

Fehlende Diversity ist die Schuld der Frauen, sagen die Männer

Eine Umfrage in Verwaltungsräten zeigt das Manko. Bei der Analyse der Ursachen gibt's Differenzen.

Florence Vuichard

Cherchez la femme! Oder besser gesagt: les femmes. Denn der Anteil der Frauen in den obersten Führungsgremien von Unternehmen wird in den nächsten drei Jahren stark zunehmen – oder zunehmen müssen: in Verwaltungsräten von heute 26 auf 35,5 Prozent und in Geschäftsleitungen von 14 auf 25,5 Prozent. So jedenfalls lautet das Fazit der neusten, im Auftrag vom Spitzenpersonalvermittler Knight Gianella durchgeführten Verwaltungsratsumfrage. Im Grundsatz sind sich also alle einig. Doch bei der Benennung der Gründe, weshalb die Frauen in den obersten Führungsgremien derart untervertreten sind, gehen die Meinungen dann doch signifikant auseinander. Namentlich zwischen den Geschlechtern.

Männer erkennen ganz grundsätzlich weniger Hemmfaktoren und orten die Ursachen für die wenig ausgeglichenen Geschlechterverhältnisse in den Teppichetagen bei den Frauen selbst: Als grösstes Problem nennen 67 Prozent den «fehlenden Willen der Frauen», 62 Prozent bezweifeln, ob Frauen die für ein Verwaltungsratsmandat «geforderte zeitliche Verfügbarkeit» aufbringen können. Die befragten Verwaltungsrätinnen freilich schätzen die Situation ganz anders ein: Sie orten als Hauptprobleme die fehlenden Frauen-Netzwerke (87 Prozent) und spärlichen Vorbilder von Frauen in Führungspositionen (83 Prozent). Und sie erleben offensichtlich eine gewisse Form von Diskriminierung – etwa über die «gesellschaftlichen Wertvorstellungen über Frauen in Führungspositionen» (65 Prozent) und die «kritischen Einstellungen zu den Fähigkeiten von Frauen als Führungskräften» (59 Prozent).

Das neue Aktienrecht setzt Richtwerte

Die Bekenntnisse zur besseren Frauenvertretung in den obersten Leitungsgremien von Firmen kommen nicht von ungefähr. Schliesslich schreibt das neue Aktienrecht grösseren, börsenkotierten Gesellschaften vor, dass der Frauenanteil im Verwaltungsrat auf mindestens 30 Prozent ansteigen sollte, in der Geschäftsleitung auf mindestens 20 Prozent. Wobei es sich hier nicht um verpflichtende Quoten, sondern nur um wünschenswerte Richtwerte handelt. Firmen, welche die neuen Anforderungen nicht einhalten, werden erklären müssen, wieso sie es nicht schaffen.

Diversity wird denn auch in der Verwaltungsratsumfrage von nur gerade 10 Prozent als eine Topherausforderung fürs oberste Strategiegremium genannt. Und auch hier widerspiegelt sich die geschlechterspezifisch unterschiedliche Wahrnehmung. Während immerhin



Von Firmen verzweifelt gesucht: Frauen für die Chefetagen.
Bild: Getty

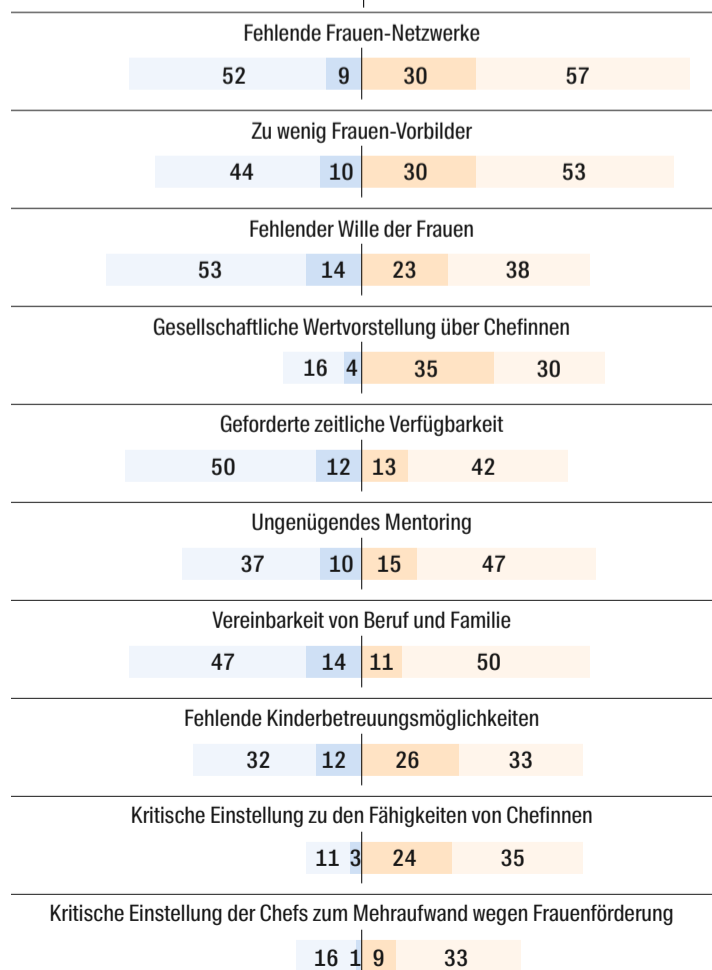
Hemmfaktoren für mehr Gender Diversity

Verwaltungsräte und Verwaltungsrätinnen sind sich nicht einig, was die Ursachen für ein fehlendes ausgeglichenes Geschlechterverhältnis in Führungsgremien sind.

Umfrage unter 207 Verwaltungsräten und Verwaltungsrätinnen

Prozent der männlichen/weiblichen Befragten

♂ Eher Ja Ja Eher Ja ♀



Quelle: Verwaltungsrats-Umfrage 2021/22 IMD, Knight Gianella; Grafik: jn

knapp 17 Prozent der befragten Verwaltungsrätinnen darin eine gewisse Herausforderung erkennen, sind es bei ihren männlichen Kollegen keine 8 Prozent.

Einig sind sich die Verwaltungsratsmitglieder, wo die allergrössten Herausforderungen liegen: bei der Digitalisierung und der Cyber Security, auch wenn die Frauen diesen Themen gar noch etwas mehr Gewicht beimessen. Entsprechend orten die Befragten hier die grösste Notwendigkeit, in den nächsten zwei Jahren mehr Fachwissen in den Verwaltungsratsgremien aufzubauen.

Nachhaltigkeitsthemen gewinnen an Bedeutung

Mehr Bedarf nach Fachwissen orten 85 Prozent der befragten Verwaltungsratsmitglieder auch bei den Fragen rund um die sogenannten ESG-Standards, zu welchen sich die Unternehmen bei Umwelt, Sozialem und der Unternehmensführung verpflichten, und bei den firmeneigenen Aktivitäten zur Corporate Social Responsibility (CSR), die helfen sollen, die gesteckten Ziele zu erreichen und die bei vielen zu einem wichtigen Bestandteil der Unternehmensstrategie geworden sind. Für drei Viertel der befragten

Verwaltungsrätinnen und Verwaltungsräte steigert CSR gar den Unternehmenswert, 70 Prozent erkennen darin ein dienliches Hilfsmittel zur Kundengewinnung, knapp 60 Prozent wollen in diesem Bereich «substantielle» Investitionen tätigen.

Hingegen wollen sie nicht einfach Geld für gut gemeinte Aktivitäten und hehre Ziele ausgeben. 68 Prozent betonen, dass bei CSR-Investitionen der ökonomische Nutzen messbar sein muss. Ein Punkt, der den Verwaltungsrätinnen gar noch etwas wichtiger ist als ihren männlichen Kollegen.

Einen grossen Gender-Gap gibt es hier nicht, doch bewerten Frauen den Wert von CSR-Aktivitäten leicht positiver als Männer. Letztere wiederum befürchten, dass bei solchen «Trendthemen» zu früh, zu viel und falsch investiert wird und dass in einer Krise, wie der Covid-Krise, andere Themen wichtiger werden. Die Pandemie übrigens ist für die Verwaltungsrätinnen praktisch vorbei: Nur 12,5 Prozent erkennen darin eine grosse Herausforderung. Anders schätzen dies ihre Kollegen ein: Noch knapp 30 Prozent erkennen in der Covid-Krise noch immer eine grosse Herausforderung für die Verwaltungsratsgremien.

Die Umfrage wurde im Auftrag von Knight Gianella von der Managementschule IMD in Lausanne im Herbst 2021 durchgeführt. 210 Verwaltungsratsmitglieder haben daran teilgenommen, die im Schnitt je 3,64 Mandate halten – vornehmlich in börsenkotierten, aber auch in familienkontrollierten Firmen oder in staatsnahen Betrieben. Ein Viertel jener, die teilgenommen haben, sind Frauen.

Medien

Tiktok traut uns mehr zu

Medienunternehmen führen einen Kampf um Aufmerksamkeit. Die Angebote sind ausufernd, das Zeitbudget der Nutzer begrenzt. Doch wie lange ist die Aufmerksamkeitspanne eines Menschen? Früher hiess es: 45 Minuten, dann ist die Konzentration weg. Deshalb ertönt an Schulen nach einer Dreiviertelstunde die Pausenglocke.

Für Internetnutzer ist das eine halbe Ewigkeit. Soziale Medien muten uns eine deutlich geringere Konzentrationsfähigkeit zu. Twitter startete mit 140 Zeichen – mehr will doch keiner lesen. Instagram und Tiktok begrenzten die Videos auf 15 Sekunden – alles andere ist ja schon fast ein ganzer Spielfilm.

Doch jetzt findet ein Umdenken bei den Techunternehmen statt: Wenn sich die Kinobesucher 2 Stunden und 40 Minuten Zeit nehmen, um James Bond zu sehen, wie dieser keine Zeit zum Sterben hat, dann sollte es doch möglich sein, dass Instagram-Nutzer ihre Aufmerksamkeit zumindest eine Minute auf ein einzelnes Video lenken können. Die Plattform testet nun 60-sekündige Formate. Zuvor schon hat Tiktok seine Maximallänge der Clips auf ganze drei Minuten erhöht und Twitter das Limit für Nachrichten auf 280 Zeichen verdoppelt.

Alles wird wieder länger. Ausser die kurzen Schnipsel, mit denen Google seinen Nutzern Nachrichtenartikel schmackhaft macht. Die sind oft unverständlich verknappt. Der Grund: Würden längere Vorschaubilder angezeigt werden, müsste Google den Verlagen eine Gebühr zahlen. Will natürlich eine Firma, die der Gratiemtalität frönt, auf keinen Fall.



Raffael Schuppisser
raffael.schuppisser@chmedia.ch

Roche-Aktionäre stimmen Kauf zu

Novartis-Beteiligung Die Auflösung der Verflechtung der beiden Schweizer Pharmakonzerne Roche und Novartis ist fix. Die stimmberechtigten Roche-Eigentümer stimmten gestern an einer ausserordentlichen Generalversammlung für die Schritte, die Bedingung für den Erwerb von knapp einem Drittel der Roche-Inhaberaktien von Novartis sind. So hiessen die Aktionäre unter anderem die Kapitalherabsetzung durch Vernichtung der von Novartis zurückzukaufenden Inhaberaktien gut. Die Transaktion, die im Dezember stattfinden soll, hat einen Wert von 19 Milliarden Franken. (chm)