

„Leistung alleine reicht nicht“

INTERVIEW: Beraterin Barbara Schneider darüber, was Frauen auf ihrem Weg nach oben beherzigen sollten

Frauen sollten nicht das Dornröschen spielen, sondern sich selbst besser vermarkten: Davon ist die Hamburger Karriereberaterin Barbara Schneider überzeugt. Im „WIKU“-Interview spricht sie über Eigenlob, die größten Karrierekiller der Frauen und darum, weshalb „frau“ ruhig mal lieber die Letzte an der Bar als die Erste im Büro sein sollte.

„WIKU“: Frau Schneider, braucht die Wirtschaft wirklich mehr Frauen?

Barbara Schneider: Es ist an der Zeit, das Projekt „Gender Balance“ (*Ausgleich der Geschlechter, Anm. d. Red.*) anzugehen – auch vor dem Hintergrund, dass der Talent- und Führungskräftepool schrumpft und gemischte Managementteams mit Männern und Frauen einen breiteren Blick auf Kunden und Markt garantieren.

„WIKU“: Warum gibt es immer noch relativ wenig Frauen, die Top-Managerinnen sind?

Schneider: Da gibt es mehrere Stolpersteine: Erstens die von Männern für Männer bestimmte Managementkultur mit Wettbewerbs- und Statusorientierung, Stellungskämpfen und Präsenz, zweitens die Schwierigkeit, Kind und Karriere unter einen Hut zu bringen und drittens die „frauen-eigenen“ Bremsen und Blockaden.

„Positive Selbstpräsentation hat nichts mit Imponiergehabe zu tun.“

Barbara Schneider

„WIKU“: Was meinen Sie mit „fraueigenen“ Bremsen?

Schneider: Frauen betreiben zu wenig Selbstmarketing und „netzwerken“ zu wenig. Denn mit Leistung allein kommt man nicht weiter. Können und Leistung müssen auch gut dargestellt und kontinuierlich kommuniziert werden. Getreu der Devise: Tue Gutes und sprich darüber.

„WIKU“: Deshalb schreiben Sie auch in Ihrem Buch, Frauen sollten lieber mal die Letzte an der



Barbara Schneider: Ihr Motto ist „Das System kopieren, aber nicht kopieren.“ 2Competence

Bar sein als die Erste im Büro...

Schneider: Das ist natürlich augenzwinkernd gemeint: Trinken Sie bloß nicht für die Karriere. Aber an der Bar, beim inoffiziellen Teil von Veranstaltungen werden die Insider-Informationen ausgetauscht, erfährt man vielleicht von spannenden Projekten, einer frei werdenden Stelle oder es entstehen Kontakte, die einen beruflich weiterbringen.

„WIKU“: Sie verlangen von den Frauen mehr Selbstmarketing: Aber das kommt doch total unsympathisch rüber, wenn man sich dauernd brüstet, wie toll man dieses und jenes Projekt durchgezogen hat.

Schneider: Positive Selbstpräsentation hat nichts mit Imponier-

gehabe zu tun und bedeutet auch nicht: Ich bin die Größte, Schnellste, Tollste. Verdeutlichen Sie vielmehr den Nutzen Ihrer Arbeit: Was hat Ihr Chef, Ihre Chefin oder die Abteilung davon? Was bewirkt Ihre Arbeit? Und bleiben Sie in Meetings nicht stumm oder spielen die eigene Leistung mit Sätzen wie „Ach, nicht der Rede wert“ herunter. Reden Sie auch nicht dauernd darüber, was Sie noch nicht können oder noch nicht gemacht haben, sondern sprechen Sie positiv über Ihre eigene Fachkompetenz und Führungsqualität.

„WIKU“: Sie sagen auch, Frauen litten unter dem Dornröschen-Syndrom...

Schneider: Viele Frauen denken, dass irgendwann jemand sehen muss, welche gute Arbeit sie leisten. Nur: Gute Leistung wird nicht automatisch wahrgenommen oder mit Karriere belohnt. Statt also darauf zu hoffen, entdeckt zu werden...

„WIKU“: ... also wie Dornröschen wach geküsst zu werden ...

Schneider: ... sollten Frauen ihre Karrierevorstellungen klar kommunizieren: Wo will ich hin, was stelle ich mir als nächstes vor. Denn sonst nehmen Männer unerschwerlich an, dass sie gar nicht weiter kommen wollen.

„WIKU“: Ihr Buch trägt den Untertitel: Wie Frauen in Führung gehen. Haben Sie ein paar praktische Tipps?

Schneider: Neben dem Selbstmarketing und dem Netzwerken würde ich raten: Erstens „Talk to the Top“: Natürlich ist die Achse Mitarbeiter-Chef eine wichtige, aber nicht die alles entscheidende. Wir haben immer mehrere karriererelevante Vorgesetzte und sollten dafür sorgen, in ihr Blickfeld zu kommen. Je höher man hinauf will, desto mehr Befürworter braucht man. Zweitens ist es wichtig, sich zu trauen: Übernehmen Sie lieber mal das Prestige-Projekt als immer nur Aschenputtel-Aufgaben. Man muss nicht alles schon können, man wächst in Aufgaben auch hinein. Wichtig ist, immer wieder Dinge außerhalb der Komfortzone zu machen und mutig Neues auszuprobieren. Und drittens würde ich raten: Sagen Sie mal Nein anstatt nett zu sein: Natürlich muss man auch Fleißaufga-

ben machen. Aber nicht aus Gewohnheit oder weil man befürchtet, Punkte auf der Beliebtheitskala zu verlieren.

„Schon leiseste Kritik empfinden Männer als Gesichtsverlust, da kann man sich Feinde fürs Leben machen.“

Barbara Schneider

„WIKU“: Welches sind die größten Karrierekiller für eine Frau?

Schneider: Männliche Spielregeln nicht zu durchschauen. Die meisten Männer haben eine Heidenangst, Fehler zu begehen bzw. zu bekennen. Wichtigste Regel deshalb: Stellen Sie Kollegen oder schlimmer noch, den Chef oder irgendeinen anderen Hochrangigen, niemals vor anderen bloß, sondern regeln Sie das unter vier Augen. Schon leiseste Kritik empfinden Männer als Gesichtsverlust. Da kann man sich Feinde fürs Leben machen.

„WIKU“: Müssen Frauen wie Männer werden, um erfolgreich zu sein?

Schneider: Bloß nicht, damit hätten wir ja nichts gewonnen. Trotzdem ist mir klar, dass es ohne eine gewisse Anlehnung an das männliche System nicht geht, da auch das Auftreten von Frauen durch das männliche Raster läuft. Mein Motto ist: Das System nicht kopieren, aber kopieren.

INTERVIEW: SABINE GAMPER

ZUR PERSON

Barbara Schneider

Barbara Schneider hatte 18 Jahre lang Führungs- und Managementtätigkeiten im Bereich Marketing und Kommunikation in internationalen Großunternehmen inne. Seit 2004 ist die Hamburgerin selbstständig als Coach und Karriereberaterin tätig. Schneider ist Autorin des Buches „Fleißige Frauen arbeiten, schlaue steigen auf“. Am morgigen Donnerstag spricht Schneider bei der Veranstaltung „Frauen in der Wirtschaft“ des Wirtschaftsförderungsinstitutes Bozen. **W**