

Männer mischt euch ein. lottmann pr fordert mehr „Kerle pro Quote“

28.09.2012, 18:03 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *lottmann pr*



Mit der Kampagne „Kerle pro Quote“ rückt das weibliche Team der Agentur lottmann pr die männliche Sicht auf die (Frauen-)Quoten-Diskussion in den Vordergrund. Auf der Internetseite kerle-pro-quote.de, auf Facebook und einem eigenen Blog fordert die Agentur Männer dazu auf, sich aktiv an der Diskussion um die (Frauen-)Quote in Wirtschaft und Gesellschaft zu beteiligen.

Düsseldorf/Berlin/Hamburg, September 2012. Eine Bekennerkampagne der besonderen Art hat das Team um die Agenturinhaberinnen Andrea und Anja Lottmann ins Leben gerufen. Kerle pro Quote, der Name ist Programm und gibt Männern die Möglichkeit, sich mit ihrem Bild und einem kurzen Statement in die Diskussion um Quote, Gleichstellung und Herdprämie einzumischen. „Wir wollen mit männlicher Unterstützung der etwas nervigen und einseitigen Diskussion um die Frauenquote neue Dynamik verleihen und auch ganz klar in die Öffentlichkeit. Denn bisher wird hier noch sehr eindimensioniert gedacht und agiert“, erklärt Anja Lottmann ihr Projekt. Die Kampagne verfolgt keinen kommerziellen Zweck und steht auch nicht in Zusammenhang mit Parteien, Verbänden oder anderen Organisationen. „Auch wenn der Name der Website es zunächst anders vermuten lässt, es geht nicht um die Frauenquote alleine“, so Andrea Lottmann, „unser Ziel ist es vielmehr, ganz „normale“ Männer in eine Diskussion einzubeziehen, bei der es um die Gleichstellung von Mann und Frau in Beruf, Familie und Gesellschaft geht.“ In der Öffentlichkeit wird diese Auseinandersetzung aus Sicht der Initiatorinnen von den immer gleichen Protagonisten geführt – und darunter sind nur wenige Männer.

Vom Arzt zum Pfleger, vom Geschäftsführer zum Angestellten

Die ersten Quotenmänner haben sich bereits zur Verfügung gestellt. Dazu zählen sowohl Geschäftsführer und Unternehmer als auch Ärzte, Lehrer, Pfleger, Rentner und Angestellte. Auch wenn sich mancher Mann noch scheut, explizit Pro Quote zu sein, sehen alle Unterstützer die Notwendigkeit, dass Frauen und Männer die gleichen Chancen

haben sollten. Gerade Väter mit Töchtern zeigen sich den Argumenten für eine Quote sehr aufgeschlossen gegenüber. Gesucht werden jetzt weitere mutige Männer, die die Kampagne unterstützen und ihr Bild und ein kurzes Statement zur Verfügung stellen. „Was auffällt ist, dass gerade die jungen Männer unter 35 gerne mitmachen würden, dann aber doch einen Rückzieher machen!“, so Anja Lottmann. Stellt sich nach Meinung der Initiatorinnen die Frage, ob gerade die junge Männer-Generation Angst davor hat, als Frauenverstehler verspottet zu werden, Frauen nach wie vor beruflich als gleichwertige Partner nicht ernst nimmt, oder vielleicht befürchtet, im Fall einer Quotenregelung einen Job an eine weibliche Mitbewerberin zu verlieren.

Informationen, Kerle, Meinungen, Ansichten und spannende Diskussionen rund um das Thema auf www.kerle-pro-quote.de

Portrait

Über lottmann pr – it's a family affair

Die Geschichte von lottmann pr beginnt im Mai 2002 als Anja Lottmann ein erstes Büro in Düsseldorf gründet. Drei Jahre später folgte das zweite Büro in Berlin unter Federführung von Schwester Andrea. 2011 folgt ein weiteres Büro in Hamburg. Zum Portfolio gehören aktuell neben den Neukunden der Marktführer im Bereich Kundenbindungsprogramme TCC Global, das Schweizer Unternehmen Doetsch Grether AG mit den Kernmarken Mum, fenjal und GARD, die Vernetzungsplattform für die Pflegebranche CareTRIALOG, die Aronia Original Naturprodukt GmbH genauso wie die schwedische Schuhmarke Kavat und die weltgrößte Windmesse HUSUM WindEnergy. Desweiteren betreut lottmann pr den Systemgastronom Marché International, die Marke Lübzer der Brauerei Carlsberg, die Müller Milch Tochter Käserei Loose, die Kolle Rebbe Konzepte The Deli Garage und Stop The Water While Using Me, den Spezialisten für Lymphologie Dr. Manuel E. Cornely, die Waalwear Kids GmbH Deutschland, das Textilunternehmen H. Obermeyer GmbH & Co. KG sowie die Hochwald Sprudel Schupp GmbH.

News-ID: 667206 • Views: 992 (Stand: 29.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/667206/Maenner-mischt-euch-ein-lottmann-pr-fordert-mehr-Kerle-pro-Quote.html>