

Der Frauenmangel als Geschäftsmodell

Der Bund / 2.6.2017 / Yvonne Debrunner

Die beiden Geschäftsführerinnen von Getdiversity finden für Unternehmen das, wonach viele suchen: Frauen für Verwaltungsräte.



Noch eine Ausnahme: BEKB-Präsidentin Antoinette Hunziker-Ebnetzer hat sich in einer Männerdomäne durchgesetzt

Das Publikum des Swiss Economic Forum, das gestern in Interlaken begann, ist homogen: Männer in Anzügen und Krawatten – ein Abbild der Wirtschaftswelt. Für Esther-Mirjam de Boer und Carla Jane Kaufmann kein Grund zu klagen. Sie haben den Mangel an Frauen in Führungsetagen zu ihrem Geschäftsmodell gemacht. Ihr Unternehmen Getdiversity vermittelt Verwaltungsrätinnen und unterhält ein Netzwerk aus 100 Frauen. Wer Verwaltungsratsmandate sucht, kann sich bewerben und beitreten. Wer genug Mandate hat, tritt wieder aus.

Verwaltungsrätinnen zu finden, sei nicht einfach, heisst es. Wie machen Sie das?

De Boer: Durch Recherche im Internet, auf LinkedIn oder Xing. Meistens kommen die Frauen aber direkt zu uns, weil sie sich für Verwaltungsratsmandate interessieren. Sie bewerben sich für das Netzwerk. So lernen wir sie kennen und versuchen sie zu platzieren. Wir schreiben jedes Verwaltungsratsmandat intern aus und fragen auch nach Empfehlungen. Die 100 Frauen wirken dann wie Multiplikatorinnen. Wir kommen so immer wieder zu spannenden Frauen, die nicht

öffentlich bekannt sind.

Kaufmann: Dadurch, dass Getdiversity schon seit 10 Jahren auf dem Markt ist, haben wir für jede Branche einige valable Kandidatinnen.

Sie sprechen von drei Mythen, mit denen Firmen den tiefen Frauenanteil in ihrem Verwaltungsrat erklären. Der erste sei, dass es in der Branche kaum Frauen gebe. Das ist doch ein berechtigter Einwand, etwa in der Maschinenindustrie.

De Boer: Natürlich gibt es verhältnismässig wenig Maschineningenieurinnen. Nur: In einem Industriebetrieb müssen Sie nicht den ganzen Verwaltungsrat mit Maschineningenieuren und Maschineningenieurinnen besetzen. Wenn Sie das tun, haben Sie fachlich eine schlechte Diversität. Es braucht auch finanzielles oder juristisches Wissen, allenfalls Markt-Know-how, Brand-Know-how oder Vertriebs-Know-how. Man muss den Horizont öffnen.

Sind die Suchkriterien zu eng?

De Boer: Die Unternehmen haben konkrete Vorstellungen. Dort setzt unser Beratungsprozess an. Wir helfen, das Profil zu überdenken. Wir schlagen auch Frauen vor, die vielleicht nicht genau der ursprünglichen Vorstellung

entsprechen, erklären aber, weshalb sie geeignet sind. So kommen auch Frauen zu Mandaten, die ansonsten gar nicht erst eingeladen worden wären.

Dafür sind die Unternehmen offen?

Kaufmann: Jene, die zu uns kommen, schon. Die meisten Unternehmen suchen Verwaltungsräte aber nicht über einen professionellen Prozess, sondern schauen mal in ihrem Kollegenkreis. Meistens ist es der Verwaltungsratspräsident, der in seinem Kollegenkreis sucht, und da hat es halt meistens wenig Frauen. Der zweite Mythos lautet: Frauen wollen gar nicht. Das stimmt nicht? *De Boer:* Es gibt viele Frauen, die nicht wollen. Aber auch viele Männer. Das ist nicht das Kriterium. Man muss mit denen arbeiten, die möchten. Und nicht über die klagen, die nicht wollen.

Wie kommt dieser Mythos zustande?

De Boer: Wir treffen immer wieder Männer in Verwaltungsräten, die in ihrem eigenen Umfeld gesucht haben. Sie haben ein paar Frauen angesprochen und die haben Nein gesagt. Aus unterschiedlichsten Gründen. Aber wenn die Männer zwei, drei Mal ein Nein erhalten haben, haben sie das Gefühl, die Frauen wollen gar nicht. Sie denken: Die müssten jetzt doch wollen, wenn wir sie schon fragen. Wir kennen ganz viele Frauen, die wollen. Die nehmen einfach nicht jedes Mandat an. Aber grundsätzlich wollen sie. Der dritte Mythos lautet: Die Frauen haben nicht das richtige Profil.

Was heisst das?

De Boer: Viele Unternehmen haben die Vorstellung, dass alle Verwaltungsräte schon einmal ein paar Hundert Leute geführt und ein paar Hundert Millionen Budgetverantwortung gehabt haben müssen. Das hat eine gewisse Berechtigung. Leute, die nie andere Leute geführt haben, haben keine Ahnung, was es bedeutet, wenn man harte Entscheide fällen muss. Aber die Kriterien sind manchmal sehr strikt. Dazu kommt, dass Leute, die in Stabsfunktionen tätig waren, im HR oder Marketing, nicht so beliebt sind.

Weshalb?

Kaufmann: Es sind Aufgaben, die ihnen zu wenig strategisch sind.

De Boer: Dabei wird Personalpolitik zu einem strategischen Erfolgsfaktor. Im Zuge des Fachkräftemangels, der demografischen

Veränderung und der Zuwanderungsbeschränkung wird sie wichtiger. Personalpolitik ist nicht länger nur eine administrative Supportfunktion. Solche Leute sind auch an der Unternehmensspitze nützlich. Aber das ist vielerorts noch nicht angekommen.

Welche Unternehmen kommen zu Ihnen?

Solche, die stark im öffentlichen Fokus stehen?

De Boer: Nicht nur. Wir haben auch familiengeführte KMU, die überhaupt nicht in der Öffentlichkeit stehen, sondern einfach sagen, das sei ihnen wichtig.

Was ist das grösste Problem beim Vermitteln einer Person?

De Boer: Die richtige Person zu finden, ist Fleissarbeit. Und es braucht Kreativität, die Grenzen im Kopf zu verschieben; dass man mehr zulässt, als das, was spontan richtig erscheint; dass man sich bei jedem Profil immer wieder fragt: Was ist bei dieser Person ein wirklich guter Zug? Der positive Zugang. Nicht: Was fehlt dieser Person?

Was war die speziellste Platzierung?

De Boer: Ein Kunde kam zu uns und sagte: «Ich brauche eine Verwaltungsrätin unter 30 Jahren.» Da habe ich gelacht und gesagt: Du bist dir bewusst, dass bei Personen unter 30 die Erfahrung und die menschliche Reife noch nicht so ausgeprägt sind wie mit 50? Dann hat er sich bereit erklärt, die Spannweite bis 50 aufzumachen. Aber wir haben jetzt tatsächlich jemanden unter 30 Jahren gefunden. Wie kam das Unternehmen auf die Idee, jemanden unter 30 zu suchen? *De Boer:* Digitalisierung. Menschen unter 30 Jahren gehen dieses Thema ganz anders an. Wenn ein Unternehmen bei der Digitalisierung wirklich vorne mit dabei sein will, kann es eine Strategie sein, ganz junge Leute auf oberster Ebene zu involvieren.

Wie haben Sie die junge Frau gefunden?

De Boer: Wir haben sie schon gekannt. Wir haben ein Netzwerk. Wir kennen Tausende Leute, und darunter sehr viele Frauen. Unser Business ist ein Peoples Business.

(DerBund.ch/Newsnet)

Erstellt: 02.06.2017, 13:31 Uhr