

SHE works!

#FRAUEN #WIRTSCHAFT #KARRIERE

WWW.SHE-WORKS.DE

SHE!
SABINE KRINK

TITELTHEMA

NETZWERKEN FÜR DIE
KARRIERE

NETZWERKEN IST ESSENZIELL

SELBSTBEWUSST &
SELBSTREFLEKTIERT

MIT MEHR SICHERHEIT
DURCHSTARTEN ALS FRAU
40+

AUTHENTISCHE
KÖRPERSPRACHE

VON DER EIFEL IN DIE GANZE
WELT

RESTART FOR NEWCOMERS

MYTHOS ELEVATOR PITCH

DIGITAL BALANCE

HELFFEN SIE MÄDCHEN, SICH ZU ENTFALTEN.

Mit einer Patenschaft
Mädchenrechte stärken.



Werden Sie Pat:in!
plan.de



Gibt Kindern eine Chance

Editorial

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

In den letzten Jahren hat sich viel getan in Bezug auf die Sichtbarkeit von Frauen im Berufsleben. Immer mehr Karrierefrauen treten aus dem Schatten hervor und zeigen der Welt, was sie zu bieten haben. Doch trotz dieser positiven Entwicklungen gibt es noch viel Raum für Verbesserung. Viele Frauen zögern immer noch, sich selbstbewusst zu präsentieren und aktiv Netzwerke zu knüpfen.

Es ist an der Zeit, mehr Mut zu haben und sich zu trauen, in der Öffentlichkeit zu stehen. Frauen haben genauso viel zu sagen und zu leisten wie Männer - es ist an der Zeit, dass dies auch entsprechend wahrgenommen wird. Sei es auf Konferenzen, in Führungspositionen oder in der Medienlandschaft - wir müssen uns trauen, unsere Stimme zu erheben und unsere Ideen zu präsentieren.

Ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu mehr Sichtbarkeit und Erfolg ist das Netzwerken.

Kontakte zu knüpfen, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen und Unterstützung zu finden, kann entscheidend sein für die eigene Karriere. Es ist inspirierend zu sehen, wie Frauen sich gegenseitig unterstützen und stärken - das sollten wir weiter ausbauen und fördern.

Also, liebe Leserinnen, seid mutig, seid sichtbar und nutzt eure Netzwerke. Lasst uns gemeinsam dafür sorgen, dass Karrierefrauen die Anerkennung und Wertschätzung erhalten, die sie verdienen. Denn nur gemeinsam können wir wahre Veränderung bewirken.

Inspiziert und gestärkt,

CAROLIN SCHÄUFELE



Carolin Schäufele / Foto Jürgen Jenauer

SHE works!

Carolin Schäufele
Hagenweg 2a
37081 Göttingen

0175-5240053
www.she-works.de

Inhalt

SHE!

Sabine Krink 4

Titelthema

Die Power der Netzwerke8

„Netzwerke sind essenziell für die berufliche
Entwicklung“ 10

Selbstbewusst & selbstreflektiert auftreten 13

Netzwerken – mit mehr Sichtbarkeit beruflich
durchstarten als Frau 40+ 16

Was zieh ich bloß an? 19

Authentische Körpersprache 22

Frauen, Männer – Konflikte 25

Judith Rahner wird neue Geschäftsführerin
des Deutschen Frauenrates 31

Gründen

Von der Eifel in die ganze Welt 33

RESTART for newcomers:
Ein Sprungbrett für das
eigene Unternehmen 34

Über Mut, Familienunter-
nehmen, Demokratie, KI,
Verantwortung und einen
Sieger 36

Elevator Pitch

Mythos Elevator Pitch: Weg mit dem
Marketing-Bullshit 40

Digitalisierung

Digital Balance: Gesunder und effizienter
Einsatz von Social-Media-Marketing 43

Frauen in der Industrie

Nein, Industrie ist nicht nur Männersache!..... 45

Gleichberechtigung

Was hat Butter mit dem
#SDG5 der UN 2030 Agenda zu tun? 48

Fortbildung

Frauen sollen sich direkt
angesprochen fühlen 52



Titelfoto: stock.adobe.com / Von BONI
(Generiert mit KI)

SHE!

Unternehmerinnen stellen sich vor!

In dieser Ausgabe:

Sabine Krink

Gründerin von FRAUEN kaufen bei FRAUEN

... wurde 1965 in Nürnberg geboren. Sie ist Mutter einer Tochter, die ebenfalls selbstständig ist.

Sie hat in der Vergangenheit bereits mehrere Unternehmen gegründet.

Seit 2008 war sie SEO-Expertin und hat freiberuflich für viel kleine und große Konzerne die Texte und das SEO-Management gemacht, um sie mit ihren Keywords auf Platz 1 zu bringen, was mehrfach sehr erfolgreich gelungen ist.

Mit der Marke SUPER SABINE® begleitet und berät sie seit 2016 selbstständige Frauen und Unternehmerinnen als Deutschlands erste Sichtbarkeitsmentorin und führt Frauen in den Erfolg – auf weibliche Art! Dazu erschien 2019 ihr Buch „Die sichtbare Erfolgsfrau – Das 7-Zyklus-Prinzip weiblicher Selbstständigkeit“, was vielen Frauen ein Leitbild ist und in der Rubrik „Wirtschaft“ bei Amazon die Top 25 erreichte.

SiFi



Sabine Krink / Foto Sabine Krink



SHE! Sabine Krink

„Mein Wunsch ist, dass alle Frauen das Gefühl haben, dass sie genug sind!“

Wie definieren Sie Erfolg?

Erfolg bedeutet für mich, dem Leben zu folgen. Wenn wir stets das tun, was wir heute aus unserer Intuition heraus als die Aufgabe spüren, die das Leben uns gibt, sind wir quasi von selbst erfolgreich.... und erfüllt.

Was zeichnet Sie aus?

Meine Visionskraft. Ich bin meiner Zeit oft voraus und sehe das Potenzial, das möglich ist. In jeder Frau und auch im gesamten Frauenfeld. Hinzu kommt, dass mit mir stets Wahrhaftigkeit in den Raum kommt: Es zeigt sich das, was hier wirklich gesehen oder getan oder gesprochen werden will. Und obendrein bin ich sehr umsetzungsstark und folge meinem inneren Ruf.

Wer oder was ist Ihr Motor?

Ich bin stark mit der Natur und Mutter Erde verbunden, die mir immer wieder Lehrmeisterin ist, wie Leben geht. Und damit auch, wie Business geht.

Das, was mich antreibt, ist, dass wir alle miteinander verbunden sind. Alle. Und alles.

Wir können diese Erde nicht ausbeuten, denn wir sind Teil von ihr. Es braucht ein Leben in Verbindung miteinander – zwischen uns Menschen und auch zwischen uns Menschen und Pflanzen, Tieren usw.

Straighter Weg oder Abzweigungen – wie verlief Ihr Berufsweg bisher?

Definitiv Abzweigungen, wenn es um den klassischen Berufsweg geht, denn meinen Beruf der „SEO-Expertin“ gab es zu dem Zeitpunkt ja gar nicht. Die Stunde Null von Google habe ich live miterlebt und die Entwicklung von Suchmaschinenhautnah verfolgt. SEO habe ich mir durch Learning by doing selbst beigebracht. Ich musste mich selbst erfinden, da es die Ausbildungsberufe oder Studiengänge wie heute zu SEO, Social Media und Online-Marketing noch gar nicht gegeben hat. Das Internet gab es noch nicht – da war ich schon 30! Und auch der Beruf der Sichtbarkeitsmentorin ist meine Erfindung.

Gleichzeitig verlief alles immer straight – im Sinne von: Genau so war und ist es wichtig und richtig, mit jedem einzelnen

Schritt und jeder Extra-Schleife, die ich gedreht habe. Es war stets wichtig.

Gibt es Rollenbilder in Ihrem Alltag, denen Sie gern entkommen möchten?

Ich habe mir ein Leben erschaffen, in dem ich mich und mein Sein voll lebe. Ich führe ein zutiefst erfülltes Leben. Dafür bin ich dankbar.

Was ich mir für alle Frauen und Mädchen wünsche, ist, dass keine mehr das Gefühl haben braucht, sie wäre nicht genug, sie wäre am falschen Platz oder sie müsste Angst haben. Dafür braucht es eine Wandlung der Welt – hin zu einer weiblichen Form, in der das möglich ist.

Welche eigene Erfahrung geben Sie anderen Frauen als Tipp mit auf den Weg?

Traue deiner Intuition. Immer.

Folge deiner Intuition. Immer.

Sei du selbst. Immer.

Vielen Dank für das Gespräch!

Titelthema

Die Power der Netzwerke

Warum berufliches Networking so wichtig ist

Von Carolin Schäufele

Seit den Zeiten der antiken Handelsrouten und Hansestädte haben Menschen erkannt, dass Beziehungen und Verbindungen entscheidend für beruflichen Erfolg sind.

Im Laufe der Geschichte sind berufliche Netzwerke zu einem unverzichtbaren Instrument für den Aufbau und die Weiterentwicklung von Karrieren geworden.

WARUM FRAUEN ZU WENIG NETZWERKEN UND WIE SIE ES VERBESSERN KÖNNEN

Trotz des wachsenden Bewusstseins für die Bedeutung von Netzwerken sind Frauen nach wie vor unterrepräsentiert in beruflichen Netzwerken. **Alt bekannt!** Gründe hierfür können unter anderem fehlende Zeit, mangelndes Selbstvertrauen oder auch kulturelle Barrieren sein. Es gilt, diese Hürden zu überwinden. Wir sollten also gezielt an Networking-Veranstaltungen teilnehmen, Mentoring-Programme nutzen und online Plattformen wie LinkedIn für den Aufbau beruflicher

Kontakte nutzen. Maßnahmen, die aber leider noch viel zu selten genutzt werden.

Deshalb hier ein paar Netzwerke, die helfen können:

- ✓ Der Verband deutscher Unternehmerinnen VdU
- ✓ der BPW Germany
- ✓ „Frauen in den Führungsetagen“ - Ein Netzwerk von erfolgreichen Geschäftsfrauen in Führungspositionen unterschiedlicher Branchen,.
- ✓ „Female Founders Network“ - Ein Netzwerk von Unternehmerinnen, die sich gegenseitig unterstützen, Erfahrungen austauschen und Geschäftsideen vorantreiben.
- ✓ „Women in Tech“ - Ein Netzwerk von Frauen aus der Technologiebranche, das sich für mehr Geschlechtervielfalt in der IT einsetzt.
- ✓ „Women in Media“ - Ein Netzwerk von Journalistinnen, Moderatorinnen, Filmemacherinnen und anderen Frauen aus der Medienbranche, das sich für mehr Sichtbarkeit und

Gleichberechtigung in den Medien einsetzt.

- ✓ „International Women's Business Network“ - Ein globales Netzwerk von erfolgreichen Geschäftsfrauen aus verschiedenen Ländern.

UND VIELE WEITERE!

(Siehe www.she-works.de Netzwerke)

Der Beitritt zu einem Karriere-Frauenetzwerk bietet eine Vielzahl von Vorteilen, die das berufliche und persönliche Wachstum von Frauen unterstützen können.

- ✓ Unterstützung und Empowerment: Ein Karriere-Frauenetzwerk bietet eine unterstützende Gemeinschaft von Gleichgesinnten, die Frauen dabei helfen können, ihre Ziele zu erreichen und ihr volles Potenzial auszuschöpfen.
- ✓ Networking und berufliche Entwicklung: Karriere-Frauenetzwerke bieten zahlreiche Möglichkeiten, wertvolle Kontakte in der eigenen Branche zu knüpfen und berufliche Beziehungen aufzubauen.



- ✓ Sichtbarkeit und Anerkennung: Durch die Teilnahme an einem Karriere-Frauen-netzwerk können Frauen ihre Sichtbarkeit in der Branche erhöhen und von anderen Fachleuten und Führungskräften positiv wahrgenommen werden.
- ✓ Inspiration und Motivation: In einem Karriere-Frauen-netzwerk können Frauen von den Erfahrungen, Erfolgen und Herausforderungen anderer Mitglieder lernen und sich inspirieren lassen. Der Austausch mit gleichgesinnten Frauen kann die eigene Motivation steigern.
- ✓ Gleichberechtigung und Diversität: Durch die Teilnahme an einem Karriere-Frauen-netzwerk können Frauen dazu beitragen, für mehr Gleichberechtigung und Diversität in der Arbeitswelt einzutreten.

WIR BRAUCHEN MEHR MENTORINNEN

Mit einer helfenden Hand ist alles etwas leichter, das wissen wir, deshalb sind vielleicht Mentorinnen eine Möglichkeit? Sie unterstützen Frauen dabei, ihre Netzwerkfähigkeiten zu verbessern und effektive Networking-Strategien zu entwickeln.

Mentorinnen können Frauen dabei helfen, sich selbstbewusst zu präsentieren, Gespräche zu führen, Kontakte zu knüpfen und langfristige Beziehungen aufzubauen. Sie können Tipps und Ratschläge geben, wie Frauen sich in informellen Treffen und Netzwerkevents erfolgreich präsentieren können.

Mentorinnen können auch dazu beitragen, dass Frauen in beruflichen Netzwerken

sichtbarer werden und sich als kompetente und engagierte Expertinnen positionieren.

Indem Mentorinnen Frauen ermutigen, sich aktiv an Diskussionen zu beteiligen, Vorträge zu halten und sich für Führungspositionen zu bewerben, können sie dazu beitragen, dass Frauen in beruflichen Netzwerken wahrgenommen und respektiert werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt: Mentorinnen können Frauen dabei helfen können, Mentoring-Beziehungen aufzubauen und selbst Mentorinnen für andere Frauen zu werden. Indem Mentorinnen Frauen dazu ermutigen, ihr Wissen und ihre Erfahrungen mit anderen zu teilen, können sie dazu beitragen, dass Frauen sich gegenseitig unterstützen und in beruflichen Netzwerken agieren.

Mentoring ist jedoch nicht nur für Mentees von Vorteil, sondern auch für Mentorinnen selbst. Durch das Teilen von Wissen, Erfahrungen und Ratschlägen können sie ihr eigenes Leadership- und Coaching-Verhalten verbessern, neue Perspektiven gewinnen und von der Frische und Energie der Mentees profitieren.

GRUNDSÄTZLICHES

Wenn Frauen beginnen wollen, sich aktiv zu vernetzen und an Karriere-Frauen Netzwerken teilzunehmen, sollten sie zunächst folgende Schritte angehen:

Ziele setzen: Es ist wichtig, klare Ziele und Erwartungen zu definieren, die man durch das Networking erreichen möchte. Dies kann beispielsweise die Erweiterung des beruflichen Netzwerks, die Suche nach Mentoring-Möglichkeiten oder die Entwicklung neuer Fähigkeiten sein.

Recherche: Frauen sollten sich über verschiedene Karriere-Frauen Netzwerke informieren und herausfinden, welche Netzwerke ihren Interessen, Zielen und Bedürfnissen am besten entsprechen. Es ist auch sinnvoll, sich über

Veranstaltungen, Treffen und Online-Plattformen zu informieren, um geeignete Networking-Möglichkeiten zu identifizieren.

Aktive Teilnahme: Um von einem Netzwerk zu profitieren, ist es wichtig, aktiv daran teilzunehmen und sich zu engagieren. Frauen sollten an Veranstaltungen teilnehmen, sich mit anderen Mitgliedern vernetzen, Fragen stellen, um Rat bitten und ihre eigenen Erfahrungen teilen.

Kontakte knüpfen: Beim Netzwerken geht es darum, Beziehungen aufzubauen und Kontakte zu knüpfen. Frauen sollten offen auf andere zugehen, sich vorstellen und Interesse an den beruflichen Hintergründen und Erfahrungen anderer zeigen. Ein freundliches und professionelles Auftreten ist dabei entscheidend.

Follow-Up: Nach dem Knüpfen neuer Kontakte ist es wichtig, das Gespräch aufrechtzuerhalten und regelmäßig in Kontakt zu bleiben. Frauen sollten Follow-Up-E-Mails senden, sich für einen interessanten Austausch bedanken und möglicherweise Treffen oder

Gespräche für die Zukunft vereinbaren.

Beitrag leisten: Netzwerken ist keine Einbahnstraße - es geht auch darum, anderen zu helfen und einen Beitrag zur Community zu leisten. Frauen können ihr Fachwissen teilen, Mentoring anbieten, Karriere-Coaching anbieten oder durch die Teilnahme an Diskussionen und Veranstaltungen zur Vernetzung anderer beitragen.

Indem Frauen aktiv an Karriere-Frauen Netzwerken teilnehmen und sich mit Gleichgesinnten vernetzen, können sie ihre beruflichen Chancen erweitern, neue Perspektiven gewinnen und sich in der Arbeitswelt erfolgreich etablieren. Es lohnt sich daher, die genannten Schritte zu befolgen und das Networking als wichtigen Baustein für die eigene berufliche Entwicklung zu nutzen.

Weitere Tipps gefällig?

Bitte umblättern und Lesen!



Titelthema

„Netzwerke sind essenziell für die berufliche Entwicklung“

Der VdU repräsentiert über 1.800 frauengeführte Unternehmen



Verband deutscher Unternehmerinnen

Seit 70 Jahren setzt sich der Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU) für mehr weibliches Unternehmertum, mehr Frauen in Führungspositionen und bessere Bedingungen für Frauen in der Wirtschaft ein. Mithilfe von Informationsveranstaltungen und Events unterstützt der Verband seine Mitglieder. Christina Diem-Puello ist seit Mai 2024 Präsidentin des VdU. Mit SHE works! sprach sie über die Arbeit des Verbandes und die Bedeutung von Netzwerken.

In diesem Jahr feiert der Verband deutscher Unternehmerinnen das 70-jährige Jubiläum seit seiner Gründung im Jahr 1954. Welche Meilensteine hat der Verband seitdem erreicht?

Der VdU begleitete erfolgreich Gesetzesprozesse, wie die Einführung einer Quotenregelung für Frauen in Vorständen, um nur ein Beispiel zu nennen. Hier war der VdU als einziger Wirtschaftsverband maßgeblich an der politischen Umsetzung der gesetzlichen Regelung beteiligt. Darüber hinaus richteten wir internationale Kongresse aus, wie z. B. das W20 Dialogforum 2017, an dem hochkarätige Gäste wie Christine Lagarde oder Königin Máxima teilnahmen. Die Wirkung unserer Arbeit zeigt sich nicht zuletzt in der Anerkennung durch führende Politiker*innen. Angela Merkel würdigte den VdU auf unserer Jahresversammlung 2019 als „die frauenpolitische Stimme in der Wirtschaft“. Auch Bundeskanzler Olaf Scholz bekräftigte kürzlich seine Unterstützung: „Sie haben mich an Ihrer Seite“.

Auf der diesjährigen Jahreshauptversammlung wurde das Jubiläum gebührend gefeiert. Das Programm hat sich inhaltlich der Bedeutung von Digitalisierung, Unternehmerinnengeist sowie Vernetzung und Zusammenarbeit für eine erfolgreiche Innovationskultur im Mittelstand gewidmet. Was sind inhaltlich die wichtigsten Erkenntnisse, die Sie aus den beiden Kongresstagen mitnehmen?

Zentrale Themen waren der Bürokratieabbau, die Digitalisierung sowie die Innovationsförderung für den Mittelstand. Diese Bereiche sind drängende Baustellen der deutschen Wirtschaft, die wir weiter angehen. Aber uns fehlt in Deutschland auch der Mut, Fehler zu machen. Wir müssen eine Unternehmenskultur fördern, die Fehler zulässt und Mut zu unkonventionellen Ideen hat. Es ist an der Zeit, gemeinsam daran zu arbeiten, unseren Innovationsstandort zu stärken und ein innovationsfreundlicheres Umfeld für Unternehmen zu schaffen. Konkret bedeutet das u. a. eine unbürokratische Vergabe



Christina Diem-Puello entstammt einer 100-jährigen Fahrraddynastie und ist Gründerin und Geschäftsführerin der DD Deutsche Dienstrad GmbH, dem Technologieführer und Innovations-treiber im Bereich nachhaltige Mobilität. Seit Mai 2024 ist sie Präsidentin des Verbands deutscher Unternehmerinnen und vertritt damit die weibliche Stimme der deutschen Wirtschaft.

von Fördermitteln sowie die Vereinfachung von Genehmigungsverfahren.

...und wie werden sich diese Fokusthemen auf die nächsten Schritte und Forderungen des VdU auswirken?

Chancen zu erkennen, Risiken einzugehen und innovative Problemlösungen zu entwickeln, sind entscheidend für wirtschaftliches Wachstum. Dafür brauchen wir alle Kompetenzen in diesem Land, insbesondere auch die der Frauen. Deshalb bleibt die Stärkung von Frauen in der Wirtschaft unser vorrangiges Ziel. Zu Innovation und Fortschritt gehört für uns aber auch Optimismus. Die Jahresversammlung zeigte deutlich

die Bereitschaft der Unternehmerinnen, gemeinsam mit der Politik und hoher Loyalität zum Standort Deutschland an einem Strang zu ziehen. Wir bleiben proaktiv und konstruktiv mit der Politik im Dialog, ganz nach dem Motto „unternehmen und machen, anstatt sich nur zu beklagen“.

Erklärtes Ziel des VdU ist es, weibliches Unternehmertum zu stärken. Was sind derzeit die größten Herausforderungen für Frauen, wenn sie Karriere machen wollen?

Ein wesentliches Hemmnis sind strukturelle Faktoren, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erschweren, wie der mangelhafte Zugang zu bezahlbarer und qualitativer

Kinderbetreuung. Auch das Ehegattensplitting setzt finanzielle Fehlanreize und hemmt den Erwerbsumfang. In der Wirtschaft selbst sind viele Unternehmen von einer männlich geprägten Unternehmenskultur dominiert, in der Frauen den ersten Führungsebenen unterrepräsentiert sind. Dabei sind Vorbilder im eigenen Unternehmen wichtig – denn wir können nur werden, was wir erleben und uns vorstellen können!

Welche aktuellen Forderungen und Bemühungen gibt es seitens des VdU, um dem entgegenzuwirken?

Für die Stärkung von Frauen in der Wirtschaft braucht es strukturelle und wo nötig



gesetzliche Rahmenbedingungen, die keine steuer- und sozialversicherungsrechtliche Fehlanreize setzen und die eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie die partnerschaftliche Teilung von Sorgearbeit ermöglichen. Dazu gehört auch, Hindernisse zu beseitigen, die in besonderer Weise Frauen die unternehmerische Tätigkeit erschweren. Beispielsweise haben Frauen einen erschwerten Zugang zu Kapital. Um den „Gender Bias“ zu überwinden, braucht es spürbare Veränderungen bei Venture Capitals, Fördermitteln des Staates und dem Zugang zu klassischen Bankkrediten für Unternehmerinnen.

Der VdU repräsentiert über 1.800 frauengeführte, insbesondere mittelständische Unternehmen. Welche Vorteile haben Frauen von ihrer Mitgliedschaft beim Verband? Was wird ihnen geboten?

Der VdU organisiert regelmäßig regionale und bundesweite Veranstaltungen, die den persönlichen und generationenübergreifenden Austausch zwischen Frauen mit ähnlichen unternehmerischen Herausforderungen fördern. Mitglieder geben ihr unternehmerisches Know-how weiter und machen Mut. In unserer Politischen Tea Time bringen wir hochkarätige Politiker*innen und Mitglieder zusammen, während der „VdU Zukunftsdialog“ Denkanstöße und Lösungen zu unternehmerischen Anliegen bietet. Ergänzt werden diese Begeg-

nungsräume durch digitale Lernformate wie „VdU virtuell“ oder „VdU Lunch & Learn“. Neben wertvollem Wissen bietet der VdU vor allem ein großes bundesweites Netzwerk innovativer Unternehmerinnen.

Besonders im Fokus stehen das lebendige Netzwerk sowie der intensive und generationsübergreifende Austausch unter Frauen in 16 Landesverbänden sowie vielen Ortsverbänden. Warum ist insbesondere ein starkes Netzwerk für Frauen so wichtig?

Netzwerke sind essenziell für die berufliche Entwicklung. Sie ermöglichen den Austausch von Ideen und gegenseitige Unterstützung in einem sicheren Raum. Im VdU spiegelt sich dies durch die aktive Beteiligung der Mitglieder wider. Viele der über 300 Veranstaltungen werden durch ehrenamtliches Engagement in den Landesverbänden organisiert. Unsere Unternehmerinnen verbinden gleichgerichtete unternehmerische Interessen, sie bieten Erfahrungsaustausch auf Augenhöhe, knüpfen Geschäftsbeziehungen und pflegen vertrauensvolle Freundschaften in unserem Netzwerk.

Vielen Dank für das Gespräch!

Mehr Informationen unter www.vdu.de

Titelthema

Selbstbewusst & selbstreflektiert auftreten

Der erste Eindruck zählt

„Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“ ist ein bekannter Spruch, dem viel Wahrheit innewohnt. Wer auf Netzwerktreffen neue berufliche Kontakte knüpfen will, möchte beispielsweise sympathisch und selbstbewusst auftreten, um andere für sich und die eigene Idee/das eigene Start-up zu gewinnen. Doch wie gelingt der erste Eindruck? Heidrun Vössing ist Businesscoach und begleitet u. a. Führungskräfte auf dem Weg zu einem selbstbewussten und selbstreflektierten Auftreten. Mit SHE works! sprach sie über den ersten Eindruck sowie eine gelungene Selbsteinschätzung, und wie es gelingt, sich auf sein Gegenüber einzustellen.

Frau Vössing, Sie arbeiten seit 1994 als Business-Coach und unterstützen u.a. Führungskräfte. Wie sind Sie zum Coaching gekommen und was fasziniert Sie so an Ihrem Beruf?

Bevor ich mich 1994 als Trainerin und Beraterin selbstständig gemacht habe, war ich in einer Führungsposition in einem diakonischen Unternehmen



Foto Heidrun Vössing

Heidrun Vössing ist Diplom Pädagogin, Lehrtrainerin & Lehrcoach, DVNLP und Coach Master Trainerin, ICI. Sie verfügt über eine 30-jährige Expertise als Management-Trainerin, Beraterin und Business-Coach. Sie gehört zu den ersten Coaching-Ausbilderinnen in Deutschland. Im Rahmen ihrer systemisch integrativen Coachingsausbildung unterstützt sie die Teilnehmenden bei ihrer Entwicklung zur professionellen Coach-Persönlichkeit. In ihren Coaching-Seminaren geht es um die Themen Wirkung auf andere, sicheres Auftreten, Resilienz und Führung. www.heidrun-voessing.de

tätig. Dabei war es mir wichtig, nicht nur den Status quo zu erhalten oder zu verwalten, sondern das Unternehmen und die Mitarbeitenden weiterzuentwickeln, also mit Zielen zu führen. Das habe ich mit viel Freude und sehr erfolgreich gemacht. Organisationsentwicklung kann ja nur mit

den beteiligten Menschen gemeinsam funktionieren. So wurde mir klar, dass Personalentwicklung für mich eine Herzensangelegenheit ist. Von dort aus war der Schritt zur Management-Trainerin nicht weit. Business Coaching, so wie es heute existiert, gab es damals noch nicht, das habe



ich später in mein Portfolio aufgenommen. Was mich an meinem Beruf auch nach 30 Jahren immer noch fasziniert? Ich kann Menschen dazu inspirieren und damit einen Beitrag dazu leisten, dass sie sich ihrer Stärken und Potenziale bewusst werden und diese wirksam nutzen können.

Sie bieten u. a. das Seminar „Meine Wirkung auf andere,

Selbstbewusstsein und sicher auftreten im Job“ an. Wie sehr kann ich aber meine Wirkung auf andere beeinflussen?

Jede Person kann ihre Wirkung auf andere Menschen beeinflussen, vorausgesetzt sie ist dazu motiviert. Wenn wir uns nicht intensiv damit beschäftigen, ist ein Großteil unseres Verhaltens jedoch

unbewusst. Im ersten Schritt geht es also darum, dass wir uns unsere Wirkung auf andere Menschen bewusst machen – quasi als Bestandsaufnahme. Dies geschieht idealerweise durch Feedback aus unterschiedlichen Perspektiven. Erst dann können wir wählen, ob wir so oder anders wirken wollen und an den gewünschten Veränderungen arbeiten. In meinem Buch „Wie sehen

mich die anderen?“ beschreibe ich detaillierter, wie sich die Wirkung auf andere Menschen beeinflussen lässt.

Der erste Eindruck zählt, aber wie kann ich einen guten ersten Eindruck hinterlassen? Gibt es da schon Kleinigkeiten, auf die ich achten sollte? Und was sollte ich unbedingt vermeiden?

Dann ist zunächst wichtig, dass Sie sich bewusst machen, was Sie unter einem guten Eindruck verstehen. Wie möchten Sie wirken? Sympathisch, freundlich, kompetent, offen, herzlich, distanziert, willensstark oder entschlossen? Der erste Eindruck wird hauptsächlich durch Gestik, Mimik, Körperhaltung, Stimme und Kleidung geprägt. Er entsteht in Sekundenschnelle im „emotionalen“ Teil unseres Gehirns. Dort werden mehr Informationen wahrgenommen und diese werden sehr schnell und intuitiv verarbeitet. Allgemein gesagt hat ein erster guter Eindruck, etwas damit zu tun, dass Menschen eine positive Ausstrahlung haben. Sie nehmen Blickkontakt auf, verhalten sich freundlich, interessiert, respektvoll und selbstbewusst.

Selbstbewusst auftreten will gelernt sein. Dabei helfen Sie als Coach. Wie kann ich mich trauen, selbstbewusst auf andere Menschen zuzugehen?

Für selbstbewusstes Auftreten ist die eigene Einstellung sehr wichtig, d.h. das, was man

über sich selbst denkt. Dies wiederum beeinflusst unser Selbstwertgefühl. Selbstbewusstes Auftreten braucht ein positives Selbstwertgefühl. Da ist es hilfreich, sich die eigenen Stärken und Fähigkeiten bewusst zu machen. Gerade für Frauen ist es wichtig, nicht zu mädchenhaft rüberzukommen, sondern ihre Stärken auszuspielen.

Selbstbewusst, aber nicht arrogant – wie schaffe ich den schmalen Grat?

Ja, das kann ein schmaler Grat sein. Für mich liegt der Unterschied darin: Jemand, der arrogant wirkt vermittelt dem Gegenüber, dass er oder sie sich für besser oder überlegen hält. Jemand, der oder die selbstbewusst auftritt, weiß um die eigenen Stärken und sieht gleichzeitig auch die der anderen Person.

Wie sehr kann und muss ich mich immer wieder neu auf mein wechselndes Gegenüber einlassen? Besonders bei Netzwerkveranstaltungen kann dies ja durchaus herausfordernd sein ...

Um eine gute Beziehung aufzubauen – und darauf kommt es ja beim Netzwerken an – ist es wichtig, sich auf die andere Person einzustellen, d. h. Rapport aufzubauen. Dies wiederum bedeutet, Gemeinsamkeiten und Ähnlichkeiten in den Blick zu nehmen, wie beispielsweise gemeinsame Interessen oder Themen. Zum Rapport

aufbauen gehört auch, sich im Verhalten körpersprachlich anzugleichen.

Haben Sie abschließend noch ein paar Tipps und Tricks, damit es mit dem Kennenlernen neuer Menschen und ggf. potenzieller Geschäftspartner und Netzwerkfreunde besser klappt?

Netzwerken heißt aus meiner Sicht, gute Beziehungen aufzubauen und basiert auf einem ausgewogenen Geben und Nehmen.

Hilfreiche Tipps können sein:

- ✓ Gehen Sie freundlich auf andere Menschen zu.
- ✓ Zeigen Sie Interesse an anderen Personen.
- ✓ Kommunizieren Sie wertschätzend und machen Sie echte Komplimente.
- ✓ Schauen Sie nicht nur darauf, was die andere Person Ihnen möglicherweise bieten kann, sondern fragen Sie sich andersherum auch, welche Kenntnisse oder Informationen Sie haben, die für die andere Person interessant sein können.

All das trägt wahrscheinlich dazu bei, dass die andere Person sich wohl in Ihrer Gegenwart fühlt und den Kontakt mit Ihnen zu schätzen weiß – die beste Basis für erfolgreiches Networking.

Vielen Dank für das Gespräch!

Titelthema

Netzwerken – mit mehr Sichtbarkeit beruflich durchstarten als Frau 40+

Von Jutta Müller-Liefeld

MEIN PERSÖNLICHER WECKRUF

Mich erwischte es mit Anfang 40. Krise. Unser Unternehmen wurde übernommen. Mein Job war weg. Wie jetzt zum passenden Anschluss-Job kommen? Es klappte, aber der Weg war schwerer als nötig: Hätte ich bloß schon früher mehr Wert auf Netzwerken gelegt. Die Erkenntnis kam etwas spät. Doch lieber spät als nie ist die Devise.

WESHALB SOLLTE FRAU UNBEDINGT NETZWERKEN?

In einer durch Digitalisierung und Globalisierung geprägten Arbeitswelt ist berufliches Netzwerken eine Schlüsselkompetenz. Da kann ein starkes Netzwerk für Frauen über 40 den Unterschied zwischen Stagnation und beruflichem Fortschritt bedeuten.

Das Institut für Arbeitsmarkt – und Berufsforschung fand heraus: Rund 40% der offenen Stellen werden über Beziehungen vergeben, bei Manager-

positionen sind es sogar 70%. Netzwerke verschaffen Zugang zu Jobchancen, Wissen und Mentoren. Das ist besonders wichtig für Frauen, die oft weniger gut vernetzt sind.

Ich war da wohl ein Paradebeispiel: durch meinen Job war ich fünf Tage die Woche auf Reisen – für Netzwerken vor Ort gab es da kaum eine Chance. Die Konsequenz: ich wurde im Unternehmen kaum wahrgenommen.

MEIN LEARNING

Netzwerken nicht erst dann beginnen, wenn eine neue berufliche Aufgabe gesucht wird. Es ist ein kontinuierlicher Prozess, der idealerweise schon früh im Berufsleben beginnt. Kontinuierliches Netzwerken hilft, Beziehungen aufzubauen und zu pflegen, die langfristig von Vorteil sein können.

Ich begann bewusst darauf zu achten, mir ausreichend Zeit für Netzwerken zu nehmen: Slots im Kalender reservieren, Netzwerken bei jeder Gelegenheit, im Aufzug beim Mittagessen, vor Meetings, etc.



Anfangs fiel es mir nicht ganz so leicht, ‚einfach so‘ auf Fremde zuzugehen. Mein Weg war, klein anzufangen – wie mit dem unverbindlichem Smalltalk über das Regenwetter morgens im Aufzug. Schritt für Schritt machte ich weiter. Mit der Zeit wurde es immer leichter. In meinem Netzwerk erfuhr ich später, dass es vielen so ging wie mir. Wir alle haben mal angefangen.

Tipps rund um erfolgreiches Netzwerken findest du im Kasten.

MEIN FAZIT

Netzwerken ist in jeder Lebensphase wichtig - für Frauen 40+ oft die Chance, wieder sichtbarer zu werden den Schub für die Karriere zu finden. Mit Strategie, Aktivität und der richtigen Einstellung kannst du dein Netzwerk ausbauen und profitieren.

Für mich persönlich ist die Rückenstärkung und der wertvolle gegenseitige Austausch mit meinen unterschiedlichen Verbindungen ein wichtiger Teil meines Lebens, auch im Beruf.

Bist du neugierig geworden, wie du dein berufliches Netzwerk noch gezielter für deine Karriere mit 40+ nutzen kannst? Dann hol dir jetzt meinen Leitfaden „Netzwerken mit Plan: dein Erfolgsfaktor für Karriere 40+“ mit weiteren wertvollen Tipps und Strategien.

Schick mir einfach eine Nachricht an kontakt@liefeld-mentoring.de oder über LinkedIn www.linkedin.com/in/jutta-müller-liefeld.

Tipps für
gutes Netzwerken? Auf
dere nächsten Seite!



Jutta Müller-Liefeld ist Karriere-Mentorin, Business Coach, Wirtschaftsmediatorin und Inhaberin und Chief Female Empowerment Officer von Liefeld Mentoring: Selbstbestimmt für dein erfülltes Berufsleben sowie Initiatorin der Netzwerk-Initiative ‚Du verdienst mehr Sichtbarkeit‘.

Sie ist weiter Co-Autorin Löwenbusiness – Inspirierende Geschichten von Erfolg und Selbstbestimmung.

Foto Fritz Philipp

NETZWERKEN LEICHT GEMACHT

Grundlegendes

- ✓ Zielklarheit: Definiere deine beruflichen Ziele und was Du durch Netzwerken erreichen möchtest.
- ✓ Authentizität: Sei authentisch und ehrlich im Austausch.
- ✓ Geben und Nehmen: Netzwerken basiert auf Gegenseitigkeit – biete Unterstützung und nimm Hilfe an.

Wo Netzwerken

- ✓ Berufliche Netzwerke online: LinkedIn, Xing und branchenspezifische Plattformen.
- ✓ Netzwerke offline/hybrid: Branchenspezifische Verbände und Gruppen, Frauenfördernde Netzwerke.
- ✓ Netzwerken ‚immer und überall‘: Veranstaltungen: Konferenzen, Workshops, Messen und Meetups.
- ✓ Interne Netzwerke: Firmeninterne Netzwerke und Frauennetzwerke innerhalb der Firma.
- ✓ Mentoring-Programme: Suche nach formellen Mentoring-Programmen.

Wie vorgehen?

- ✓ Strategisch auswählen: Wähle Netzwerke, die zu deinen Zielen und Interessen passen.
- ✓ Aktiv teilnehmen: Beteilige dich aktiv an Diskussionen und Veranstaltungen.
- ✓ Beziehungen pflegen: Halte regelmäßig Kontakt zu deinem Netzwerk, nicht nur bei Bedarf.
- ✓ Wert anbieten: Teile Wissen und Ressourcen, die für dein Netzwerk nützlich sein könnten.

UND WAS SAGEN DIE TEILNEHMERINNEN?

Maria, Marketing-Managerin, knüpfte auf einer Konferenz den Kontakt zu Lisa, einer Marketing-Direktorin.

Lisa empfahl Maria später für eine neue Stelle, wodurch sie ihre Karriere vorantreiben konnte.

Julia, Ingenieurin, fühlte sich im männerdominierten Umfeld

isoliert.

In einem Frauennetzwerk fand sie in Anna eine Mentorin, die ihr half, Fähigkeiten und Selbstvertrauen auszubauen. Letztlich wurde Julia dank dieser Unterstützung befördert.

Elena hat sich auf LinkedIn bei meiner Initiative ‚Du verdienst mehr Sichtbarkeit‘ eingebracht und so für ihr Unternehmen wertvolle Kontakte geknüpft.

Ihre anstehende Veranstaltung kam so auf ein viel breiteres Radar.

Petra, Finanzexpertin, trat nach ihrer Elternzeit einer Online-Community für Frauen in Finanzberufen bei. Dort aktualisierte sie ihr Fachwissen und erfuhr von einer tollen Aufgabe. Dank des Netzwerks bewarb sie sich erfolgreich und startete neu durch.

Titelthema

Was zieh ich bloß an?

Richtig gekleidet auf einem Networking Event



Von Dana Rotter

„Kleider machen Leute“ - diese bekannte Redewendung, die schon im 16. Jahrhundert gebräuchlich war, hat in der Business-Welt bisher nichts an Bedeutung verloren. Es geht nicht nur darum einfach gut auszusehen, sondern auch darum, den richtigen Dresscode für einen konkreten Anlass auszuwählen. Niemand möchte under- oder overdressed zu einem Event gehen und sich dann unwohl fühlen. Denn Kleidung ist auch immer ein Ausdruck unserer selbst und wie wir auf andere wirken möchten, welches Bild wir von uns vermitteln wollen. Insbesondere bei geschäftlichen Netzwerktreffen ist es deswegen wichtig, die richtigen Teile aus dem Kleiderschrank zu holen.

Besonders praktisch ist es natürlich, wenn in der Einladung direkt der Dresscode vorgegeben ist. Dann gilt es nur noch, die passende Kleidung auszuwählen. Doch was verbirgt sich hinter Begriffen wie Casual, Smart Casual oder Business Casual? Die häufigsten Dresscodes kurz erklärt:

- **Casual: Lässig-sportliche**
Freizeit- bzw. Alltagskleidung, die aber ungeschriebenen Regeln unterliegt; wie keine zu kurzen Röcke/Kleider, keine Shorts oder zu tiefe Ausschnitte. Gerne einfarbig und schlicht.

- **Smart Casual:**
Eine gelungene Mischung aus sportlich und schick. Gedeckte Farben, schlichte und hochwertige Kleidungsstücke, die gleichzeitig bequem sind. Dazu flache Schuhe oder Schuhe mit niedrigem Absatz.

- **Casual Chick:**
Formelle Gaderobe trifft auf Freizeitkleidung. Hingucker ist ein hochwertiges It-Piece. Farbakzente und Stilbrüche sind gewünscht. Zum Beispiel ein schickes Kleid (einfarbig, gemustert oder colorblocking) mit taillierter Jeansjacke und hochhackigen Sandaletten oder eine dunkle Stoffhose mit weißen Sneakern und einem farbigem Feinstrickpullover.

- **Business Casual:**
Gepflegter und entspannter „Büro-Look“. Erlaubt sind Stoffhosen, Röcke und Kleider, Blazer, Blusen, hohe Schuhe, Slipper und hochwertige Sneaker.

- **Business Attire:**
Klassischer Look mit Rock, Bluse und Blazer in gedeckten Farben. Auch ein Oversize-Hosenanzug oder eine Marle-hose mit spitzzulaufenden Pumps sind eine gute Wahl.

- **Business Formal:**
Klassischer, gut geschnittener Hosenanzug in den Farben Dunkelblau, Schwarz oder Grau. Alternativ ein knielanges Bleistift- oder Etuikleid. Hier sind auch Bordeauxrot oder Dunkelgrün erlaubt.

SO VIELE MÖGLICHKEITEN!

So weit, so gut. Doch was ist, wenn in der Einladung kein Dresscode vorgegeben ist? Dann wird es deutlich schwieriger das richtige Outfit rauszusuchen, schließlich gibt es viel zu beachten: Wie möchte ich auf andere wirken? Was möchte ich mit meiner Kleidung ausdrücken? Bin ich zu schick oder zu lässig gekleidet? Und worin fühle ich mich auch wirklich wohl? Eine Gratwanderung, die nicht immer leicht zu bewältigen ist.

Nicht nur, aber vor allem bei Netzwerk Events, zählt der erste Eindruck und entscheidet darüber, ob uns andere

Menschen näher kennenlernen möchten oder nicht. Ob sie uns als potenzielle Geschäftspartner sehen oder nicht. Neben der Körperhaltung und Mimik ist gerade die Kleidung ausschlaggebend für eine erste Einschätzung.

Also ist die Frage zu klären: Wie möchte ich auf andere wirken? Seriös und professionell? Konservativ oder kreativ? Extrovertiert oder zurückhaltend?

Zum Beispiel stehen klassische Schnitte und gedeckte Farben nach wie vor für Professionalität und Seriösität. Durch pfiffige Accessoires und farbliche Akzente kann dem Outfit aber schnell ein moderner Touch verliehen werden.

Wer sich unsicher ist, welcher Dresscode der richtige ist, kann entweder nachfragen oder aber im Zweifelsfall zu Smart Casual oder Business Casual greifen. Modisch, sportlich, schick – damit machen Frau und Mann in der Regel nichts verkehrt. Dazu noch pfiffige Accessoires und der Look ist perfekt.

SICH SELBST TREU BLEIBEN

Doch das alles wird keinen Erfolg haben, wenn wir uns in unserem Outfit unwohl fühlen. Wer sich verkleidet vorkommt, wird dieses Unwohlsein und die damit einhergehende Unsicherheit auch ausstrahlen. Sich selbst treu bleiben, ist deswegen ein wichtiges Motto für die Kleiderwahl.

Noch vor einigen Jahren, Silicon Valley war Vorbild, wurden Business Events immer lässiger. „Come as you are“ war häufig als Dresscode zu finden. Quasi direkt vom Schreibtisch zum Event. Doch aufgrund von Social Media hat es wieder eine Rückentwicklung gegeben, allerdings ohne die verstaubte Starrheit früherer Gepflogenheiten. Die (Selbst-) Darstellung auf Instagram, TikTok etc. hat dazu geführt, dass sich immer mehr (junge) Menschen gerne stilvoll kleiden – Wow-Effekt statt Alltagslook.

Und dem wird auch immer häufiger bei Einladungen zu Networking Events Rechnung getragen, indem vor dem Dresscode eine „creative“ oder „modern“ steht. Dann sind individuelle Interpretationen

der bekannten Dresscodes und Statements explizit erwünscht. Stilbrüche, Statement-Schmuck oder kräftige Farben – hier ist alles erlaubt.

FAZIT

Es gibt kein klares Rezept für das passende Outfit. Aber Leitlinien, die die Wahl deutlich vereinfachen. Darüber hinaus gilt für jede Kleiderwahl: Die Gesamterscheinung muss gepflegt wirken. Ein zerknittertes Kleid, eine fleckige Bluse – ein absolutes No-Go. Die Kleidung – inkl. Schuhe - sollte neuwertig und sauber sein, Nägel gepflegt (das gilt bei offenen Schuhen auch für Fußnägel), Haare gewaschen und frisiert. Alles in allem sollte auf eine saubere, wohlduftende und ordentliche Erscheinung geachtet werden.

UND NICHT VERGESSEN: DRESS TO IMPRESS!





Titelthema

Authentische Körpersprache

So gelingt der erste Eindruck

Über 65 Prozent unserer Kommunikation findet non-verbal statt. Innerhalb einer zehntel Sekunde entscheidet sich bereits, ob wir eine Person mögen oder nicht, ihr Kompetenz zuschreiben oder nicht. Coachin Margit Edelmann legt deswegen u.a. den Fokus auf authentische Körpersprache. Damit der erste Eindruck auch wirklich gelingt. Mit SHE works! sprach sie, wie die richtige Körpersprache gelingen kann und worauf insbesondere Frauen achten müssen.

Frau Edelmann, Sie sind Kommunikationstrainerin, Coachin und Managementberaterin. Wie war Ihr beruflicher Weg dorthin und was fasziniert Sie so an Ihrer Arbeit?

Faszinierend und vor allem erfüllend ist für mich die Möglichkeit, Menschen dabei zu unterstützen, ihre Potenziale zu entfalten und mehr Lebenszufriedenheit zu erlangen sowie Unternehmen dabei zu begleiten, eine positive Kommunikations- und Kooperationskultur

zu entwickeln. Schon früh habe ich mich für eine freiberufliche Tätigkeit entschieden, um meine Konzepte selbstständig umzusetzen und weiterzuentwickeln. Als langjährige Beraterin und Trainerin mit sozialwissenschaftlichem Background und psychotherapeutischer sowie tanz- und körpertherapeutischer Ausbildung, nutze ich vielfältige kreative und systemische Methoden.

Einer Ihrer Coachingschwerpunkte ist ‚authentische Körpersprache‘. Ein wichtiger

Faktor in der Kommunikation, denn über 65 Prozent findet nonverbal statt. Was ist für eine authentische Körpersprache besonders zu beachten?

Genau, ohne ein einziges Wort gesprochen zu haben kommunizieren wir bereits – häufig ist uns dies nicht bewusst. Für eine gelingende Kommunikation ist es wichtig, auf die eigene Körpersprache sowie auf die des Gegenübers – den Kontext und die Rolle – zu achten. Die best-vorbereitete Rede wird bei den Zuhörenden erst richtig ankommen, wenn Ihr Körper Überzeugung und Begeisterung ausdrückt.

Die Übereinstimmung zwischen Verbalem und Non-verbalem sind Grundvoraussetzungen für eine klare Kommunikation. Mit ein wenig Übung gelingt es eine klare Haltung einzunehmen und authentischer aufzutreten. Was Ihr Körper spricht, ist machtvoller als das, was Sie sagen. Durch bewussten Körpereinsatz sind Sie präsenter und handlungsfähiger.

Neue Menschen kennenlernen, besonders beim beruflichen Netzwerken, ist nicht immer leicht. Wie kann ich allein schon durch meine Körpersprache einen guten ersten Eindruck hinterlassen und offen für neue Kontakte wirken?

Der erste Eindruck entscheidet oft über Sympathie und

Kompetenzzuschreibung. Dies geschieht in weniger als einer zehntel Sekunde. Von daher ist Ihr „Auftritt“ sehr wichtig:

Betreten Sie den Raum selbstbewusst und neugierig. Nehmen Sie eine aufrechte Körperhaltung ein. Lassen Sie Ihr Brustbein in den Raum „blicken“. Achten Sie auf Ihre Kopfhaltung und Ihren Blick. Versuchen Sie Ihre Arme nicht zu verschränken oder die Hände in die Taschen zu stecken... auch wenn es schwerfällt. Lassen Sie sich Zeit für einen Überblick und nehmen Sie die Anwesenden bewusst wahr. Gehen Sie aktiv auf andere Teilnehmende mit einem freundlichen Lächeln zu und sprechen Sie diese an. Suchen Sie sich einen ‚guten‘ Platz aus. Achten Sie auf Ihre Haltung und Atmung. Stehen Sie stabil, nutzen Sie den ganzen Stuhl beim Sitzen. Bleiben Sie Ihren Gesprächspartner*innen zugewandt.

Sie bieten explizit ein Körpersprache-Training für Frauen an, damit sie ihren eigenen ‚Auftritt‘ optimieren. Welche „Defizite“ haben insbesondere Frauen – auch gegenüber Männern - bei ihrem Auftreten?

Hier drücken Frauen über Ihre Körpersprache manchmal Zurückhaltung oder Unsicherheit aus anstatt Selbstbewusstsein und Kompetenz. Frauen sind oft selbstkritischer, hinterfragen sich mehr und sind häufiger unzufriedener mit

Ihrem Körper. Gleichzeitig sind Frauen sehr gute Beobachterinnen. Das hat gesellschaftliche Ursachen.

Männer sind häufig zufriedener mit Ihrem Körper, sicherer im Auftreten und definieren sich überwiegend über Status, Beruf und Leistung.

Wie können Frauen schon mit kleinen Änderungen einen positiven Eindruck bewirken?

Kleine Veränderungen haben oft eine große Wirkung z. B. durch einen sicheren Stand, d. h. etwa hüftbreit stehen, Brustbein anheben, den Scheitelpunkt zur Decke strecken („imaginäre Krone auf dem Kopf“), die Arme locker seitlich – den Körper in Spannung halten. Arme und Hände dosiert sprechen lassen. Offener und ruhiger Blick. Auf Mimik achten. Mit einem ehrlichen Lächeln wirken Sie selbstbewusst und sympathisch und es hat eine positive neurologische Wirkung auf Sie selbst.

Betreten Sie einen Raum zügig und orientieren Sie sich dann. Bewegen Sie sich zielstrebig, auf ein bestimmtes Ziel zu. Nehmen Sie sich bewusst Raum und wählen Sie einen Platz, an dem Sie wahrgenommen werden und gleichzeitig einen guten Überblick haben. Wählen Sie ein Outfit, in dem Sie sich wohlfühlen und das zum jeweiligen Anlass passt.

Eine gezielt eingesetzte Körpersprache kann unsympathisch und vor allem aufgesetzt wirken. Wie kann ich lernen meine Körpersprache besser einzusetzen und gleichzeitig authentisch zu bleiben?

Um dies zu erreichen ist es hilfreich das eigene Körperbewusstsein zu vertiefen, sich zu sensibilisieren für die eigene Körpersprache. Dies ist ein län-

gerer Prozess. Körpersprache ist auch Ausdruck der inneren Haltung und von Erlebtem. Sie kann sich verändern, wenn sich die innere Einstellung ändert. Manchmal bedarf es dazu biographischer Detektivarbeit und das Finden neuer Leitsätze wie z.B. „Es ist in Ordnung mir Raum zu nehmen“ oder bei großen Menschen, die innere Erlaubnis sich zur vollen Größe aufzurichten. Konkrete Übungen können ebenfalls helfen

eine andere Körperhaltung einzunehmen, in eine andere ‚Rolle‘ zu schlüpfen. Mein Credo beim Coaching ist: Sich nicht zu „verbiegen“. Hilfreich ist es Haltungen, Positionen, Bewegungen auszuprobieren und herausfinden, wie es sich stimmig anfühlt.

Vielen Dank für das Gespräch!



Seit 2002 begleitet Margit Edelmann Unternehmen, Führungskräfte, Berufstätige und Teams dabei, die komplexen Herausforderungen des Berufsalltags erfolgreich anzupacken, sich weiterzuentwickeln und ein gelingendes Miteinander zu schaffen. Neben Teamentwicklung und Managementberatung bietet Sie Coaching und Workshops zu Führungskompetenz, Life-Work-Balance, Kommunikation & Körpersprache an. Foto Margit Edelmann

Web: www.dialog-heidelberg.de

Titelthema

Frauen, Männer – Konflikte

Wie Frauen in Konflikten gewinnen können

Von Alexander Wisnewski

Es gibt eine Darstellung von Konflikten, die ich liebe! Sie heißt: „Ein Konflikt liegt vor, wenn mindestens eine Person in ihrem Denken, Fühlen, Wollen oder Handeln eine beeinträchtigende Differenz wahrnimmt.“ Entweder zu einem zweiten Denken, Fühlen, Wollen oder Handeln der eigenen, oder zu dem einer Anderen Person. Was also ist ein Konflikt? Eine beeinträchtigende Differenz. Und wie oft haben wir dann also Konflikte? Immer! Ein guter Grund also, sich diesem spannenden Thema zu widmen.

Wir sind täglich inneren Konflikten, Meinungsverschiedenheiten und Machtkämpfen ausgesetzt. Verbale Attacken, das doofe Grinsen eines Chefs oder Mitarbeiters oder das Dumm stellen anderer Personen bringen uns innerlich auf die Palme und unser Blut zum Kochen. Oft agieren wir in Konflikten emotionaler, als es uns lieb ist. Wir fühlen uns betroffen, verletzt, nicht ernst genommen oder angegriffen. Und erst hinterher, wenn wir nach dem Hin- und Hergrübeln

wieder einen klareren Kopf gewonnen haben, fallen uns viele Ideen ein, wie wir besser hätten reagieren können. Das ärgert uns dann oft noch mehr.

ERFOLGREICHE KONFLIKTE HÄNGEN NICHT NUR VON MIR AB. SONDERN AUCH DAVON, MIT WEM ICH SIE BESTREITE

Viele Ratgeber geben deshalb gerade Frauen Tipps, wie sie sich in Konflikten am besten verhalten. „Bewahren Sie einen kühlen Kopf!“, „Zeigen Sie nicht, dass Sie verwundbar sind!“, „Lächeln Sie nur, wenn Ihnen wirklich danach ist!“ Schön, wenn es so einfach wäre! Denn im Konflikt geht es weder um Pokerface, noch um Selbstoptimierung. Denn egal, ob sie einen Konflikt mit sich selbst austragen, oder mit jemand anderem: Im Konflikt reagieren wir mit Mustern! Im Autopiloten-Modus sozusagen. Und so hat unser Verhalten nur selten etwas mit Vernunft, Kontrolle oder kühlem Kopf zu tun. Ganz im Gegenteil. Was also passiert mit uns, wenn wir Konflikte führen?

Jeder Twist bedeutet grundsätzlich Gefahr für uns. Zumindest bewertet unser Gehirn das so. Deshalb greift es im Konflikt auf Programme zurück, die unser Überleben sichern sollen. Und das ist genau der Grund, warum auch der beste Vorsatz für den nächsten Konflikt nicht greift.

Wer jedoch glaubt, dass diese Programme sich ausschließlich auf Flucht, Angriff oder Todstellen beschränken, der unterschätzt die Komplexität unserer genialen Schaltzentrale im Kopf. Denn die Programme, also die Muster, die wir im Konflikt auffahren, sind weit mehr, als reine Grundabläufe. Sie setzen sich nicht nur aus eigenen Erfahrungen, kindlichen Prägungen oder typisch weiblichen oder männlichen Reaktionsmustern zusammen, sondern beziehen zeitgleich auch noch die Verhaltensweisen unserer Konfliktpartner mit ein. Und zwar megaschnell. So hilft uns unser Gehirn, nicht zu überhitzen: Es reduziert das logische Denken und setzt verstärkt die Gefühls- und Handlungsweisen ein, die bisher zum Überleben beigetragen haben. Das



Spannend daran: Bei Frauen und bei Männern verfolgen diese Programme jeweils eine ziemlich gleiche Grobrichtung. Doch je nachdem, wer ihnen gegenübersteht, unterscheiden sie sich.

Frauen streben unter Frauen nach Augenhöhe, nach einem gemeinsamen "Wir-Gefühl". Das ist einer der Hauptgründe, warum Führungsfrauen von Mitarbeiterinnen als Rivalinnen unter Gleichen gesehen werden. Sie heben sich von anderen Frauen ab. Das müssen sie auch, allein schon aufgrund ihrer Position! Doch Frauen, die sich abheben, tanzen aus der Reihe. Da Frauen gelernt haben, die eigene Person zum Wohle der Menschen um sie herum zurückzunehmen, beißt sich das in der unbewussten Wahrnehmung vieler Frauen im Umfeld der Chefin, die ein Bild von „das steht einer Frau nicht zu“ in sich tragen.

Männer verhalten sich Frauen gegenüber unbewusst oftmals in irgendeiner Weise dominant. Bereits beim Handschlag demonstrieren sie ihre gesellschaftliche Vormachtsstellung mit einem deutlich festeren Händedruck, der Hand auf der Schulter der Frau oder einem Verringern des Abstandes bei der Begrüßung, was bei ihr intuitiv häufig zumindest Unbehagen hervorruft. Schließlich dringt der Mann nach ihrer Auffassung in "ihren Tanzbereich" ein. Zudem entstehen typische, sich gegenseitig bedingende Wechselwirkungen, wie z. B. dass sie ihr Sprechen häufig unterbricht, wenn der Mann im Dialog einatmet. Sie geht davon aus, dass er etwas sagen möchte - und lässt ihm reflexartig das Wort. Frauen, die männliche Verhaltensweise adaptieren, wie z. B. ihre Hand auf die des Mannes beim Händeschütteln zu legen, kommen sich häufig selbst komisch vor. „Das passt so irgendwie gar

nicht zu mir!“ Gesellschaftlich gesehen tut es das auch nicht. Und genau das ist es auch, was viele Frauen beschäftigt: Wie komme ich mit ihm im Dialog - vor allem im Konflikt - auf Augenhöhe? Wenn ich das Gleiche tue wie er, mache ich mich doch nur lächerlich!

Männer unter Männern machen vor allem zuerst einmal die Rangordnung untereinander aus. Es werden Witze und Sprüche geklopft, die entweder den eigenen Heldenmut widerspiegeln oder den anderen kleinmachen. „Du musst einfach noch mindestens 20 cm wachsen, Dude! Sonst glaubst du immer, es regnet auf dich ein. Weil meine nasse Aussprache auf deine gegelte Frisur einprasselt. Könnte Dich zum wegrutschen bringen - oder gar zum ertrinken! Hahahaha!“ Es wird gewitzelt, geneckt - und gerne werden auch mal ein paar kleine Rangeleien ausgetragen.

Hauptsache, es ist klar, wer hier der Leitwolf ist. Für Frauen ist das oft befremdlich. Sie können diesem Kasperltheater oft wenig abgewinnen. Wie soll man sich da gegenseitig vertrauen können?

Deshalb greifen auch der beste Vorsatz und das größte Gelöbnis der Selbstoptimierung für Konflikten zu kurz. Denn weder können sie mit Sicherheit wissen, welcher Konflikt sie persönlich welches Konfliktprogramm auffahren lässt, noch, wer am nächsten Konflikt beteiligt ist.

KLASSISCHE KONFLIKTMUSTER VON FRAUEN

Die kindliche Prägung, also die Soziologie (wie wir in unserer Gesellschaft miteinander umgehen) sehe ich unter allen Programmen als Zugpferd und somit als wichtigstes Programm in unserem Konfliktverhalten. Bei Frauen erlebe ich diese drei Konfliktmuster als Klassiker:

Persönlich verantwortlich oder betroffen fühlen

Ich habe viele Jahre meiner beruflichen Laufbahn als Pädagoge erlebt, wie viele Erzieherinnen z. B. in Kindergärten mit kleinen Mädchen sprechen. Es vergeht kaum ein Tag ohne Beziehungs-Speech: „Oh, schau mal, Felicitas, dem Jonas geht es nicht gut! Magst du ihn trösten?“ Mädchen bekommen die Rolle der Frau so vorgelebt,

dass sie vor allem aufmerksam ist und das Wohl der Anderen im Blick hat. Für die Positionierung im Konflikt wirkt sich das dann oft zum Nachteil aus: Frauen gestehen sich ihre eigenen Bedürfnisse oft weniger zu. Sie neigen dazu, den anderen stärker wahrzunehmen. Deshalb fühlen sie sich auch persönlich betroffen, wenn sie Attacken, Vorwürfen oder Anschuldigungen gegenüber stehen. Schließlich haben sie gelernt, dass sie Verantwortung für das Wohl der anderen Menschen haben.

Frauen wollen andere zufriedenen stellen

Doch nicht nur das. Durch die stärkere Aufmerksamkeit auf die Beweggründe der Konfliktpartner stufen sie deren Bedürfnisse emotional oft auch als höherwertiger oder dringlicher ein. Häufige weibliche Gedanken dazu: „Ich kann doch nicht einfach sagen, was ich will. Damit verletze ich mein Gegenüber doch! Wie schaffe ich es nur, dass mich mein Gesprächspartner versteht? Und dass es meinem Gesprächspartner gut geht?“ Doch in Konflikten sind diese Fragen nicht unterstützend für Frauen. Sondern sie sind der Grund, warum viele von ihnen das Gefühl haben, nicht so richtig zum Zug zu kommen.

Frauen kommunizieren mit Weichmachern. Und sie gehen davon aus, dass andere dann schon verstehen, was gemeint ist.

Um andere nicht vor dem Kopf zu stoßen erlebe ich bei Frauen zudem häufig, dass sie ihre eigenen Worte innerhalb eines Satzes selbst hinterfragen (und dadurch weichmachen) oder relativieren. Schließlich soll die Botschaft nicht zu hart rüberkommen. Vor allem in Meetings höre ich immer wieder typisch weibliche Formulierungen: „Hi, schön, dass ihr da seid. Wenn ihr wollt, können wir doch einfach mit einer kurzen Wie-geht-es-mir-Runde starten, oder? Und im Anschluss vielleicht mal die ersten Tickets ansehen. Die Emily hatte doch da letztes Mal schon die super Idee - und ich möchte nochmal sagen, wie klasse ich das finde, wenn ihr eigene Ideen mitteilt, weil uns das alle bereichert - diese Reihenfolge einfach mal auszuprobieren - wenn das für alle okay ist. Und dann könnten wir doch noch mal schauen, welche Lösungen uns da gemeinsam einfallen. Ja? Können wir das so machen? Wenn nicht, wäre es auch okay für mich!“

FÜR MÄNNER IST DIE SACHE OFT SCHNELL KLAR

Männer hingegen sind in Konflikten dahingehend geprägt, sich selbst zu inszenieren oder ihre Stärke zu zeigen. Die Beziehung zum Konfliktpartner ist somit erstmal zweitrangig. Hauptsache, das eigene Gesicht ist gewahrt. Was nicht heißt, dass sich Männer deshalb immer durchsetzen können.

Für Männer sind Status und Rangordnung deshalb oft wichtiger, als die Sache oder das eigene Image. Diese beiden Hauptziele können gerne auch mit knappen Worten erreicht werden („Machen wir? Yo, passt. Wer? Na du! Okay, dann geht die nächste Grillparty auf Dich. Läuft! Du bringst das Bier mit!“). Sich gerade mit Frauen mit gefühlt nicht enden wollendem Reden in Empathie („Hast du überhaupt eine Vorstellung davon, wie es mir dabei geht?“) und Details im Gesprächsverlauf („Vorher hast du gesagt, Geld spielt keine Rolle. Und jetzt sagst du auf einmal, dass wir uns schon ganz genau überlegen müssen, wie viel wir wo investieren?“) zu vertiefen ist somit nicht jeder Manns Sache.

In Konflikten kommen zumeist drei typische männliche Verhaltensweisen zum Tragen.

Erstens: Das Schweigen
„Ich hab doch schon alles gesagt.“

Zweitens: Das Machtwort
„Jetzt ist genug geredet. Wir machen das jetzt so. Punktum und Schluss. Das ewige Gegaggar geht mir auf die Nerven.“

Drittens: Das Kleinreden
„Jetzt mach doch nicht gleich so einen Wind um die Sache. Das schauen wir uns morgen nochmal in Ruhe an - und dann, du wirst sehen, ist das alles gar nicht mehr so eine große Sache.“

Gleichwohl schließt das Eine das Andere nicht aus. Wir Männer hören uns nämlich gerne durchaus auch selbst reden. Erst Recht dann, wenn wir mit großem Fachwissen unsere Problemlösekompetenz (und damit unseren Erfolg) darstellen können. Was viele Frauen in Konflikten oft dazu bringt, mit dem Kopf zu schütteln, mit den Augen zu rollen oder tief durchzuatmen.

EGAL, UM WAS ES GEHT: WER KONFLIKTE ZU EINEM GUTEN ENDE FÜHREN WILL, TUT DAS MIT ELEGANZ. ODER GAR NICHT.

Wie man es dreht und wendet: Letzten Endes geht es bei Konflikten weder bei Frauen, noch bei Männern primär um die Sache. Es geht vor allem um das Beziehungsspiel. Frauen ziehen typischerweise mit Werten, dem Kampf um ihr Image oder mit dem Ziel um inhaltliche Kompromisse ins Rennen. Männer mit Impo-niergehabe, Dominanz oder innerem Rückzug.

Als Erstes ist es deshalb wichtig, im Hinterkopf zu haben, dass ein Konflikt sich gut mit einem Börsencrash vergleichen lässt: Wer sich selbst kennt und weiß, worauf es ankommt kann mit großem Gewinn aus der Krise hervorgehen. Wer jedoch entrüstet alles hinwirft, geht mit großen Verlusten aus dem Ring. Das Gute daran: Bereits ein bisschen Wissen kann Frau enorm weiterbringen.

Das Prinzip der weiblichen Eleganz spielt für mich dabei eine Schlüsselrolle. Denn erstens kann Eleganz den Einfluss einer Frau im Konflikt enorm vergrößern. Ganz einfach deshalb, weil elegantes Auftreten wie eine ruhige Stimme, ein freundliches und zugleich entschlossenes Gesicht oder ein gewisses Maß der Zugewandtheit näher am gesellschaftlichen Bild von Frauen dran ist - währenddessen gerade Frauen Wut, Exzentrik oder Direktheit oft negativ ausgelegt wird. Und zweitens ist ein Konflikt wie oben beschrieben keine Einbahnstraße, sondern ein Wechselspiel.

Aus diesen Gründen halte ich folgende Gedanken für Frauen in Konflikten als besonders gut geeignet, sie zu wappnen:

1) Im Konflikt kämpft jeder zuerst um seinen Platz

Bei Auseinandersetzungen geht es nicht in erster Linie darum, dass der Andere mich und meine Argumente versteht. Sondern darum, sich selbst zu positionieren. Mental und auf der kommunikativen Ebene. Warum? Weil die Position uns höhere Chancen gewährt. Wie die Pole-Position in der Formel-1.

Um sich selbst zu positionieren stellen Sie sich als erstes bitte folgende Frage: Um was genau geht es mir jetzt?

Beispiele: Will ich zeigen, dass ich verletzt bin? Kämpfe ich

Alexander Wisnewski ist Führungsfrauen-Trainer. Der Pädagoge war als Familien- und Paarberater tätig und verfügt so über einen besonderen Erfahrungsschatz als Coach in der Persönlichkeitsentwicklung von Frauen. Als Unternehmer hat er viele Jahre sowohl gemischte, als auch reine Frauenteam geführt.

Seit 2019 begleitet er Frauen in der Entwicklung ihres persönlichen Führungsstiles nach dem selbst entwickelten leadership-elegance-Konzept. Als Führungskräftetrainer ist er in mit seinen inhouse-Trainings branchenübergreifend unterwegs. Foto Alexander Wisnewski

Website: www.leadership-elegance.de
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/alexander-wisnewski-5b2416126/>



Alexander Wisnewski / FotoAlexander Wisnewski

darum, Recht zu haben? Soll der Andere das tun, was ich will? Oder möchte ich den Konflikt nutzen, um Verständnis zu zeigen, ein guter Zuhörer zu sein, gemeinsame Ansichten zu bestätigen oder meine Sicht der Dinge klarzustellen?

Die große Kunst ist es, sich in den ersten Sekunden des Konflikts Zeit zu nehmen, sich mit dieser Frage zu justieren. Denn wer weiß, was er will, ist fokussierter - und dadurch weniger angreifbar.

2) Der wichtigste Meilenstein: Selbst ein guter Zuhörer sein

Bevor ich etwas fordern kann, sollte ich zuerst ein guter Geber sein. Alle Menschen wollen im Konflikt das Gleiche: Ein gewisses Maß an Bestätigung! Zumindest, für einen Teil der eigenen Aussagen, Ideen oder Gefühle. Deshalb empfiehlt es sich, auch wütenden, feindseligen oder aggressiven Menschen zuerst eine gewisse Aufmerksamkeit zu schenken.

Und zwar ohne gleich zu widersprechen oder zu bewerten. Das ist eine große Herausforderung!

Idealerweise finden Sie beim Zuhören Argumente, denen sie zustimmen können - zumindest in Teilen. Wer elegant formuliert diese Übereinstimmungen aufgreifen kann, ist oft in der stärkeren Position. „Ich habe Ihnen aufmerksam zugehört und ich bin bei Ihnen, dass wir die Budgetierung noch einmal überdenken sollten.“ It's just that simple!

3) Konfliktgewinnerinnen beherrschen das Spiel der Eleganz

Der nächste Schritt nach dem Zuhören: Bezug nehmen. Das bedeutet, sich vollkommen von der Bewertung in gut oder schlecht zu verabschieden. Wer das Spiel des Bezugnehmens versteht, gewinnt an Respekt. Das Grundmuster ist einfach: Anstelle der Bewertung von Verhalten oder Argumenten

stellen Konfliktgewinnerinnen einfach die Argumente gegenüber. Bitte verzichten sie auf Formulierungen wie „ja, aber...“. Denn das Aber hat eine große Wirkung: Es vernichtet alles, was vor dem Aber gesagt wurde. Beispiel: „Grundsätzlich haben Sie ja Recht. Aber versuchen Sie doch mal, die Sache aus meiner Lage zu verstehen. Dann würden Sie sicher anders argumentieren.“ Die Zustimmung, dass der Gesprächspartner Recht hat, wird negiert.

Sie sagen beispielsweise: „Ich kann Ihre Argumente nachvollziehen. Ich habe verstanden, dass es Ihnen wichtig ist, dass Ihre Leistung gesehen wird. Das tue ich. Vor allem erkenne ich an, dass Sie schon so lange in diesem Unternehmen dabei sind. Sie haben wahrlich einen großen Erfahrungsschatz. Deshalb brauche ich Sie auch zukünftig für neue Aufgaben, z. B. in diesem Projekt. Sie sind erfahren, kennen das Unternehmen seit vielen Jahren. Deshalb frage ich Sie:



Wie kann ihr Engagement aus Ihrer Sicht in diesem Projekt aussehen?“ Es geht darum, die Argumente aufzugreifen und mit den eigenen Anliegen zu verbinden. Voilà!

ELEGANZ VERSCHAFFT FRAUEN RESPEKT, WIE NICHTS ANDERES.

Es gibt wichtige Gründe, warum ich Eleganz bei Frauen als den Schlüssel überhaupt erachte: Elegantes, würdevolles Auftreten verschafft Frauen Respekt! Frauen, die elegant kommunizieren, zeigen Mitgefühl und Verständnis. Sie demonstrieren Erhabenheit, ohne

sich über andere zu stellen. Sie zeigen, dass sie verletzlich sind - sie aber stets ihre Haltung und ihre Standpunkte bewahren. Eleganten Frauen folgen Menschen gerne. Weil sie Vertrauen, Zuverlässigkeit und Würde verkörpern.

Weibliche Eleganz im Konflikt ist dabei immer ein Dreiklang: Zuhören - Bezug nehmen - sich positionieren. Das baut Brücken. Brücken, die auch den reißendsten Fluten Stand halten. Brücken, die Menschen gerne nutzen. Brücken, die Menschen miteinander verbindet.

Podcast für
#unternehmensnachfolge

Gründen mit Abkürzung

Hessen macht Zukunft.de

HESSEN
macht
Zukunft



Unser
Gast

Isabelle Himbert

Geschäftsführerin
Arno Arnold GmbH

Titelthema

Judith Rahner wird neue Geschäftsführerin des Deutschen Frauenrates

Veröffentlicht vom Deutschen Frauenrat

Judith Rahner wird neue Geschäftsführerin des Deutschen Frauenrats und zum 1. August 2024 die Leitung der DF-Geschäftsstelle übernehmen. Bei der DF-Mitgliederversammlung am kommenden Wochenende wird sie sich den Delegierten und Gästen persönlich vorstellen.

Dazu erklärt Dr. Beate von Miquel, Vorsitzende des Deutschen Frauenrats: „Ich freue mich sehr, dass wir mit Judith Rahner nicht nur eine erfahrene Führungsfrau, sondern auch eine ausgewiesene Expertin im Themenfeld Antifeminismus



Judith Rahner / Foto Deutscher Frauenrat



und Rechtsextremismus als neue Geschäftsführerin für den Deutschen Frauenrat gewinnen konnten. In ihrer langjährigen Tätigkeit bei der Amadeu Antonio Stiftung hat sie immer wieder aufgezeigt, wie Antifeminismus und Sexismus den demokratischen Zusammenhalt gefährden. Diese wertvollen Erkenntnisse wird sie mitnehmen in die Arbeit beim Deutschen Frauenrat, was gerade in Zeiten des voranschreitenden Rechtsrucks, der Frauenrechte aktiv bedroht, ein wichtiges Signal ist. Ich bin mir sicher, dass Judith Rahner die Arbeit im DF mit neuen

Impulsen bereichern wird und ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit ihr.“

Judith Rahner, zukünftige Geschäftsführerin des Deutschen Frauenrats, ergänzt: „Ich freue mich sehr auf die neue Herausforderung als Geschäftsführerin des Deutschen Frauenrats und bin bereit, die starke Stimme für Frauen, marginalisierte Gruppen und Gleichstellung weiter zu stärken. Gemeinsam mit der Geschäftsstelle und dem Vorstand werde ich mich dafür einsetzen, die Errungenschaften des DF der letzten 70 Jahre zu verteidigen und

auszubauen. In einer Zeit, in der gesellschaftliche Krisen und rasante technologische Entwicklungen die Gleichstellung herausfordern, in der Frauenrechte bedroht sind und reaktionäre Kräfte zunehmend Einfluss gewinnen, ist es unsere Mission, in solidarischen Bündnissen für eine geschlechtergerechte Zukunft zu streiten und dem Rechtsruck entschlossen entgegenzutreten.“

Judith Rahner studierte Gender-Studies, Musik- und Erziehungswissenschaften und ist bei ihrer bisherigen Tätigkeit bei der Amadeu Antonio Stiftung für Analyse, Beratung und Prävention von Antifeminismus und Rechtsextremis-

mus und für die Stärkung der bundesweiten Zivilgesellschaft zuständig. Sie ist Leiterin der Fachstelle Gender, GMF und Rechtsextremismus, die mit einem Fokus auf Gender Bildungsarbeit, Politik und Medien im Umgang mit Rechtsextremismus, Rechtspopulismus und Gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit berät und schult.

Judith Rahner setzt seit vielen Jahren zusammen mit zivilgesellschaftlichen Akteuren Projekte gegen Rechtsextremismus, Antifeminismus, Rassismus und Antisemitismus um und hat zahlreiche Veröffentlichungen im Themenfeld vorgelegt. Für den DF verfass-

te sie die Expertise „Auswirkungen von Antifeminismus auf Frauenverbände – Demokratie-Empowerment als Gegenstrategie“.

Der Deutsche Frauenrat ist die politische Interessenvertretung von rund 60 bundesweit aktiven Frauenorganisationen und damit die starke Stimme für Frauen in Deutschland.

Link zur Publikation:
<https://www.frauenrat.de/auswirkungen-von-antifeminismus-auf-frauenverbaende/>

Deutscher Frauenrat:
www.frauenrat.de



Gründen

Von der Eifel in die ganze Welt

Sabine Krink gründet neues Projekt: „Frauen kaufen bei Frauen“



FRAUEN kaufen bei FRAUEN

Sabine Krink, eine engagierte Unternehmerin und Vordenkerin, hat ein neues und innovatives Suchportal ins Leben gerufen: „Frauen kaufen bei Frauen“ (<https://frauen-kaufen-bei-frauen.de>). Mit dieser Plattform setzt sie ein klares Zeichen für gegenseitige Unterstützung und Empowerment von Frauen im Geschäftsleben.

„Frauen kaufen bei Frauen“ ist mehr als nur eine Suchmaschine – es ist eine Community, die Frauen fördert und stärkt. Das Portal ermöglicht es Nutzerinnen, gezielt nach Anbieterinnen von Dienstleistungen und Produkten zu suchen und direkt bei ihnen zu kaufen. Egal ob es um Coaching,

Handwerksarbeiten, Beratung oder kreative Dienstleistungen geht – auf „Frauen kaufen bei Frauen“ finden Frauen die passenden Anbieterinnen für ihre Bedürfnisse. „Mit der Gründung dieser Plattform möchte ich ein Netzwerk schaffen, in dem Frauen sich gegenseitig unterstützen und ihre Expertise sichtbar machen können“, erklärt Sabine Krink. „Es ist Zeit, dass Frauen zusammenhalten und ihre Wirtschaftskraft bündeln.“

Durch die einfache und benutzerfreundliche Suchfunktion können Frauen schnell und unkompliziert Anbieterinnen aus verschiedenen Branchen finden. Jede Anbieterin hat die Möglichkeit, ein detailliertes Profil zu erstellen und ihre Dienstleistungen umfassend zu präsentieren.

Die Plattform „Frauen kaufen bei Frauen“ steht allen Frauen offen, die ihre Dienstleistungen anbieten möchten, und allen Nutzerinnen, die auf der Suche nach kompetenten Anbieterinnen sind. Das Besondere an diesem Portal: Es werden ausschließlich Anbieterinnen aufgenommen, die mindestens 51 Prozent an ihrem Unternehmen halten. Diese Voraussetzung stellt sicher, dass die finanzielle Macht in den Händen von Frauen bleibt. Durch die gezielte Förderung von Frauen im Geschäftsleben trägt dieses Projekt zur Stärkung der weiblichen Wirtschaftskraft bei.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte <https://frauen-kaufen-bei-frauen.de>.



Gründen mit Fluchterfahrung

RESTART for newcomers: Ein Sprungbrett für das eigene Unternehmen

Selbstständigkeit und Unternehmertum empowernd erleben

Social Impact /
RESTART for newcomers

**»Wenn Du es einmal in
deinem Land geschafft hast,
kannst du es auch in einem
anderen Land wieder
schaffen!«**

Dieser motivierende Satz stammt von einer ukrainischen Teilnehmerin des Programms RESTART for newcomers. Diese Sprachtrainerin, die vor dem russischen Angriffskrieg nach Deutschland floh, hat ihre Selbstständigkeit hier neu aufgebaut – in Zusammenarbeit mit Coaches des Gründungsunterstützungsprogramms für Menschen mit Flucht- und Migrationserfahrung der Social Impact gGmbH.

Unter dem Dach der Social Impact gGmbH bündeln sich viele Projekte zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen. Ein zentraler Bereich ist das inklusive Unternehm-

ertum, in dem RESTART for newcomers eine wichtige Rolle spielt.

Das 2017 gestartete, bundesweite Programm, vormals bekannt als The Human Safety Net, entstand als ein möglicher Weg zur Arbeitsintegration von Menschen mit Fluchterfahrung. Denn wenn sie gründen wollen, begegnen ihnen wesentlich mehr Hindernisse als Menschen, deren Familien schon seit Generationen hier leben. Unter anderem müssen sie eine ihnen unbekannte Sprache lernen, sie haben den Verlust von geliebten Menschen und dem eigenen gewohnten Leben zu bewältigen und es fehlt ihnen das sogenannte Systemwissen: nicht nur rechtliche und administrative Strukturen und Abläufe sind ihnen (noch) nicht vertraut, sondern auch kulturelle Gepflogenheiten müssen verstanden und in die eigene Identität integriert werden. Und auch das Netzwerk von Freunden und Familie gibt es für neu zugewanderte Menschen meist nicht.

RESTART for newcomers, als Teil des Inclusive Entrepreneurship-Programms, zielt darauf ab, diese spezifischen Bedürfnisse zu adressieren. Das Angebot umfasst kostenfreies Businesscoaching, Mentoring, Vernetzung, eine Online-Lernplattform und Unterstützung bei rechtlichen und steuerlichen Fragen.

Die bundesweiten Teilnehmerzahlen zeigen eine bemerkenswerte Geschlechterverteilung: 2023 waren 59% der Teilnehmenden Frauen, 2024 lag der Anteil bei 52%. Dies ist unter anderem auf den Ukrainekrieg zurückzuführen, der Männern die Flucht erschwerte. Für Frauen, die oft zusätzlich und allein die Verantwortung für Kinder und Angehörige tragen, sind die Herausforderungen nochmals größer.

Menschen, die fliehen mussten, erleben oft, dass ihre Berufe herabgestuft und ihre Qualifikationen und Erfahrungen unterbewertet werden. Viele brauchen Jahre, um einen ähnlichen sozioökonomischen



RESTART for newcomers ist das bundesweite kostenfreie Gründungsprogramm für Menschen mit Flucht- und Migrationserfahrung von Social Impact.

Website: <https://socialimpact.eu/restart>

Instagram: <https://www.instagram.com/si.diversity.entrepreneurship/>

Social Impact gGmbH München
Lindwurmstraße 45
80337 München



Status, wie den, den sie in der Heimat hatten, zu erreichen. Es ist entscheidend, dass die Anerkennung von Abschlüssen vereinfacht wird, denn zum heutigen Zeitpunkt arbeiten immer noch viele migrierte Menschen in beruflichen Kontexten, die unter ihrer Qualifikation liegen.

Es ist an der Zeit, die Defizitbrille, mit der auf das Thema »Flucht und Beruf« geschaut wird, durch einen Fokus auf die Potentiale und Kompetenzen zu ersetzen. Denn oft werden

Menschen darauf reduziert, dass sie geflüchtet sind, dabei ist das ja nur ein tragischer Teil einer komplexen menschlichen Biografie.

Zudem kommen viele Menschen bereits als Expert*innen nach Deutschland. Sie waren in ihrem Herkunftsland bereits als Ärztin, Handwerker, Psychologin, Lehrer oder Ingenieurin tätig und wollen diese wertvollen Fähigkeiten und Erfahrungen, die in Deutschland dringend benötigt werden, einsetzen.

Das Fördern von Unternehmertum unter Menschen mit Fluchterfahrung ist ein wichtiger Schritt, um gesellschaftliche Inklusion und wirtschaftliche Teilhabe zu stärken. RESTART for newcomers unterstützt Menschen dabei, sich selbst zu ermächtigen, ihre Kompetenzen und Potentiale auszuschöpfen.

Auf der RESTART for [newcomers-Webseite](#) gibt es inspirierende Gründungs-Porträts zu sehen.



Golden Ticket Catch / Foto Hinterland of Things Conference

6. Hinterland of Things Conference 2024

Über Mut, Familienunternehmen, Demokratie, KI, Verantwortung und einen Sieger

Auch in diesem Jahr brachte die Hinterland of Things Konferenz mit 2.500 Teilnehmenden die führenden Köpfe der deutschen Tech-Szene zusammen mit Unternehmern und Entscheiderinnen des deutschen Mittelstands.

Im Mittelpunkt der 6. Hinterland of Things Conference am 13. Juni in Bielefeld standen aktuelle Themen und Herausforderungen, mit denen sich sowohl Startups als auch etablierte Unternehmen konfrontiert sehen, sowie Technologien und mögliche Lösungen dafür. Ein Überblick:

1) STATUS QUO: DAS STARTUP-ÖKOSYSTEM

Die Hinterland of Things Conference spiegelt das deutsche Startup-Ökosystem: Die Teilnehmer reichten auch in diesem Jahr wieder von frisch gegründeten Unternehmen bis zu sogenannten Einhörnern (Unicorns), wie Appinio, Staffbase und AUTO1 GROUP.

Verena Pausder schätzt das Forum der Hinterland-Konferenz schon seit einigen Jahren: „Wir müssen uns jetzt an die dicken Bretter ran wagen, und dafür ist das Zusammenkommen von Mittelstand und Startup ideal.“ Auch Wilhelm Böllhoff, Geschäftsführer vom gleichnamigen Familienunternehmen, zeigte sich begeistert: „Im Silicon Valley war ich noch nie, aber ich habe das ostwestfälische Hinterland für mich entdeckt.“

Die Hinterland of Things Conference 2024 zeigt: Die Zukunft gehört denen, die den Mut haben, neue Wege zu gehen und die Herausforderungen der heutigen Zeit anzunehmen. Um es mit den Worten von Verena Pausder zu sagen: „Wir haben alle Zutaten, die wir brauchen, um dieses Land erfolgreich zu machen, also let's go!“

2) MITTELSTAND: „DEUTSCHLAND IST EIN INDUSTRY POWERHOUSE“

In seiner Eröffnungs-Keynote hob Dominik Gross, CEO der Founders Foundation, die Bedeutung der Technologien aus dem deutschen Mittelstand für die Weltwirtschaft hervor. „Deutschland hat eine dezentrale Wirtschaft. 75 Prozent des Bruttoinlandsprodukts werden außerhalb der zehn größten Städte gebildet. In der Fläche sitzen die Weltmarktführer.“ Diese würden Industrien weltweit mit technischen Lösungen ausstatten, die elementar für funktionierende Fabriken sind. „Deutschland ist ein Industry Powerhouse“, so Gross.

Diese Unternehmen gelte es mit aufstrebenden Startups zu verbinden, um sie zukunftsfest zu machen und Potenziale zu heben. Diese Idee unterstützt auch Bauunternehmer Jan-Hendrik Goldbeck: „Wenn jemand anderes auf eine coole Idee kommt, die man selbst nicht hatte, bricht man sich selbst keinen Zacken aus der Krone, das anzunehmen und dort Kunde zu werden.“

Florian Nöll von PwC betonte, dass Familienunternehmen im Vergleich zu Konzernen die bessere Zielgruppe für Startups seien, da sie schneller Entscheidungen treffen können. „Familienunternehmen bieten Startups ein reales Umfeld, um ihre Innovationen weiterzuentwickeln,“ ergänzte Goldbeck.

Auch intern treiben Familienunternehmen Innovationen voran. Bei Wago aus Minden können Mitarbeitende ihre Ideen im Unternehmen testen und entwickeln. Sennheiser hat einen Innovationsbereich gegründet, in dem völlig neue Technologien und Geschäftsmodelle entwickelt werden. „Audio ist das, was wir am besten können. Rund um dieses Thema denken wir groß“, sagt Geschäftsführer Andreas Sennheiser.

3) KÜNSTLICHE INTELLIGENZ: GROSS DENKEN STATT ANGST HABEN

Künstliche Intelligenz (KI) war DAS Thema: Der Aufstieg von KI und ihre vielseitigen Anwendungen standen themen- und branchenübergreifend im Zentrum. Miriam Meckel, Geschäftsführerin der Weiterbildungsplattform ada betonte: „KI wird alles auf einmal verändern, aber jetzt können wir die Zukunft gestalten.“

Neben Investor Philip Klöckner hielt Autor Sascha Lobo eine Keynote in der er die Angst vor KI relativierte: „Was heute



rechts: Panel zu KI, links die Exhibition-Hall / Foto Hinterland of Things

ganz normal ist, war damals beängstigend oder sogar unvorstellbar. Genauso wird es mit künstlicher Intelligenz passieren.“ Ähnlich sieht es Judith Perterka, KI-Expertin der Bundesverwaltung: “KI wird uns nicht ersetzen, sondern unsere Fähigkeiten erweitern, im Endeffekt geht es um Macht, Reichtum, Wohlstand und Ungleichheit. Eigentlich werden mehr Jobs geschaffen, als ersetzt werden. Ersetzt werden nur Tätigkeiten.“ Meckel ergänzt: “Menschen, die KI sinnvoll einzusetzen wissen, sind die viel größere Konkurrenz.“

4) WERTE, HALTUNG & FÜHRUNG: GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN

Neben technologischen Highlights beschäftigte sich die Konferenz auch mit einem ganz analogen Problem: dem Fachkräftemangel. Brigitte Mohn, Vorständin der Bertelsmann Stiftung, appellierte mit Blick auf Zuwanderung: „Viele Unternehmen haben die Demokratie für selbstverständlich genommen. Jetzt

müssen wir uns wieder aktiv für sie einsetzen und eine echte Willkommenskultur entwickeln.“ Unternehmen seien hierbei besonders in der Verantwortung, denn: „Das Unternehmertum spiegelt die Gesellschaft wider.“

Verena Pausder, Präsidentin des Startup-Verbands, stimmte ihr zu: „Wir brauchen ein Choose Germany Programm. Ein Start dafür sind die geplanten digitalen Visa-Verfahren.“ Und sie ging noch weiter: „Wir müssen nicht nur Deutschland attraktiv machen, sondern auch die EU.“ Von klaren Haltungen wie diesen können sich Unternehmer laut Zarah Bruhn von Socialbee etwas abschauen. Sie betonte, wie wichtig es sei, als Arbeitgeber Haltung zu zeigen, um Mitarbeitende für sich zu begeistern.

Frauke von Polier, Personalverantwortliche bei Viessmann, unterstrich die Bedeutung guter Führung: „Wenn die Führung im Unternehmen gut ist, haben wir eine Chance, die jungen Leute zu halten. Man muss auf die gesamte Person

schauen und ihre Lebensphasen berücksichtigen.“

5) VERANTWORTUNG FÜRS KLIMA: ENERGIELÖSUNGEN MÜSSEN HER

Dass Unternehmen bei der Reduzierung des CO₂-Ausstoßes eine große und vor allem aktive Rolle zukommt, ist bekannt. Jan Pannenbäcker, Gründer von Metaloop, erklärte: „Nachhaltigkeit ist nicht mehr eine Wahl, sondern eine Notwendigkeit für Unternehmen.“ Am Beispiel der Metallindustrie erklärt er, diese sei für einen beträchtlichen Teil der Kohlenstoffemissionen verantwortlich, könne aber auch ein Teil der Lösung sein. David Oudsandji, Gründer des Aachener Startups Voltfang attestierte: „Das Thema Energiewende ist extrem heiß. Und da müssen wir schneller werden.“

Auch anwesende Investoren wie Jan Lozek, Geschäftsführer von Future Energy Ventures, zeigten Interesse: „Unser komplettes Energiesystem dreht sich gerade. Da schauen wir uns verschiedene Konzepte



Moderatorin Janna Linke im Gespräch mit Verena Pausder / Hinterland of Things

an.“ Bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen, die den Klimawandel bekämpfen, sei die Einbindung der Kunden besonders wichtig „Wir müssen sicher sein, dass wir die richtigen Maßnahmen umsetzen“, sagte Nina Mannheimer, Mitgründerin von Klim. Dafür tausche sie sich mit ihrem Unternehmen zum Beispiel eng mit Landwirten aus.

6) OUT OF THE BOX.NRW AWARD: SIEGER LÄSST MASCHINEN SPRECHEN

Ein besonderes Highlight der diesjährigen Konferenz war die Verleihung des OUT OF THE BOX.NRW Awards vom NRW-Wirtschaftsministerium, der die besten digitalen Startups aus Nordrhein-Westfalen ausgezeichnete. Der mit insgesamt 50.000 Euro dotierte Wettbewerb, gesponsert von der NRW.Bank, fand in diesem Jahr erstmals unter der Organisation der Founders Foundation gGmbH statt.

Den ersten Platz belegte das Bielefelder Startup Synctive mit ihrem ganzheitlichen

Ansatz für die Wartung von Industrieanlagen. „In NRW zu gründen und besonders in Bielefeld ist besonders. Unsere Zielgruppe ist der Maschinenbau. Wenn wir es richtig machen, sind die ersten 100 Kunden direkt vor der Haustür“, sagt Gründer Albert Gorlick. Auf den zweiten Platz schaffte es Voltfang aus Aachen, auf den dritten arttrade aus Düsseldorf.

Auch Dominik Gross, Geschäftsführer der Founders Foundation freut sich: „Ohne Startups hat Deutschlands Wirtschaft keine gute Zukunft. Nur durch den Technologietransfer aus den heimischen Startups bleiben unsere Unternehmen Weltspitze. NRW ist das sich am schnellsten entwickelnde Startup-Ökosystem Deutschlands. Schon die Top 24 of 2024 Liste zeigt, wie vielfältig das Potenzial ist. Dass das beste NRW-Startup aus unserer Region Ostwestfalen-Lippe kommt, macht uns besonders stolz.“

ÜBER DIE FOUNDERS FOUNDATION

Die Founders Foundation bildet die nächste Generation erfolgreicher Gründer*innen aus und baut im Herzen des deutschen Mittelstandes ein nachhaltiges B2B Startup Ökosystem auf. Die Financial Times rankt die Founders Foundation unter „Europes 100 Top Leading Start-up Hubs“ in Deutschland auf Platz 5. Beispielhaft werden im B2B Startup Ökosystem Ostwestfalen-Lippe 'new and old business' als Nährboden für Unternehmertum zusammengebracht. Insbesondere die alljährliche Tech-Konferenz Hinterland of Things dient dazu als Plattform und baut wichtige Brücken. 2024 wurde die Founders Foundation mit dem Sonderpreis der German Startup Awards für ihr Wirken und ihre Arbeit für das Unternehmertum der Zukunft ausgezeichnet. Sie ist eine gemeinnützige Organisation und stellt die nachhaltige und erfolgreiche Ausbildung von Gründer*innen ins Zentrum ihres Wirkens.

Marketing

Mythos Elevator Pitch: Weg mit dem Marketing- Bullshit

In 60 Sekunden andere Menschen von sich und der eigenen Geschäftsidee begeistern – immer noch gilt der Elevator Pitch als das Nonplusultra, vor allem für Startups. Eigentlich sind dann Networking Events ein idealer Rahmen, um sich möglichst vielen Menschen zu präsentieren. „Unsinn!“ sagt Marketingstrategin Susanne Rohr. Die Coachin rät im Interview mit SHE works! deutlich von einem Elevator Pitch während persönlicher Gespräche ab und zeigt Alternativen auf.

Frau Rohr, Sie sind Business-Strategin und entwickeln für bzw. mit Ihren Kunden maßgeschneiderte Marketingstrategien. Wie war Ihr beruflicher Weg dorthin und was fasziniert Sie so an Ihrer Arbeit?

Nach 15 Jahren im Marketing dachte ich, ich hätte den Dreh raus. Vom Produktmanagement über Radiowerbung bis hin zum Marketing für Tech-Startups habe ich alles gemacht. Dann kam der große Sprung in die Selbstständigkeit - und plötzlich stand ich da mit einem winzigen Budget und einer riesigen Lernkurve.

Was mich heute begeistert, ist, meinen Kunden zu zeigen, dass sie kein riesiges Marketingbudget brauchen, um erfolgreich zu sein. Ich räume den ganzen Marketing-Bullshit weg und helfe ihnen, ihr Marketing auf professionelle Beine zu stellen, die richtigen Kunden zu gewinnen und mehr Geld zu verdienen.

Zu einem gelungenen Marketing gehört auch, die eigene Idee kurz und knapp sowie gut verständlich potenziellen Kunden zu präsentieren. Im persönlichen Gespräch gilt dafür seit Jahren der Elevator Pitch als das Mittel der Wahl. Doch Sie sagen: Das ist Unsinn! Warum?

Ich halte den Elevator Pitch im persönlichen Gespräch für völlig unsinnig. Warum? Wer schon einmal auf einem Netzwerktreffen war und einen Elevator Pitch erlebt hat, hat sich wahrscheinlich gefragt: „Was war das denn jetzt?“ Denn der antrainierte Elevator Pitch wirkt wie ein schlechtes Gedicht, monologartig vorgelesen, öde und langweilig. Er klingt wie ein dressierter Geschäftsaffe. Ein Gespräch

ist kein Monolog! Aber genau das ist der Elevator Pitch meistens. Man versucht, alles, was das eigene Unternehmen ausmacht, in wenige Minuten zu packen - und das wirkt in einem persönlichen Gespräch einfach komisch.

Netzwerktreffen sind kein Ort für Elevator Pitches. Das mag für Shows wie die „Höhle der Löwen“ passen, wo es darum geht, Investoren zu gewinnen. Netzwerken bedeutet aber etwas ganz anderes - sich austauschen, andere kennen lernen, sich gegenseitig unterstützen und Kontakte knüpfen.

Welche Erfahrungen haben Sie selbst in Bezug auf Elevator Pitches gemacht?

Ich habe mich reihenweise fremdgeschämt und war selbst nicht besser. Ich bin zu Netzwerktreffen gegangen, habe meinen auswendig gelernten Spruch aufgesagt und habe mich furchtbar gefühlt. Einmal stellte sich eine Frau als „die Social Media Tante“ vor - im Ernst! Und ich dachte nur: „Hilfe, ich will hier raus!“ Diese peinlichen Momente haben mich wirklich geprägt.

Susanne Rohr ist Marketing Strategin mit 25 Jahren Erfahrung, spezialisiert auf KMU. Sie hat den Marketing Passion Process® entwickelt, der Marketing-Bullshit eliminiert. Sie hilft Unternehmerinnen, individuelle Marketing-Masterpläne zu entwickeln, die richtigen Kunden zu gewinnen und den Umsatz zu steigern. Sie lebt mit ihrer Familie im Süden von München.

Blog: <https://www.susanne-rohr.de/blog/>

Website: <https://www.susanne-rohr.de/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/susanne-rohr/>

Instagram: <https://www.instagram.com/susannerohr.de/>



Foto Bianca Keck

Was war Ihre Konsequenz daraus?

Irgendwann habe ich beschlossen, dass genug genug ist. Ich verzichtete darauf, bei Netzwerkveranstaltungen einen vorformulierten Satz à la Elevator Pitch vorzutragen. Stattdessen habe ich mich darauf konzentriert, neue Leute kennenzulernen und nette Gespräche zu führen. Das war viel angenehmer und auch erfolgreicher.

Mythos Elevator Pitch: Mithilfe von einigen einstudierten Sätzen neue Kunden gewinnen.

Warum kann das so nicht gelingen und warum ist er auf Netzwerktreffen und anderen Veranstaltungen sogar fehl am Platz?

Der Wunsch, mit ein paar einstudierten Sätzen neue Kunden zu gewinnen, funktioniert bei Netzwerktreffen nicht. Das funktioniert nirgendwo. Wir treffen online oder offline auf fremde Menschen, die uns erst kennenlernen und Vertrauen aufbauen müssen. Diese frische „Beziehung“ braucht Zeit, um zu reifen. Natürlich gibt es Ausnahmen, aber darauf würde ich mein Geschäft nicht

aufbauen.

Zu Beginn meiner Selbständigkeit war ich in einem Frauennetzwerk und hatte mich mit drei Selbständigen super unterhalten, als eine PR-Frau in unser Gespräch platzte und uns ihre Pressearbeit pitchte. Das war super nervig. Ihre Visitenkarten? Haben wir alle augenrollend in den Papierkorb geworfen. Wer will schon so in Erinnerung bleiben?

Digital ist das heute nicht anders. Vor zwei Tagen bekam ich eine Nachricht auf LinkedIn, die direkt mit einem Verkauf-



spitch begann. Ohne Bezug auf mein Profil. Das ist nicht nur ärgerlich, sondern auch respektlos. So verkauft man nicht erfolgreich. Niemand mag aufdringliche Verkäufer.

Was ist nun aber die Alternative zum Elevator Pitch? Und wie kann sie gelingen?

Statt an einem langweiligen Monolog zu feilen, ist es besser zu lernen, wie man gute Gespräche führt.

Kennen Sie das Buch „Wie man Freunde gewinnt“ von Dale Carnegie? Seine Ansätze hel-

fen viel besser beim erfolgreichen Aufbau von erfolgreichen Geschäftsbeziehungen als ein abgedroschener Elevator Pitch.

- ✓ Echtes Interesse zeigen: Fragen stellen und aufmerksam zuhören.
- ✓ Gemeinsamkeiten entdecken: Anknüpfungspunkte finden.
- ✓ Schaffen Sie eine positive Atmosphäre: Aufrichtig loben und offen sein.
- ✓ Erfolgsgeschichten teilen: Authentische Kundengeschichten erzählen.
- ✓ Langfristige Beziehungen aufbauen: Bleiben Sie in

Kontakt.

Hören Sie auf, an „Zauberformeln“ zu glauben, um neue Kunden zu gewinnen. Seien Sie neugierig, hören Sie aufmerksam zu und stellen Sie Fragen. So entsteht ein echter Austausch, der die Basis für eine vertrauensvolle Geschäftsbeziehung bildet. So bleiben Sie in guter Erinnerung.

Welchen Tipp haben Sie abschließend noch für Gründerinnen und Unternehmerinnen, die sich und ihre Geschäftsidee gerne in persönlichen Gesprächen vorstellen möchten?

Seien Sie echt und leidenschaftlich. Wenn Sie über Ihr Unternehmen sprechen, lassen Sie Ihre Leidenschaft und Begeisterung durchscheinen. Menschen merken, wenn jemand wirklich für das brennt, was er tut. Diese Begeisterung ist ansteckend und schafft eine natürliche Verbindung zu Ihrem Gegenüber. Das verkauft.

Vielen Dank für das Gespräch!



Marketing

Digital Balance: Gesunder und effizienter Einsatz von Social-Media-Marketing

Von Jennifer Tomandl

Eine Welt ohne Social Media? Kaum mehr vorstellbar. Sowohl im Privatleben als auch in der Geschäftswelt ist Social Media nicht mehr wegzudenken. Gerade für die eigene Selbstständigkeit bietet Social Media Marketing zahlreiche Vorteile und ist für die Sichtbarkeit und Kundenakquise unerlässlich. Doch die oft überwältigende Informationsflut, das Vergleichen, die ständige Erreichbarkeit und der Druck, immer präsent zu sein, haben auch ihre Schattenseiten. Druck, Erschöpfung und Burnout sind hier nur einige der Nachteile. Aber auch die Reduzierung der Nutzungsdauer von Social Media wirkt sich bereits positiv auf das psychische Wohlbefinden aus. Wie kann man also Social Media Marketing effektiv, effizient und gesund nutzen, ohne sich selbst zu überfordern?

HABE EIN KLARES ZIEL VOR AUGEN

Bevor du mit Social Media Marketing startest, überlege dir, welches konkrete Ziel du verfolgst, damit du deinen

ganzen Fokus darauf richten kannst. Möchtest du zum Beispiel deinen Website-Traffic erhöhen, deine Reichweite vergrößern, ein bestimmtes Produkt verkaufen oder soll Social Media einfach eine Art Online-Visitenkarte sein, damit du online gefunden wirst? Indem du deine Ziele definierst, kannst du deine Content-Strategie darauf ausrichten und Inhalte effizienter erstellen. Das spart Zeit und du musst nicht jeden Tag darüber nachdenken oder durch Instagram scrollen, um herauszufinden, was genau du posten möchtest. Finde außerdem heraus, auf welchen Kanälen sich deine Zielgruppe aufhält und wie du sie mit deinem Angebot unterstützen kannst. Dabei solltest du sowohl informative als auch unterhaltsame Inhalte berücksichtigen, die einen Mehrwert bieten und deine Expertise zeigen. Konzentriere dich auf einen oder maximal zwei Social-Media-Kanäle und befreie dich von dem Druck und Stress, auf jedem Kanal sichtbar sein zu müssen, denn das musst du nicht. Weniger ist manchmal mehr und führt definitiv zu mehr Ruhe im Kopf.

NUTZE SINNVOLLE TOOLS FÜR DICH

Wie schon erwähnt ist eine Content-Strategie sinnvoll, damit du effektiver Inhalte erstellen kannst. Zusätzlich kannst du Automatisierungstools wie beispielsweise Hootsuite, Later oder die kostenlose Meta Business Suite nutzen. Sie ermöglichen es dir, deine Beiträge und Stories voranzuplanen, sodass sie dann am Tag der Veröffentlichung automatisch vom jeweiligen Tool gepostet werden. Das spart viel Zeit und hilft dir, regelmäßig präsent zu sein, ohne selbst ständig online und in den sozialen Medien aktiv sein zu müssen. Wenn du die internen Analysetools der Social Media Plattformen nutzt, kannst du den Erfolg deiner veröffentlichten Beiträge analysieren. So kannst du herausfinden, welche Inhalte gut funktionieren und welche nicht und dadurch deine Content-Strategie optimieren.

DEINE ZEIT IST KOSTBAR

Setze dir selbst feste Zeiten für deine Aktivitäten auf Social Media. Plane deine Posts und Interaktionen so, dass sie

effektiv sind und nicht deine gesamte Arbeitszeit in Anspruch nehmen. Das Schwierigste, das weiß ich aus eigener Erfahrung, ist die Einhaltung dieser Zeiten. Leider ist es oft so, dass man doch länger auf Instagram unterwegs ist, als man eigentlich möchte. Viele Smartphones bieten die Möglichkeit, eine selbst eingestellte Nutzungsdauer für eine App einzustellen. Sobald diese Nutzungsdauer pro Tag erreicht ist, kann die App nicht mehr geöffnet werden. So wird man daran erinnert, dass die gesunde Nutzungsdauer bereits erreicht ist und verfällt

nicht in ein zu langes Scrollen auf Social Media, das weder sinnvoll noch zielführend ist. Letztlich führt genau dieser Konsum zur Erschöpfung.

OFFLINE-ZEIT NUTZEN UND GENIEßEN

Regelmäßige Pausen von Social Media sind wichtig, um sich zu erholen und einen Ausgleich zu schaffen. Plane also bewusst Tage ein, an denen du offline gehst und dich anderen Dingen widmest, die dir gut tun. Du wirst wahrscheinlich das Gefühl haben, etwas zu verpassen.

Es erfordert also Disziplin, an diesen Tagen wirklich offline zu sein. Je öfter du das tust, desto leichter wird es. Du wirst schnell merken, dass du nichts verpasst hast und dass sich die Welt der sozialen Medien auch ohne dich weiterdreht. Was du noch spüren wirst: Es wirkt sich positiv auf dein Wohlbefinden aus und führt zu mehr innerer Ruhe. So wirst du an den anderen Tagen wieder wesentlich produktiver sein können. Wie bei allen Dingen im Leben ist eine gesunde Balance eben meist der Schlüssel.

Jennifer Tomandl ist Speakerin und Expertin für empathisches Marketing, Kommunikation und Social Media. Sie hält Social-Media-Vorträge und Workshops, berät individuell und konzipiert Social-Media-Marketingstrategien für Selbstständige und Unternehmen, die online effizient und mit Strategie sichtbar werden möchten. Darüber hinaus betreut sie Social-Media-Kanäle und erstellt kreative Inhalte, die die Zielgruppe begeistern.

Infos zum Angebot:
www.jennifertomandl.de

Instagram / Facebook / LinkedIn:
jennifer.tomandl



Foto Oliver Stopinski

Frauen in der Industrie

Nein, Industrie ist nicht nur Männersache!

Von Nadine Dubois, Technikerin im Bereich Motorentwicklung, und Charline Dousson, Technikerin im Bereich prädiktive Kontrolle, bei der DV GROUP.

Bereits vor einigen Jahrzehnten hat sich in Deutschland ein Trend zur „Deindustrialisierung“ als Folge unseres stetig wachsenden Wohlstands abgezeichnet. Die Industrieproduktion verlagert sich etwa ins Ausland. Heutzutage macht das verarbeitende Gewerbe nur noch 18 Prozent der Bruttowertschöpfung aus, was im europäischen Kontext zwar immer noch vergleichsweise hoch ist, jedoch durch diverse Faktoren beeinflusst wird. Zu

diesen zählen unter anderem die hohen Energiepreise, eine zunehmende Deglobalisierung sowie ein akuter Mangel an qualifizierten Fachkräften. Auch aus der Industrie sind alarmierende Stimmen zu vernehmen. Der Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI), Siegfried Russwurm, sieht laut dem wirtschaftsdienst.eu „Deutschlands Geschäftsmodell unter „enormen Stress“ und hält die „Gefahr einer industriellen Abwanderung“ für „real“. Es gehe darum, „das Überleben der Industrie in Deutschland und Europa zu sichern“. Der aktuelle Trend stellt nicht nur eine Herausforderung für die Industrie selbst dar, sondern

prägt auch maßgeblich die wirtschaftliche Landschaft Deutschlands und Europas.

Wie können deutsche Industrieunternehmen diesen Schwierigkeiten gegenüberstehen? Und kann Deutschland trotz fehlender Fachkräfte seine Stellung als führender Industriestandort halten?

Die Antwort lautet: Ja. Dazu ist jedoch ein grundlegender Wandel der Gesellschaft notwendig. Es braucht neuen Elan und Fachkräfte. Doch trotz aller Fortschritte sind Stereotype und Vorurteile gegenüber Berufen im Industriesektor noch weit verbreitet. Diese gilt es zu überwinden.





Fotos DV Group

Nadine Dubois, links, begann ihre berufliche Laufbahn als medizinische Sekretärin und arbeitete anschließend als Verkäuferin in einer Bäckerei. Im Jahr 2015 kam sie zur DV GROUP und damit in den Industriesektor. Aktuell ist sie als Technikerin für Wicklungen tätig.

Charline Dousson, rechts, studierte an der IUT Saint Etienne in Frankreich und ist auf physikalische Messungen spezialisiert. Seit September 2023 macht sie eine Ausbildung zur Technikerin für prädiktive Kontrolle bei DV GROUP.

Zunächst muss sich die gesellschaftliche Einstellung gegenüber Berufen in diesem Sektor ändern. Denn es besteht noch immer der veraltete Glaubenssatz, technische und handwerkliche Arbeiten seien eher für Männer bestimmt. Zudem werden diese Berufszweige oftmals abgewertet. Sie werden „weniger begabten Menschen“ zugeschrieben. Das stimmt nicht! Denn diese Berufe erfordern sowohl Leidenschaft, handwerkliches Geschick als auch kognitive Fähigkeiten. Es ist daher wichtig, diese Wahrnehmung zu ändern, um diesen Berufen wieder diejenige Anerkennung zu verschaffen, die sie verdienen. Denn nicht jeder passt zu einem Schreibtisch-Job. Die gesellschaftliche Mentalität muss sich ändern und jüngere

Generation sollte sich nicht davon abhalten lassen, technische Berufe zu ergreifen.

Zudem muss die Industriebranche weiter diversifiziert werden - trotz der Herausforderungen, die dies mit sich bringen kann. Obwohl beispielsweise der Beruf des Industrietechnikers häufig mit Männern in Verbindung gebracht wird, sind auch hier Frauen vertreten – nur leider noch zu selten. Moderne Technologien machen diese Berufe jedoch leichter zugänglich und ebnen den Weg für die Integration von Arbeitnehmerinnen. Trotzdem stagnieren die Zahlen mit einem Frauenanteil von knapp 16 % in Industriebberufen, während weiterhin viele Stellen unbesetzt bleiben. Hier müssen Unternehmen gezielt handeln

und Frauen ansprechen – etwa in persönlichen Gesprächen bei Ausbildungsmessen.

Studien zeigen außerdem: technische Berufe haben für Frauen auch positive Auswirkungen auf deren Selbstvertrauen. Viele geben an, stolz darauf zu sein, in diesem Berufsfeld zu arbeiten und in ihrem Unternehmen geschätzt zu werden. Ihre Arbeit gilt häufig als sehr sorgfältig und erhält dementsprechend Anerkennung von den Teamkollegen. Zudem erzielen gemischte Teams laut einer von Cadremploi in Frankreich durchgeführten Studie bessere Ergebnisse als andere. 97 % der Arbeitnehmerinnen, die in gemischten Teams arbeiten, geben an, dass sie sich wohl- und nützlich fühlen. Bei nicht

gemischten Teams sind es nur 83 %. Studien legen nahe, dass gemischt-geschlechtliche Teams produktiver sind als reine Männer- oder Frauen-Teams. Unternehmen haben daher ein großes Interesse daran, gemischte Teams zu fördern, da sie davon auch selbst profitieren können. Das Aufweichen von Geschlechternormen bringt nicht nur Freiheit und Entwicklungsmöglichkeiten für Einzelne mit sich, sondern auch wirtschaftlichen Erfolg.

Es ist wichtig, dass alle Beteiligten zur Sensibilisierung von Frauen für Berufe in der Industrie beitragen. Dies schließt Eltern, Lehrende, Staat und Verbände ein. Vor allem aber sind die Unternehmen selbst in der Verantwortung.

In Anbetracht des aktuellen Fachkräftemangels dürfen sich Unternehmen im Recruiting Prozess nicht ausschließlich auf weibliche Profile konzentrieren. Dies könnte zudem auch als diskriminierend gegenüber

Männern angesehen werden. Es geht daher nicht darum Frauen im Bewerbungsprozess zu bevorzugen, sondern eine ausgewogene Teamzusammensetzung zu erreichen. Wie es Bénédicte Jezequel und Juliette Rapinat Freudiger treffend formuliert haben:

„Die wichtigste Botschaft, die wir vermitteln möchten, ist, den Frauen zu sagen, dass sie mutig sein und sich selbst vertrauen sollen. Denn sie haben ihren Platz in der Industrie.“

25 Jahre EXIST

Veröffentlicht vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz

Seit einem Vierteljahrhundert trägt das EXIST-Programm des BMWK zur Förderung von Innovation, Gründung und jungem Unternehmerinnen- und Unternehmertum in Deutschland bei.

Von Decacorns bis zu erfolgreichen Gründungszentren: Seit einem Vierteljahrhundert unterstützt das Programm „EXIST - Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) junge Gründerinnen und Gründer auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit und trägt maßgeblich zur Förderung von Innovation, Gründung und jungem Unter-

nehmerinnen- und Unternehmertum in Deutschland bei.

Zu den Zielen von EXIST gehören:

- dauerhafte Etablierung einer Kultur der unternehmerischen Selbstständigkeit in Lehre, Forschung und Verwaltung an den Hochschulen;
- konsequente Übersetzung wissenschaftlicher Forschungsergebnisse in wirtschaftliche Wertschöpfung;

- zielgerichtete Förderung des großen Potenzials an Geschäftsideen und Gründungspersönlichkeiten an Hochschulen und Forschungseinrichtungen;

- deutliche Steigerung der Anzahl innovativer Unternehmensgründungen und damit Schaffung neuer und gesicherter Arbeitsplätze.

Weitere Informationen:
www.exist.de

Existenzgründungen
aus der Wissenschaft

Gleichberechtigung

Was hat Butter mit dem #SDG5 der UN 2030 Agenda zu tun?



Von Fiona Ruff, 2030*

Hast du darüber nachgedacht, welche Firma du unterstützt, wenn du deine Butter im Supermarkt kaufst?! Welche Werte du täglich mit deiner Kaufkraft stärkst? Mit deinem Kauf kannst du eine vielfältige und chancengerechte Wirtschaft fördern! Und zwar nicht nur im Supermarkt, sondern auch online, im Handel, im Business – überall, wo es Anbieter und Kundinnen gibt. Die 2030* Initiative möchte dir das erleichtern.

SICTBARE UNTERNEHMEN, WO FRAUEN (MIT)GESTALTEN!

Auf der 2030* Plattform findest du Firmen, die Frauen in der Geschäftsführung haben – entweder als alleinige Inhaberin oder Geschäftsführerin oder zusammen mit Männern als diverses Team. Warum ist das wichtig? Das Nachhaltigkeitsziel 5 (SDG5) der Agenda 2030 strebt die Geschlechtergerechtigkeit an. Um dies in der Wirtschaft zu erreichen, brauchen wir mehr Diversität und viel mehr Frauen in Führung mit ihren Perspektiven, Werten und Kompetenzen. Wie

bekommen wir das hin? Neben den erforderlichen gesetzlichen Rahmenbedingungen sowie dem Commitment und der Implementierung von DEI-Strategien (Diversity, Equity & Inclusion) bei Unternehmen braucht es viel mehr aktive Förderung und Forderung von jedem von uns.

WIR müssen auch was dafür tun! Und das können wir. Indem wir die Firmen mit unserer Kaufkraft stärken, die entweder von Frauen geführt oder divers geführt sind. Somit stärken wir diese Frauen und diese Firmen und verhelfen ihnen zu mehr Sichtbarkeit und Erfolg. Aber wo sind diese Firmen?

2030* RECHERCHIERT FÜR DICH!

Neben der wachsenden Anzahl von gelisteten Geschäftsprofilen von Frauen (mit-) geführten Firmen auf der 2030.network Plattform recherchiert das 2030* Team die Produkte in unserem Supermarkt. Welche Hersteller haben Frauen in der Geschäftsführung und welche nicht? Was meinst Du, wie es da aussieht?



5 GENDER EQUALITY



Was hat Butter mit Ziel Nr 5 der Agenda 2030 zu tun?

73% der untersuchten Produktkategorien haben keine einzige Frau in der Geschäftsführung! Viele Produkthersteller sind Familienunternehmen oder regionale, mittelständische Unternehmen. Diese Firmen schätzen sicherlich die Arbeit und Perspektive von Frauen, aber nicht zwingend als Mitglied der Geschäftsführung, wo die strategischen Entscheidungen getroffen werden.

ABER: 27% der Produzenten haben Frauen in ihren Entscheidungsgremien. Beispiele sind:

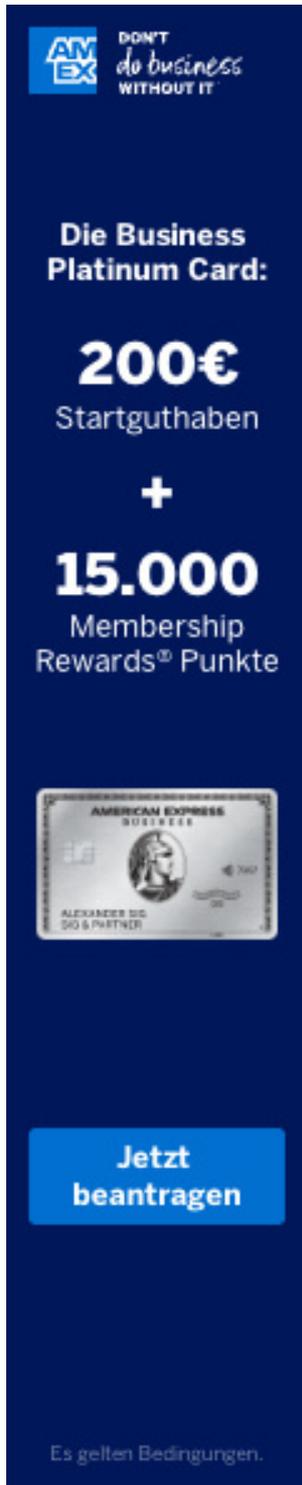
Die Molkereien Andechser Natur und Gläserne Molkerei, Alnatura Produkte, TUC Cracker, Streker Natursäfte, Germeta Mineralwasser, Weleda Zahncreme & Pflegeprodukte, Sonet und Almawin Spül- und Waschmittel, Niederegger Marzipan, Rapunzel Schokolade, August Esser und Fritz Allendorf Weine, Wackers Kaffee...um nur ein paar zu nennen.

In diesen Firmen gibt es häufig starke Frauen, die das Thema Diversität sehr gut verstanden haben, und viel dafür tun, z.B.

Tina Müller, CEO Weleda, und Carola Appel, CEO Gläserne Molkerei. Und das sind oft „Hidden Champions“ – Hersteller, die besonders innovativ, nachhaltig oder divers sind.

Also! Es gibt Produkthersteller mit Frauen in Führung. Viele tolle Firmen! Firmen, die unsere Unterstützung verdienen.

Das nächste Mal, wenn du im Supermarkt einkaufen gehst, überleg dir, welche von deinen vielen Kaufkriterien dir besonders wichtig sind und handele danach.



AM EX DON'T do business WITHOUT IT

Die Business Platinum Card:

200€
Startguthaben

+

15.000
Membership Rewards® Punkte



Jetzt beantragen

Es gelten Bedingungen.

2030*

Frauenanteil bei Produkthersteller

Firma	Frauenanteil
Chips & Nüsse	15%
Wein	15%
Butter	16%
Säfte	17%
Mineralwasser	19%
Milch	29%
Weihnachtsmänner/ Lebkucheh	29%
Zahnpasta	33%
Kaffee	36%
Schokolade	45%
Spülmittel	47%
Durchschnitt	27%

2030.network

Mach mit!

Folge 2030* auf LinkedIn & Instagram! @2030.network.

2030* lädt dich ein, die Initiative zu unterstützen, indem du Firmen, die von Frauen geleitet werden oder einen hohen Frauenanteil in der Geschäftsführung haben, an contact@2030.network meldest.

Alle Ergebnisse zu der 2030* Supermarkt Recherche und weitere Recherchen findest du unter: 2030.network.

Durch bewusstes Einkaufen und die Förderung von Unternehmen mit weiblicher Führung können wir alle einen Beitrag zur Gleichstellung leisten.



Work Hard Travel Wild

CAMPER-VIBES.DE

Work Hard, Travel Wild. Dein Ausgleich zum Business-Alltag!

Der Business-Alltag ist anspruchsvoll und fordernd, aber auch du verdienst eine Auszeit, die wild und aufregend ist. Camper Vibes versteht deine Bedürfnisse und bietet dir die perfekte Gelegenheit, das Abenteuer zu erleben, nach dem du dich sehnst.

Warum Camper Vibes für Business-Frauen?

Abenteuer ohne Grenzen: Deine Route, deine Geschwindigkeit, deine Abenteuer. Entdecke neue Horizonte, wann immer du willst.

Die Natur genießen: Campen in der Wildnis, Sternenhimmel über dir, Lagerfeuer am Abend - erlebe die Natur pur.

Entspannung für die Seele: Lasse den stressigen Arbeitsalltag hinter dir und finde innere Ruhe in der Natur.

Sicherheit und Komfort: Unsere modernen Wohnmobile bieten höchsten Komfort und Sicherheit auch für alleinreisende Frauen.

Zeit für dich selbst: Du bestimmst den Rhythmus deiner Reise, ganz ohne Zeitdruck oder Verpflichtungen.

Business unterwegs: Dank unserer mobilen Arbeitslösungen kannst du unterwegs produktiv bleiben, wenn nötig.

Gönne dir eine Pause, die du verdienst!

CAMPER VIBES SAISON 2024

Ran an den Deal: 5% Frühbucher-Vorteil für deinen grandiosen Roadtrip!



Camper Vibes
WOHNMOBIL VERMIETUNG

Verfügbarkeit & Preise
www.camper-vibes.de



Frauen in der IT

Frauen sollen sich direkt angesprochen fühlen

In einen digitalen Beruf einsteigen – selten ein Karriereweg für Frauen.

Dalia Das, Gründerin von neue fische – School and Pool for Digital Talent, versucht genau das zu ändern: Sie will mehr Frauen von der IT-Branche und ihren Möglichkeiten überzeugen. Sie bietet Schulungen an, mit Schwerpunkt auf Frauen, alleinerziehenden Müttern oder Karrierewechslerinnen .

Mit SHE works! sprach sie über ihren Erfolg und ihre Gründung.

Frau Das, erst einmal herzlichen Glückwunsch zum ITEC Cares Award 2024!

Danke, die Auszeichnung ist für mich und mein Team eine enorme Wertschätzung unserer Arbeit gegen den Fachkräftemangel und für mehr Diversity in der IT.

Mehr Frauen in die IT: Das ist eine immer wieder wiederholte Forderung aus unterschiedlichen Richtungen. Frau Das, warum finden wir trotzdem so wenig Frauen in dieser Branche?

Mädchen und Jungen werden schon in jungen Jahren unterschiedlich sozialisiert. Das setzt sich dann im klassischen Bildungssystem fort – Mädchen erhalten oft weniger Ermutigung und Unterstützung in MINT-Fächern, was sich dann (auch durch fehlende weibliche Role Models in der IT) auch bei der Wahl des Ausbildungsplatzes oder des Studiums niederschlägt. Später im Leben, wenn auch Frauen die vielfältigen Berufsbilder in techniknahen Berufen kennenlernen, fehlt es aber an strukturierten Möglichkeiten, um den Beruf nochmals zu wechseln – und hier setze ich mit meinem Modell an.

Sie sind Gründerin von neue fische, ein berufliches Bildungs- und Qualifizierungsangebot für IT-Berufe, auch für Frauen. Wie schaffen Sie es, Frauen für Ihr Programm zu interessieren?

Als weibliche Gründerin habe ich bewusst darauf geachtet, unsere Unternehmen so zu gestalten, dass sich Frauen direkt angesprochen fühlen. Gelegenheiten zu schaffen, selbst zu programmieren,

gehören neben Erfolgsgeschichten unserer weiblichen Absolventen (die wir gerne auf Social-Media-Plattformen erzählen), zu unserem Standard. In unseren Bootcamps legen wir großen Wert auf eine unterstützende und inklusive Lernumgebung, in der sich alle Teilnehmer wohl und respektiert fühlen. So haben wir es ganz ohne Quote geschafft, zwischen 35-40 % Frauen in unseren Programmen zu begrüßen. Immerhin doppelt so viel wie in den IT-Berufen – in Deutschland sind es gerade einmal 17 %.

2018 haben Sie Ihre School gegründet – wie kamen Sie auf die Idee?

Das Konzept der Coding Bootcamps gibt es in den USA seit 2012. Das Modell war inspirierend und zeigte, dass es absolut möglich ist, durch intensive und fokussierte Schulungen Menschen erfolgreich auf den Quereinstieg in die IT vorzubereiten – und dabei auch den Fachkräftemangel zu lindern. Drei Monate lernen statt drei Jahre – das war spannend! Und IT-Fachkräftemangel hatten wir in Deutschland schließlich



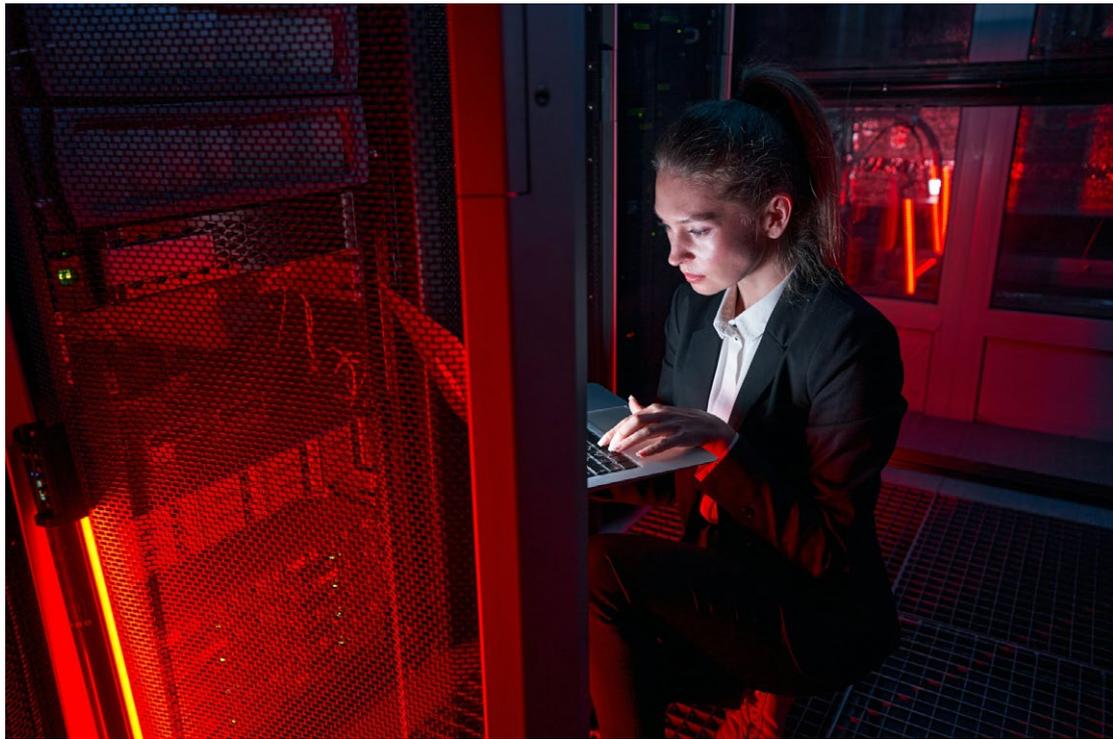
Dalia Das ist leidenschaftliche Unternehmerin, Pionierin und Investorin im globalen Bildungs- und Technologiebereich. Mit der Gründung von „neue fische – School and Pool for Digital Talent“ im Jahr 2018 schuf sie Deutschlands führendes Coding-Bootcamp. Für ihr Konzept wurde sie mehrfach ausgezeichnet: Sie gewann 2024 den ITECCares Award und war 2022 Zweitplatzierte beim The Spark Award, der vom Handelsblatt und McKinsey verliehen wird. Zuvor gewann sie zweimal den New Work Award. Ehrenamtlich engagiert sie sich in der Hamburger Handelskammer und im BITKOM und wird regelmäßig als Expertin für Bildungs- und Arbeitsmarktfragen in führenden deutschen Medien (u.a. SPIEGEL, Süddeutsche Zeitung, Handelsblatt) zitiert. Als Tochter indischer Einwanderer wuchs sie im Ruhrgebiet auf, schloss ihre Studien in Betriebswirtschaft und Internationalem Management in Dortmund und Amsterdam ab und lebt heute mit ihrer Familie in Hamburg.

auch. Dabei war mir sehr früh klar, dass dieses Modell gerade auch für Frauen geeignet ist. Dieses innovative Bildungsmodell und der Wunsch, nach langen Jahren im Konzern selbst unternehmerisch tätig zu werden und dabei einen positiven sozialen Einfluss zu haben, führte zur Vision von neue fische – School and Pool for Digital Talent.

Seitdem sind Sie mit Ihrem Unternehmen sehr erfolgreich. Haben Sie diese Entwicklung anfangs so erwartet?

Ich habe es natürlich gehofft – aber nicht unbedingt erwartet. Schließlich gilt Deutschland als ein sehr abschlussgetriebenes Land und das Konzept der Tech Bootcamps war damals sehr neu. Dennoch konnten

wir schon im ersten Jahr 60 Menschen in zwei Disziplinen ausbilden und mit spannenden Unternehmen vernetzen, die sich von unseren Absolventen und ihren „Digitalen Gesellenstücken“, den anfassbaren Arbeitsproben, die es bei uns neben einem Abschlusszertifikat gab, selbst ein Bild machen konnten. Von Hamburg aus, haben wir dann nach Köln und München, Frankfurt und



Bochum expandiert und sind über den Zusammenschluss mit der SPICED Academy auch in Berlin präsent. Alle unsere Programme werden seit der Pandemie auch im Remote-live Modus angeboten. Seit 2018 haben wir in Deutschland über 5000 Menschen für digitale Berufe qualifiziert. Das zeigt nur, dass Bedarf und Interesse gleichermaßen vorhanden sind – man muss es nur zusammenführen. Weil die Themen Fachkräftemangel und Diversityn der IT nicht nur Deutschland bewegen, bin ich stolz, seit 2022 der europaweit agierenden Future Group anzugehören und seit Anfang 2024 unsere Geschäftsentwicklungsaktivitäten auf Gruppenebene zu begleiten.

Eine Besonderheit Ihres Ausbildungsangebots ist, dass Sie einige ihrer Bootcamps auch in Teilzeit anbieten. Wie darf ich mir das vorstellen?

Unsere Standardprogramme dauern 12 Wochen, wenn man sie in Vollzeit absolviert, in Teilzeit dauern sie dann 24 Wochen. Für Unternehmen die ihre Mitarbeitenden schulen wollen, bieten wir maßgeschneiderte Zeitmodelle, die z.B. auch Urlaubs- und andere Schließzeiten berücksichtigen.

Mit dem Data Part Time Programm richten sie sich explizit an Mütter und Alleinerziehende in oder nach der Elternzeit und bereitet diese zielgerichtet auf den Wiedereinstieg in Berufe mit Zukunft vor. Wie ist das Programm aufgebaut?

Nach einer mehrjährigen Elternzeit sind Frauen meistens nicht mehr up to date und der Wiedereinstieg in den Beruf fällt oft schwer. Gerade mit einem „Booster“ in Sachen Datenkompetenz, die in allen Unternehmensbereichen - vom

Marketing bis zur Personalabteilung - an Bedeutung gewinnt, kann es Frauen gelingen, am Markt stärker gefragt zu sein und den Anschluss in einen neuen Job zu finden. Um das wertvolle Potenzial der Wiedereinsteigerinnen nutzbar zu machen, müssen Lernformate aber flexibler sein und Frauen ermöglichen, ihre Aus- und Weiterbildung mit anderen Verpflichtungen, wie Kindern und Familie zu vereinbaren. Daher finden unsere Programme, die sich an diese Zielgruppe richten, in Teilzeit am Vormittag statt. Wie bei allen unseren Bootcamps gibt es Zertifikat und Gesellenstück. Eine vergleichsweise einfache Änderung also - und doch waren wir das erste Bootcamp, das diese Maßnahme umgesetzt hat.

»» neue fische

School and Pool for Digital Talent

Was muss, Ihrer Meinung nach, getan werden, um die IT frauenfreundlicher und attraktiver zu gestalten?

Um die IT-Branche frauenfreundlicher und attraktiver zu gestalten, sollten wir Mädchen früher in MINT-Fächern fördern, eine inklusive Arbeitskultur schaffen, flexible Arbeitszeiten und Homeoffice anbieten, Vorurteile bekämpfen, gezielte Karriereförderung und finanzielle Unterstützung bereitstellen sowie durch Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen das Bewusstsein und Interesse wecken. Eine dritte Säule im Bildungswesen, die nach Ausbildung und Studium den Ein- und Umstieg in neue Bereiche abseits der Erstausbildung ermöglicht, ist dabei essenziell. Denn nur so ist Lernen zu jedem Zeitpunkt im Leben für Frauen (und Männer gleichermaßen) zugänglich und sichert dauerhaft den An-

schluss an sich immer schneller wandelnde technologische Anforderungen des Arbeitsmarktes.

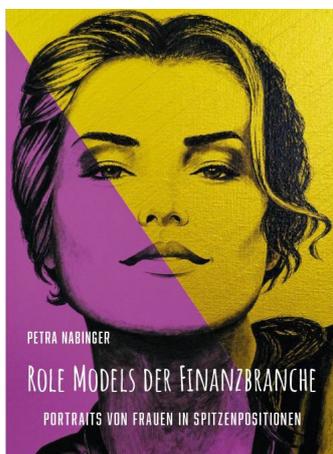
Die Ausbildung von Frauen im IT-Bereich ist die eine Seite, die andere sind die Unternehmen, die meiner Meinung nach, den Blick dafür nicht haben, auch nach qualifizierten ITlerinnen zu suchen und diese zu unterstützen. Haben Sie eine Idee, wie Unternehmen hier erste Schritte machen können bzw. auf dieses Problem aufmerksam gemacht werden können?

Wer ausschließlich in Informatikstudiengängen auf Frauensuche geht, wird leider nicht so oft fündig – hier sind immer noch nur 18-20 % der Studienanfänger weiblich. Frauen entdecken ihr Interesse für Technik oft erst nach dem Einstieg in den ersten Job.

Für diese Frauen sind Coding Bootcamps ein spannender Weg, um umzusatteln. Für Unternehmen lohnt es sich also in solchen Bootcamps nach weiblichen Talenten Ausschau zu halten und für das eigene Unternehmen zu werben. Für uns gehört es zu unserem Selbstverständnis, nicht nur die „School“ zu sein, sondern auch der „Pool“ für Unternehmen, aus denen neue Talente geangelt werden können. Darüber hinaus empfehle ich die Zusammenarbeit mit Job-Plattformen wie „Superheldin“ und „MomHunting“, hier kann man sich bewusst als familien- und frauenfreundliches Unternehmen positionieren und so Frauen für sich begeistern.

Vielen Dank für das Gespräch!

Mehr Informationen unter <https://www.neuefische.de/>



ROLE MODELS DER FINANZBRANCHE

EIN BUCH VON
Petra Nabinger

Es gibt keine Grenzen für das, was wir als Frauen erreichen können.“ Dieses Zitat von Michelle Obama ist ein wunderbares Statement.

Es passt perfekt zu diesem Buch.

Frauen aus der immer noch männerdominierten Finanzbranche berichten über ihren Weg in Spitzenpositionen. Sie erzählen über Stolpersteine, über Schlüsselmomente, das Netzwerken und die eigene Motivation.

Lassen Sie sich von diesen Role Models inspirieren und blicken Sie in facettenreiche Laufbahnen hinein, die dazu ermutigen, auf die eigenen Stärken zu vertrauen und mehr zu fordern.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen und grenzenlose Kreativität für Ihre eigenen Zukunftspläne!

Petra Nabinger schreibt seit 2013 Bücher und Artikel zum Thema Chancengerechtigkeit. Über viele Jahre hinweg engagiert sie sich in den Frauennetzwerken Deutscher Akademikerinnenbund und dem Sparkassennetzwerk S-FiF (Sparkassen Frauen in Führung). Seit 2021 ist sie Mitglied von FidAR, der überparteilichen und überregionalen Initiative, die sich bundesweit für mehr Chancengerechtigkeit in Deutschlands Unternehmen und allen gesellschaftsrelevanten Bereichen einsetzt. Auch als Verwaltungs- und Personalrätin setzt sie sich bei ihrem Arbeitgeber für die Frauenförderung ein.

Erscheinungsdatum:
20.06.2024
Fester Einband
226 Seiten
ISBN 978-3945734513
€ 24,90 Euro
Littera Verlag

Impressum

Herausgeberin & Chefredakteurin

Carolin Schäufele

info@she-works.de

Redaktion

Dana Rotter

rotter@she-works.de

Marketing & Kooperation

marketing@she-works.de

AUTOR*INNEN

Carolin Schäufele (V.i.S.d.P.)

Dana Rotter, Christina Diem-Puello, Heidrun, Vössing, Jutta Müller-Liefeld, Margit Edelmann, Alexander Wisnewski, Deutscher Frauenrat, Sabine Krnik, Social Impact RESTART for newcomers, Hinterland of Things, Susanne Rohr, Jennifer Tomandl, Nadine Dubois, Charlene Dousson, Fiona Ruff, Dalia Dass

LAYOUT:

Carolin Schäufele & [PW DESIGN](#)

FOTO- & GRAFIKNACHWEIS:

Titelbild: stock adobe BONI
Jürgen Jenauer, unsplash, Sabine Krink, DD Deutsche Dienstrad GmbH, Heidrun Vössing, Fritz Philipp, Margit Edelmann, Alexander Wisnewski, Deutscher Frauenrat, Hinterland of Things, Bianca Keck, Oliver Stopinski, DV Group, 2030*, neue fische



WIR SIND DA, WO ANDERE WEGWOLLEN.

Die German Doctors helfen auch in der Ukraine und versorgen Menschen auf der Flucht.



**DEINE
SPENDE
HILFT.**

[german-doctors.de](https://www.german-doctors.de)





Allen einen schönen Sommer!