Frauen-Power gefragt!

Vielen Unternehmen gelingt es nicht, den Frauenanteil zu erhöhen - hochqualifizierte Frauen verlassen die Organisation nach kurzer Zeit wieder.

Bei der Sichtung und Auswertung ihrer Personaldaten stellen Unternehmen nicht selten fest: „Wir kommen unserem Ziel, den Frauenanteil bei unseren Führungskräften und Spezialisten zu erhöhen, nicht näher." Zwar beschäftigen sie häufig bereits viele Frauen in den Bereichen Personal, Marketing und Controlling, doch überall dort, wo z.B. das Thema Technik eine große Rolle spielt, gelingt ihnen das oftmals nicht. Denn hochqualifizierte Frauen, die sie gerne als Mitarbeiterinnen gewinnen würden, geben ihnen oft einen Korb und entscheiden sich stattdessen z.B. für den öffentlichen Dienst als Arbeitgeber. Frauen, die sich für ihr Unternehmen als Arbeitgeber entscheiden haben, verweilen im Schnitt deutlich kürzer und wechseln schneller woanders hin.

Frauen kommen seltener als Männer in dem Unternehmen, für das sie gerade arbeiten, auch emotional an - etwa, weil die Unternehmenskultur noch sehr männerdominiert ist und die Frauen in dieser „Männerwelt" noch mit zahlreichen Widerständen kämpfen. Gerade das wollen viele Unternehmen ändern. Deshalb seien hier einige Handlungsfelder genannt, in denen sie aktiv werden sollten, damit Frauen sich in ihrer Organisation auch wohl fühlen, weil sie akzeptiert und respektiert werden und wirklich wirksam werden können.

Chancengleichheit

Unternehmen müssen Frauen nicht nur dieselben Aufstiegschancen wie Männern bieten, sondern sie sollten auch dafür sorgen, dass Frauen, die in ihrer Organisation Führungs- und Schlüsselpositionen innehaben, diese auch befriedigend wahrnehmen können. Das erfordert mehr, als dass in den Unternehmenspublikationen häufig Vokabeln wie „Chancengleichheit" und „Vereinbarkeit von Familie und Beruf" stehen.

Neuer Mindset im Alltag

Stereotype und Vorurteile prägen oft noch das Alltagshandeln in den Unternehmen. So z.B. die Vorstellung, Frauen seien weniger stressresistent als Männer oder hätten eine geringere Affinität zur Technik (selbst wenn sie sogar einen Abschluss an einer technischen Universität haben). Solche Stereotype werden heute zwar seltener als früher artikuliert, sie prägen aber noch vielfach den Umgang der Geschlechter miteinander. Entsprechend wichtig ist es, sie zu thematisieren und in Schulungen und Coachings zu bearbeiten.

Kulturveränderung

Durch eine Analyse der Personaldaten können entsprechende Problemfelder erkannt und Gegenmaßnahmen ergriffen werden - und zwar nicht nur mit dem Ziel, den Frauenanteil statisch zu erhöhen, sondern auch die Akzeptanz der Frauen; außerdem deren emotionale Bindung ans Unternehmen, wodurch auch ihre Verweildauer steigt.

Flexiblere Arbeitsmodelle

Gerade in diesem Bereich hat sich aus Frauensicht vieles zum Positiven verändert. Als Beispiel seien hier nur die Stichworte Home Office, Vier-Tage-Woche, Auszeiten für Pflege und Shared Leadership genannt. Trotzdem sollten die Unternehmen weiter danach streben, die (Zusammen-)Arbeit in ihrer Organisation so zu gestalten, dass Frauen trotz ihrer häufigen Doppelbelastung in gewissen Lebensphasen Top-Positionen übernehmen und befriedigend wahrnehmen können.

Support bei der Netzwerk-Bildung

Unternehmen sollten firmeninterne Netzwerke fördern, in denen Frauen sich austauschen und wechselseitig unterstützen können - und zwar bereichs- und standortübergreifend. Die moderne Informations- und Kommunikationstechnik bietet hierfür zahlreiche Möglichkeiten.

Mentoring und Coaching

Die Unternehmen sollten Mentoring- und Coaching-Programme fördern, in denen erfahrene (bzw. etablierte) weibliche Führungskräfte ihre Kenntnisse und Erfahrungen an jüngere (bzw. neue) Kolleginnen weitergeben. Bis heute sind Frauen in Führungs- und Schlüsselpositionen (z.B. als Projektleiterinnen) noch immer mit teils anderen Herausforderungen als Männer konfrontiert - speziell dann, wenn das Gros der Mitarbeitenden und Vorgesetzten noch männlich ist.



Barbara Liebermeister leitet das Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ) in Wiesbaden. Die Managementberaterin betreibt den Podcast „Business Secrets: Warum Frauen ‚gellkt' werden und Männern gefolgt wird" und ist Autorin des Buches „Führen mit Alpha intelligence: Startklar für die Arbeitswelt der Zukunft".
FOTO: IFIDZ

Sichtbarkeit und Wirksamkeit

Damit Frauen eine angemessene Wertschätzung erfahren, müssen auch die Früchte ihres Tuns sichtbar gemacht werden. Hierbei sollten ihre Arbeitgeber sie unterstützen - etwa durch Veröffentlichungen im Intranet. Die Frauen sollten aber auch selbst mehr für ihre Selbstvermarktung tun. Nicht nur Social Media bieten viele Möglichkeiten hierzu.

Vorbild-Funktion

Obere Führungskräfte prägen noch immer maßgeblich die Kultur einer Organisation. Deshalb sollte sich die Geschäftsführung aktiv für (mehr) Frauen in Führungs- und Schlüsselpositionen engagieren, den Mitgliedern der Organisation als Vorbild für eine hohe Wertschätzung der Frauen und ihrer Leistung dienen - u.a., indem sie weibliche Talente in der Organisation fördert und den Dialog mit ihnen sucht. O

BARBARA LIEBERMEISTER

Informationen: ifidz.de