

Ein Prozent Plus ist Spitze

Frauen-Karriere-Index: HP fördert Frauen am besten – Miele mit größter Verbesserung seit 2012

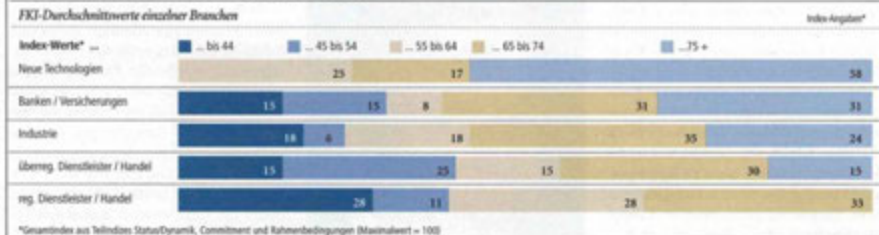
Von Eva-Maria Schmidt

Olaf, Axel, Eduard, Markus und Reinhard – noch sind die Männer ganz oben unter sich. In ein paar Jahren könnte sich das ändern, wenn die bislang ausschließlich männlich besetzte Geschäftsführung von Miele das Thema Frauenförderung konstant und geduldig weiter so erfolgreich treibt, wie sie es offenbar in den vergangenen vier Jahren getan hat: Der Gütersloher Traditionskonzern hat sich laut dem **Frauen-Karriere-Index (FKI)** seit 2012 am deutlichsten in Sachen Frauenförderung verbessert und 14 Index-Punkte hinzugewonnen.

Wie viele es insgesamt sind, verrät **FKI-Initiatorin Barbara Lutz** bei der Präsentation der Ergebnisse der 4. Erhebungswelle am Dienstag dieser Woche in Frankfurt nicht – die Details bleiben den diesmal 20 untersuchten Firmen vorbehalten. Dank des dicken Plus dürfte sich Miele aber der Spitzengruppe aus Hewlett-Packard (89 Punkte), Deutsche Telekom (88 Punkte) sowie Hypo Vereinsbank und Intel Corporation (jeweils 85 Punkte) annähern.

Punkte sammeln können die Unternehmen in den Kategorien Status/Dynamik, Commitment und Rahmenbedingungen, die untersucht werden und gemeinsam den **Index** ergeben. „Mit dem **FKI** ermitteln wir Kennzahlen, die Unter-

Beste Chance für Frauen bei Tech-Firmen



nehmen bei der Steuerung und Umsetzung von Maßnahmen zur Förderung von Frauen helfen“, sagt **Lutz**.

Bei Miele zählen unter anderem die Befragung von weiblichen Führungskräften, Ingenieuren und Potenzialträgern im Geschäftsjahr 2014/15, flexible Teilzeitmodelle mit Home-Office-Komponenten, ein Cross-Mentoring-Programm und die Teilnahme am **FKI** zu dem Maßnahmenpaket, das die Zahl der Frauen in Führungspositionen erhöhen soll. Beim Spitzenreiter Hewlett-Packard gilt Ähnliches, zuletzt hat das Unternehmen 2015 die Workshopserie „Female Talents Explore Leadership“ gestartet.

Die Grundlage für eine erfolgreiche Förderung von Frauenkarrieren liegt beim Gender Reporting, berichtet **Lutz**: „Es bedarf einer realistischen Ist-Analyse im Unternehmen, wie hoch der Frauen-

anteil in den jeweiligen Ebenen ist, um feststellen zu können, wie sich Frauenkarrieren entwickeln und wo Frauen auf dem Karriereweg verloren gehen.“

Diesen Status quo erhofft sich auch Vizeum-CEO Katja Anette Brandt von der Teilnahme, die im Management des Agenturnetzwerks Dentsu Aegis, zu dem Vizeum gehört, unter anderem für das Thema Frauenförderung verantwortlich ist: „Diversity und damit auch Gleichstellung ist für uns international und national schon lange ein Thema. Von der Teilnahme am **FKI** verspreche ich mir, dass wir eine Kalibrierung für den deutschen Markt erhalten, die uns zeigt, wo wir mit welchen Maßnahmen ansetzen müssen, um die vielen Frauen, die wir beschäftigen, über ihre unterschiedlichen Lebensphasen hinweg fördern, entwickeln und binden zu können.“

Erste Ergebnisse haben Brandt bereits gezeigt, dass Dentsu Aegis bei Themen wie Beschäftigtenstruktur und Transparenz überdurchschnittliche Werte erzielt. Durchschnittlich bewertet wurden dagegen Kriterien wie Führungskräfte. „Dank dem **FKI** wissen wir, wie wir in Zukunft Programme, die wir in Deutschland bereits anbieten, schärfen können“, sagt Brandt.

Seit der Präsentation der **FKI-Ergebnisse** weiß sie auch, dass alle Arbeitgeber, die an dem Thema Frauenförderung arbeiten, vor allem Geduld und Konstanz brauchen: Denn die Zahlen der vergangenen vier Jahre belegen, dass selbst engagierte Unternehmen nur etwa ein Prozent Wachstum bei Frauen in Führungspositionen im Jahr schaffen. „Frauenförderung ist ein Marathon, kein Sprint“, zieht **Lutz** Bilanz.