



Barbara Liebermeister ist Gründerin und Leiterin des Instituts für Führungskultur im digitalen Zeitalter in Frankfurt am Main. Die Wirtschaftswissenschaftlerin schrieb unter anderem das Buch „Die Führungskraft als Influencer: In Zukunft führt, wer Follower gewinnt“. Zu diesem Thema hält die Managementberaterin auch (Online-) Vorträge und Seminare (www.barbara-liebermeister.com). Zudem betreibt sie den Podcast „Business Secrets“.

FOTO: IFIDZ

Profilieren als Power-Frau

„Traut euch mehr. Stellt euer Licht nicht unter Scheffel!“, appelliert Managementberaterin Barbara Liebermeister an berufstätige Frauen.

Mitarbeitende und Teams aus der Ferne führen und mit ihnen online kommunizieren - vor dieser Herausforderung standen viele Führungskräfte erstmals nach Ausbruch der Corona-Pandemie. Inzwischen ist dies oft ein integraler Bestandteil ihrer Alltagsarbeit geworden, weil nicht wenige Unternehmen unter dem Stichwort „New Work“ die Tätigkeit in ihrer Organisation dauerhaft mit einem Großteil der Mitarbeitenden zumindest zeitweise im Home Office organisierten.

Bei vielen Führungskräften beobachtet man heute aber beim virtuellen Führen und Online-Kommunizieren trotzdem noch Unsicherheiten - zum Beispiel, wenn es um Fragen geht wie:

- Wie reißt die emotionale Beziehung zu meinen Mitarbeitenden nicht ab?
- Wie spreche ich beim virtuellen Kommunizieren heikle Themen an?
- Worauf sollte ich achten, wenn ich online Feedback-Gespräche führe?

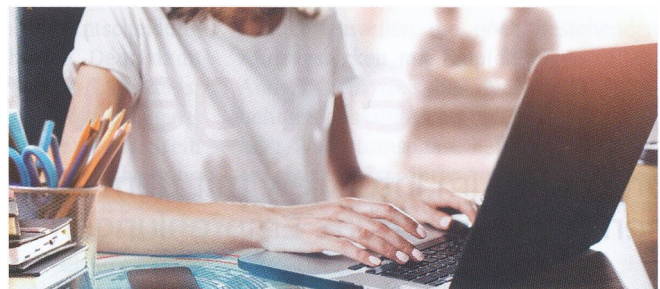
Meist sind Frauen fitter in der Online-Welt

Inzwischen ist auffällig: Männliche Führungskräfte zeigen, speziell wenn es um die digitale Beziehungspflege mit ihren Mitarbeitenden geht, oft größere Verhaltensunsicherheiten als ihre Kolleginnen. Dies liegt

vermutlich auch daran, dass Frauen auch privat - verallgemeinert formuliert - solche Online-Plattformen wie Facebook, Instagram und WhatsApp intensiver nutzen, um ihre sozialen Kontakte zu pflegen und sich mit Bekannten über ihre Interessen auszutauschen als Männer. Längst belegen das viele Studien. Diese Affinität zur Online-Kommunikation kommt Frauen beim Führen von Personal zugute. Eher zurückhaltend sind sie aber oft noch, wenn es darum geht, online ein so genanntes „personal branding“ zu betreiben und sich beruflich zu profilieren.

Wer nicht präsentiert, macht keine Karriere

Bereits vor der Jahrtausendwende, also vor mehr als 20 Jahren, vermittelte der damalige Personalvorstand des Allianz-Konzerns Ihno Schneevoigt jungen Führungskräften mit Nachdruck: Ihr müsst euch zeigen; denn wenn Ihr euer Licht stets unter den Scheffel stellt, nimmt euch niemand wahr. Also macht Ihr auch keine Karriere.



Frauen sollten heutzutage ihre meistens hohe private Online-Kommunikation mit gesundem Selbstbewusstsein auch im beruflichen Alltag zugunsten ihrer eigenen Karriere nutzen.

FOTO: HENKEL

Gerade diese Aussage gilt im digitalen bzw. Social-Media-Zeitalter verstärkt. Deshalb kann der Appell an weibliche Führungskräfte nur lauten: Nutzt solche Social Media wie LinkedIn und die firmeninternen Kommunikationsforen aktiv, um euch und eure Fähigkeiten online einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren. Streift also eure anerzogene Bescheidenheit ab und präsentiert euch als Führungskraft und „Spezialistin für...“ ähnlich selbstbewusst wie viele eurer männlichen Kollegen. Dann eröffnen sich euch auch neue Karrierewege ... und Ihr erhaltet leichter die Bezahlung, die Ihr verdient.

BARBARA LIEBERMEISTER

Informationen:

www.barbara-liebermeister.com | www.ifidz.de