche ins Wallis zurück und brachte alles zu Papier, was mir in den Sinn kam. Ich nahm dafür allein Ferien, trieb Sport und schrieb vier bis fünf Stunden täglich. Am Ende der Woche sah ich, wo es Lücken hatte, die es in den nächsten zwei Monaten zu füllen galt. Das machte ich dann in Randstunden und so manchen Nachtschichten.

Der wichtigste Tipp in Ihrem Buch?

Lerne, zu entscheiden! Wer beruflich weiterkommen möchte, muss seine Meinung äussern können. Das braucht Mut. Der Satz «Frauen können sich nicht ent-

scheiden» kommt aktuell auf Google in achtundzwanzig Millionen Einträgen vor, der Satz «Männer können sich nicht entscheiden» in einer vergleichsweise mickrigen Million. Ich mag es zwar nicht, zu verallgemeinern, finde aber, dass sich Frauen in puncto Entscheidungswille in der Tat noch mehr vornehmen müssten.

Wie schalten Sie ab?

Als Familie probieren wir, möglichst aktiv zu sein, viel rauszugehen in den Wald oder ans Wasser. Ich treibe gern Sport, treffe eine Freundin, lese und schaue Comedy, besonders wenn ich nicht einschlafen kann. Ich liebe Komiker wie Stephen Colbert, Seth Meyers, John Oliver, Jerry Seinfeld.

Was unternehmen Sie, damit Ihre Ehe nicht zu kurz kommt?

Wir verbringen viel Zeit gemeinsam und gehen regelmässig zu zweit aus.

Sie sagen, zwischen zwanzig und dreissig müsse man Vollgas geben. Ist das nicht eine Vergeudung einer magischen Zeit, in der es so viel anderes zu entdecken gibt?

Ich sage nicht, dass man allem abschwören muss, und würde nie dafür plädieren, etwa wegen der Karriere auf eine Beziehung zu verzichten. Aber es ist sinnvoll, wenn man ein Ziel vor Augen hat, auf das man hinarbeitet. Viele legen ihren Schwerpunkt ausschliesslich auf die Freizeit und machen den Job nur fürs Geld.

Jüngere arbeiten gern Teilzeit, um anderen Interessen nachzugehen. Das Burn-out-Risiko ist bei denen kleiner.

Ich frage mich, ob diese Lebenseinstellung der Millennials davon kommt, dass die Wirtschaft sie nicht genug unterstützt. So wenig, wie sie bereit sind für Commitments, bekommen sie welche. Wenn du von Praktikum zu Praktikum tangelst und dir nie jemand die Chance einer Festanstellung gibt, glaubst du irgendwann selber nicht mehr an dich.



JUST DO IT

Hemd, Jil Sander
Navy, Hosen,
Boss, Trenchcoat,
Tagliatore, alles
bei Jelmoli.
Sneakers, Adidas,
bei Globus.

WER HATS ERFUNDEN?
Pullover, Joseph, Hosen, Jil Sander Navy, beides bei Jelmoli. Sneakers, Adidas, bei Globus.



FOTOASSISTENZ: Andrea Ebener | HAIR & MAKE-UP: Gabriel de Fries/Style Council | STYLING: Rahel Zingg | PRODUKTION: Susanne Märki | FOTOS: Laif (1), Mauritius (1)

Was müsste sich ändern?

Unternehmen nahmen früher mehr gesellschaftliche Verantwortung wahr und stellten auch Leute ein, die noch nicht top waren. Mehr Firmen sollten es wagen, Junge fix ins Team zu nehmen. Diese Erfahrung war für mich persönlich so wichtig: dazuzugehören, mit einer Mailadresse, Visitenkarten, eigenen Kunden. Eine Perspektive zu haben, ändert alles.

Wann sind Sie am glücklichsten?

Wenn ich etwas gemacht habe, das jemandem etwas bringt. Dann kann man stolz sein auf sich selbst.

Wofür schämen Sie sich?

Ich habe meine Emotionen nicht immer optimal unter Kontrolle. Mir sieht man sofort an, wenn ich genervt bin.

Was können Sie überhaupt nicht?

IT! Es nervt mich, dass immer alles ändert, was vorher mühelos funktionierte.

Haben Sie das Zehnfingersystem inzwischen gelernt?

Nein, das wird auch nicht mehr passieren. Ich schreibe schnell genug mit meinem kuriosen individuellen System.

Was möchten Sie noch lernen?

Besser Französisch, ein Instrument spielen, singen, malen oder töpfeln. Oder besser stricken – ich mache also durchaus gern sogenannte Frauenarbeit.

Was bereitet Ihnen schlaflose Nächte?

Wenn es jemandem aus meinem nahen Umfeld schlecht geht. Und zu viel Weisswein und Knoblauch.

Um sich zu konzentrieren, hören Sie den gleichen Song in Endlosschleife.

Was ist das üblicherweise für einer?
Das wechselt, aber ich höre meistens Amos Lee oder Eddie Vedder.

Sie haben eine Souvenirkiste. Ihr liebstes Stück darin?

Die Briefe und Karten von meinem Mann von all seinen Surftrips.

Wer hat Sie nachhaltig beeindruckt?

Dominique von Matt war lange Zeit mein wichtigster Förderer. Er ist geschickt, frisch im Denken und menschlich ein absolutes Vorbild.

Was macht gute Werbung aus?

Gute Werbung schafft es, dich im Alltag zu stoppen. Dir etwas Neues zu erzählen oder eine Meinung zu ändern. Noch besser ist, wenn sie in Erinnerung bleibt.

Der aktuelle Trend in der Werbung?

Im Moment versucht fast jedes Unternehmen, die Leute zum Teil einer Kampagne zu machen: Man muss liken, sharen, klicken, Fotos hochladen etc. Das ist für gewisse Marken richtig, aber viele überfordern die Leute zeitlich.

Sex sells – immer noch?

Ja, definitiv. Sogar mehr denn je.


Wofür würden Sie nie werben?

Ich habe es zwar als Angestellte schon getan, würde aber nie mehr einen Auftrag für Zigaretten annehmen. Tabakkonsum ist definitiv nur schädlich.

Wie würde Ihr eigener Werbeslogan lauten?

Nichts ist unmöglich.

Was hat es mit der Website frauenarbeit.ch auf sich? Was wird hier genau passieren?

Ich habe zusammen mit einer Freundin eine Stiftung für junge Frauen gegründet. Sie verfolgt denselben Zweck wie das Buch: Wir wollen eine Plattform kreieren, auf der Frauen sich sehen, austauschen, an Programmen teilnehmen und anderen etwas weitergeben können. Der gesamte Erlös des Buchs fließt in die Stiftung. Das macht mich richtig glücklich, da habe ich das Gefühl, ich kann etwas bewirken und etwas Bleibendes schaffen. 

5

DINGE, VON DENEN SICH DIE WERBERIN VERFÜHREN LÄSST

KAFFEE

Von einer Tasse gutem Kaffee am Morgen – und von Caramel au beurre salé in jeder erdenklichen Anwendung.



SATIRE

Von einem Ticket zu «The Late Show» von Stephen Colbert am Broadway in New York City.

WASSER

Von einem spontanen Schwamm im Zürichsee oder in der Limmat.



GESPRÄCHE

«Wenn man in guter Gesellschaft alles andere rundherum vergisst und nur dieser eine Moment zählt.»



CONN

Von einem Mittagessen im Restaurant Conn in Flims. Es ist nur zu Fuss, auf Langlaufski oder per Kutsche erreichbar.