



Von Catherine Hoffmann

Frauen sind in den Führungssetzen noch immer unterrepräsentiert – das ist bundesweit so und auch in München nicht anders. Und das gilt nicht nur für das Top-Management. Auch auf Ebene von Abteilungs- oder Teamleitern sind Managerinnen oft die Ausnahme. Netzwerke für Frauen wollen dies ändern. Sie arbeiten meist deutschlandweit, haben in München oft besonders viele aktive Mitglieder, einfach weil es hier besonders attraktive Unternehmen und Universitäten gibt. „Working Moms sind mein Favorit, da fühle ich mich zuhause“, sagt zum Beispiel Dagmar Nietzer. Sie ist Unternehmerin und Business Angel – was bedeutet, dass sie Existenzgründerinnen mit Know-how, Kontakten oder Geld unterstützt. Nietzer ist gleich in mehreren Münchner Netzwerken tätig. Mit Begeisterung sie auch bei Fidar dabei, ein Bündnis, das sich für mehr Frauen in Aufsichtsräten stark macht.

Studien zeigen: Ohne Frauen in führenden Positionen sind Unternehmen weniger erfolgreich. Die Volkswirtschaft verschwendet Talente, wenn sie auf die Hälfte ihres Potentials verzichtet. Doch gute Argumente allein scheinen bislang wenig zu bewegen. Wie also gelingt Frauen der Weg nach oben? Und was können Netzwerke dazu beitragen? Die SZ stellt sieben Initiativen vor, die in München besonders stark sind und Frauen in verantwortliche Positionen bringen wollen.

Rein weiblichen Allianzen haftet oft ein schlechtes Image an. Häufig wird kritisiert, es mangle ihnen an Alpha-Mitgliedern und damit an Relevanz. Doch davon sollte sich keine Frau abschrecken lassen: „Netzwerke ist per se positiv, einfach, weil man Vorbilder und Gleichgesinnte findet, die man in seinem normalen Umfeld nicht kennengelernt hätte“, sagt Silke Robeller, die sich im Bundesvorstand von Fidar engagiert. „Eines muss aber klar sein: Wenn Frauen sich nur untereinander vernetzen, ist das nicht zielführend. Sie müssen sich ein gemischtes Netzwerk, auch mit männlichen Entscheidern, aufbauen.“

Working Moms

„Bevor ich Kinder hatte, konnte ich mir nicht vorstellen, wie viele Fragen auf einen niederprasseln, wenn man als Mutter weiter Vollzeit seinen Job machen möchte“, sagt Julia Dittrich, Professorin an der TH Rosenheim. „Was tust du dir das an?“, war eine dieser Fragen im Jahr 2008, als Dittrich ihr erstes Kind bekam. „Habt ihr das finanziell nötig?“ Obwohl sich vieles verändert habe, sei es auch im Jahr 2023 nicht selbstverständlich, dass Frauen mit Kind ambitioniert arbeiten.

Dittrich ist eine der beiden Vorsitzenden der Working Moms München. Dort hilft man sich gegenseitig bei beruflichen Fragen, trifft sich einmal im Monat für Netzwerkbände und lädt Experten ein, die beispielsweise erklären, mit welcher Stimme und Haltung man am besten eine Präsentation im Vorstand hält. „Es ist ein sehr unterstützendes Netzwerk“, sagt Dittrich. Neue Mitglieder kommen am besten auf Empfehlung zu den Working Moms. Man achte darauf, dass diese mit ihren Fähigkeiten, Ideen und beruflichen Erfahrungen die Diversität erhöhen. München ist einer der größten Regionalvereine des Netzwerks – mit mehr als 150 von insgesamt gut 600 Mitgliedern. „Unser Anspruch ist, dass man sich persönlich kennt und vertraulich austauschen kann“, sagt Dittrich. Man wolle unabhängig bleiben und finanziere sich vor allem aus dem jährlichen Mitgliedsbeitrag von 100 Euro.

Hier haben Münchens Frauen die Macht

Kontakte, Know-how, gegenseitige Unterstützung und vertrauliche Berufstipps – Frauen-Netzwerke boomen. Wie gelingt der Weg nach oben?

Sieben Unternehmerinnen erzählen von ihren Allianzen



Silke Robeller ist im Bundesvorstand von „Frauen in die Aufsichtsräte“.
 FOTO: PRIVAT



Julia Dittrich ist eine der beiden Vorsitzenden der Working Moms München.
 FOTO: YOUFORE



Natascha Hoffer hat die Plattform Her Career erfunden.
 FOTO: CLAUDIUS SCHUNK



Isabelle Hoyer ist Mitgründerin und CEO des Netzwerks Panda.
 FOTO: PICTURE ALLIANCE/DPA

Fidar

Fidar steht für „Frauen in die Aufsichtsräte“. Dort und in allen Führungsgremien soll ihr Anteil deutlich zunehmen, ist das Ziel des Netzwerks. Wer sich hier engagiert, kommt aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Alle Branchen von der Autoindustrie bis zu Konsumgütern sind vertreten. Man trifft sich regelmäßig, nicht nur zum Netzwerken. „Wir achten darauf, dass bei unseren Präsenzveranstaltungen und Webinaren immer auch Fachwissen vermittelt wird“, sagt Silke Robeller, die bis vor Kurzem noch die Region Süd geleitet hat und inzwischen in den Bundesvorstand berufen wurde. Da gibt dann zum Beispiel Katrin Haenschel, die Zweite Bürgermeisterin Münchens, Einblicke in ihre Tätigkeit als Aufsichtsrätin städtischer Gesellschaften. Oder Anna Kopp, IT Director Germany bei Microsoft, spricht darüber, wie Digitalisie-

Panda

Das Netzwerk vereint mehr als 3200 Frauen, München ist mit gut 700 Mitgliedern einer der größten Hubs. „Was uns von anderen unterscheidet: der Fokus auf Frauen in Führungspositionen aus Start-ups, Mittelstand, Konzernen und Institutionen“, sagt Isabelle Hoyer, Mitgründerin und CEO von Panda. „Du musst nicht Head of Sonstwas sein, Frauen müssen aber eine führende und gestaltende Rolle

einnehmen.“ Coaches und Soloselbstständige zählen nicht zur Zielgruppe. Panda ist ein kuratiertes Netzwerk. Wer mitmachen will, muss sich mit Lebenslauf bewerben und am besten eine Empfehlung mitbringen.

Diese Exklusivität macht Panda und seine Mitglieder auch für Unternehmen interessant. Die GmbH finanziert sich über Partnerschaften mit Unternehmen wie BMW, Deloitte oder Google. Die Mitgliedschaft ist kostenfrei. Dafür können Entscheiderinnen im direkten Austausch herausfinden, wie sie sich am geschicktesten in einer von Männern dominierten Hierarchie nach oben bewegen, was eine gute Führungskraft ausmacht, oder wie sich Familie und Beruf vereinbaren lassen. Es gibt eine eigene Mitgliederplattform und damit einen Ort für den direkten Austausch mit anderen „Pandas“, dazu eine Vielzahl von Veranstaltungen, Weiterbildungsangeboten, Arbeitsgruppen.

Frauen verbinden

„Wir wollen Frauen miteinander verbinden – das klingt nicht cool, aber der Name ist Programm“, sagt Susanne Hennigers, die Gespräche unter Frauen als „sehr offen, sehr persönlich“ schätzt. Gemeinsam mit Jennifer Hader leitet sie das Netzwerk, hinter dem die Messe München steht. Rund 1000 Mitglieder gibt es inzwischen, größtenteils aus München. „Unser Netzwerk ist stark in den Industrien, in denen wir Messen machen“, sagt die Managerin. „Wir wollen, dass diese Branchen diverser werden.“

Geht es um Investitionsgüter, Bau oder Robotik, um nur ein paar Beispiele zu nennen, findet man dort nur selten weibliche Führungskräfte. Vorstandsfrauen wie Nicola Leibinger-Kammüller, Chefin beim Maschinenbauer Trumpf, sind die Ausnahme. „Es gibt noch so viel zu tun“, sagt Hennigers, die manchmal auch im eigenen Unternehmen erlebt, wie tradierte Rollenbilder sind. Das Netzwerk bietet Veranstaltungen zu den großen Fragen der Wirtschaft wie Nachhaltigkeit, Energiekrise, Fachkräftemangel. Dazu kommen Webinare, beispielsweise über Personal Branding oder New Work. Wer Mitglied will, muss ins Profil passen. „Kernzielgruppe sind Entscheiderinnen“, sagt Hennigers.

Female Investors Network (FIN)

Es gibt nur wenige Frauen, die sich trauen, in Start-ups zu investieren. Svenja Lassen will dies ändern. Ihre Mission heißt #25to25: Gründerinnen und Investorinnen sollen bis 2025 jeweils wenigstens 25 Prozent dieser Szene ausmachen. Aus diesem Grund hat sie 2020 das Female Investors Network (FIN) bei Gateway Ventures ins Leben gerufen. Während der Anteil der Gründerinnen in Deutschland 2022 erstmals 20 Prozent erreichte, liege er bei den Investorinnen nur bei knapp 13 Prozent. Warum so wenig? „Es stimmt nicht, dass Frauen weniger risikobereit sind als Männer“, sagt Lassen. „Sie finden oft nur keinen Zugang zu Investments und sie wollen mit ihrem Geld Gutes bewirken.“

Dieser Anspruch macht es nicht einfacher. FIN will die Hemmschwelle für Startup-Investitionen abbauen und bietet deshalb einen Kurs an, der weiblichen Business Angels das nötige Basiswissen vermitteln soll. „Die Nachfrage ist groß. Jede Interessentin ist willkommen, die unser Ziel teilt“, sagt Lassen. Der große Teil der FIN-Frauen seien Fach- und Führungskräfte sowie Unternehmerinnen. Neugierige können erst einmal einen Monat lang rein-

schnuppern; wer bleibt, zahlt 290 Euro Jahresbeitrag.

Business and Professional Women

BPW ist eines der größten und ältesten Frauennetzwerke weltweit. Es wurde vor rund 90 Jahren in Genf gegründet und zählt heute 30 000 Mitglieder. „In München sind wir 115 Frauen aus allen möglichen Branchen und Hierarchie-Ebenen, von 25 bis 70 Jahren“, sagt Mariane Pontone, BPW-Vorsitzende in München. „Gleichstellung in der Berufswelt und faire Bezahlung sind unsere Hauptziele. Deshalb haben wir den Equal Pay Day initiiert.“ Pontone findet, dass bei der gleichen Bezahlung nur kleine Fortschritte gemacht wurden.

„Geht’s nicht ein bisschen schneller?“, fragt sie sich manchmal ungeduldig. Mitstreiterinnen sind BPW willkommen. „Wir sind sehr offen, die einzige Voraussetzung für eine Mitgliedschaft ist, dass man berufstätig ist und unsere Werte unterstützt“, sagt Pontone. Eine Mitgliedschaft kostet 155 Euro im Jahr plus 30 Euro Aufnahmegebühr. Frauen können damit

”

Alleine schafft man nichts. Man braucht Verbündete, um die Karriere voranzubringen.“

Mariane Pontone, Business and Professional Women

deutschlandweit die Veranstaltungen aller Clubs wahrnehmen. Daneben gibt es informelle Treffen zum Mittag- oder Abendessen, hier steht der Austausch im Vordergrund. Pontone ist überzeugt: „Alleine schafft man nichts. Man braucht Verbündete, um die Gleichstellung und die eigene Karriere voranzubringen.“

Her Career

Her Career versteht sich als Plattform für die weibliche Karriere. Herzstück ist eine jährliche Messe in München. Besucherinnen erwarten 450 Programmpunkte an zwei Tagen, zuletzt kamen knapp 5000 Frauen, im Durchschnitt 35 Jahre alt. Auf der letzten Expo erklärte zum Beispiel Elke Wolf, Frauenbeauftragte der Hochschule München, wie man Professorin wird. Und der Wagniskapitalgeber Florian Langenscheidt war fürs Gründun.

„Her Career Expo ist keine klassische Jobmesse, wir wollen Frauen über Hierarchien hinaus vernetzen“, sagt die Erfinderin der Plattform, Natascha Hoffer. „Bei uns trifft die Fachkraft aus der Forensik die Expertin für feministische Außenpolitik.“ Weil die Interessen so vielfältig sind, hilft ein Algorithmus, Arbeitgeber und Kandidatinnen zusammenzubringen. Er funktioniert wie eine Partnersuchbörse. „Das Tolle ist, man bekommt Unternehmen vorgeschlagen, die man gar nicht auf dem Radar hatte.“ Daneben gibt es ein digitales Netzwerk mit rund 1400 Mitgliedern aus Deutschland. Zielgruppe von Her Career sind Frauen in akademischen Berufen, sie müssen nicht gleich Ambitionen auf den Vorstand haben.