



FEMME DIGITAL - WEIBLICHE FÜHRUNGSKRÄFTE IM DIGITALEN ZEITALTER

© 15. September 2018



Trotz andauernder Debatten über Frauen in Führungsetagen und Quoten in Aufsichtsräten scheint der Aufstieg in Managerpositionen für weibliche Mitarbeiter schwerer zu sein als für ihre männlichen Kollegen. Das belegen auch Studien: So sind lediglich 7,8 Prozent der Vorstandsmitglieder von DAX-Unternehmen weiblich.

Zwar zeichnet sich eine deutliche Steigerung über die vergangenen sechs Monate ab, doch laut Experten könnte es noch bis 2040 dauern, bis Frauen ein Drittel der Vorstandspositionen einnehmen. Auch in Deutschland sind weibliche Führungskräfte noch immer eine Seltenheit. Im europäischen Ländervergleich belegt Deutschland mit einem Frauenanteil von 12,1 Prozent in den 30 wichtigsten börsennotierten Unternehmen den letzten Platz. Dabei agieren weibliche Arbeitskräfte als ein wichtiger Faktor der deutschen Wirtschaft. „Zu wenige Unternehmen erkennen bisher das Potenzial

von Frauen in Führungsetagen. Sie bringen neue Ansichten und Blickwinkel in die Managerebenen und bieten zusätzlich einen modernen Führungsstil“, erklärt Dr. Consuela Utsch, Geschäftsführerin der Acuroc GmbH und AQRO GmbH sowie Expertin für Human Resource Management. „Frauen sollten die Chancen der Digitalisierung annehmen und sich so erfolgreich auf dem Berufsmarkt positionieren.“

Raus aus dem Mittelfeld

Weit über die Produktion hinaus verändern Technologien und Automatisierungen zudem die Arbeitsprozesse innerhalb von Betrieben. Agilität ist nicht nur zum Trend geworden, sondern ist auch wichtiger Bestandteil eines jeden Unternehmens. Die sogenannten Soft Skills gewinnen dadurch immer mehr an Bedeutung. Aufgrund steigender Komplexität der Aufgaben – auch auf der Managementebene – besteht mittlerweile eine Notwendigkeit von Teamarbeit, Kooperation und Kommunikation. Kompromisslose Macher sind in solchen Bereichen oft fehl am Platz. Frauen profitieren von diesen Entwicklungen, da Soft Skills vor allem weiblichen Arbeitskräften zugeschrieben werden. So neigen Frauen laut einer Studie viel häufiger zu einer positiven Einstellung als Männer. Zudem übertreffen sie ihre männlichen Kollegen unter anderem in Konfliktmanagement, Teamwork und Erfolgsorientiertheit. Doch während ihre männlichen Kollegen weiter aufsteigen, setzen sich Frauen oftmals nicht über das mittlere Management hinaus durch.

„Häufig warten weibliche Angestellte darauf, gesehen zu werden, anstatt selbst Initiative zu zeigen. Männer hingegen haben erkannt, dass Eigenvermarktung und Sichtbarkeit von Erfolgen für den Aufstieg in höhere Etagen von enormer Wichtigkeit sind“, so Dr. Utsch. Karriereplattformen ermöglichen beispielsweise, die eigene Person und Kompetenzen wirksam in Szene zu setzen. Veränderungen und Neuerungen lassen sich durch den hohen Grad an Mobilität ganz einfach in Online-Profilen und -Lebensläufen über Apps auf dem Handy anpassen, verbessern, zudem lassen sich so Netzwerke aufbauen. Dabei sind Frauen angehalten, darauf zu achten, sich von ihren männlichen Mitstreitern abzuheben. „Neben den fachlichen Kompetenzen sollten soziale Kompetenzen, Einfühlungsvermögen und Teamfähigkeit als Schwerpunkte präsentiert und auch effektiv gelebt werden“, betont Utsch. „Denn Betriebe wandeln sich immer mehr zu agilen Organisationen mit moderner Unternehmenskultur, die großen Wert auf diese Fähigkeiten legen.“

Gläserne Decke im digitalen Zeitalter

Der Beste bekommt den Job – das hören viele Bewerber immer wieder. Doch lässt sich vermuten, dass bewusste oder unbewusste Vorurteile wie in Bereichen der Qualifikation oder eine männlich geprägte Unternehmenskultur es Frauen schwer machen, in höhere Managementetagen aufzusteigen. Dieses System wird als gläserne Decke bezeichnet, jedoch scheint sie infolge neuer Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt Risse zu bekommen. „Betriebe sind gezwungen, auf die Veränderungen zu reagieren, um neue Mitarbeiter zu finden und die bestehenden an sich zu binden“, so Dr. Utsch.

„Die Möglichkeit eines Home-Office oder flexible Arbeitszeiten befähigen Frauen, Familie und Beruf besser zu vereinbaren und gleichzeitig ihre Karriere weiter voranzutreiben. Des Weiteren bietet die Digitalisierung mithilfe von Software-Lösungen an, Stereotype zu vermeiden.“ So ermöglichen Programme, Name, Alter und Geschlecht der Bewerber zu schwärzen, während andere Systeme Online-Bewerbungen auswerten, diese anhand von Keywords beurteilen und relevante Kandidaten priorisieren. Weibliche Bewerber sollten sich Schlagwörter zunutze machen und in ihren Schreiben die eigenen Qualifikationen in den Vordergrund stellen. Persönlichkeit, Eigeninitiative und Zuverlässigkeit zeigen sich meist erst in Gesprächen. Zwar sind Unternehmen gezwungen, sich an die Veränderung auf dem Arbeitsmarkt anzupassen und ihren Blickwinkel für weibliche Führungskräfte zu weiten, doch können Frauen sich auch selbst mit sinnvollen Schritten in der Berufswelt neu aufstellen.

Weitere Informationen über die Acuroc GmbH und über die AQRO GmbH unter www.acuroc.de und www.aqro.eu