

Marina Friess

Zusammenfassung

Wer gehört denn nun an die Spitze? Männer oder Frauen? Oder doch beide? Diese Frage wird immer hitzig diskutiert. Momentan befinden sich allerdings vorwiegend Männer in den oberen Führungsetagen. Doch wird das so bleiben? Frauen an der Spitze sind wichtig ...

Dennoch, Frauen an der Spitze sind wichtig, da sind sich mittlerweile alle einig. Denn sie sind im Allgemeinen besonnener, planen mehr in die Zukunft und sind kooperativer. Das sind auch einige der Führungseigenschaften, die zukünftig noch gefragter denn je sein werden.

Doch immer noch haben Frauen auf dem Weg nach oben so einige Hürden zu meistern. Arbeitgeber, die kaum Flexibilität in den Arbeitszeiten bieten. Zu wenige Betreuungsplätze für Kinder. Die klassische Rollenverteilung, die Frauen in der Erzieherrolle sieht und Männer belächelt, die in Elternzeit gehen. Und nicht zuletzt gelten Frauen, die voll berufstätig sind, immer noch als Rabenmütter. Genau hier muss angesetzt werden, damit es endlich keine Debatten mehr über eine Quote oder Gleichstellung gibt. Ein Umdenken muss her. Durch Akzeptanz, Toleranz, Respekt, Wertschätzung, die richtige Wirkung und eine klare Botschaft, setzen sich Frauen an die Spitze!

Männer und Frauen an der Spitze? Vielleicht sollten wir eher sagen „Frauen und Männer an der Spitze“? Mittlerweile ist sogar die Reihenfolge der Nennung wichtig, damit es nicht zu unnötigen Diskussionen führt. Daran erkennt man sofort, die Gleichberechtigung ist ein sensibles Thema und darf nicht unterschätzt werden. Die anhaltende Debatte über Frauenquoten in den Vorstandsetagen und Aufsichtsräten kühlen nicht ab. Und die Meinungen dazu sind so unterschiedlich wie Tag und Nacht. Es ist unvermeidlich, dass jeder

M. Friess (✉)
Neuss-Grevenbroich, Deutschland
E-Mail: info@feminess.de

seine eigene Lösung für diese Herausforderung sucht. Doch wo beginnt man die Lösungen zu suchen?

Ein Ansatz liegt bei den Entscheidern in den Unternehmen. Sie müssen zunächst bereit sein, geschlechterunabhängig zu fördern. In einzelnen Bereichen funktioniert das schon, leider allerdings noch nicht branchenübergreifend.

So werden Frauen doch häufig noch im Gesundheitsbereich in den höchsten Etagen eingesetzt. Hier braucht es augenscheinlich keine Quote. Doch wie sieht es in anderen Branchen aus? Schauen wir uns doch einmal die Autoindustrie an. Wir brauchen noch nicht einmal eine Hand, um weibliche Vorstände in den großen Firmen zu zählen. Und ganz ehrlich, mehr weibliche Intuition würde einigen Firmen sehr gut tun. Das sehen wir zum Beispiel jüngst an dem VW-Abgasskandal.

Es stellt sich die Frage: „Hätten Frauen an der VW-Spitze anders reagiert, oder wäre es überhaupt zu dem Skandal gekommen?“

Die Beantwortung dieser Frage sorgt mit Sicherheit für Furore, da sie stark polarisiert. Dennoch möchte ich mich dieser Frage kurz annehmen, da sie wichtig ist, um tiefer in das Für und Wieder der Quote einzutauchen.

Nicht um zu sagen: „Frauen sind besser!“, sondern um neue Wege der Unternehmensführung aufzuzeigen und vor allem eine Akzeptanz dafür zu fördern. Denn ich glaube, der Skandal um VW wird kein Einzelfall bleiben, da die Unternehmenskultur sich stark verändert hat. Großen Konzernen geht es mehr denn je um Prestige, Macht und Ansehen. Dafür werden auch häufiger Entscheidungen getroffen, die für die Mitarbeiter, sowie für das Unternehmen selbst, zum Nachteil werden können.

Der Ausbau von Einfluss eines Unternehmens ist sehr wichtig, dennoch darf dieser Wert nicht Überhand nehmen, sonst gerät ein Konzern schnell ins Schwanken. Das hat man leider auch bei VW gesehen. Hier war das Ziel noch mehr Profit zu machen, und das um jeden Preis.

Also wie wäre eine Frau damit umgegangen?

Im Buch „The Athena Doctrine“ (Wiley et al. 2013) finden sich spannende Studienergebnisse zu den Unterschieden männlicher und weiblicher Führungsstile und wie diese von den Mitarbeitern angenommen werden. Die Studie wurde in 13 Ländern, von Amerika bis Asien, erhoben. Demnach sind 57 % der Befragten unzufrieden damit, wie sich die Männer in ihrem jeweiligen Land verhalten. Das ist ein klares Zeichen, dass ein Wandel kommen muss.

Ein großer Teil möchte also keine männlich dominierten Strukturen und Führungsstile mehr. Wobei diese Art der Führung nicht nur von Männern praktiziert wird. Viele Frauen meinen, durch ein männliches Verhalten gelangen sie an die Spitze und leben daher ebenfalls sehr maskuline Züge in der Führung.

Aber es kommt noch schlimmer. 76 % der Deutschen sagen in dieser Umfrage: „Die Welt wäre ein besserer Ort, wenn Männer mehr wie Frauen denken würden.“ Damit wird deutlich, dass die Akzeptanz und Wertschätzung weiblicher Führungsstile immer größer wird. Und bei den 76 % der Befragten waren mit Sicherheit auch ein paar Männer dabei.

Hätte es eine Frau anders gemacht? Wir werden es nie herausfinden. Dennoch kann etwas mit Gewissheit gesagt werden: Ja, der Abgas-Skandal hätte VW auch dann heimsuchen können, wenn eine Frau Vorstandschefin von VW wäre. Denn die Idee kam sehr wahrscheinlich aus untergeordneten Führungsetagen. Es ist in großen Konzernen häufig so, dass die Herrschaften an der Spitze bewusst nicht informiert werden – um sie nicht der Gefahr auszusetzen, dafür haftbar zu sein. „Das Problem lösen wir. Aber du möchtest nicht wissen, wie...“ ist ein Satz, der dann häufig fällt.

Und genau an diesem Punkt hätte eine Frau vermutlich anders reagiert. Sie hätte sich mit dieser Aussage sehr wahrscheinlich nicht zufrieden gegeben. Sie hätte nachgehakt und auf Corporate Governance gepocht. Dieser stellt die wesentlichen gesetzlichen Vorschriften zur Leitung und Überwachung von deutschen börsennotierten Gesellschaften dar. Ja, sie hätte mit Sicherheit auch fairer gespielt.

Dieser Ansatz lässt sich natürlich nicht verallgemeinern. Bewiesen ist aber: Frauen sind im Allgemeinen besonnener, planen mehr in die Zukunft und sind kooperativer. Das sind auch einige der Führungseigenschaften, die zukünftig noch gefragter denn je sein werden. Studien verschiedener Institutionen, wie dem britischen Beratungsunternehmen The Aziz Corporation, kommen genau zu diesem Ergebnis. Es ist theoretisch, zu vermuten, ob einer VW-Vorstandschefin dieser Skandal erspart geblieben wäre. Aber vermutlich hätte eine Vorstandschefin anders reagiert. Hätte sich nicht so an ihr Amt geklammert, wie das der mittlerweile ehemalige VW-Chef Martin Winterkorn in einer Videobotschaft noch kurz vor seinem Rücktritt tat. Frauen hätten sich nicht so vereinnahmen lassen, von den eigenen Gesetzmäßigkeiten einer Organisation.

In Krisenzeiten, das ist lange bekannt, ist Kommunikation besonders wichtig. Da punkten Frauen häufig. Sie sind authentisch, berechenbar, sind meist ruhig und authentisch – auch weniger eitel. Je schwieriger eine Situation ist, desto wichtiger wird der Austausch – mit Mitarbeitern, Kunden, Geschäftspartnern und Aktionären. Frauen gehen in schwierigen Situationen vermehrt in die Kommunikation, während sich Männer oft zurückziehen und versuchen die Probleme mit sich selbst zu lösen. Und das ist wohlgemerkt nicht nur in der Wirtschaft so.

Frauen setzen sich in der Wirtschaft durch. Und dennoch sind sich Experten oft uneinig. Die einen empfehlen weibliche Tugenden, die anderen wollen von Unterschieden zwischen den Geschlechtern nichts wissen.

Doch genau in solch schwierigen Situationen, wie zum Beispiel bei VW, reagieren Frauen emotionaler als ihre männlichen Kollegen. Was auf den ersten Blick ein Nachteil ist, wird bei näherem Hinsehen zu ihrem Vorteil: Es ist wichtig auch im Job seine Menschlichkeit zu erhalten. Wenn Sie sich an das Statement von Winterkorn erinnern, hätte ihm eine Portion Empathie und Emotionalität sicher gut getan, um das Vertrauen in VW und vor allem in ihn als Person wieder herzustellen.

Auch die ehemalige Microsoft Senior Directorin Deutschland – Angelika Gifford – beschäftigt sich viel mit den Unterschieden von männlicher und weiblicher Führung (Bund und Heuser 2012). Frauen sind den Männern in einigen Dingen überlegen, sagt sie zu [Zeit.de](#). „Sie kommunizieren besser, arbeiten lieber im Team. Und es geht ihnen mehr um die

Sache, als um den Status.“ Am Rande erwähnt: Circa ein Viertel der Beschäftigten von Microsoft Deutschland sind Frauen, und in der Geschäftsleitung sind es neuerdings sogar 50 %. Das liegt mit Sicherheit auch an dem Bekanntheitsgrad von Gifford. Frauen brauchen einfach Vorbilder, um daran zu glauben, dass auch sie es schaffen können. Leider fehlen diese Vorbilder im Moment, daher entflammt auch immer wieder die Debatte über die Quote. Eine Quote, so meinen einige Experten, würde für mehr Vorbildfunktionen in Unternehmen sorgen.

Angelika Gifford ist auf der Pole Position bei Microsoft angekommen, auch wenn sie jetzt nicht mehr dort tätig ist. Mittlerweile werden bei Microsoft 40 % der frei werdenden Posten in Vorständen und Aufsichtsräten mit Frauen besetzt (Bund und Heuser 2012). Das ist ein klares Zeichen und das kommt von einem der größten börsennotierten Konzerne der Welt.

Im Mittelstand steht in mehr als jedem fünften Unternehmen eine Frau an der Spitze. Die gläserne Decke bekommt langsam Risse und ob Quote oder nicht, die Frauen bahnen sich den Weg nach oben (Bund und Heuser 2012).

Doch immer noch haben Frauen auf dem Weg nach oben so einige Hürden zu meistern. Arbeitgeber, die kaum Flexibilität in den Arbeitszeiten bieten. Zu wenige Betreuungsplätze für Kinder. Die klassische Rollenverteilung, die Frauen in der Erzieherrolle sehen und Männer belächeln, die in Elternzeit gehen. Und nicht zuletzt gelten Frauen, die voll berufstätig sind, immer noch als Rabenmütter. Genau hier muss angesetzt werden, damit es endlich keine Debatten mehr über eine Quote oder Gleichstellung gibt. Ein Umdenken muss her.

Dann kommt Frau endlich, trotz der zeitweise schwierigen Umstände oben an und dann sieht sie sich mit dem nächsten Problem konfrontiert. Wie kann sie sich dort behaupten? Wie steht sie ihre Frau und wie kann sie allen Anforderungen gerecht werden? Und ich glaube, genau hier ist die größte Herausforderung der sogenannten „Quotenfrauen“ begraben. Sie meinen, durch bestimmte Vorurteile noch mehr und härter als jeder Mann arbeiten zu müssen, um zu beweisen, dass sie diesen Posten verdient haben. Sie möchten eine bessere Führungskraft sein, wissen allerdings leider häufig nicht wie. Der Druck und die Verzweiflung steigen.

Diesen Druck halten nur starke Persönlichkeiten aus. Daher gilt es nicht nur eine Quote einzuführen, sondern auch die Persönlichkeitsentwicklung jeder einzelnen Frau zu stärken. Wenn dies nicht in Einklang miteinander geht, werden es einige der Frauen nicht lange an der Spitze aushalten. Oder sie verleumden so stark ihr eigenes Wesen und ihre Werte, dass der Zusammenbruch droht. Der Burnout ist vorprogrammiert.

Doch das muss nicht sein. Wichtig ist, dass sich Frauen auf sich selbst und ihre Fähigkeiten besinnen. Nicht vorspielen etwas zu sein, was sie gar nicht sind, in der Hoffnung allem gerecht zu werden. Und wer sagt denn, wie eine Frau in der Führungsrolle zu sein hat. Die Gesellschaft! Doch die Gesellschaft kennt noch kaum einen anderen Führungsstil als den männlichen. Wie kann also darüber geurteilt werden, welcher nun besser oder schlechter für die Unternehmen ist? Hier gibt es kein richtig oder falsch, hier gibt es lediglich die eigene Intuition und Empathie, um zu spüren welche Art der Führung bei welchem Mitarbeiter angebracht ist.

2.1 Die Führungsstile in der freien Wirtschaft

Schauen wir uns erst einmal an, welche Führungsstile es zurzeit in der freien Wirtschaft gibt. Diese vier Führungsstile gelten sowohl für Frauen als auch für Männer. Es ändert sich lediglich die Stärke der Ausprägung.

2.1.1 Der Bestimmer | Die Bestimmerin

Diese Führungskraft macht, was sie sich in den Kopf gesetzt hat. Sie bringt die Dinge um jeden Preis zu Ende. Dabei strahlt sie Erfolg aus und das wiederum beeindruckt ihr Umfeld. Nicht wenige fühlen sich von ihr angezogen und eifern ihr nach.

Der Bestimmer fordert sein Umfeld. Er fordert Höchstleistung – von sich und allen anderen – und neigt dazu, Grenzen zu überschreiten – seine eigenen und die der anderen.

Funktioniert es nicht so, wie sie es sich vorstellen, werden sie forsch und ungehalten. Solange sie nicht lernen, mit Feingefühl zu agieren, werden sie erfahren, dass sie sich selbst alles, was sie sich aufgebaut hat, mit ihrer Brachialität wieder einreißen.

Will ein Bestimmer Menschen dazu bringen, seine Ziele zu unterstützen, muss er hart an sich arbeiten. Die Selbstreflexion steht hier an erster Stelle. Es geht darum, zu erkennen, wo die eigenen Schwachstellen in der Führung liegen und diese dann systematisch auszumerzen.

2.1.2 Der Umsetzer | Die Umsetzerin

Er ist ein Macher! Er packt an, wovor andere weglaufen. Dabei treibt er die positiven Dinge voran, schreckt aber auch nicht davor zurück, negative Botschaften zu überbringen. Er bewegt Menschen – zu ihren eigenen Zielen.

Der Umsetzer erwartet von seinem Umfeld zu viel und ist dabei kleinlich und kritisierend. Ein Lob auszusprechen fällt ihm schwer und entsprechend sinkt die Motivation aller Beteiligten.

Wertschätzung dem Mitarbeiter gegenüber ist eines der entscheidendsten Führungskriterien, denn sonst entsteht die Angst seinen Arbeitsplatz zu verlieren. Sicherheit zu geben ist das A und O als Führungskraft, da dieser Wert einer der größten für die Menschen ist. Und ob die Führung über Angst und Schrecken in großen Konzernen oder in mittelständischen Unternehmen betrieben wird – das Ergebnis bleibt gleich: unmotivierte Mitarbeiter.

Solange der Umsetzer nicht lernt, seiner Verantwortung gerecht zu werden und dabei mit beiden Beinen auf dem Boden der Tatsachen zu bleiben, wird er immer wieder große Unruhe verursachen.

2.1.3 Der Planer | Die Planerin

Er will Zahlen, Daten, Fakten. Das ist seine Welt, das ist seine Währung.

Für ihn ist klar, wie alles zu funktionieren hat, denn er hat einen Plan. Er hat sich überlegt, wie er seine großen Ziele erreichen will und jetzt geht er seinen Weg. Und dieser Weg ist der Richtige.

Sicherlich kann der Planer eine ganze Menge, aber auf seine Mitarbeiter hören, dass will und kann er nicht.

Wenn er nicht lernt, dass er selbst und auch seine Pläne regelmäßigen Updates zu unterziehen sind, wird er auf kurz oder lang scheitern. Zum Update gehören Selbstreflexion und Selbstaktualisierung durch Lernen und Feedback ihres Umfeldes.

2.1.4 Der Visionär | Die Visionärin

Er ist ein wahrer Künstler, wie er sich und die Zukunft in den größten und schönsten Bildern malt.

Leider verliert er sich nur allzu oft in seinen Märchenschlössern. Seine Bilder sind ihm so wichtig, dass er keine Widerworte dulden.

Ein Visionär unserer Zeit ist Steve Jobs. In den Medien liest man: „Was man von Steve Jobs lernen kann!“ Das ist nur eine Seite der Medaille. Als Arbeitgeber war er schwierig, sagt Autor Jon Katzenbach. „Jobs konnte sich schnell für Menschen begeistern. Aber diese Begeisterung verflog auch schnell wieder!“ (König 2012)

Seine Teams soll er so stark gefordert haben, dass ihre Leistungsfähigkeit oft über das Mögliche hinausging. Jetzt sagen Sie vielleicht: „Apple hat das nicht geschadet!“ Dem Unternehmen nicht, aber den Mitarbeitern!

Wenn der Visionär nicht lernt, den Ist-Zustand zu erkennen und auch anzuerkennen, wird er nicht in der Lage sein, sich ohne Beschönigung selbst zu reflektieren.

Das sind erst einmal ganz allgemein gesprochen die Führungsstile, die Sie in jedem Unternehmen antreffen. Natürlich unterscheidet sich der Führungsstil von Frauen etwas.

Doch was sind typisch weibliche Führungsstile?

Weibliche Führungskräfte haben häufiger personenorientierte und seltener aufgabenorientierte Führungsmerkmale. Sie sind ausgleichend, loyal, besonnen und intuitiv. Das heißt natürlich nicht, dass ein Mann nicht ebenfalls diese Eigenschaften haben könnte. Doch diese müssen optimal eingesetzt werden. In dem oben genannten Beispiel von VW wurde das, wie es scheint, nicht gemacht.

Beim Thema Status ergeben sich ebenfalls wesentliche Unterschiede der weiblichen und männlichen Führung. Frauen nehmen ihren persönlichen Status häufig nicht so wichtig. Sie brauchen meist nicht das größte Büro, den besten Parkplatz und den größten Dienstwagen. Deshalb werden sie leider auch häufig nicht so von Kollegen oder Mitarbeitern wahrgenommen. Das ist sehr schade. In Unternehmen sollte mehr Wert darauf

gelegt werden, was ein Mensch ist, als darauf, was er darstellt. Oft gibt es viel Schein und wenig Sein. Und dennoch werden Menschen mit großen Statussymbolen meist ernster genommen, als die, die ihren Status nicht stark nach außen tragen. Möglicherweise darf auch hier ein Umdenken passieren.

Die Wirtschaft ist überwiegend männlich geprägt. Es soll immer höher, schneller und weiter gehen. Die Spitze ist gerade gut genug! So auch bei VW. Ihr Ziel war es um jeden Preis die Nummer 1 unter den Autobauern zu werden. Das wurde ihnen jetzt zum Verhängnis.

Es ist nichts Verwerfliches daran, seinen Einfluss ausbauen zu wollen, dennoch darf dieser Wert nicht Überhand nehmen, sonst gerät ein Konzern schnell ins Schwanken.

Doch wie schaffen wir es, dass die Wirtschaft sowohl männlich als auch weiblich geprägt ist? Ist eine Quote wirklich die Lösung? Ich glaube nur bedingt.

Meiner Meinung nach geht der Weg zu mehr Weiblichkeit an der Spitze über das Thema Persönlichkeitsentwicklung. Das ist die Basis für ein starkes Selbstbewusstsein und ein souveränes Auftreten. Firmen müssen mehr in die Persönlichkeit ihrer weiblichen Mitarbeiter investieren, nicht wie bisher in das fachliche Wissen. Fachlich sind die meisten Frauen top ausgebildet, auch wenn es ihnen selbst nicht gut genug sein kann. Doch die Persönlichkeitsentwicklung bleibt häufig auf der Strecke. Bei Soft Skills schrecken noch viel zu viele Unternehmen zurück und setzen eher auf Wissen, statt auf persönlichen Wachstum. Doch gerade bei Frauen müssen erst einmal ein paar Mythen, die wir schon von Kindheit an gelernt haben, eliminiert werden. Und egal wie sehr sich viele Menschen dagegen wehren, wir sind geprägt von unserer Erziehung und von unserem Umfeld. Frauen wachsen nun einmal meist anders auf als Männer. Während Männer auf dem Fußballplatz toben oder auf Bäume klettern, helfen Frauen brav im Haushalt oder gehen zum Ballett. Zumindest war es so in der Generation Frauen, die jetzt an die Spitze von Unternehmen kommen möchten. Diese tief sitzenden Muster müssen erst durchbrochen werden.

2.2 Sieben Mythen, die Frauen davon abhalten noch erfolgreicher zu werden

Es gibt viele Mythen, denen Frauen immer wieder aufsitzen und die sie daran hindern noch erfolgreicher zu werden. Wenn diese Mythen behoben sind, ist es für jede Frau einfach, eine führende Position einzunehmen. Doch das ist oftmals leichter gesagt als getan.

2.2.1 1. Mythos: Viel tun bringt viel Anerkennung!

Dieser Glaubenssatz wird den „fleißigen Lieschen“ im Laufe ihrer Entwicklung immer wieder eingepflicht, damit sie nicht auf die Idee kommen weniger zu arbeiten. Wer impft ihnen das ein? Ganz einfach, alle die von dieser gesteigerten Arbeitsleistung profitieren. Vorgesetzte, Chefs, Kollegen, Familienmitglieder etc. Doch dieser Mythos ist falsch! Das

Richtige tun bringt viel Anerkennung. Meist ist es aber so, dass eine ehrgeizige Frau gar nicht dazu kommt, das Richtige zu tun, da sie so viel Arbeit hat, dass sie gar nicht in der Lage ist, zu erkennen, was das Richtige ist. Sie sieht den Wald vor lauter Bäumen nicht. Also, was ist zu tun? Frauen sollten sich Tätigkeiten in ihrem Unternehmen suchen, die sie glänzen lassen. Präsentationen, große Kundengespräche, Pressearbeit, Meetings abhalten und so weiter. Also alle Tätigkeiten, in denen sie Verantwortung übernehmen. Das lässt jede Frau glänzen und im Mittelpunkt stehen. Hierbei geht es auch um Sichtbarkeit. Wenn eine Beförderung ansteht oder ein besserer Posten zu vergeben ist, bekommt diesen immer die Person, die sichtbar ist, nicht die Person, die am fleißigsten ist, sich aber nie von ihrem Schreibtisch ins Rampenlicht bewegt.

2.2.2 2. Mythos: Ich darf nicht direkt sagen, was ich denke!

Es gibt Menschen, die zeitweise sehr dominant wirken können. Das liegt an ihrer direkten und unverblünten Art. Viele Frauen lassen sich dadurch einschüchtern und beginnen dann um den heißen Brei herumzureden. Sie haben Angst vor einem negativen Kontra ihres Gegenübers. Wünsche werden nicht mehr geäußert, Kritik herunter geschluckt. Doch dieses Verhalten bringt nur einer Person etwas: Dem Gegenüber! Frauen können ganz charmant, aber standhaft ihre Meinung äußern, auch wenn der Respekt vor dem Gesprächspartner sehr groß ist. Wichtig dabei ist, immer die Körperhaltung und vor allem die Atmung zu kontrollieren. Das wird häufig total unterschätzt und auch nicht beachtet. Die Atmung sollte tief in den Bauchbereich gehen. Dadurch kann man sich besser entspannen. Bei Aufregung wird die Stimme der Frau automatisch höher. Das hört der Gesprächspartner und wittert Unsicherheit. Mit einer ruhigen und tiefen Atmung kann das vermieden werden.

2.2.3 3. Mythos: Ich darf mich nicht selbst loben!

Viele Frauen machen sich gerne klein. Sie könnten quasi unter dem Teppich Fallschirmspringen, so sehr stellen sie ihre eigenen Fähigkeiten und Talente zurück. Sie stellen sich und ihre Bedürfnisse gerne hinten an. Einige finden auch die Art vieler Männer abstoßend, wie sie sich selbst profilieren. Sie denken sie sind genauso, wenn sie über Erfolge berichten. Doch die Art macht's! Es geht darum seine Erfolge beiläufig, mit dem Wort „übrigens“ zu erwähnen. Mal bei dem Vorbeigehen, dann mal bei dem Verlassen eines Raumes und dann wieder im direkten Gespräch. Die Mischung macht es. Das könnte sich so anhören: „Das neue Projekt läuft super und wir kommen schnell voran und *übrigens*, Herr Meier hat heute bei mir angerufen und sich für die tolle Abwicklung bedankt.“ Und dann den Raum verlassen, als wäre nichts gewesen. Und doch ist die Botschaft angekommen. Berichten Sie über Erfolge!

2.2.4 4. Mythos: Ich darf nicht auf meine Meinung bestehen, sonst werde ich nicht mehr gemocht!

Die charismatischsten Frauen sind Persönlichkeiten mit einem klaren Standpunkt. Sie sagen was sie denken, egal ob alle damit einverstanden sind oder nicht. Mutter Teresa, Coco Chanel, auch Madonna, um mal etwas Farbe hereinzubringen, alle diese Frauen stehen für etwas. Sei es für Fortschritt und Innovation wie Coco Chanel (das kleine Schwarze), Konventionen brechen wie Madonna oder der Wunsch nach Weltfrieden, der Mutter Teresa angetrieben hat. Alle haben eine Botschaft, die sie kommunizieren, aber auch verteidigen müssen. Das Wort verteidigen ist wichtig. Diese Frauen legen keinen Wert darauf, dass alle mit ihrem Standpunkt übereinstimmen. Oder glauben Sie, dass es zu der Zeit als Frauen lange Kleider und Mieder getragen haben einfach war, das kleine Schwarze einzuführen? Natürlich nicht! Doch Coco Chanel war das egal. Und das ist auch gut so. Wenn ich mich beeinflussen lasse, bin ich wie ein Fähnchen im Wind. Und ganz ehrlich, davon haben wir schon genug. Natürlich polarisieren Sie dadurch. Auch das bringt Aufmerksamkeit.

2.2.5 5. Mythos: Ich muss immer nett sein!

Das ist natürlich für viele Frauen schwer, da sie so aufgewachsen sind. Sie sind von Kindheit an so programmiert, immer lieb und nett „Ja-Amen“ zu sagen. Es wird alles gewissenhaft abgearbeitet, ob die Tätigkeit einen Sinn ergibt oder nicht. Doch woher kommt das? Ganz einfach! Das ist noch aus der Steinzeit übrig geblieben. Jetzt sagen Sie vielleicht: „Das kann doch nicht sein, wir haben uns weiterentwickelt! Urinstinkte haben wir nicht mehr!“ Oh doch, das fängt schon an, wenn wir auf die Welt kommen. Die ersten Urinstinkte sind „saugen“ und „schreien“. Das brauchen wir um zu überleben. Und später brauchen es Frauen, um zu überleben, dass sie in einer Gruppe akzeptiert werden. Das war in der Steinzeit unabdingbar. Ausschluss aus der Gruppe hieß gleich tot. Da dieser Urinstinkt noch in uns ist, tun sich Frauen so schwer „Nein“ zu sagen. Sie befürchten, nicht gemocht zu werden und damit aus der Gruppe ausgeschlossen zu werden. Zum Glück sterben wir deshalb heutzutage nicht und genau das sollte sich jede Frau bewusst machen. Es geht darum, der Person die etwas von Ihnen möchte, ein klares Ja zu ihr als Person, aber ein Nein zu ihrem geäußerten Wunsch zu geben. Bedeutet, erst Wertschätzung geben: „Schön, dass du dabei an mich gedacht hast!“ und dann die Bitte verneinen „Leider kann ich dich dabei nicht unterstützen!“ Und fangen Sie jetzt bitte nicht an stundenlang zu begründen. Eine kurze Begründung können Sie bei Ihrem Chef oder Vorgesetzten angeben: „Ich freue mich, dass sie bei dieser Tätigkeit an mich gedacht haben, jedoch bin ich noch sehr mit dem anderen Projekt beschäftigt und muss das erst einmal in einer guten Qualität abliefern“. Ja sie haben richtig verstanden, auch bei Ihrem Chef oder Vorgesetzten können Sie „Nein“ sagen, es kommt nur auf die richtige Dosierung an!

2.2.6 6. Mythos: Ich darf keine Fehler machen!

Der übertriebene Perfektionismus vieler Frauen sorgt dafür, dass sie in Schönheit sterben. Alle Entscheidungen und alle Aufgaben werden wieder und wieder durchdacht, nur um Fehler zu vermeiden. Und am Schluss kam jemand anderes, der schneller gehandelt hat und hat damit die Frau aus dem Rennen geworfen. Und dafür natürlich auch die Lorbeeren eingesammelt hat. Nehmen Sie neue Herausforderungen an, ohne lange zu überlegen, ob Sie jede einzelne Qualifikation haben. Diese können Sie sich aneignen. Stehen Sie sich nicht selbst im Weg, weil Sie zögern und denken, Sie können oder wissen noch nicht genug. Wie heißt es so schön: „Lieber holprig gestartet, als perfekt gezögert!“ Jeder hat Unmengen an Fähigkeiten. Man sollte sich nicht darauf konzentrieren was man nicht gut kann. Diese Dinge kann man delegieren. Dafür gibt es Experten. Es geht darum, sich um die wichtigen Dinge zu kümmern. Vergeben Sie keine Chancen und vor allem lassen Sie sich keine vor der Nase weg schnappen.

2.2.7 7. Mythos: Bei Statuskämpfen hält „frau“ sich besser raus

Sonst verspielt frau sehr schnell ihre Position. Vor jeder Begegnung findet zunächst ein Statuskampf statt. Erst wenn geklärt ist, wer an welcher Stelle der Rangordnung steht, kann es richtig losgehen. So ist es auch zum Beispiel bei Meetings. Meist gehen die ersten 15 Minuten ins Land, um die Rangordnung zu bestimmen. Erst dann geht es richtig los. Das passiert, da es in jeder Gruppe einen Anführer geben muss. Das kommt noch aus der Steinzeit, als die Männer zur Jagd gingen. Wenn nicht einer das Kommando übernommen hätte, wäre nur ein wahnsinniges Durcheinander passiert. Das ist auch der Grund, warum Frauen sich da oft rausziehen. Sie möchten bei diesem Kampf nicht mitmachen. Sie sind es nicht gewohnt, um ihren Rang zu kämpfen, da es bei ihnen immer nur um Gemeinschaft, also ein Miteinander ging. Und diese Eigenschaften sind heute noch aktuell. Männer fechten ihre Position aus, während die Frauen für Harmonie sorgen. Doch hoher Status bedeutet hohe Akzeptanz. Wenn Sie sich herausnehmen, erhalten Sie in der Gruppe weniger Akzeptanz. Und dabei geht es nicht nur um Meetings, sondern um jede Art der geschäftlichen Begegnung. Der Status kann erhöht werden, indem man sich mehr Raum einnimmt, körperlich (hüftbreiter Stand, ausladende Gesten), stimmlich (laut und deutlich) und mit der Redezeit (lange und ausgedehnt). Doch eine ausgedehnte Redezeit bedeutet nicht, lange um etwas herumzureden, sondern die Vorschläge sollten konkret, klar und deutlich ausgesprochen werden. Nehmen Sie sich wie selbstverständlich die Zeit, die Sie dafür brauchen. Der tiefe Blickkontakt ist dabei ebenfalls sehr wichtig. Die Höhe des Status entscheidet über die Höhe der Position, des Gehaltes und die Qualität der Kunden.

Wenn Frauen der Status nicht so wichtig ist, hat das zur Folge, dass sie auf der Strecke bleiben, wenn Geld und einflussreiche Positionen verteilt werden.

Wichtig ist, sich erst einmal bewusst zu werden, was ich als Frau wirklich will. Will ich eine gute Position mit viel Einfluss? Dann nehmen Sie sie sich! Wenn nicht, dann

lassen Sie es! Frauen sind unterschiedlich und haben unterschiedliche Bedürfnisse. Einige möchten viel, andere nicht so viel. Egal wie, es ist völlig in Ordnung. Jeder sollte selbst entscheiden, was für ihn richtig ist.

Wenn mir allerdings Geld und Macht nicht wichtig sind, dann darf ich mich auch nicht beschweren, wenn ich beides nicht besitze.

Andersherum genauso. Wenn ich Geld und Macht haben möchte, dann darf ich auch nicht immer jammern, dass der Weg dorthin schwierig und langwierig ist, sondern muss das in Kauf nehmen. Ich denke, der erste Schritt ist, eine klare Entscheidung zu treffen, was ich möchte, wie viel ich möchte und wann ich es möchte. Und dann gibt es nur noch eine Möglichkeit: Dafür sorgen, dass man es bekommt. Und dafür ist es vielleicht auch einmal notwendig „Nein“ zu sagen, oder jemanden vor den Kopf zu stoßen, oder unkonventionelle Wege zu gehen. Ich kenne das Gefühl. Auch ich musste viele schwere Entscheidungen treffen, durfte mir viel Kritik anhören, doch das gehört dazu. Wenn Sie das haben, dann wissen Sie, Sie sind auf dem richtigen Weg, denn dann werden Ihre Leistungen wahrgenommen und gesehen.

Und ja, manchmal ist man als Frau auch härteren verbalen Angriffen ausgesetzt.

Ich bekomme dann von Frauen immer die Frage gestellt, wie sie darauf reagieren sollen.

Ich denke, Aushalten führt zu Unterdrückung, Ignorieren zur Verdrängung und Kontern führt zum Gegenangriff. Es gibt nicht das Geheimrezept bei Angriffen, daher gibt es auch mehrere Strategien. Eine Frau kann einen Angriff einfach einmal souverän weglächeln. Ihren „Angreifer“ freundlich angrinsen und sich einfach denken „von dir lasse ich mich nicht provozieren“. Oder man stellt einfach eine Gegenfrage in dem Moment des Angriffes und sagt: „Wie genau meinst du das?“ Das hat zwei positive Effekte. Erstens: Die Frau könnte etwas in den falschen Hals bekommen haben und der vermeintliche Angreifer kann es mit dieser Frage klarstellen. Zweitens: Der Wind wird aus den Segeln genommen. Der Angreifer muss sich jetzt überlegen, was er als nächstes sagt, sich sogar in gewisser Weise rechtfertigen.

Frauen sollten sich nicht die Butter vom Brot nehmen lassen und dennoch souverän reagieren. Und vor allem dürfen sie dabei weiblich und charmant bleiben. Das ist die stärkste Waffe der Frau, gegen die es kaum Schutz gibt.

Und natürlich wird es immer wieder Menschen geben, die Angst vor starken und selbstbewussten Frauen haben. Die mit teilweise unfairen Mitteln dagegen angehen wollen. Doch ich glaube, es braucht keinen Einfluss von außen, dass sich viele Frauen schwer tun nach oben zu kommen, das schaffen einige Frauen schon ganz alleine. Es ist doch leichter zu sagen, dass die Männer, oder die Gesellschaft, oder eine nicht existierende Quote daran schuld sind. Zugegeben, es gibt Firmen und Branchen, da hat man es als Frau etwas schwerer, aber es ist machbar. Solange es Frauen in Ihrer Firma oder in Ihrer Branche gibt, die das erreicht haben, was Sie noch erreichen möchten, ist es machbar! Die Frau hat es bereits vorgemacht.

Vielen Frauen mangelt es an Selbstvertrauen und Mut. Vor allem an dem Mut, sich große Ziele zu stecken und diese dann auch strategisch zu verfolgen.

Ich sage immer: Setzen Sie sich die Ziele im Verhältnis zu Ihrer Komfortzone. Haben Sie eine stark ausgeprägte Komfortzone, setzen Sie sich kleinere Ziele und steigern diese dann systematisch. Haben Sie eine kleinere Komfortzone, dann setzen Sie sich die Ziele ruhig größer. Ich erlebe immer wieder, dass Frauen sich entweder überschätzen oder unterschätzen. Bei beidem entsteht Frust. Wenn Sie bereit sind für die Spitze, auch einmal unangenehme Dinge wie Kaltakquise oder fremde Menschen ansprechen in Kauf nehmen, dann setzen Sie sich ruhig größere Ziele. Wenn Sie lieber langsam machen und weniger bereit sind, unangenehme Dinge zu tun, dann fangen Sie klein an und steigern dann. Beides ist völlig in Ordnung. Lernen Sie sich und Ihre Grenzen kennen.

Was an dieser Stelle noch wichtig ist zu erwähnen: Ich halte es für unnötig sich jetzt schon Gedanken zu machen, wo man in fünf Jahren stehen will. Wenn es für Sie klar und einfach ist, dann dürfen es gerne fünf Jahre sein, wenn es Ihnen allerdings Stress und ein ungutes Gefühl bereitet, dann fangen Sie doch erst einmal mit den nächsten Schritten an. Ich weiß jetzt auch nicht, wo meine Firma Feminess – Female Business in fünf Jahren steht, aber ich weiß ganz genau, wo meine nächsten Schritte hingehen. So erreichen Sie Ihre Ziele mit Spaß und Freude.

2.3 Was Alphafrauen auszeichnet

In meinen Publikationen spreche ich auch immer wieder von Alphafrauen. Und ich glaube, dass Land braucht einfach mehr davon. Alphafrauen sind für mich Frauen, die ganz genau wissen, wer sie sind, was sie wollen und wo ihr Weg hingehen soll und das auf eine weibliche Weise. Sie merken, bei mir geht es viel um die Vereinbarkeit von beruflichen Erfolg und Weiblichkeit. Ich bin mir sicher, dass diese Kombination unschlagbar ist.

Ich könnte jetzt seitenweise darüber schreiben, was Alphafrauen in meiner Wahrnehmung auszeichnet, aber das sprengt den Rahmen dieses Buchbeitrages. Daher habe ich Ihnen jetzt einmal die sechs wesentlichsten Punkte zusammengefasst.

2.3.1 Akzeptanz

Alphafrauen akzeptieren die unterschiedlichen Charaktereigenschaften ihres Umfeldes, auch wenn es sich um schwierige Persönlichkeiten handelt. Sie sind im Umgang mit schwierigen Personen absolut souverän! Sie sind ruhig und strahlen in ihrer Ruhe vollkommene Kraft aus.

Kennen Sie die Menschen, die ständig laut und außer sich sind? Wenn jemand außer sich ist, ist er nicht bei sich. Und nicht bei sich zu sein, bietet sehr viel Angriffsfläche. Das lässt eine Alphafrau nicht zu. Sie bleibt bei Stress gelassen, stark und überlegen.

Wenn Sie bei einem Angriff „wild“ werden, haben Sie bereits verloren. Wenn Sie ruhig atmen, die Körperhaltung aufrichten und die Stimme ruhig halten, dann können Sie

Angriffen, oder sogar ungerechtfertigter Kritik souverän entgegen treten. Ruhe ist der Schlüssel zum Sieg!

Hier ein Tipp, wie Sie in jeder Situation überzeugungsstark wirken können: Zeigen Sie zunächst Verständnis für den Standpunkt Ihres Gegenübers mit den Worten: „Gut, dass Sie es so offen ansprechen“. Atmen Sie auf jeden Fall einmal tief durch. Erst dann bringen Sie Ihre Argumente vor. So können Sie Wertschätzung zeigen, um das Gespräch im Nachhinein leichter zu führen.

2.3.2 Wertschätzung

Kennen Sie Menschen, die sich immer wieder über andere stellen? Die meinen, etwas Besseres zu sein? Alphafrauen haben das nicht nötig. Sie wissen, wer sie sind und was sie können und müssen das nicht immer unter Beweis stellen. Sie schätzen den Wert anderer, so wie sie ihren eigenen Wert schätzen. Sie wirken dadurch sehr charismatisch. Charisma hat nichts mit Selbstdarstellung zu tun, wie so viele meinen. Im Mittelpunkt stehen und sich selbst huldigen ist kein Charisma, das ist Überheblichkeit. Charisma kann nur von dem Umfeld zugesprochen werden. Keiner kann von sich selbst behaupten, er sei charismatisch, wenn alle anderen das nicht so sehen. Charisma soll mit anderen Menschen verbinden, um diese zu begeistern und zu motivieren. Eine Charismatikerin behandelt ihr Umfeld wertschätzend. Sie lässt sie teilhaben an ihren Ideen und Visionen und macht sie zu ihren eigenen. Denn sie weiß, dass sie im Team stärker ist. Die Menschen in ihrem Umfeld fühlen sich wohl bei ihr. Es ist ein gutes Gefühl für sie, nicht von oben herab behandelt zu werden. Daher unterstützen sie auch gerne ihre Vorhaben und stehen hinter ihr. Das zeigen auch große Persönlichkeiten wie zum Beispiel Mutter Teresa. Sie war eine Frau, die stark vom Volk, oder ihren Anhängern unterstützt wurde.

2.3.3 Wirkung

Alphafrauen wissen um ihre Wirkung.

Ist Ihnen zu jeder Zeit bewusst, wie Sie wirken möchten? Wie sehen Sie sich selbst? Wie werden Sie von anderen gesehen? Um sich selbst gut zu reflektieren, sind das ganz entscheidende Fragen. Die Wirkung auf andere kann und sollte gezielt beeinflusst werden. Diese äußere Beeinflussung hat viel mit dem inneren Selbstbild zu tun.

Je klarer das Bild von sich selbst, umso einfacher kann man es steuern, also bewusst einsetzen.

Jeder verfügt über ein Fremdbild, ein Eigenbild und ein projiziertes Bild:

- Eigenbild: So sehen Sie sich selbst.
- Fremdbild So werden Sie von anderen gesehen.
- Projiziertes Bild: So möchten Sie gerne gesehen werden.

Im Optimalfall sind sich die drei Bilder sehr ähnlich und die Betreffenden werden als authentisch wahrgenommen. Fragen Sie sich: Wie möchten Sie wirken? Nehmen Sie sich Zeit, diese Frage zu beantworten. Wenn Sie nun darauf eine ausführliche Antwort haben, dann überlegen Sie, was Sie brauchen, um diese Wirkung im Außen zu erzielen. Welche Fähigkeiten und Ressourcen fehlen Ihnen noch? Und dann holen Sie sich diese in Form von Büchern, Hörbüchern, Seminaren, Mentoren oder Beratern.

2.3.4 Botschaft

Alphafrauen haben eine klare Botschaft. Haben Sie eine klare Botschaft? Also wissen Sie, wofür Sie stehen, als Mitarbeiterin, als Unternehmerin oder als Vorgesetzte?

Warum ist die Botschaft so wichtig? Wenn Sie Ihre Ziele einfach, schnell und in einer Gemeinschaft erreichen möchten, dann ist Ihre Botschaft der wichtigste Grundpfeiler. So bekommen Sie Unterstützer für Ihre Ziele. Menschen, die sich mit Ihnen und Ihren Zielen identifizieren können. Die Botschaft sollte nicht egoistisch sein, sie sollte immer dem Allgemeinwohl dienen, zumindest innerhalb der Außenkommunikation. Welche weiteren strategischen Ziele Sie damit verfolgen, steht auf einem anderen Blatt geschrieben.

Charismatische Persönlichkeiten haben eine Botschaft, ihr Warum! Und sie sind in der Lage, Menschen damit anzustecken. Einer der größten Visionäre unserer Zeit ist Barack Obama. Er hat es geschafft, nach nur drei Jahren als Junior Senator, als erster Afroamerikaner zum Präsidenten gewählt zu werden. Aufgrund seiner motivierenden Kommunikationsfähigkeit und seiner „uneigennütigen“ Botschaft hat er es geschafft, dass fast der komplette Wahlkampf vom Volk finanziert wurde. Das ist vor ihm niemandem auch nur annähernd gelungen. Und er hat nicht gesagt: „Yes I can“ sondern „Yes we can“. Also hat er sich Unterstützer ins Boot geholt.

Es gibt noch viele weitere Beispiele, in denen Personen andere Menschen dazu gebracht haben, ihre Ziele zu unterstützen. Natürlich muss es jetzt nicht gleich die Präsidentschaft sein, aber was im Großen funktioniert, geht auch im Kleinen.

2.3.5 Toleranz

Toleranz bedeutet: Ich lasse dich mit deiner Meinung. Eine Alphafrau toleriert die Einstellung, die Ideen und die Meinungen anderer, auch wenn sie diese nicht unbedingt teilt. Sie meint nicht, dass ihre Ziele die einzigen wahren sind. Und dennoch weiß sie ganz genau, was sie will und verfolgt ihre Ziele strategisch und klug. Sie tut dies auf eine diplomatische Art, damit sie keine Widerstände von außen bekommt. Sie plant jeden ihrer Schritte und überlegt, wie sie noch schneller erfolgreich werden kann. Darüber hinaus ist sie auch sehr charmant und verfügt über ein ausgeprägtes Einfühlungsvermögen, was ihrer toleranten Haltung entgegen kommt. Dadurch gewinnt sie sehr schnell das Vertrauen

ihres Umfeldes. Das ist das eigentliche Geheimnis der Überzeugungskraft – Menschen über Vertrauen zu führen. Das beherrscht eine Alphafrau wie keine andere.

Doch um Ihre Ziele zu erreichen, braucht es eine klare Vorgehensweise, die ich Ihnen hiermit an die Hand geben möchte.

Ausgangspunkt?

Sie sollten wissen, wo Sie gerade stehen. Was können Sie besonders gut, wo haben Sie noch Entwicklungspotenziale? Ehrliche Selbstreflektion ist das A und O der Zielerreichung. Wenn Sie wissen, wo Sie stehen und wer Sie sind, können Sie auch gezielt an Ihren Fähigkeiten arbeiten.

Ziel?

Wo möchten Sie hin? Was ist Ihr Ziel? Wichtig dabei ist nicht jetzt schon zu wissen, wo Sie in fünf Jahren stehen wollen. Das halte ich für übertrieben, da es unnötigen Druck erzeugt. Sein Sie sich über Ihre nächsten Schritte bewusst. Was möchten Sie als nächstes erreichen? Seinen nächsten Schritt zu wissen ist sehr wichtig.

Weg?

Wie kommen Sie am schnellsten an Ihre Ziele? Und vor allem: Wer kann Ihnen dabei helfen, schnell an Ihre Ziele zu kommen? Die meisten Menschen fragen sich: „Was ist mein Ziel und wie kann *ich* es erreichen.“ Fragen Sie sich lieber: „Was ist mein Ziel und wer kann mir dabei helfen, es zu erreichen?“ Das ist der schnellste Weg.

2.3.6 Respekt

Alphafrauen führen Menschen über Respekt. Sie respektieren vor allem ihren Status und passen sich diesem optimal an. Der Status ist, wie bereits erwähnt, entscheidend für den Erfolg. Noch einmal: Vor jeder Begegnung findet zunächst ein Statuskampf statt. Erst wenn geklärt ist, wer an welcher Stelle der Rangordnung steht, kann es richtig losgehen. Und das ist auch in der Berufswelt so. Auch bei ranghohen oder ranggleichen Mitarbeitern wird untereinander entschieden, wer den höheren Status hat.

Lassen Sie es mich noch einmal etwas genauer ausführen.

Sie laufen durch Ihr Büro. Ein Kollege/eine Kollegin kommt Ihnen entgegen. Sie laufen direkt aufeinander zu. Wer weicht zuerst aus? Die Person, die zuerst ausweicht, hat automatisch in dieser Situation den tieferen Status eingenommen. Außer die Person, die ausweicht, macht dabei eine gönnerhafte Geste, mit der sie den Vortritt lässt. Dann ist diese Person in einem höheren Status. Das Gleiche passiert auch, wenn man durch eine Tür geht. Wer geht zuerst? Die Person mit dem höheren Status. Eine Alphafrau hat meist automatisch, auf Grund ihrer souveränen Ausstrahlung, den höheren Status. Doch die meisten Frauen überlassen den Vortritt oder ihr wird gönnerhaft der Vortritt gelassen. Beobachten

Sie, wie oft Sie zuerst gehen? Das spielt sich alles ganz unbewusst ab und viel macht dabei auch die Gewohnheit.

Zusammengefasst: Wahre Alphas verschaffen sich Ihre Stellung durch Toleranz, Respekt, Akzeptanz, Wertschätzung, Wirkung und eine klare Botschaft. Sie müssen sich nicht über ihre Mitmenschen stellen, um sich selbst besser zu fühlen.

Quote hin oder her, das Fundament ist die Persönlichkeit jeder einzelnen Führungskraft.

2.4 Ist nun die Quote sinnvoll?

Ehrlich gesagt hab ich keine Ahnung! Ändert unsere Meinung über die Quote etwas daran, dass es sie gibt? Ich glaube nicht!

Also, lassen Sie uns das Beste daraus machen. Nämlich an uns denken. An jede einzelne Frau mit ihren Stärken und Potenzialen. Jetzt ist die Zeit diese auszubauen.

Der Vorteil einer Quote ist, dass ganz schnell knapp ein Drittel Frauen an der Spitze sind, die ihre weiblichen Führungsqualitäten unter Beweis stellen können.

So hätten auch Frauen mit wahren weiblichen Führungseigenschaften die Möglichkeit, sich Gehör und Ansehen zu verschaffen. Die Frauen, die derzeit an der Spitze sind, sind für die weiblichen Eigenschaften einer erfolgreichen Frau nicht gerade repräsentativ. Sie sind noch sehr stark maskulin geprägt.

Natürlich hätten es die Quotenfrauen in ihrer Position erst einmal sehr schwer, doch in ein paar Jahren wird es ganz normal sein, dass sie an der Spitze von großen Organisationen sind. So wie Frauen jetzt arbeiten gehen dürfen, ohne ihren Mann zu fragen. Das war beim Beschluss 1977 ein Skandal, mittlerweile ist es ganz normal. Eine Quote würde somit zunächst dafür sorgen, dass auch Frauen an der Spitze sind, die dem weiblichen Durchschnitt entsprechen. Mehr weibliche Energie tut jedem Unternehmen gut, das wird sich auch bald, wie ganz selbstverständlich, unter Beweis stellen.

2.5 Über die Autorin



Marina Friess ist seit 2005 Unternehmerin. Mit ihrem Weiterbildungsinstitut Feminess | Female Business unterstützt sie Geschäftsfrauen und Frauen mit Führungsverantwortung beim Aufbau und Ausbau ihres Unternehmens. In diesem Zusammenhang hält Frau Friess unzählige Vorträge und veranstaltet jährlich Kongresse im ganzen deutschsprachigen Raum.

Seit 2015 ist sie Dozentin für Eigenmarketing an der Steinbeis Hochschule Köln und Marketingvorstand des Deutschen Managerverbandes.

Zahlreiche Publikationen in Online- und Printmedien wie Focus, Stern, Cash, Handelsblatt und Wirtschaftswoche sowie das jüngst erschienene Buch – Die Alpha DNA – machen sie zu einer gefragten Expertin zum Thema „Status-Prinzip“ – der Erfolgsgarant für Geschäftsbeziehungen. Anhand von anschaulichen Beispielen aus ihrer Praxis erläutert sie die Wirksamkeit dieses Prinzips: Denn je höher der eigene Status, desto wahrscheinlicher ist der geschäftliche Erfolg.

Ihre Kunden lesen sich wie das Who is Who der deutschen Wirtschaft – Deutsche Bahn AG, s.Oliver, Timberland, Deutsche Bank AG, ...

Das Profil von Marina Friess runden unabhängige Expertenmeinungen ab, die ihr Know-how schätzen und ihr die Qualitätszertifizierungen „Qualitäts Experte“ und „Top-Speaker“ verleihen.

Weitere Infos unter www.feminess.de.

Literatur

- Bund, K., & Heuser, U. (2012). Verändern sie die Welt?. <http://www.zeit.de/2012/49/Frauen-Fuehrungsposition-Wirtschaft>. Zugriffen: 20. Nov. 2015
- König, A. (2012). Der Führungsstil von Steve Jobs. <http://www.cio.de/a/der-fuehrungsstil-von-steve-jobs,2878624>. Zugriffen: 3. Dez. 2015
- Wiley J. & Sons (2013). *The Athena Doctrine: How Women (and the Men Who Think Like Them) Will Rule the Future*. San Francisco: Jossey-Bass.

Chefsache Frauenquote

Pro und Kontra aus aktueller Sicht

Buchenau, P. (Hrsg.)

2016, XII, 204 S. 5 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-12182-2