

## **Frauen in Führungspositionen – Wie sieht es denn mittlerweile aus?**

Noch immer sind die meisten Führungspositionen in deutschen Unternehmen fest in den Händen von Männern. Aufgrund der „gläsernen Decke“ werden sie es wohl auch noch eine ganze Zeit sein.

Das ernüchternde Ergebnis einer Studie des Karlsruher KIT zeigt, dass der Frauenanteil auf Managementpositionen in den 331 größten deutschen Unternehmen im unteren einstelligen Bereich ist. Dass das nicht zwangsläufig so sein muss, zeigt der internationale Vergleich. Dieser zeigt, dass Deutschland im Vergleich zu anderen hochindustrialisierten Ländern auf den hinteren Plätzen rangiert. In den Vergleichsländern gibt es nur wenige, in denen die branchenunabhängigen Managementpositionen so stark von der Männerquote dominiert werden. In Norwegen liegt der Frauenanteil in Führungskreisen bereits bei 40%.

Dieser Umstand ist ein Manko für die deutsche Wirtschaft, denn, so formuliert es Landesministerin (NRW) Steffens: „Frauen sind heute hochqualifiziert, doch ihr Potenzial geht unserer Gesellschaft vielfach verloren“.

Doch was tun? Reicht es eine Frauenquote durchzusetzen? Wohl kaum. Auf einem von der Bayer AG einberufenen Fachforum „Schlüsselfaktor F&E. Personalstrategien für die Zukunft entwickeln: Potenziale von Frauen nutzen“ am 20. Juni 2011, ging es um die Frage nach dem Weg zu einer höheren Frauenquote. Gemeinsam mit den Projektpartnern BP Europa und Henkel AG & Co. KGaA sollten Erfahrungen zu einem Modellprojekt ausgetauscht werden. In dem Projekt wurde zwei Jahre lang getestet, wie sich der Anspruch nach mehr Frauen in den höheren Positionen verwirklichen lässt. Dazu gab es auf dem Fachforum am einen Erfahrungs- und Erkenntnisaustausch.

Laut Bayer Arbeitsdirektor Van Osselaer, hat das Unternehmen die Weichen gestellt und bereits konkrete Zielvorgaben entwickelt, die nun mit weiteren Schritten in die Tat umgesetzt werden sollen.

BP-Personalvorstand Michael Schmidt merkte an, dass sich das Unternehmen seit Jahren für eine positive Entwicklung engagiere und vor allem durch flexible Arbeitszeitmodelle und die Teilung von Arbeitsplätzen gute Erfolge erzielen konnte.

Bei Henkel sind die Erfolge bereits an Zahlen festzumachen – in der Kosmetiksparte liegt der Frauenanteil in Führungspositionen bereits bei 44%. Allerdings befände sich das Unternehmen trotz erster Erfolge immer noch mitten im Kulturwandel, äußerte Dr. Simone Siebeke, Corporate Vice President HR Kosmetik/Körperpflege.

Obwohl in den Unternehmen erste Erfolge zu verzeichnen sind, bleibt der an Weg ans Ziel wohl noch ein weiter. Das zeigen auch die Ergebnisse des Fachforums, denn es wurde deutlich, dass für eine nachhaltige Entwicklung zunächst die grundlegenden Denkstrukturen zu mehr Geschlechtergerechtigkeit entwickelt werden müssen. Und diese Aufgabe ist wahrlich keine leichte.