kommenden Jahren hinarbeiten werden: Unser Ziel ist es, Siemens zu einem Vorreiter in Sachen Vielfalt machen. Dazu gehört auch die Förderung von Frauen. In den vergangenen Jahren ist der Frauenanteil in Managementfunktionen bei uns zwar kontinuierlich gestiegen – in den Topetagen arbeiten allerdings nur sieben Prozent Frauen. Mit der Ernennung von Jill Lee, die zuletzt Finanzchefin von Siemens in China war, zum Chief Diversity Officer hat Siemens dafür den Grundstein gelegt. Auf ihre Initiative hin wurde das GLOW Netzwerk „Global Leadership Organization for Women“ bei Siemens gegründet, beim Kick-off war der gesamte Vorstand anwesend. Dieses Momentum dürfen wir nun nicht verlieren. Wir müssen den Schwung nutzen, bis wir die kritische Masse erreichen. Dazu brauchen wir mehr Vorbilder zur Identifikation – gelebte Rollenmodelle für Frauen, die Karriere machen.“

Juanita Jordan,
Bosch Engineering GmbH:
„Gerne würden wir mehr Frauen einstellen, aber der Nachwuchs fehlt.“
„In unserem Unternehmen liegen die Einstellungsquoten für Frauen jeweils etwas höher als die Absolventinnenquoten. Doch die Absolventinnenquoten im Ingenieurbereich sind gering. Wir würden gerne mehr Frauen einstellen. Wir initiieren und veranstalten seit Jahren Programme zur Förderung des weiblichen technischen Nachwuchses. Hier kann man nicht früh genug starten. Nach wie vor gibt es aber zu wenige Bewerberinnen. Wir müssen uns in unserer Branche zudem auch grundsätzlich darum kümmern, wie wir als Arbeitgeber für Frauen attraktiver wahrgenommen werden: mit unseren vielfältigen, technischen Aufgaben, unsern Karrierechancen und unseren Möglichkeiten Beruf und Familie zu vereinbaren.“

Margret Klein-Magar, SAP AG:
„Es führt kein Weg daran vorbei, Frauen gezielt zu fördern.“
„Im internationalen Vergleich stehen die deutschen Unternehmen eher schlecht da: Da sich die Führungselite zu einem großen Teil aus Männern rekrutiert, geht Potenzial verloren. Rein statistisch betrachtet hat man also gar nicht die besten im Vorstand.

Aber das wird sich ändern, nicht zuletzt durch internationale Erfahrungen. Auch unser neuer CEO, Léo Apotheker, weiß aus Erfahrung, dass gemischte Teams – Geschlechter und Nationen – effizienter arbeiten, und bringt diese positive Erfahrung bei SAP ein.

Darüber hinaus führt kein Weg daran vorbei, Frauen gezielt zu fördern. Dazu bedarf es nicht unbedingt gezielter Frauenförderungsprogramme. Viel wichtiger ist es, die jungen Frauen speziell auf die Förderprogramme des Unternehmens aufmerksam zu machen und sie durch Mentoring zu unterstützen. Es ist eine Aufgabe der erfahreneren Frauen im Unternehmen, den Frauen zur Verfügung zu stehen.“

Sabine Klenz, Deutsche Telekom AG:
„Wir müssen die Karriereentwicklung umgestalten.“
„Die Deutsche Telekom AG erarbeitet schon seit zwölf Jahren Konzepte und Programme, um den Anteil von Frauen in Führungs- und Expertenpositionen zu vergrößern. Wir haben bei der Telekom viele Talente, insbesondere fähige junge Frauen. Jetzt müssen wir sehen, dass wir diese auch an die Spitze bekommen! Nun setzte ich meine Projektmanagement-Erfahrung ein, um die Voraussetzungen für diese jungen Talente zu verbessern.

Die wissenschaftliche, empirische Begleitung durch das ISF wird für mich eine wertvolle Unterstützung sein, Instrumente zu bewerten und Hemmnisse aus dem Weg zu räumen. Die Erfahrung zeigt, dass nicht einzelne Programme für Frauen zum Erfolg führen, sondern die Integration der Frauenförderung in die gesamte Führungskräfteentwicklung: Wir müssen die Systeme und die Randbedingungen umgestalten, um Frauen die Karriere zu ermöglichen.“

Dr. Natalie Lotzmann, SAP AG:
„Frauen überschreiten oft ihre persönliche Leistungsgrenze.“
„Frauen bringen große Fähigkeiten in den Beruf mit ein. Zum Beispiel das ganze Bild mit seinen Auswirkungen zu sehen, zu vermitteln, nachhaltig zu denken, sich auch über den eigenen Bereich verantwortlich zu fühlen. Sie sind dadurch sehr schnell in der Lage Probleme zu erkennen und melden folglich Ampeln rot – wo Männer aus Opportunität noch grün sehen. Leider unterliegen Frauen dabei oft dem Irrtum, berufliches Fortkommen sei in erster Linie objektiv leistungsabhängig und unterschätzen die Bedeutung von Wirkung, Selbst-PR, Beziehungen und loyaler Gefolgschaft. All dies führt dazu, dass ihnen weniger Karriereschritte angeboten werden; ihre Neigung, sich zu wenig zuzutrauen, und ihre mangelnde Risikobereitschaft verhindern darüber hinaus die aktive Bewerbung auf eine höhere Position. Dies, verbunden mit fortbestehenden unbewussten Rollenzuschreibungen und einem traditionellen Familienbild, sind die Hauptfaktoren für die geringe Repräsentanz von Frauen in Entscheidungspositionen – besonders in Deutschland.

Viele Frauen verbleiben damit als „fleißige Arbeitsbienen“, die in ihrem Streben nach Vollständigkeit und Perfektion verbunden mit einem hohen Bedürfnis nach Anerkennung am Limit ihrer Leistungsgrenze stehen, ohne auch nur annähernd ihr eigentliches Potenzial entfaltet zu haben. Die mehrfach ausgezeichneten Gender Awareness Trainings für Männer und Frauen bei SAP setzen hier bereits erfolgreich an. Wir sind sicher, durch die Kooperation mit dem ISF weitere wertvolle Impulse zu erhalten.“

Ursula Leuschner,
Ver.di /Deutsche Telekom AG:
„Es gibt gute Förderprojekte, aber zu wenige Strategien, Frauen in Führungspositionen zu entwickeln.“
„Statt in Hochglanzbroschüren müssen wir viel mehr in die Strategien investieren, Frauen in Führungspositionen hinein zu entwickeln. Sonst laufen wir Gefahr, zu viele Kräfte zu verschwenden.

Die Telekom ist auf ihrem Weg zum Unternehmen 2.0 schon weit vorangeschritten. Von unserem Projekt „Frauen in Karriere“ erwarte ich mir positive Impulse, die beteiligten Seiten zusammenzubringen.

Ziel muss es sein, die richtigen Stellschrauben zu identifizieren, Frauenkarrieren gezielt zu fördern.“

Yvonne Velten, TaunusSparkasse:
„Kinderbetreuung ist für die Unternehmen günstiger als Elternzeit.“
„Meine Erfahrung zeigt, dass man im Home-Office nicht gut arbeiten kann, vor allem wenn man Kinder hat. Dennoch ist es eine Möglichkeit, am Ball zu bleiben. Wesentlich sinnvoller aber ist es, wenn eine überzeugende Kinderbetreuung zur Verfügung steht.

In unserem Unternehmen haben wir uns im Rahmen eines Projektes unter der Schirmherrschaft der Hertie-Stiftung engagiert. In diesem Rahmen habe ich einen Business Plan für Kinderbetreuung aufgestellt und die Kosten für die Elternzeit gegengerechnet. Das Ergebnis: Kinderbetreuung ist günstiger als Elternzeit. Das hat auch den Vorstand überzeugt. Inzwischen betreiben wir gemeinsam mit dem Hochtaunuskreis eine Kinderbetreuungseinrichtung „Die Krabbelkrebse“, damit die jungen Mütter, die Möglichkeit haben, nach der Geburt ihres Kindes schnell wieder in das Berufsleben zurückzukehren.“

Uta S. Wieck, Deutsche Postbank AG:
„Frauen müssen ihre Karriere aktiv gestalten.“
„Wenn Frauen weiterkommen wollen, müssen sie sich dafür aktiv einsetzen. Es reicht nicht aus, darauf zu warten, dass Karriere einfach „passiert“. Die Postbank bietet viele hochkarätige Programme an, die Frauen nutzen können, um sich fachlich und persönlich weiterzuentwickeln; so z.B. das Junior-Management-Programm, Mentoring oder Transition-Coaching, die auch Männern offen stehen. Eine zentrale Rolle bei diesen Programmen spielt stets das konzernweite Netzwerk.

Bei den Banken haben wir – im Vergleich zu anderen Branchen – einen hohen Frauenanteil. Im Top Management liegen wir mit einem Anteil von 15% weiblicher Führungskräfte im deutschen Branchendurchschnitt. Vom Projekt „Frauen in Karriere“ versprechen wir uns einen wertvollen Best-Practice-Austausch.“

Ansprechpartner & Kontakt

ISF MÜNCHEN
PD Dr. Andreas Boes, Dr. Anne Hacket,
Dr. Kira Marrs
ISF München
Jakob-Klar-Str. 9
80796 München
+49 (0) 89 272921-0
andreas.boes@isf-muenchen.de

TUM Technische Universität München
Prof. Dr. Rainer Trinczek,
Dipl.-Pol. Anja Bultemeier
TU München / Lehrstuhl für Soziologie
Lothstraße 17
80335 München
+49 (0) 89 289-24366
anja.bultemeier@wi.tum.de

Förderkontext
Das Projekt Frauen in Karriere wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und aus dem Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union im Themenschwerpunkt „Frauen an die Spitze“ im Rahmen des Förderbereichs „Strategien zur Durchsetzung von Chancengleichheit für Frauen in Bildung und Forschung“ gefördert. Die Laufzeit beträgt 36 Monate, beginnend mit dem 1.12.2008.

Stand: 1.12.2009

FRAUEN IN KARRIERE
Chancen und Risiken für Frauen
in modernen Unternehmen

Frauen in Karriere.
Chancen und Risiken für Frauen in modernen Unternehmen

Die Karrierechancen von Frauen in den Unternehmen bewegen sich auf eine historische Entscheidungssituation zu. Im Unternehmen 2.0 werden die Weichen für die Karriereentwicklung neu gestellt. Die weitere Entwicklung hängt davon ab, ob Chancen zielgerichtet genutzt und Risiken frühzeitig erkannt werden.

Dazu will das Projekt „Frauen in Karriere. Chancen und Risiken für Frauen in modernen Unternehmen“ beitragen.

Das Projekt Frauen in Karriere wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und aus dem Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union im Themenschwerpunkt „Frauen an die Spitze“ im Rahmen des Förderbereichs „Strategien zur Durchsetzung von Chancengleichheit für Frauen in Bildung und Forschung“ gefördert. Die Laufzeit beträgt 36 Monate, beginnend mit dem 1.12.2008.

Das Projekt wurde 2009 von einem Projektnetzwerk gestartet, weitere Projektpartner aus den Branchen Banken, Elektrotechnik, IT-Industrie sind herzlich willkommen.

Bisher sind folgende Unternehmen am Projekt beteiligt: Bosch Engineering GmbH, Robert Bosch GmbH Abstatt, Deutsche Postbank AG, Deutsche Telekom AG, SAP AG, Siemens AG, TaunusSparkasse, Volkswagen Financial Services AG.

FRAUEN IN KARRIERE

Chancen und Risiken für Frauen
in modernen Unternehmen

Chancen und Risiken für Frauen in modernen Unternehmen

Frauen haben sich in den letzten Jahrzehnten in den Schulen und Hochschulen durchgesetzt und einen festen Platz im Berufsleben erobert – doch die Führungsetagen in den Unternehmen sind weiter männlich dominiert. Dies könnte sich jetzt ändern. Nicht mehr nur Frauennetzwerke und -beauftragte fordern bessere Chancen für Frauen. Auch in den Vorständen großer Unternehmen gewinnt das Thema an Brisanz. Dies geht einher mit „Managing Diversity“: Die Gleichbehandlung von Frauen wird als zentrales Moment der Förderung von Vielfalt und diese wiederum als Produktivitätsfaktor betrachtet. Moderne Unternehmen sind kulturell und ethnisch von Vielfalt geprägt und profitieren von den Ressourcen und Potenzialen aller Mitarbeiter.
Dieser Wunsch nach Vielfalt ist Ausdruck einer grundlegenden Umgestaltung der Wirtschaft. Im Sog dieser Entwicklung erhält das Thema „Frauen und Karriere“ aktuell eine neue Aufmerksamkeit.

Unternehmen 2.0

Bei der Umgestaltung der Wirtschaft geht es darum, einen neuen Typ von Unternehmen zu kreieren: das Unternehmen 2.0. Dieses bewegt sich auf globalen Märkten, verfügt über global verteilte Vertriebs- und Produktionsstrukturen und nutzt den weltweit verfügbaren „Informationsraum“. Im Inneren beruht es auf der Vereinheitlichung von Prozessen und Abläufen und einem neuen Typ der Industrialisierung der Arbeit: Es standardisiert die Tätigkeitsbeschreibungen, Vergütungssysteme und das System von Aufstieg und Karriere im weltweiten Maßstab und strebt danach, ein global integriertes Unternehmen zu werden. Im Unternehmen 2.0 werden Karrieren stärker formalisiert, Karrierewege transparenter und durch klare Qualifikations- und Kompetenzvoraussetzungen strukturiert. Gleichzeitig werden die Differenzen zwischen Standorten, Kulturen, Generationen und nicht zuletzt zwischen Männern und Frauen im Rahmen des Diversity Managements bearbeitet. Dabei geht es nicht darum, diese Unterschiede einzuebnen, sondern sie anzuerkennen und strategisch zu nutzen.

Veränderte Bedingungen für die Karrieremöglichkeiten von Frauen

Das Unternehmen 2.0 verändert die Bedingungen für die Karrieremöglichkeiten von Frauen grundlegend. Eine neue Konstellation von Chancen und Risiken zeichnet sich ab. So scheinen Frauen von formalisierten Karrierestrukturen und einer neuen Transparenz der Leistungsbewertung zu profitieren. Gleichzeitig deuten sich im Unternehmen 2.0 jedoch auch neue Gefahren für die Karrierechancen von Frauen an. Insbesondere könnten die Verfügbarkeitserwartungen in markt- und kundennahen Unternehmensbereichen zum Ausschlusskriterium für qualifizierte Frauen werden. In vielen Bereichen ist sogar ein „roll back“ zu befürchten, wenn bestimmten Risikofaktoren nicht frühzeitig begegnet wird.

Diese Veränderungen des Unternehmens 2.0 in ihren Auswirkungen auf die Karrieremöglichkeiten von Frauen zu untersuchen, ist das Ziel des Projektes „Frauen in Karriere“.

Projektziel

Vor diesem Hintergrund analysiert das Projekt betriebliche Aufstiegs- und Karrierewege, eruiert ihre genderspezifischen Wirkungen und fragt nach den Ursachen – sowohl in den betrieblichen Strukturen als auch in den individuellen Karrierestrategien. Im Einzelnen untersucht die Studie,

- wie Qualifikations- und Karrierestrukturen in Unternehmen gestaltet werden,
- ob Frauen von alternativen Karrierepfaden profitieren,
- welche Instrumente der Karriereförderung zum Einsatz kommen,
- welche typischen Karrierestrategien Frauen und Männer verfolgen,
- welche Faktoren die Karriere von Frauen fördern, welche sie behindern und welches Gewicht die jeweiligen Faktoren haben,
- wo die untersuchten Unternehmen im Vergleich zu anderen Unternehmen im Hinblick auf die Karrierechancen von Frauen stehen, wo ihre Stärken und ihre Schwächen liegen und
- welche Konzepte zur Verbesserung der Karrierechancen von Frauen die besten Erfolgsaussichten haben.

Zur Verbesserung der Karrierechancen von Frauen in der Wirtschaft werden die Erkenntnisse des Projekts in Form von „Best Practices“ aufbereitet.

Projektdesign

Die Komplexität des Forschungsprojektes erfordert ein zweistufiges Verfahren:

- Auf einer ersten Stufe liegt der Schwerpunkt der empirischen Erhebung auf der Seite der Unternehmen und hier konkret auf den jeweils besonderen Karrierestrukturen und ihren genderspezifischen Wirkungen.
- Auf einer zweiten Stufe wird diese unternehmensbezogene Sichtweise durch eine individuenbezogene Betrachtung ergänzt und vervollständigt. Im Zentrum dieser zweiten Stufe stehen damit individuelle Karrierestrategien, die sich in der Auseinandersetzung mit den betrieblichen Anforderungen, den individuellen Arbeits- und Berufsorientierungen und den privaten Lebensarrangements herausbilden.

Auf beiden Stufen werden jeweils qualitative und quantitative Methoden kombiniert: Im Zentrum der verstehenden qualitativen Analysen stehen die Funktionsweise von Karrieren im Unternehmen 2.0 und die individuellen Karrierestrategien von Frauen und Männern. Dazu werden zahlreiche Experteninterviews und Tiefeninterviews mit Mitarbeitern in den Unternehmen durchgeführt. Diese qualitativen Aussagen werden dann im Rahmen einer Online-Befragung auf eine breitere und generalisierbare quantitative Basis gestellt.

Der quantitative Zugang ermöglicht darüber hinaus einen Vergleich branchen- und berufsspezifischer Karriemuster von Frauen und Männern und eine Bestimmung der wesentlichen Faktoren, die Karriereaufstiege beeinflussen.

Wir konzentrieren uns auf Bereiche, die sowohl wegweisend für die Karrieremöglichkeiten von Frauen als auch für die Zukunft der Arbeit sind. Beide Kriterien erfüllen die von uns ausgewählten Branchen auf jeweils besondere Weise: In der IT- und Elektrotechnischen Industrie loten wir die Chancen von hochqualifizierten Frauen in technischen Berufen aus, während der Bankenbereich ein klassisches Beschäftigungsfeld hochqualifizierter Frauen im Dienstleistungsbereich darstellt.

Forschungsgruppe

**PD Dr. Andreas Boes,
Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung e.V. – ISF München:**
„Das Unternehmen 2.0 ist ein globales Unternehmen, das sich durch global verteilte Produktions- und Vertriebsstrukturen auszeichnet und den weltweit verfügbaren „Informationsraum“ nutzt, um diese wie aus einem Guss zu steuern. Führungsverantwortung setzt in diesem Kontext eine hohe internationale Mobilität und entsprechende Erfahrungen voraus. Im Unternehmen 2.0 werden Prozesse in Exzellenzcentern zentral definiert und unternehmensweit ausgerollt. Das strategische Management des Unternehmens 2.0 setzt auf die Verankerung alternativer Karrierepfade, so dass mit der Expertenlaufbahn und der Projektlaufbahn neben der traditionellen Führungskarriere ein neuer Möglichkeitsraum für unternehmerische Karrieren entsteht. Zugleich konzentriert sich die Karriereförderung zunehmend auf Toptalente und Potenzialträger und geht mit veränderten Selektionskriterien einher.

Diese Entwicklung verändert die Bedingungen für die beruflichen Möglichkeiten von Frauen grundlegend. Nun kommt es darauf an, die Weichen richtig zu stellen und erfolgversprechende Strategien zu verankern. Dazu will unser gemeinsames Projekt „Frauen in Karriere. Chancen und Risiken für Frauen in modernen Unternehmen“ einen Beitrag leisten.“

**Prof. Dr. Rainer Trinczek,
Lehrstuhl für Soziologie, Technische Universität München:**
„Nicht nur Unternehmen, sondern auch Universitäten entdecken die Bedeutung von Frauen für die Qualität von Forschung und Lehre, die Attraktivität des Wissenschaftsstandortes und das internationale Renommee. Das Genderkonzept der TU München hat entscheidend zur Aufnahme der Universität in die Exzellenzinitiative des Bundes und der Länder beigetragen. Die Gleichstellung der Geschlechter soll dabei durch eine Vielzahl von Maßnahmen realisiert werden, die von der Flexibilisierung des Studiums über Karriereberatung und individuelles Coaching bis hin zum Ausbau von Kinderbetreuungseinrichtungen an allen Standorten reichen und universitäre und regionale Betreuungsangebote für junge Familien verzahnen.

Die erweiterten Optionen von Frauen in Unternehmen und Universitäten dürften auch Folgen für männliche Lebensentwürfe haben und in einer Art Rückkopplungseffekt Einstellungs- und Verhaltensänderungen von Männern provozieren. Weit mehr als je zuvor werden heute in den Paarbeziehungen Fragen der Gestaltung des Alltags, der Aufteilung der zu Hause anfallenden Arbeiten und der Kinderbetreuung zwischen den Geschlechtern ausgehandelt. Dadurch werden mehr Zeit und Aufmerksamkeit der Männer an den familialen Kontext gebunden. Organisationen, die die Innovationskraft ihrer Mitarbeiter und Führungskräfte nutzen wollen, sollten diese Veränderungen angemessen berücksichtigen. Denn mehr denn je hängen Innovationen von den emotionalen, sozialen und kreativen Kompetenzen der Mitarbeiter ab, die in der familiären Lebenswelt erworben und reproduziert werden. Dies gilt für beide Geschlechter.“

**Dipl.-Pol. Anja Bultemeier,
Lehrstuhl für Soziologie, Technische Universität München:**
„Insbesondere in den markt- und kundennahen Aufgabenbereichen können die extrem langen Arbeitszeiten und die Erwartungen an zeitliche und örtliche Flexibilität zum Problem für aufstiegsorientierte Frauen werden. Diese sind mit sozialen Verpflichtungen oder einem Privatleben kaum noch zu vereinbaren und stehen damit konträr zum weiblichen Lebenskontext und den Ansprüchen vieler Frauen. Im Unternehmen 2.0 deutet sich also insgesamt eine sehr widersprüchliche Gemengelage an: Frauen könnten als Kompetenz- und Potenzialträgerinnen eine neue Bedeutung für das Unternehmen bekommen, könnten aber auch zu Verlererinnen beim Kampf um knappe Positionen werden und sich mit neuen Zugangsbarrieren konfrontiert sehen. Welches Gesamtbild sich daraus letztlich ergibt, ist offen. Dieses Gesamtbild zu zeichnen, wird Aufgabe des Projekts sein.“

**Dr. Anne Hacket,
Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung e.V. – ISF München:**
„In den höchsten Entscheidungsgremien der Privatwirtschaft ist nur eine von zehn Positionen mit einer Frau besetzt. Dieses Phänomen der Ausgrenzung von Frauen aus Spitzenpositionen wird als „glass ceiling“, als „gläserne Decke“ bezeichnet, um deutlich zu machen, dass genügend hochqualifizierte Frauen zur Verfügung stehen, sie jedoch auf dem Weg an die Spitze mit unsichtbaren, aber sehr harten Barrieren und Hindernissen konfrontiert sind. Das „glass-ceiling-Phänomen“ steht gleichzeitig für ein historisch neues Phänomen, nämlich dass Frauen und Männer überhaupt um gleichartige Positionen konkurrieren und die Konkurrenz nicht schon durch die Verteilung in unterschiedliche Berufe oder komplementäre Rollen – Chef und Sekretärin – ausgeschaltet ist. „Glass ceiling“ oder auch „gender trouble“ beschreibt also zugleich einen Rückschritt und einen Fortschritt. Wir werden dieses Spannungsverhältnis konkret ausloten und die neuen Möglichkeiten und Risiken für Frauen im Unternehmen 2.0 eruieren.“

Partnernetzwerk

Das Projekt wird von einem Projektnetzwerk getragen. Dieses bildet die zentrale Schnittstelle des Projekts zur Praxis. Ihm gehören neben dem ISF München und der TU München die beteiligten Unternehmen als Core-Partner sowie Branchenvertreter, Verbände, Gewerkschaften und Frauennetzwerke als Transferpartner an. Prominente Partner sind beispielsweise: Bosch Engineering GmbH, Deutsche Postbank AG, Deutsche Telekom AG, Industriegewerkschaft Metall, Robert Bosch GmbH Entwicklungszentrum Abstatt, SAP AG, Siemens AG, TaunusSparkasse, Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft, Volkswagen Financial Services AG.

- Bosch Engineering GmbH
- Robert Bosch GmbH
- Deutsche Postbank AG
- Deutsche Telekom AG
- Industriegewerkschaft Metall
- SAP AG
- Siemens
- TaunusSparkasse
- Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
- Volkswagen Financial Services

Statements aus dem Partnernetzwerk

**Christiane Benner,
IG Metall Vorstand:**
„Um Normalität herzustellen, müssen wir den Geschlechter-Stereotypen aktiv entgegenwirken.“
„An vielen Stellen erleben Frauen Barrieren aufgrund ihres Geschlechts, mal mehr und mal weniger subtil. Sehr häufig erleben Frauen diese Erschwernisse erst dann, wenn sie sich in Führungspositionen auf gleicher Ebene mit Männern befinden.

Um jedoch irgendwann im Berufsleben echte Normalität herzustellen, müssen wir heute die Stereotype auflösen, das heißt positive Rollenvorbilder aufbauen. Das bleibt nicht auf der Ebene von Theorie. Ganz konkret bedeutet das etwa, bei der Besetzung von Podien ausreichend Frauen zu berücksichtigen oder Gastbeiträge nach Gender-Kriterien auszuwählen. Es ist notwendig, dass mehr Frauen Führungsverantwortung übernehmen, auch in Betriebsratsgremien. So können wir konkret Stereotype auflösen.“

Dr. Natascha Eckert, Siemens AG:
„Um die kritische Masse zu erreichen, brauchen wir mehr Vorbilder zur Identifikation.“
„Unser CEO Peter Löscher hat keinen Zweifel daran gelassen, dass Siemens vielfältiger werden muss – auch im Management. Und das ist genau das, worauf wir in den