

Vorwort der Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Die Financial Times Deutschland stellt 101 bedeutende Frauen in der deutschen Wirtschaft vor. Die 101 Frauen können Vorbild sein. Jede von ihnen zeigt in ganz unterschiedlichen Branchen und Bereichen, dass Erfolg und Macht und Frau-Sein sich nicht nur nicht ausschließen, sondern sich prächtig ergänzen. Die Porträts zeigen sehr unterschiedliche Frauen. Ihre Biografien machen deutlich, dass die Wege zum Erfolg sehr verschieden sein können. Es gibt kein allgemein gültiges Erfolgsrezept und nicht den einzig richtigen Weg, um sich in einer in großen Teilen noch immer von Männern dominierten Welt der Wirtschaft und Politik durchzusetzen.

Eines haben die Biografien gemeinsam: Die Frauen sind Wagnisse eingegangen und haben sich in ihrem Leben nicht für das Althergebrachte, sondern für das Neue entschieden. Sie haben ihren alten Beruf aufgegeben, ihren alten Job gekündigt, sich als Quereinsteigerinnen in einem neuen Umfeld durchgesetzt. Sie sind in einen neuen Betrieb eingestiegen, haben neue Herausforderungen angenommen. Das ist typisch für viele weibliche Karrierewege: Frauen machen seltener in bestehenden Strukturen Karriere, sie schaffen sich ihre Karrieremöglichkeiten selbst. Während Männer im selben Unternehmen die Karriereleiter hinaufklettern, gelingt Frauen der Aufstieg in eine höhere Position eher durch einen Jobwechsel. Andere folgen dem Weg, der früher den ältesten Söhnen vorbehalten war, und übernehmen eine verantwortungsvolle Position im Familienbetrieb.

Gleichzeitig – und auch das zeigen die Porträts – handelt es sich bei den 101 vorgestellten Frauen nicht um „Superfrauen“, die alles alleine meistern. Viele der Frauen haben ein Umfeld, das sie unterstützt, das ihnen hilft und sie bestärkt. Im Beruf schaffen sich Frauen viel häufiger als Männer ein Team. Das ist wichtig auf dem Weg zum Erfolg. Männer konnten auf familiäre Unterstützung schon immer mit großer Selbstverständlichkeit bauen: auf eine Ehefrau, die ihm den Rücken freihält und sich um Haushalt und Kinder kümmert.

Noch immer gilt: Frauen müssen ihr Können stärker unter Beweis stellen als Männer. Von Frauen in führenden Positionen wird mehr erwartet als von Männern in der gleichen Position. Und das nicht nur in fachlicher Sicht. Von Frauen werden neben fachlichen Kompetenzen als weibliche „Dreingabe“ soziale Kompetenzen erwartet.

101 Frauen – das klingt, als wären Frauen in führenden Positionen heute bereits eine Selbstverständlichkeit. Dem ist noch nicht so: Frauen sind in den Chefetagen der Wirtschaft und an den Schalthebeln der Macht auch am Anfang des 21. Jahrhunderts eine Ausnahmeerscheinung. Der Anteil von Frauen in den Führungsetagen der deutschen Wirtschaft schwankte 2001 zwischen vier Prozent und gut zwanzig Prozent, je nachdem, ob es sich um Topmanagement oder mittleres Management und um groß- oder mittelständische Unternehmen handelt. Der Anteil der weiblichen Führungskräfte sinkt deutlich mit der Größe des Unternehmens. In den Vorständen von Großkonzernen sucht man Frauen meist noch vergeblich, aber in kleinen

ten. Mit anderen Worten: Wer es bis 45 Jahren nicht in eine Führungsposition geschafft hat, der hat kaum noch eine Chance, sie zu erreichen. Frauen, die sich in dieser Zeit auch für ihre Familie und Kinder engagieren, geraten somit leicht ins berufliche Abseits.

Es ist falsch, Frauen – und selbstverständlich ebenso Männer – vor die Wahl zu stellen, entweder Karriere oder Familie. Unsere Gesellschaft braucht beides: das Erwerbspotenzial qualifizierter und hoch motivierter Frauen einerseits und Kinder andererseits. Es muss darum gehen, eine neue Balance zwischen Familie und Beruf zu schaffen, die es Männern und Frauen ermöglicht, im Beruf erfolgreich zu sein und ihren Kindern dennoch Eltern zu sein.

Auch Unternehmen handeln in ihrem ureigenen Interesse, wenn sie sich um mehr Familien- und Frauenfreundlichkeit bemühen. Es ist aus unternehmerischer Sicht nicht sinnvoll, erst in die Ausbildung junger Frauen zu investieren und sie dann in ihrer Doppelrolle als Mutter und Arbeitnehmerin allein zu lassen. Untersuchungen zeigen, dass Betriebe, die sich um familienfreundliche Rahmenbedingungen kümmern, nahezu ausnahmslos sagen, dass sich ihre Anstrengungen positiv auf das Betriebsklima, auf die Motivation der Beschäftigten und – ganz besonders wichtig für Unternehmen – positiv auf ihre Erträge auswirkten.

Ich freue mich, dass die Financial Times Deutschland in diesem Buch 101 Frauen in Spitzenpositionen vorstellt. Diese Frauen haben es geschafft, mit männlichen Vorurteilen aufzuräumen und haben hervorragende Leistungen für ihre Unternehmen erzielt. Jede einzelne der 101 Frauen zeigt: Frauen sind selbstbewusst geworden, sie haben Interesse an betrieblichem Einfluss und Erfolg und gehen selbstständig ihren Weg. Sie sind keine Vorzeigefrauen, sondern sie sind unentbehrliche Führungskräfte in ihren Unternehmen. Diese Generation von Frauen ist ausgezeichnet qualifiziert und sie ist ehrgeizig. Ich bin mir sicher, dass es dieser Frauengeneration und ihren Töchtern gelingen wird, an den Türen der Vorstandszimmer zu rütteln und die Plätze einzunehmen, die ihnen aufgrund ihrer Qualifikation und ihres Engagements gebühren.

Renate Schmidt

Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Vorwort der Herausgeber

Mit dem Buch 101 Frauen in der Deutschen Wirtschaft veröffentlichen wir eine Serie, die in der FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND vom 11. November 2002 bis 8. April 2003 jeden Tag gelaufen ist. Wir wollten mit dieser Serie ein publizistisches Zeichen für einen der wichtigsten gesellschaftlichen Trends in der deutschen Wirtschaft setzen. Zwar ist die Zahl von Frauen in Führungspositionen in Deutschland noch nicht annähernd so groß wie in den angelsächsischen Ländern, insbesondere in den USA und Großbritannien. Dennoch ist ein ganz eindeutiger Trend auch in Deutschland zu erkennen. Immer mehr Frauen nehmen Führungspositionen in der Industrie wahr, in allen Sektoren der Wirtschaft. Dieser Trend wird sich unseres Erachtens nach fortsetzen.

Deutschland ist in vielen Branchen noch Entwicklungsland, wenn es um Karrierechancen für Frauen in Wirtschaft und Politik geht. Die Vorstandsvorsitzenden und Aufsichtsratschefs aller Dax-30-Firmen sind ausschließlich Männer. Auch in der Politik ist es eher selten, dass Frauen hochgradige Führungspositionen innehaben. Die wichtigsten Regierungsämter – Bundeskanzler und die Minister für das Äußere, das Innere, Finanzen, Wirtschaft und Verteidigung – sind in der bundesdeutschen Geschichte immer nur von Männern besetzt worden. Dasselbe gilt für das Amt des Bundespräsidenten. Allerdings zeichnet sich auch hier ein langsamer Trendwechsel ab. Mit Angela Merkel steht zum ersten Mal eine Frau an der Spitze einer deutschen Partei.

Die deutsche Wirtschaft hinkt im Trend sogar noch hinter der Politik zurück. Das deutsche Steuersystem begünstigt durch das Steuersplitting Ehepaare mit nur einem Verdiener. Auch die Mutterschutzregelung, ursprünglich gedacht als ein frauenfreundliches Gesetz, hat den Karrierechancen junger Frauen eher mehr geschadet als genützt. Schließlich sind die in Deutschland unzureichenden Kinderbetreuungsstätten ein weiteres Hindernis für Frauen, die Karriere machen wollen.

Mit unserer Serie wollen wir ein Zeichen setzen und aufzeigen, dass es trotz dieser widrigen Umstände einigen besonderen Frauen gelungen ist, Führungspositionen in der Wirtschaft einzunehmen, als Managerinnen in Großunternehmen, wie etwa Juliane Wiemerslage bei IBM oder Anna Brunotte bei der Deutschen Bahn, oder als selbstständige Einzelunternehmerinnen wie Hanna von Hoerner oder Ursula Ehrfeld, oder im öffentlichen Sektor, wie HBV-Gewerkschaftsvorsitzende Margret Mönig-Raane oder die Grünen-Finanzexpertin Christine Scheel.

Wir haben es uns bei der Auswahl der 101 porträtierten Frauen nicht leicht gemacht. Uns ging es in erster Linie nicht um den Erfolg. Auch wir sind nicht in der Lage abzuschätzen, ob jede dieser hier porträtierten Frauen und ihre Unternehmen in der Zukunft erfolgreich sein werden. Wir setzen keine sektoralen Präferenzen, obwohl wir schon festgestellt haben, dass die Anzahl erfolgreicher Frauen etwa in den Medien größer ist als in den traditionellen Sektoren der Industrie und der Finanzdienstleister. Unsere Kriterien waren nicht das Jahreseinkommen, der Umsatz der Firma oder die Größe des Dienstwagens. Uns ging es um Mut, Originali-

tät, die Persönlichkeiten an sich. Auch wer Verona Feldbusch nicht vorwiegend als Unternehmerin wahrnimmt, wird bei näherem Hinsehen zu dem Schluss kommen, dass sie nicht nur eine große Selbstdarstellerin ist, sondern auch eine erfolgreiche Unternehmerin.

Wir hoffen, mit diesem Buch einen Beitrag zu leisten zu einem der großen gesellschaftlichen Trend-Themen unserer Zeit. Wir möchten uns besonders bedanken bei den vielen Journalistinnen und Journalisten der FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND, die Ideen für die 101 Porträts geliefert, die Interviews geführt und geschrieben haben. Insbesondere gilt unser Dank Michael Prellberg, der für das Projekt 101 Frauen in der Deutschen Wirtschaft bei uns in der Redaktion verantwortlich war.

Christoph Keese,

Wolfgang Münchau

Chefredakteure Financial Times Deutschland