

Bestenfalls Gleichbehandlung beim Gehalt

Geschlechtsspezifische Lohndifferenzen in der Ernährungsindustrie – Sonderauswertung von Rau Consultants für die LZ

In keinem Bereich verdienen Frauen mehr als Männer. Das zeigt eine Analyse von Führungs- und Expertenpositionen der Ernährungsindustrie von Rau Consultants für die LZ.

In den Marketingabteilungen der Ernährungsindustrie ist der Anteil von Mitarbeiterinnen vergleichsweise hoch. Auch Senior- und Leitungsfunktionen sind weiblich besetzt. Die Gehälter unterscheiden sich mit einer Differenz von knapp 12 Prozent allerdings deutlich von den männlich besetzten in gleicher Position. Gründe dafür wie etwa höhere Qualifikation kann der Recruiting-Spezialist Matthias Hennig von Rau Consultants nicht entdecken. Möglicherweise zahle sich bei Männern ein gewisses Talent zum Selbstmarketing aus, vermutet er.

Kontinuierlich analysiert der auf die Food-Industrie spezialisierte Personalberater die Gehälter unterschiedlicher Management-Positionen der Branche. Die Ergebnisse zeigt die LZ regelmäßig als „Gehalts-Check“. Anlässlich des Equal-Pay-Day hat Hennig für die LZ eine Sonderauswertung zur Gehaltsdifferenz von Frauen und Männern auf der Datenbasis von Rau Compensation gemacht. Berücksichtigt hat er nur solche Positionen, in denen ausreichend viele Frauen zu finden sind. „Es gibt nur wenige Bereiche in Führungs- und Expertenpositionen, in denen relevante Zahlen von Stelleninhaberinnen überhaupt existent und auswertbar sind“, stellt er

fest. Dazu gehören Marketing, Produktentwicklung, Qualitätswesen und Industrievertrieb. In den Bereichen Produktion, Technik, Vertrieb LEH, Vertrieb Foodservice sowie in Geschäftsführungspositionen sind Frauen stark unterrepräsentiert, sodass hier keine validen Aussagen getroffen werden können.

Viele Frauen sind im Qualitätswesen zu finden: In den Leitungsfunktionen fällt der Gap zwar geringer aus, beträgt

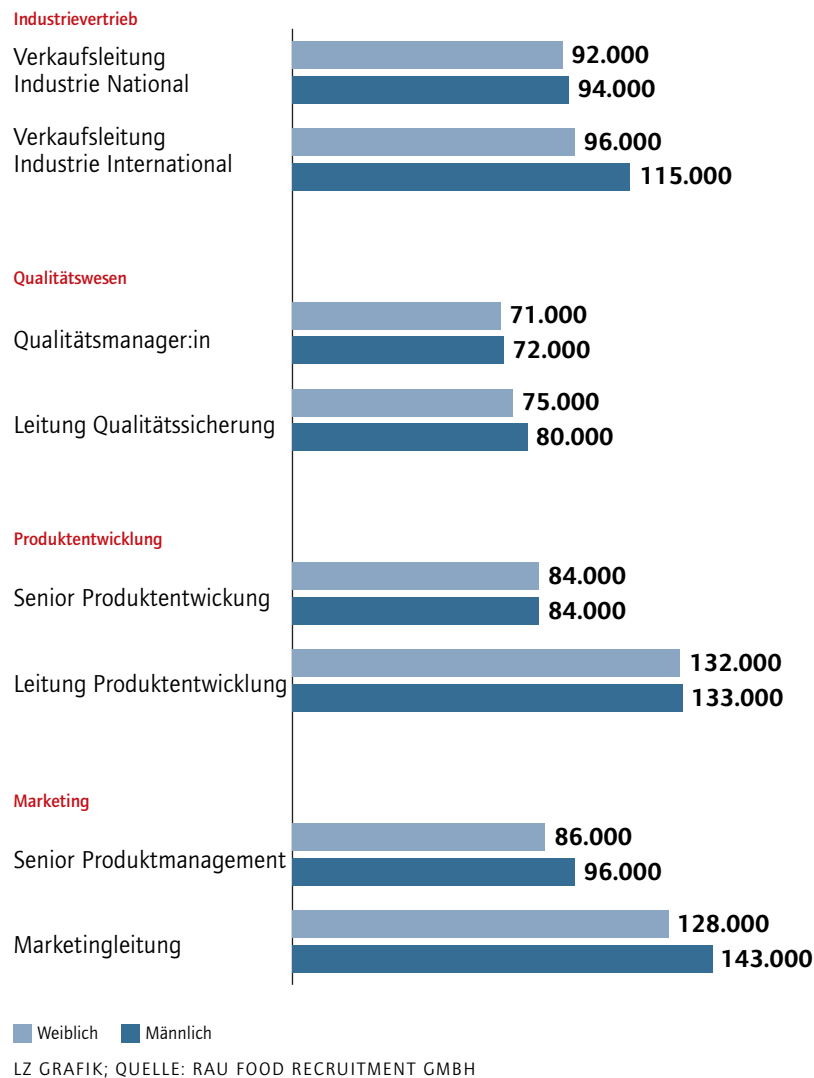
»Ab einem gewissen Level stagnieren die Aufstiegschancen für Frauen«

Matthias Hennig,
Rau Consultants

aber dennoch wahrnehmbare 7 Prozent. In den Spezialistenfunktionen zeigt sich dagegen nur ein sehr geringer Unterschied. „Es scheint so zu sein, dass Frauen im Qualitätswesen eine besondere Kompetenz zugetraut wird“, interpretiert Hennig, „was zur Gleichbehandlung führt.“

Im Bereich Industrievertrieb zeigt sich bei nationalen Positionen mit 3 Prozent ebenfalls nur ein geringer Unterschied der Bezahlung. Bei internationalen Aufgaben wächst dieser allerdings auf 20 Prozent deutlich an. Leitungsfunktionen konnten in diesem Bereich

Gender-Pay-Gap in der Lebensmittelindustrie Bruttojahresgehalt in Euro



LZ GRAFIK; QUELLE: RAU FOOD RECRUITMENT GMBH

nicht ausgewertet werden, da sie fast ausschließlich männlich besetzt sind.

Ausgewogen sind die Löhne in der Produktentwicklung: Sowohl männliche als auch weibliche Senior-Produktentwickler erhalten im Schnitt 84 000 Euro Brutto im Jahr. Auch in der Leitungsfunktion liegen die Gehälter mit 132 000 und 133 000 Euro nah beieinander.

Grundsätzlich zeigt die Analyse, dass der Gender-Pay-Gap in ländlichen Regionen größer ausfällt als in Städten. Zudem kommt es Managerinnen zugute, in größeren Unternehmen anzuhäufeln: Je größer der Betrieb, desto mehr Frauen gibt es dort und desto geringer ist die Entgeltlücke. Nichtsdestotrotz: „In keinem Bereich verdienen Frauen mehr als Männer“, so Hennig. Eine mögliche Erklärung: „Männer gehen offensiver mit dem Thema Gehalt um. Sie fragen selbstbewusster, ehrgeiziger und häufiger nach.“ Zementiert würden die Unterschiede dann im Verlauf von Jobwechseln.

Darüber hinaus beobachtet er weitere Grenzen: „Ab einem gewissen Level stagnieren die Aufstiegschancen für Frauen.“ Insbesondere für Mütter seien die Karrierechancen geringer. Sie seien noch seltener in Führungspositionen zu finden als kinderlose Frauen. Das sei nicht nur schade für Frauen, sondern auch für Organisationen. Hennig betont, dass man sich bei Rau Consultants bemüht, immer auch interessante Kandidatinnen zu präsentieren. Denn: „Diversität schenkt Unternehmen einen Mehrwert.“

sb/lz 09-22

DIE LZ SCHWERPUNKTE 2022

VERPACKUNG

NAH AN DER BRANCHE.
NACHHALTIG IN DER WIRKUNG.

SICHERN SIE SICH HIER IHRE PLATZIERUNG.

NEU
15%
CROSSMEDIA-
RABATT

Nutzen Sie den einzigartigen Zugang der LZ MEDIEN zu den Entscheidern der Konsumgüterbranche, um sich nachhaltig zu positionieren.

LZ 15/22
Themenschwerpunkt
VERPACKUNG I
Erscheinungstermin: 14.04.
Anzeigenschluss: 25.03.

LZ 38/22
Themenschwerpunkt
VERPACKUNG II
COPYTEST VERPACKUNG
Erscheinungstermin: 23.09.
Anzeigenschluss: 02.09.

JETZT BUCHEN

www.lzmedien.net/verpackung

Lebensmittel
Zeitung

IHR LZ MEDIENBERATER
Daniel Ochs +49 69 7595-1769
ochs@lebensmittelzeitung.net

LZ
MEDIEN