

Workshop

„Frauenkarrieren“ bei Würth Elektronik eiSos
mit Impuls von Spitzenfrau Tanja Hochschild

12. Juli 2019, 13.30-16.30 Uhr
in Waldenburg

Agenda

1. Einführung durch Tanja Hochschild: „WoMen: We lead together!“
2. Diskussionsthema 1:
Stereotype und unbewusste Vorurteile in Bezug auf Frauen in Führungspositionen
3. Diskussionsthema 2:
Weibliche Rollenvorbilder identifizieren und sichtbar machen
4. Diskussionsthema 3:
Geschlechtergerechte Ansprache bei Stellenausschreibungen & in der internen Kommunikation

Einführung durch Spitzenfrau Tanja Hochschild

Dipl.-Technomathematikerin,
Global Head of Post Merger
Integration and Head of Software
Development within the eiSos
Group
Würth Elektronik eiSos



„WoMen: We lead together!“

- Diversity statt Monokultur!
- Großes Potenzial an Frauen im Unternehmen: 37 % der Belegschaft weiblich, im Innendienst sogar 45%.
- Frau Hochschild ist aktuell die einzige Frau im Geschäftsleitenden Gremium, Frauen sind bis zum mittleren Management gut in Führungspositionen vertreten, dann nimmt die Repräsentanz stark ab.
- In Zukunft sollen (noch) mehr Frauen in Führungspositionen kommen.
- Seit Herbst 2018 wird intensiv an den Themen Diversity/Frauenkarrieren gearbeitet – dabei sind besonders folgende Aspekte im Fokus:
Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Mentoring, Karriereplanung, Fach-/Führungskarriere

Diskussionsthema 1: Stereotype und unbewusste Vorurteile in Bezug auf Frauen in Führungspositionen

1. Stereotypen generell

- Helfen unser Denken zu strukturieren und schneller Entscheidungen zu treffen
- Viele Stereotypen im Alltag z.B. für Nationen („der Franzose“), Alter, Frauen („das schwache Geschlecht“), nach Stimme uvm.
- Stereotypen sollen vereinfachen, werden dabei oft zur Verallgemeinerung
- Studien belegen: Erfolgreiche Frauen werden als unsympathisch bewertet
- Studien belegen: Auch bei Trainings gegen Stereotypen bleiben diese in den Köpfen persistent

2. Reflektion: Beispiele aus dem Alltag der TN

- Jede Frau kann Beispiele aus ihrem Alltag benennen, derartige Situationen wurden oft auch bereits im geschäftlichen Umfeld erlebt
- „verbale Aufgeschlossenheit bei gleichzeitiger Verhaltensstarre“: alle wissen darum, aber niemand tut aktiv etwas dagegen
- Stereotypen können auch an Jobs/Rollen hängen: in Rolle XY verhält man sich erwartungsgemäß soundso
- „Chefs sind männlich und bringen ihre Frauen auf Veranstaltungen mit“
- Stereotypen werden unbewusst immer weiter bedient ☹ man sollte aktiv und bewusst dagegen agieren
- Frauen suchen immer die goldene Mitte: bloß nicht zu forsch, bloß nicht zu zurückhaltend, Harmonie
- Frauen nehmen zu häufig hin und fordern zu wenig
- nachfolgende Generationen erleben Stereotypen weniger stark, da bereits ihre Mütter berufstätig waren

3. Lösungsansatz gegen Stereotypen

- Verhaltensdesign entwickeln, um die Muster der Stereotypen zu durchbrechen.

4. Verhaltensdesign gegen Stereotypen

- „Frauen schreiben Protokoll“: Protokoll wird von jd. Sitzungsteilnehmer abwechseln geschrieben
- „Frauen beschreiben das Flipchart, sie haben die schönere Schrift“: Flipchart & stehende Position als Bühne nutzen, um das Gespräch zu lenken
- „Frauen im Nachteil bei Stehempfang wg. Körpergröße“: Meetings im Sitzen
- „Schwangere Frauen gehören nicht mehr zum Führungskräftepotential“: Karriereentscheidungen von Tandems Mann + Frau getroffen oder durch Einbinden einer Diversitybeauftragten. Stellenbesetzung nach festgelegten Kriterien.
- „Karriere von Frauen aufgrund gutem Verhältnis zum Chef oder als Quotenfrau“: Transparenz der Karrierewege, Beförderungslogik, Begründungen bei Aufstiegen. Aktives Vorgehen gegen die Gerüchteküche.

4. Verhaltensdesign gegen Stereotypen

- „Die Frau geht in Elternzeit, nicht der Mann“: Positive männl. Rollenvorbilder fördern, z.B. aktives Nachfragen, ob Mann 6 oder 12 Monate Elternzeit nimmt.
- „Karriere in Teilzeit ist nicht möglich“: Meetings zu KITA-Zeiten, Teilzeit wird von den männlichen Chefs vorgelebt. Sanktionierung von Überstunden.
- „wer in Meetings viel redet macht Karriere“: Redezeit in Meetings vergeben, z.B. Redeball, Stoppuhr
- „Männer treffen sich zum Bier, Frauen zum Kaffee“: Auf Männer- / Frauensprache achten; Trainings in Verhaltenstaktiken (Buch Modler, Arroganzprinzip).

5. Weitere Ansätze im Unternehmen

- Frauenförderung muss auf oberster Ebene beginnen, um Stereotypen zu durchbrechen, z.B. eine andere Ansprache und Ermutigung als Männer bei der Besetzung von Führungspositionen
- Etablierung einer Fehlerkultur hilft Frauen ihre Unsicherheiten zu überwinden und sich mehr zuzutrauen
- Gemischte Führungsteams fördert das Verständnis für die Kommunikation und das Führungsverständnis des jeweils anderen Geschlechts
- Männer haben schon immer eine Männerquote, Frauen sollten sich nicht dafür schämen, über eine Frauenquote an eine bestimmte Position gelangt zu sein

Diskussionsthema 2

Weibliche Rollenvorbilder identifizieren und sichtbar machen

1. Wir werden alle durch Rollenvorbilder geprägt: Was sind Vorbilder?

- „Sie brauchen Kinder nicht zu erziehen, sie schauen sich sowieso alles ab.“
- Experiment: Frauen, die vor einem Vortrag Bilder von erfolgreichen Frauen gezeigt bekamen, wiesen eine bessere Performance auf als Frauen, die keine Bilder oder Bilder von erfolgreichen Männern gezeigt bekamen
- Starke Rollenvorbilder für Frauen in Deutschland: Frau Merkel, Carolin Kebekus, die eigene Mutter, weibliche Schulleitung, Professorin mit Kind
- Gegen das „Prinzessinnen-Syndrom“ anarbeiten
- So will ich es auch machen versus so will ich es eben nicht machen.
- Wichtig: Weibliche Vorgesetzte, die fordern und fördern.

2. Eigenschaften von Rollenvorbildern: Was macht Frauen zu Vorbildern?

- „Ich-Botschaften“
- Transparenz: Wie haben Frauen Führungspositionen erreicht?
- Frauen mit Leidenschaft und Freude an Gestaltung und Macht
- Authentizität: sich nicht verstellen (müssen)
- Bewusstsein: Frauen in Vorbildpositionen müssen sich ihrer exponierten Rolle als Vorbild bewusst sein, damit sie diese Rolle nach außen und innen ausfüllen können
- Frauen sollen andere Frauen nachziehen: Vorbilder für Frauensolidarität
- Vorbilder zu reduzierter Arbeitszeit, für Vereinbarkeit von Familie und Beruf

3. Weibliche Rollenvorbilder sichtbar machen: Was kann das Unternehmen tun?

- Welche potenziellen Rollenvorbilder gibt es intern? Z.B. Fr. Hochschild (GL), Fr Ott (führt in Teilzeit, Fr. Walz (wächst gerade in eine Führungsaufgabe), Fachexpertinnen?
- Welche Bilder vermittelt das Unternehmen (in Broschüren, auf der Website)?
- Frauen mit Leidenschaft für ihren Beruf, für Führung sichtbar machen
- Frauen bei Veranstaltungsmoderation und als Referentinnen einsetzen (z.B. wenn Projekterfolge im Unternehmen kommuniziert werden)
- Frauen dürfen nicht automatisch die Caretaker sein (Protokolle, Kaffee)

3. Weibliche Rollenvorbilder sichtbar machen: Was kann das Unternehmen tun?

- Rollenvorbilder sichtbar und erlebbar machen durch Interviews oder im persönlichen Gespräch
- Artikel in der Unternehmenszeitschrift oder Expertinnen-Podcast: Interviews etc, idealerweise in eigener Rubrik „Frauen bei Würth“
- Spannende und inspirierende Frauen zu Veranstaltungen ins Unternehmen einladen (Topfrauen, Unternehmerinnen, Gründerinnen, Sportlerinnen, Künstlerinnen etc)

3. Weibliche Rollenvorbilder sichtbar machen: Was kann das Unternehmen tun?

- Frauennetzwerk in der Region aufbauen
- Eigene Veranstaltungsformate/-reihen zum Thema „Frauen in Führung“ oder „Frauen bei Würth“ (z.B. Netzwerk-Frühstück für Führungsfrauen aus der Hohenlohe, vll sogar mit einem Repräsentanten aus dem Vorstand)
- GL sollte noch einmal öffentlich Farbe bekennen, am besten durch Absichtserklärung im Unternehmensmagazin
- Für Frauen muss Selbstpräsentation selbstverständlich werden!
- Vorbildfunktion in Führungskräfte-Seminaren thematisieren
- Workshops zum „Karrierekiller Konjunktiv“ / „Kaffee – Kekse – Kopien“
- Social Media einsetzen: Wer repräsentiert den männerdominierten Außendienst?
- (noch) untypische Männermodelle zeigen: Elternzeit, Teilzeit
- Das WIE statt das OB kommunizieren und Wege für Frauenkarrieren aufzeigen!

Diskussionsthema 3

Geschlechtergerechte Ansprache bei Stellenausschreibungen & in der internen Kommunikation

1. Hindernisse

- Zu technische Ansprache
- Stärken zu ausdifferenziert – weil Männer von sich und ihren Stärken überzeugter sind als Frauen. Frauen mehr ihre Schwächen reflektieren.
- Kalte Farben.
- Widerspruch Bild – Text: Frauen gesucht, aber keine Frau auf dem Bild. Teamgeist erwartet, aber kein Team zu sehen.
- „Männliche Begriffe“, sprich Begriffe, die eher den Kampfgeist von Männern ansprechen: gewinnen, verfolgen, männliche Berufsbezeichnungen, Beispiel Ingenieur, da hilft es auch nicht, dass dahinter m|w|d steht.
- Fehlende Unternehmensstory: Bei dem vorgelegten Beispiel war das Bildmotiv ein Segelboot, ohne dass klar wird, was Würth mit dem Segelboot zu tun hat.

2. Treiber

- Authentisch sein.
- Den positiven Unternehmens-Spirit vermitteln.
- Unternehmenskultur mit Emotionen vermitteln. Beispiel: $1+1=3$ So wird was draus.
- Das Menschliche überbringen.
- Den Teamgedanken (wenn passend) deutlich machen.
- Frauen träumen gerne; träumen im positiven Sinne: denken gerne weiter. Daher Unternehmensziele und Aufgaben mit Visionen verknüpfen.
- Flexible Teilzeitmodelle für Frauen und Männer (und andere reizvolle Selbstverständlichkeiten des Unternehmens) vermitteln.

3. Auch bei der interne Kommunikation zu beachten

- Männliche Formen, Beispiel Mitarbeiter, vermeiden, besser von Mitarbeitende, Belegschaft, oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- Rollenvorbilder sichtbar machen. Beispiel: In der Mitarbeiterzeitschrift wurden vier Väter in Elternzeit vorgestellt.
- An die Bildsprache denken. Beispiel Messebilder: Frauen nicht nur in der Funktion von Hostessen abbilden.

Projekträger und Unterstützer

Das Projekt Spitzenfrauen BW wird durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) und des Landes Baden-Württemberg unterstützt.

Projekträger ist das Steinbeis-Innovationszentrum Unternehmensentwicklung an der Hochschule Pforzheim unter der Leitung von Prof. Dr. Barbara Burkhardt-Reich und Prof. Dr. Elke Theobald.



GEFÖRDERT VOM MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT,
ARBEIT UND WOHNUNGSBAU BADEN-WÜRTTEMBERG
AUS MITTELN DES EUROPÄISCHEN SOZIALFONDS

