

# „Fleißige Frauen arbeiten, schlaue steigen auf“

Von Dr. Barbara Schneider

Wo sind sie nur, Germany's next Topmangerinnen? Es gibt mehr Abiturientinnen als Abiturienten, und auch bei den Studienabschlüssen haben Frauen die Nase vorn. Aber bis ganz nach oben schaffen es nur wenige. In den 100 umsatzstärksten Unternehmen Deutschlands sitzen Anfang 2009 gerade einmal zwei Frauen an der Spitze. Und auch im Mittelstand hat sich der Frauenanteil im oberen Management innerhalb der letzten zwölf Jahre nur um einen Prozentpunkt erhöht – von acht auf neun Prozent. Was machen Frauen falsch? Warum kriegen Männer immer noch die besseren, die gut bezahlten Jobs? Wissen+Karriere hat Management-Coach und Buchautorin Dr. Barbara Schneider gefragt.

**Wissen+Karriere:** Seit Jahrzehnten werden die Vorstandsetagen in Deutschland von Männern dominiert. Warum ist die Atmosphäre hier immer noch derart bleiern?

**Barbara Schneider:** Oben wird bestimmt, wer aufrückt. Und dort sitzen mehrheitlich Männer. Man kennt sich aus offiziellen Zirkeln, weiß wie der andere tickt und nimmt sich gegenseitig mit nach oben. Viele Karrieren werden auf diesen Hinterbühnen vorbereitet. Sich durch diese Zirkel zu kämpfen – das müssen Frauen noch stärker lernen. Sie müssen sich mehr zusammentun und Netzwerke aufbauen. Denn: Nur Frauen in Spitzenpositionen können auch Spitzenjobs vergeben.

**W+K:** Fehlt Frauen das Konkurrenz-Gen?

**Schneider:** Für Männer sind selbstbewusste Frauen längst ernstzunehmende Konkurrenten. Das muss Frauen klar sein und sie müssen konkurrenzbereiter werden. Männer werden kaum freiwillig den Platz frei machen. Zudem sind in



Management-Coach und Buchautorin Dr. Barbara Schneider

den letzten Jahren viele Hierarchiestufen und damit gute Aufstiegsjobs weggefallen. Die aktuelle Wirtschaftskrise verstärkt die Situation noch. Männer lieben Konkurrenz, Frauen bevorzugen Kooperation. Beides wird im Business gebraucht. Frauen müssen ihre Konkurrenzscheu ablegen.

**W+K:** Der Titel Ihres Buches lautet: **Fleißige Frauen arbeiten, schlaue steigen auf. Was mei-**

**nen Sie damit?**

**Schneider:** Frauen sind qualifiziert, arbeiten fleißig und vergessen darüber, für ihre Leistungen auch Marketing in eigener Sache zu machen. Während Männer Meister in der Selbstpräsentation sind, ist Frauen dies oft suspekt. Doch wer glaubt, berufliches Fortkommen beruhe alleine auf Leistung, verkennt die Businessrealität und vergibt Chancen. Es geht nicht darum, Männer zu

kopieren, aber darum den Blick für gewisse Regeln zu schärfen. Denn erst, wenn ich sie verstehe, kann ich sie clever für mich nutzen.

**W+K: Klingt nach Mogelpackung und Schaum-schlägerei ...**

**Schneider:** Es geht nicht darum, zu schummeln oder sich zu verbiegen. Gutes Selbstmarketing ist kein Ersatz für Leistung, aber eine notwendige Ergänzung. Nur so können die richtigen Leute auf mich und meine Kompetenzen aufmerksam werden. Dafür liefert das Buch einen 10-Punkte-Leitfaden aus der Praxis.

**W+K: Sie coachen weibliche Führungskräfte von der Nachwuchskraft bis zur Vorstandsfrau. Was sind die häufigsten Themen, die Frauen in die Beratung einbringen?**

**Schneider:** Selbstmarketing und Durchsetzungsvermögen habe ich schon angesprochen. Und dann geht es immer wieder um das Thema Geld. Es nützt nichts, darüber zu lamentieren, dass der männliche Kollege mehr bekommt als ich, obwohl ich besser und qualifizierter bin. Eine bodenlose Ungerechtigkeit, aber kein Argument. Nur Fähigkeiten und Erfolge lassen sich in Gehalt ummünzen. Und zwar durch eine gute Gesprächsvorbereitung und die innere Einstellung, dass ich das Geld wert bin. Hier werden viele Fehler gemacht. Frauen fordern auch beim Jobwechsel ein zu niedriges, der Position nicht

angemessenes Gehalt. Wenn eine hoch qualifizierte Frau Mädchenpreise verlangt, irritiert sie die Verhandlungspartner.

**Buchtipp**

**„Fleißige Frauen arbeiten, schlaue steigen auf. Wie Frauen in Führung gehen“**

von Barbara Schneider  
222 Seiten, Euro 19,90 / CHF 34,90



ISBN 978-3-89749-912-6  
GABAL Verlag Offenbach, 2009  
Frauen haben in den letzten Jahren das fachliche Fundament gelegt und damit allerbeste Karriere-

Voraussetzungen geschaffen. Die besseren Jobs bekommen aber nach wie vor die Männer. Leistung ohne Ende heißt für viele Frauen immer noch die Devise. Zu Karriere gehört aber längst mehr als Fleiß und Leistung. Effektives Selbstmarketing gepaart mit Netzwerkfähigkeit sind heute geradezu ein Qualifikationsausweis und im Berufsleben unerlässlich. Das Image der fleißigen Arbeitsbiene bringt Frauen nicht weiter. Daher lieber mal die Letzte an der Bar als die Erste im Büro. Denn gerade die informellen Treffen sind die wahren Kommunikations- und Informationsquellen.

Schneiders Buch ist ein Wegweiser durch den beruflichen Alltag für ambitionierte Frauen mit vielen Tipps und konkreten Hinweisen von Frauen und Männern aus Politik, Wirtschaft und Kultur.

**Autoreninfo:**

Dr. Barbara Schneider coacht Führungskräfte und Selbstständige mit Fokus Frauen. Die Betriebswirtin sammelte selbst jahrelang Managementenerfahrung in Großkonzernen, bevor sie ihr eigenes Beratungsunternehmen 2Competence gründete. Sie ist Initiatorin des Frauennetzwerks Business Breakfast Club und des Women's Business Day. Weitere Informationen unter [www.2competence.de](http://www.2competence.de).

**PHIL ROSENZWEIG**  
**Der Halo-Effekt**  
280 Seiten,  
15,5 x 23 cm, gebunden  
978-3-89749-789-4  
**24,90 EUR / 43,70 CHF**

Tagtäglich analysieren Management-Gurus, Consultants und prominente Wirtschaftslenker das Geschehen an der Börse, loben die Weitsichtigkeit und den Erfolg eines neuen CEOs, proklamieren eine weitere Erfolgstheorie oder geben Tipps, wie man die Konkurrenz garantiert überholen kann. Aber was davon ist gesichertes Wissen und was sind bestenfalls vage Thesen? In seinem wegweisenden und unkonventionellen Buch legt Phil Rosenzweig den Finger auf die eklatantesten Denkfehler. Der folgenreichste Irrtum ist der Halo-Effekt. Steigen Umsatz und Gewinn eines Unternehmens, ist die Versuchung groß, dahinter eine brillante Strategie, eine visionäre Führungspersönlichkeit, besonders fähige Mitarbeiter oder eine außergewöhnliche Unternehmenskultur zu vermuten. Lässt die Performance nach, stehen schon bald die verfehltete Strategie, der arrogante Führungsstil, die unengagierten Mitarbeiter oder die uninspirierte Unternehmenskultur am Pranger. Dabei hat sich kaum etwas verändert – außer die Wahrnehmung.