

bankpost

07/08

DAS MAGAZIN FÜR MITARBEITER UND VERMITTLER DER POSTBANK GRUPPE

JULI/AUGUST 2013

14

AKTION „WIR FÜR KINDER“
übergibt erste Schultüten an Pilotschulen.

22

IM INTERVIEW
spricht Susanne Klöß über ihre Ziele im Ressort Produkte.

STARKER AUFTRITT

Der Anteil von Frauen in Führungspositionen steigt.



DER INHALT

- 06 – 09 FOKUS**
 - 06 Vielfältig: Diversity Management bei der Postbank
 - 09 Expertenbeitrag: Karrierechancen für Frauen
- 10 – 19 EINBLICK**
 - 10 Standortcheck: Berlin und Leipzig stellen sich vor
 - 12 Frank Strauß im Dialog
 - 13 Jobporträt: Was macht eigentlich ein Business Callcenter?
 - 14 In guter Mission: Schulbotschafter Detlef Ehleben
 - 16 Fit und schlank in den Sommer
 - 18 Mitarbeiter spenden für Hochwasseropfer
 - 19 Borussia: Spieler der Saison
- 20 – 24 PERSPEKTIVE**
 - 20 BHW unter neuer Führung
 - 21 Agenda Update
 - 22 Susanne Klöß im Interview: Innovation im Fokus
- 25 – 32 MARKT**
 - 25 Branchen-Nachrichten
 - 26 Geldpolitik der EZB vor Gericht
 - 28 Gute Lösung: der Pflege-Bahr
 - 29 Studenten unterstützen Finanzberater
 - 30 Finance Award: die Siegerprojekte
 - 32 Vertriebs-Nachrichten
- 33 – 39 PERSÖNLICH**
 - 33 Personalien
 - 34 Meine Geschichte: Sandsäcke gegen das Hochwasser
 - 36 Leserbrief & Gesundheitstipps
 - 38 Fragebogen & Gewinnspiel

IMPRESSUM

bankpost ist das monatlich erscheinende Magazin für alle Mitarbeiter und Vermittler der Postbank Gruppe | Herausgeber und Redaktion: Deutsche Postbank AG Konzernkommunikation, Friedrich-Ebert-Allee 114 – 126, 53113 Bonn, Tel.: 0228 920-12128, Fax: 0228 920-12199, E-Mail: bankpost@postbank.de

Chefredaktion: Ina Quilling | Redaktion: Chantal Aust, Canan Dogan, Judith Bexten, Vera Hoase, Oliver Knoch, Katharina Künzel, Jan Münster, Peter Niederstigt, Felix Winnands (Ltg.) | Grafik: Utku Caglar, Sandra Schuband (Ltg.), Dagmar Winter | Bildnachweise: BHW, corinis, Deutsche Postbank, Fotolia, Oliver Killig, Oliver Krato, Stefan Krovinovic, Stefan Krutsch, Andreas Kühken, Christoph Papsch, Jens Pussel, Picture Alliance, Thorsten Scherz | Gestaltung und Lithografie: Medienfabrik Gütersloh GmbH, Bonn | Druck & Verarbeitung: Druck- und Medienhaus Tuschen GmbH, Dortmund



12
EINBLICK
Frank Strauß besuchte Mitarbeiter in Berlin und Leipzig zum Dialog.



14
EINBLICK Schüler freuen sich über Schultüten der Postbank.



16
EINBLICK Kölner starten fit und schlank in den Sommer.



34

PERSÖNLICH

Mitarbeiterinnen retten ihre Filiale vor dem Hochwasser.

STARKE FRAUEN



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

gesetzlich verordnete Frauenquote oder freiwillige Selbstverpflichtung der Unternehmen – die Diskussion ist brandaktuell und wird seit vielen Monaten leidenschaftlich geführt. Tatsächlich dreht sich die Diskussion aber nicht – oder nicht ausschließlich – um reine Zahlen. Vielmehr geht es um die Möglichkeiten, die Frauen haben, um Karrierewege zu beschreiten, die traditionell eher Männern vorbehalten waren.

In Bezug auf die Anteile von Männern und Frauen ist die Welt in der Bankenbranche auf den ersten Blick in Ordnung: Rund 55 Prozent Frauen arbeiten im Bankensektor und in etwa so viele auch bei der Postbank. Der Anteil beider Geschlechter ist also fast ausgeglichen. Gleichzeitig treffen wir in den Führungsetagen der Postbank nur 17 Prozent Frauen. Das Projekt „Gender Diversity Management“ befasst sich daher mit der Frage: Wie kann die Postbank das Potenzial der Mitarbeiterinnen fördern und nutzen? Lesen Sie mehr zum Projekt und zu Frauen, die ihren Weg auf der Karriereleiter gemacht haben, ab Seite 6.

Frauen stehen auf vielen Seiten der bankpost im Mittelpunkt: In der Rubrik „Meine Geschichte“ berichten wir über Postbankerinnen, die mit viel selbstlosem Engagement ihr Finanzcenter in Meißen vor der Flutkatastrophe an der Elbe gerettet haben (ab Seite 34). Im bankpost-Interview spricht außerdem Susanne Klöß, im Vorstand verantwortlich für das Ressort Produkte, über ihre Aufgaben, Ziele und wie sie Karriere und Familie in Einklang bringt (ab Seite 22).

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ina Quilling

Ina Quilling

Karrierechancen

IT'S A MEN'S WORLD

Frauen in der Arbeitswelt – seit Längerem ist das ein viel diskutiertes Thema. Anja Bultemeier von der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg beschäftigt sich intensiv damit und betrachtet die Situation von Frauen in Unternehmen in diesem Beitrag von einer externen Warte.

Die derzeitige Berufswelt ist männlich dominiert, vor allem, je höher man aufsteigt. In vielen Unternehmen dominiert das Karriereleitbild des „Machers“, der durchsetzungsstark, fordernd und zielstrebig ist. Eine Karriere macht man entweder ganz oder gar nicht – erwartet wird die Hingabe an die Arbeit mit überlangen Arbeitszeiten. Und auch die Auswahlentscheidungen begünstigen Männer. Da Menschen nach sozialer Ähnlichkeit entscheiden und Männer in den oberen Führungsetagen immer noch weitgehend unter sich sind, wählen Männer vor allem andere Männer aus. All dies macht Frauen zu „Fremden“ in der Karrierewelt, deren Karrierepotenzial sich nicht oder nur unter Schwierigkeiten entfalten kann: Weil sie von ihren Vorgesetzten gar nicht als Karrierekandidatinnen wahrgenommen werden oder sie sich selbst in ihren Karriereorientierungen beschränken. Hier muss Frauenförderung ansetzen. Dabei geht es nicht darum, Frauen einen Vorteil zu verschaffen, sondern vielmehr darum, Chancengleichheit herzustellen. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen die Bedingungen der Karrierewelt verändert werden.

Umdenken hilft Frauen und Männern

Die Ergebnisse des Projekts „Frauen in Karriere“ lenken den Blick auf den „Karrieremechanismus“ moderner Unternehmen, der die geschlechtsspezifischen Verzerrungen verursacht. In den Fokus geraten so z. B. die Auswahl- und Bewertungskriterien für Potenzialkandidaten/-innen, die in den meisten Unternehmen männlichen Geschlechtsstereotypen folgen. In den Fokus geraten aber auch die hohen zeitlichen Verfügbarkeitserwartungen. Warum nicht überlegen, wie Karriere auch

ohne die üblichen Präsenzzeiten im Büro zu realisieren ist? Immerhin 45,6 Prozent aller Frauen arbeiten in Teilzeit, weil sie einen Großteil der Familienarbeit übernehmen. Ein Umdenken in diesem Bereich hilft nicht nur karriereorientierten Frauen, sondern auch Vätern und kommt den Interessen der jungen Generation entgegen. Frauen machen „anders“ Karriere als Männer. Da es bislang nur sehr wenigen und damit scheinbar ganz „außergewöhnlichen“ Frauen gelungen ist, in die Karrierewelt vorzudringen, überhöhen viele Frauen ihren Leistungsanspruch und äußern ihren Karrierewunsch nicht oder sehr zögerlich. Dies wird ihnen häufig als „Karriereunwilligkeit“ ausgelegt. In der fremden Karrierewelt ist ihr Verhalten jedoch rational und unsere Ergebnisse zeigen, dass sich das Verhalten von Frauen dann verändert, wenn sich auch die Bedingungen verändern und sie in der Karrierewelt ebenso willkommen sind wie Männer. Darin liegt die Voraussetzung für die Verwirklichung der Chancengleichheit in den Unternehmen.

EXPERTEN-
BEITRAG

Andreas Boes · Anja Bultemeier
Rainer Trinczek Hrsg.

Karrierechancen von Frauen erfolgreich gestalten

Analysen, Strategien und Good Practices aus modernen Unternehmen

Springer Gabler



Anja Bultemeier ist Mitautorin der Studie „Karrierechancen von Frauen erfolgreich gestalten“, für die auch 40 Mitarbeiter der Postbank befragt wurden.



WEITERE
INFOS

Anja Bultemeier ist Diplom-Politologin und Mitarbeiterin am Institut für Soziologie der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ihre Arbeitsschwerpunkte: Wandel von Arbeit und Führung im Kontext betrieblicher Restrukturierung, betriebliche Karrieresysteme, geschlechtsspezifische Ungleichheiten. Stark involviert ist sie in die Arbeit am Projekt „Frauen in Karriere“. Weitere Infos unter: www.frauen-in-karriere.de