

Presse

Interviews

Portraits

eine kleine Auswahl
ab 2000



Die Strateginnen

**Die Strateginnen
sind seit 2013 der missing link
zwischen Informationskanälen,
Absatzstrukturen und
Marktinteraktion**

mehr siehe www.die-strateginnen.de



MANAGERKREIS DER FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG

Inhalt

NEWSLETTER

2_2013

IM INTERVIEW: Anke Fabian, Geschäftsführerin Ei^Q Inspirational Quality 3

Für die Media-Beraterin ist die Ausgrenzung älterer Arbeitnehmer nicht hinnehmbar und steht im Widerspruch zu den Herausforderungen des demografischen Wandels. Sie fordert mehr Solidarität und Wertschätzung.



Mitteilungen aus dem Vorstand 6

Der Regionalkreis Niedersachsen-Bremen hat

Wohin steuert die KfW? Förderbanken in der ordnungspolitischen Falle? 9

KfW-Vorstand Axel Nawrath wies den Vorwurf der Wettbewerbsverzerrung zurück und betonte, dass die KfW weder zu groß, noch zu mächtig sei.



Energie für NRW – Heute und Morgen 10

Die Strateginnen – Kooperation seit 2013

Der Missing Link zwischen Information, Vertrieb und Marketing

NATÜRLICHE FEINDE ODER BESTE PARTNER?

von Anke Fabian



Die drei Strateginnen

Nur mitunter gibt es in Unternehmen bisher Initiativen, Vertrieb und Marketing-Aktivitäten zu koordinieren. Klassisch arbeiten diese beiden wichtigen unternehmerischen Bereiche eher eigenständig als miteinander. Manchmal sogar gegeneinander. Viel beschrieben heißt es, Vertrieb und Marketing seien sich spinnefeind. Dennoch ist nicht klar, ob das gut und vor allem, ob das richtig ist mit Blick auf fragmentierte Märkte und rasante Zeiten.

Prof. Dr. Hendrik Schröder von der Universität Duisburg-Essen und dort zuständig für Category Management nickt auf die Frage, ob er diese Konkurrenz kennt: „Ja, das beobachte ich seit Jahren mit Verwunderung. Es ist verblüffend, wie weit das Wissen sich vom Handeln unterscheidet. Wir könnten schon viel weiter sein.“ Noch werden die Chancen in abgestimmter Kommunikation zu wenig genutzt. Gemeinsam stark und wirkungsvoll aufzutreten steckt für Vertrieb und Marketing vielfach in den Kinderschuhen. Warum ist das so?

Die Strukturen von Marketing und Vertrieb haben sich im Sinne ihrer jeweiligen spezifischen Anforderungen entwickelt. Unterschiedliche Ausbildungswege, Herangehensweisen und Denkschemata bestimmen die Umsetzung. Beide aber kümmern sich um die gleichen Kunden- und Zielgruppen.

„Was mein Kunde will, das weiß ich besser als jeder andere, denn ich spreche mit ihm direkt. Mein Kollege aus dem Marketing tut dies stets nur indirekt. Dazu arbeite ich auf Provision und habe so den Antrieb, dass die Kasse klingelt – für mich wie für das Unter-

nehmen. Die Marketingleute reden so und man sieht nie, wo deren Einkommen herkommt“, sagt der durchschnittliche Vertriebsprofi. Dem Kollegen aus dem Marketing fehlt beim Vertriebsmann oft das Verständnis für die vielen anderen Maßnahmen und deren Wirkung. Die gegenseitige Skepsis wird allzu häufig noch gepflegt. Dabei bedeutet genau dies Ressourcenverschwendung finanziell, personell und zeitlich.

Augenscheinlich fehlt es hier am richtigen Ansatz, die Schnittstellen zu finden und zu nutzen, damit aus Konkurrenz ein lukrative Miteinander entsteht. „Zukünftig geht es“, so die Social-Media-Beraterin Ruth Schöllhammer, „um die Optimierung der Marktinteraktion, um die Art, wie mit Kunden gesprochen und agiert wird auf allen Vertriebswegen.“ Schöllhammer ist Mitgründerin der Agentur „Die Strateginnen“, die als Ziel den „Vertrieb 2020“ ausgegeben haben. „Mit unserem Schnittmengenmodell decken wir diese Potenziale auf und analysieren dabei die Nutzung der Informationskanäle, der Absatzstrukturen sowie der Marktinteraktion beider Bereiche“, ergänzt Markenprofi Sabine Heise. Der Vorteil, diese Disziplinen integriert agieren zu lassen, zahle sich konkret aus.

Insbesondere der industrielle größere Mittelstand kann mit Hilfe dieser externen Dienstleistung interne Ressourcen ermitteln und nutzen. Über ein Kompakt-Audit werden die Schnittstellen sichtbar gemacht und münden in klare Handlungsempfehlungen für den Vertrieb 2020.

Im Feldversuch antworteten von insgesamt 22 Geschäftsführern großer, namhafter Unternehmen im Baubereich fünfzehn sofort mit dem Statement: „Das ist wichtig. Das haben wir auch schon erkannt, das wollen wir angehen. Es ist definitiv ein Thema der Zukunft.“ —

Kontakt: anke.fabian@die-strateginnen.de

Marketingstrategie

Informationskanäle

Mediastategie

Vertrieb
2020

Absatzstrukturen

Marktinteraktion

Social Media Strategie

Das Modell Vertrieb 2020

Anke Fabian ist u.a. Mitgründerin von Die Strateginnen. Die Media-Expertin, Trainerin und Moderatorin ist auch die Initiatorin der Reihe „Manager/-innen-Talk“



Der MYCE-Talk

ist die kleine Schwester des M-Talk
als Hochschultool, um Vorbilder zu
den Studierenden zu bringen
seit 2013

mehr siehe www.myce-talk.de

Let's talk about MINT!

Wohl kaum ein anderes Feld wird in der Öffentlichkeit so häufig in einem Atemzug mit Zukunftsperspektiven, Spitzenverdiensten und Jobgarantien erwähnt wie der sogenannte MINT-Bereich. Studienfächer rund um Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) sind heiß begehrt und gut besucht. Doch hält die Realität den medialen Verheißungen stand? Anfang November kamen die MINT-Mythen beim MYCE-Talk an der Fachhochschule Köln auf den Prüfstand. Unter dem Motto „Mythen und Himmelreiche – die Wahrheit über MINT-Berufe“ standen fünf Führungskräfte im Hörsaal Rede und Antwort.

Wer heute ein MINT-Fach studiert, hat morgen einen zukunftsfesten und hervorragend bezahlten Job sicher – so zumindest der Eindruck, der in der vom drohenden Fachkräftemangel geprägten öffentlichen Diskussion leicht entsteht. Stimmt dies? Nein, darüber waren sich alle Teilnehmer am MYCE-Talk an der FH Köln schnell einig. Doch bei differenzierter Betrachtung der Situation zeigt sich, dass die Jobchancen in MINT tatsächlich besser sind als anderswo.

„In Großunternehmen gibt es kaum Funktionen, die nicht gebraucht werden“, erklärt Monika Puls-Rademacher den über 50 Studenten im Publikum. Die Diplom-Pädagogin und Psychologin war lange für die Personalentwicklung einer Konzern-

gesellschaft in der Chemie verantwortlich. Als Kooperationspartnerin des VAA bietet Puls-Rademacher studentischen Mitgliedern Unterstützung rund um die Bewerbung an. Als wichtige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Karriere bezeichnet das Mitglied der VAA-Kommission Hochschularbeit Soft Skills und Teamfähigkeit: „Dann ist Karriere auch in der Industrie steuerbar.“

Doch auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) brauchen sich nicht vor den Großen der Zukunft zu verstecken: Gerade in KMU kann es auf der Karriereleiter mitunter schnell nach oben gehen, so wie bei Aminata Sidibe. Bereits in jungen Jahren hat die IT-Expertin zielstrebig an der Kar-

riere gearbeitet und ist nun Leiterin der Entwicklung beim Softwareunternehmen NEXUM AG. Was braucht es dafür? Fokus im Studium und harte Arbeit. Die Führungskraft weiß noch einen weiteren Rat: „Man muss das machen, worauf man Lust hat.“

Aber Blitzkarrieren sind selbst im IT-Bereich eher die Ausnahme. Man müsse sich seine Sporen erst einmal ein paar Jahre verdienen, betont Silke Kanes. Auch Kanes kennt sich als Director Product Development mit Karriere aus: „Als Bachelor direkt in Führungspositionen zu kommen, ist unwahrscheinlich.“ Aber im Vorteil sei, wer Praxiserfahrungen vorweisen könne: „Jedes Praktikumszeugnis ist wichtiger als die Noten.“ Ganz unwichtig sind Noten und Zensuren allerdings nicht. „In der Industrie können Noten je nach Marktlage als Vorschaltkriterium für Bewerbungen dienen“, mahnt Monika Puls-Rademacher.

Großen Nachholbedarf gibt es nach einhelliger Meinung aller Diskussionsteilnehmer beim geringen Frauenanteil in MINT-Berufen. Man müsse viel mehr tun, um Frauen für technische Berufe zu begeistern. Denn Frauen haben MINT-Bereich sehr große Chancen, nur gebe es einfach noch zu wenige. Monika Puls-Rademacher bringt es auf den Punkt: „In der Geschichte waren es oftmals Frauen, die Technik ans Laufen gebracht haben.“

Moderiert wurde die Veranstaltung von Medienberaterin Anke Fabian, die das Veranstaltungsformat mit der Formel „MYCE – make your career effective“ konzipiert hat. Mehr Informationen gibt es unter www.myce-talk.de. ■



Über MINT-Mythen diskutierten Regina Rüchel von der Kautex Maschinenbau GmbH, Aminata Sidibe von der NEXUM AG, Monika Puls-Rademacher von der VAA-Kommission Hochschularbeit, Moderatorin und MYCE-Talk-Initiatorin Anke Fabian, Silke Kanes von der Content Management AG und Torsten Pfalz von der TÜV Rheinland Industrie Service GmbH (v. l.). Foto: Costa Bellibasakis – FH Köln

DFK BEIM „MYCE-TALK“ AN DER TU CLAUSTHAL

LÜCKEN UND TÜCKEN DES ERSTEN ARBEITSVERTRAGES

Bereits im letzten Heft wurde über die neue Veranstaltungsreihe „MYCE-Talk“ als Vortragsveranstaltung mit anschließender Diskussionsrunde berichtet. MYCE steht für „make your career effective“ und soll Studierenden früh Kontakt zur Berufswelt eröffnen. Der Verband DIE FÜHRUNGSKRÄFTE – DFK unterstützt dieses Konzept und wird bei den jeweiligen Terminen den Berufsstärtern erste Einblicke in die Gestaltung eines Arbeitsvertrages geben. Anschließend findet eine Diskussionsrunde zu aktuellen Themen statt.



Fehler vermieden und wesentliche Vertragsbedingungen kompetent nachverhandelt werden können.

Anschließend fand die Diskussion zum Tagesthema statt. Die hochkarätigen Teilnehmer aus Wirtschaft und Forschung beleuchteten die Thematik der Energiewende aus verschiedenen Blickwinkeln und die lebhafteste Diskussion – auch seitens der Zuhörer – verdeutlichte die Aktualität. Dabei spielten auch Fragestellungen der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie Frauen in Führungspositionen eine besondere Rolle.

Unser Verband wird die gut organisierten MYCE-Talks weiter unterstützen. Mehr Infos unter www.myce-talk.de. — ka

DFK-Anwalt Christian Kallenberg

Diese reichen von Fragestellungen wie „Was sind die Erfolgsfaktoren des 21. Jahrhunderts?“ über Themen wie „Future Jobs: Woanders ist alles besser?“, „Social Media: Stammtisch der Neuzeit oder echter Mehrwert?“ bis hin zu hochaktuellen [branchen-]politischen Streitpunkten der „Energiewende: Quadratur des Kreises?“. Letztere war Gegenstand der Auftaktveranstaltung am 23. April 2013 an der Technischen Universität Clausthal.

den Absolventen. Deutlich wurde: Bei aller Freude über das oft umfangreiche Regelwerk sollte der erste Arbeitsvertrag vor Unterzeichnung genau geprüft werden. Aufgezeigt wurden gesetzliche Mindestregelungen sowie typische Arbeitsvertragsklauseln, damit

Eine Aufzeichnung des Vortrages findet sich auf der Homepage unter Young Leaders/Aktivitäten, oder sehen Sie das Video direkt, indem Sie mit Ihrem Mobilgerät den QR-Code scannen

Nach der Begrüßungsansprache des Präsidenten der TU Clausthal, Herrn Professor Dr. Thomas Hanschke, sprach DFK-Rechtsanwalt Christian Kallenberg zunächst vor



Der erste Arbeitsvertrag sollte vor Unterzeichnung genau geprüft werden.



MYCE-TALK

DFK AN DER FACHHOCHSCHULE FRANKFURT AM MAIN

Bereits in den letzten PERSPEKTIVEN wurde über die neue Veranstaltungsreihe „MYCE-Talk“ als Vortragveranstaltung mit anschließender Diskussionsrunde berichtet. MYCE- steht für „Make Your Career Effective“ und soll Studierenden früh Kontakt zur Berufswelt eröffnen. Der Verband DIE FÜHRUNGSKRÄFTE DFK unterstützt dieses Konzept und wird bei den jeweiligen Terminen den Berufsstärtern erste Einblicke in die Gestaltung eines Arbeitsvertrages geben.



Verbandsanwältin Sabine Felde

Am 15. Mai gastierte dieses Veranstaltungsformat an der FH Frankfurt am Main. Die Begrüßungsansprache hielt die Dekanin Fach-

bereich 3, Wirtschaft und Recht, Prof. Dr. Yvonne Ziegler. Danach sprach DFK-Rechtsanwältin Sabine Felde zum Thema „Tücken und Lücken – Der erste Arbeitsvertrag“. Sie stellte in diesem Rahmen die arbeitsrechtlichen Grundsätze eines Arbeitsvertrags dar. Zur Sprache kamen typische Situationen und Fallstricke, wodurch Fehler vermieden und wesentliche Vertragsbedingungen kompetent nachverhandelt werden können.

Anschließend fand die Podiumsdiskussion zum Thema „Was sind die Erfolgsfaktoren des 21. Jahrhunderts!“ statt. Die hochkarätigen Teilnehmer aus der Wirtschaft äußerten sich u. a. zu folgenden Fragestellungen: „Wann ist ein Bewerber für das Unternehmen

interessant?“, „Welche Voraussetzungen müssen Bewerber für eine Tätigkeit in dem jeweiligen Unternehmen mitbringen?“, „Was macht für Sie als Unternehmen einen guten Mitarbeiter aus?“

Die Studenten konnten auf diese Weise Einblicke gewinnen, worauf im Bewerbungsgespräch jeweils der Schwerpunkt liegt, von den Bewerbern erwartet wird und welche Fähigkeiten – außer dem Fachwissen – die Bewerber für ein Unternehmen interessant machen.

Unser Verband wird die gut organisierten MYCE-Talks weiter unterstützen. Mehr Infos unter www.myce-talk.de. —

Der Manager/-innen-Talk

Beispiele von
Veröffentlichungen
zur eigenen
Wirtschaftsgesprächsreihe
seit 2007

erschienen sind

über 40 Artikel

als Vor- und Nachberichterstattung in den regionalen Qualitäts-Tageszeitungen (Print und Online)

Beispiele siehe Folgeseiten

18 Themenartikel

von Anke Fabian

veröffentlicht in den IHK Magazinen

1 Beispiel folgend

4 TV-Sendungen

4 Radio-Sendungen

2 online-streams

Westdeutsche Zeitung 21.09.2007 zum Auftakt

DREI FRAGEN AN...

Anke Fabian Media-Beraterin

Die Spannung zwischen Markt und Moral beschäftigt die Wirtschaft. Am Montagabend wird das Thema bei der IHK ab 18 Uhr diskutiert – mit einem rein weiblichen Podium. Die Düsseldorfer Beraterin Anke Fabian hat den Managerinnen-Talk zusammen mit Petra Kersting vom Zentrum für Frau in Beruf und Technik ins Leben gerufen.

Was ist ein Managerinnen-Talk?

Fabian: Es gibt nur zehn Prozent Führungsfrauen in Deutschland. Wir möchten sie zeigen. Langjährige Erfahrung in diesem Bereich in großen Agenturen ist in die Konzeption eingeflossen. Es gibt eine Reihe von Netzwerken, die sich mit Frauen in der Wirtschaft beschäftigen. Nur Männer erreicht man hier kaum.

WZ: Und das ist bei Ihrem Managerinnen-Talk anders?

Fabian: Rein weibliche Podien inklusive Vortrag und Moderation: Ich denke, das reicht, um anders zu sein. Um mehr Herren zu erreichen, wählten wir



als Partner die IHKs. Die Reihe kommt gut an. Für die Veranstaltung in Düsseldorf liegt die Quote der angemeldeten Herren erst bei 20 Prozent, das ist ausbaubar. Die Tatsache, dass nur Frauen reden, heißt ja nicht, dass das eine Veranstaltung nur für Frauen ist. Andersherum ist das ja auch nicht so.

Wie werden Sie das Thema Ethik in der Wirtschaft aufbereiten?

Fabian: Es geht nicht darum, irgendwen anzuklagen. Vielmehr möchten wir erörtern, wo Chancen und Möglichkeiten liegen, Ethik als Bestandteil auch des unternehmerischen Handelns zu verstehen. SP

Infos und Anmeldung: Tel. 02305/9215018

2007 IHK Arnsberg Auftakt mit Landtagspräsidentin

Unternehmerinnen diskutierten über Familienunternehmen

Landtagspräsidentin zu „Doppelpremiere“ in Arnsberg

Gleich zu einer doppelten Premiere kam Regina van Dint-her am 13. März in die IHK Arnsberg: Die nordrhein-westfälische Landtagspräsidentin hielt vor 100 Gästen den Einführungsvortrag zum Thema „Kraftwerk Familienunternehmen?“. Die Vortrags- und Diskussionsveranstaltung war gleichzeitig Auftakt für das Jahresthema der IHK und den neuen „Managerinnen-Talk“ des mitveranstaltenden Zentrum Frau in Beruf und Technik (ZFBT), Castrop-Rauxel.

Unternehmen, die im Besitz von Familien sind und überwiegend von Mitgliedern dieser Familien gemanagt werden,

Anke Fabian (ZFBT) diskutierten: Andrea Cämen (Actebis, Soest), Bärbel Dünschede-Babilon (Dünschede Fahrzeugbau, Meschede), Susanne Fingerhut (Tillmann Werkzeugbau, Arnsberg), Anja Schulte (MeisterWerke, Rütthen) und Marita Voss-Hageleit (GEFO, Arnsberg).



Landtagspräsidentin van Dint-her: „Familienunternehmen sind das Rückgrat unserer Wirtschaft in NRW.“



Dünschede-Babilon, Susanne Fingerhut, Anke Fabian, Anja Schulte und Marita Voss-Hageleit

Neue Perspektiven aus dem Chefsessel

Managerinnen-Gespräch gestern Abend bei der IHK in Arnsberg

Von Ulrich Friske

ARNBERG. „Den Frauen gehört das nächste Jahrzehnt oder gar das nächste Jahrhundert“ sagt NRW-Landtagspräsidentin Regina van Dint-her. Vor allem, wenn sie das Glück haben, einem Familienunternehmen vorzustehen. Denn darum ging es gestern Abend bei der Managerinnen-Gesprächsrunde der Industrie- und Handelskammer (IHK) Arnsberg: Um das „Kraftwerk“ Familienunternehmen, wie Hauptgeschäftsführerin Ilona Lange sagte.

Vier Eigentümerinnen und eine Geschäftsführerin namhafter Firmen aus der Region plauderten locker aus dem Nähkästchen - pardon: aus dem Chefsessel - über ihre Erfahrungen in demselben. „Alles Frauen, die nicht heilen, helfen, nähen oder kochen“, stielte Moderatorin Anke Fa-

bian vom Zentrum Frau in Beruf und Technik ein wenig spitz die männerfreie Diskussionsrunde bei der IHK ein.

Heikle Themen kamen zur Sprache: Nachfolgeregelung, Unternehmensverkauf, Internationalisierung. Aber auch die Frage: Was ist das Besondere an einem familiengeführten Betrieb? Dazu lieferte Bärbel Dünschede-Babilon von Dünschede Fahrzeugbau in Meschede eine Erklärung wie in Stein gemeißelt: „Der Familienbetrieb denkt in Generationen, nicht in Quartalen“, sagte sie.

Susanne Fingerhut von Tillmann Werkzeugbau Profitechnik aus Arnsberg fand die emotionale Bindung an die Firma charakteristisch: „Etwas übernehmen und ausbauen, seine ganze Energie in die Firma stecken.“ Aber auch kurze Entscheidungswege und eindeutige Zuständigkei-

ten seien typisch - ganz im Gegensatz zu den unsäglichen Callcentern der Multis.

Marita Voss-Hageleit von Gefo aus Arnsberg nannte das Bekenntnis zu absoluter Qualität und Kontinuität als Schlüssel zum Erfolg. Aber ist man erfolgreich, weckt das Begehren - auch für Übernahmen. Anja Schulte von Meister Werke Rütthen sagte: „Wir sagen Nein zu solchen Angeboten, aber es wird immer schwieriger. Und was fällt Investoren noch ein?“

Dass selbst die Doppelrolle Chefin und Mutter geht, unterstrich van Dint-her: „Selbstständigkeit bietet bessere Chancen als Mutter.“ Wer seine Termine selbst festlege, könne Kinder und Beruf vereinbaren. Deswegen verstehe sie nicht, warum Frauen dem eigenen Betrieb den Rücken kehren, um sich dem öffentlichen Dienst zuzuwenden.



Managerinnen aus der Region diskutierten bei der IHK über gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. (v. l. Suzanne Till, Dagmar Wolsing, Elke Harpen, Moderatorin Anke Fabian, Prof. Easthaus Völsberg und Doris Dorn)

Oben: 2009
Mönchengladbach
Rechts: 2008 Hagen
Mitte: 2010 Bonn
Unten: 2008 Trier

Autorin **Anke Fabian**, Erfinderin der Reihe Managerinnen-Talk moderiert am 24. März 2010 die bereits dritte Veranstaltung dieser Art in der IHK, wenn Führungsfrauen der Region sich Gedanken darüber machen, wie es mit der Wirtschaft weitergeht.



Managerinnen Talk in der SIHK: Grüne Ökonomie im Mittelstand

Umwelt- und Klimaschutz mit nachhaltigem, wirtschaftlichem Handeln in Einklang zu bringen, war das Thema einer Veranstaltung in der SIHK zu Hagen. In einem Impulsreferat unterstrich Dr. Hildegard Krutz, dass Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg kein Widerspruch sein müssen.

Unter der Moderation von Anke Fabian, der Organisatorin der Reihe Managerinnen Talk, diskutierten Unternehmerinnen und Führungskräfte von Unternehmen aus der Märkischen Region mit über sechzig Teilnehmern über zu-

kunftsweisende Ideen, Ökologie und profitable Ökonomie. Dabei standen neben den Kostenaspekten vor allem die Erwartungen und Ansprüche der Kunden im Vordergrund. Einig waren sich alle Referentinnen darin, dass grüne Ökonomie nicht nur ein Trend sondern eine Zukunftschance ist, was die Entwicklung der regenerativen Energien zeigt. Bereits zum 17. Mal fand die vom Land NRW und der EU geförderte Wirtschaftsgesprächsreihe statt. Weitere Veranstaltungen sind geplant.



Annette Koltzenbach, Vera Reuter, Petra Kersting, Dr. Hildegard

Beispiele für Presse Artikel zum M-Talk in IHK Magazinen 2012/2013

Manager/-Innen-Talk: Erneut zu Gast in der IHK

Die Manager/-innen-Talkrunde fand bereits zum dritten Mal in der IHK zu Essen statt – diesmal zum Thema: „Energie – Zukunftsmotor oder Kostenkiller der Wirtschaft?“. Kooperationspartner war erneut das Zentrum Frau in Beruf und Technik, Castrop Rauxel.

Stv. IHK-Hauptgeschäftsführerin Veronika Lühl unterstrich in ihrem Grußwort die Bedeutung der Energiewirtschaft am Standort Essen und in der MEO-Region. Ein Grund mehr, ein „energiegeladenes“ Thema im Zentrum der Energie zu erörtern. Mit ihrem Impulsreferat lieferte Prof. Dr. Angelika Heinzl, Leiterin des Instituts für Energie- und Umweltverfahrenstechnik der Universität Duis-

burg-Essen, eine hervorragende Diskussionsbasis. Antworten auf die o. g. Fragestellung gingen eindeutig in Richtung „Energie als Zukunftsmotor“.

Die lebhafteste Talkrunde – gekonnt moderiert von Anke Fabian, Inhaberin EiQ inspirational quality, Düsseldorf – überzeugte mit klaren Positionen. Podiumsteilnehmerinnen waren: Heike Gothe, Geschäftsführerin in dritter Generation der Elektroapparate Gothe & Co GmbH, Dr.-Ing. Julia R. Tschesche, stv. Geschäftsführerin der Effizienz-Agentur NRW, Duisburg, Dagmar Wolsing, Geschäftsführerin der Ars Numeri – Wirtschaftsberatung, Essen, sowie Barbara Woydtke, Leiterin externe Kommunikation der RWE Innogy GmbH, Essen.

Insgesamt hat sich das von Anke Fabian initiierte Veranstaltungskonzept durchgesetzt: Die Veranstaltung mit rund 70 Gästen war der 21. Abend in der 14. IHK mit dem 15. Thema.

Vordere Reihe v.l.n.r.: Heike Gothe, Dagmar Wolsing, Dr.-Ing. Julia Tschesche, Barbara Woydtke, Prof. Dr. Angelika Heinzl. Hintere Reihe v.l.n.r.: Veronika Lühl, Petra Kersting, Zentrum Frau in Beruf und Technik, Anke Fabian
Foto: IHK



Nachbericht IHK Magazin Essen 2009

mco 12 | 2009 51

2011: Siegen / Siegener Zeitung 5.10.

Flexible Arbeitszeiten bewährt

SIEGEN IHK und das Zentrum „Frau in Beruf und Technik“ luden zum „Manager/innen-Talk“

jea ■ Die Industrie- und Handelskammer Siegen und das Zentrum „Frau in Beruf und Technik“ mit Sitz in Castrop-Rauzel hatten zum „Manager/innen-Talk“ in den Bernhard-Weiss-Saal der Industrie- und Handelskammer in Siegen eingeladen. Eine Veranstaltung, die finanziell von der Europäischen Union und dem Land Nordrhein-Westfalen unterstützt wird.

Auf dem Podium war allerdings kein Manager vertreten, allenfalls im Plenum. Die hielten sich aber auch in der Frageunde bedeckt. Bereits im Jahr 2010 gingen die Schulabgängerzahlen um 24 Prozent zurück, viele Ältere schieden aus dem Arbeitsleben aus, so IHK-Hauptgeschäftsführer Franz J. Mochenhaupt in seiner Begrüßung. Es gelte also, Vorsorge zu treffen und Wege aus dieser negativen Entwicklung für die Arbeitswelt zu finden. Inzwischen habe ein Zusammenschluss von Institutionen gemeinsam einen Handlungsrahmen mit 27 Vorschlägen entwickelt.

Im Grunde handele es sich dabei um vier Bereiche, um Arbeitskräfte zu rekrutieren: Es müsse sich mehr um junge Menschen gekümmert werden, auf Menschen mit Migrationhintergrund und fachlicher Ausbildung sei zuzugehen und Menschen, die können und wollen, länger am Arbeitsleben teilnehmen lassen. Und schließlich werde die Frauenquote zu stark vernachlässigt, die im IHK-Bezirk gegenüber dem Landesdurchschnitt mit 47 Prozent nur 42 Prozent ausmache. Hier liege eine Chance, immerhin 5000 Arbeitsplätze auszufüllen.



Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein, Prorektorin der Uni Siegen, IHK-Hauptgeschäftsführer Franz J. Mochenhaupt und Petra Kersting, Leiterin des Zentrums Frau in Beruf und Technik (vorne v.l.) anlässlich des Managerinnen-Talks bei der Industrie- und Handelskammer Siegen.

Foto: jea

Auch Petra Kersting, Leiterin des Zentrums Frau in Beruf und Technik, würdigte die zukunftsweisende Veranstaltung, die 29. landesweit in bislang fünf Jahren. Es gelte, Führungspotenziale der Frauen sichtbar zu machen. Und diese Frauen seien sehr wohl zu finden. Sie empfahl, Netzwerke zu gründen und forderte, den Wiedereinstieg ins Berufsleben zu fördern.

Zum Thema „Vereinbarkeit Familie und Beruf: Zugewinn oder Zumutung?“ schilderte Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein, Prorektorin der Universität Siegen, ihre eigene familiäre Situation als Impulsvortrag, sicher ein Glücks- und damit wohl auch Einzelfall. Sie Professorin mit eigener

Zeitgestaltung, zwei Kinder in der Ganztagsbetreuung, die sie auch vom Staat generell einforderte, und ein Ehemann als Freiberufler. Als Diskutantinnen auf dem Podium stellte die Moderatorin des Abends, Anke Fabian von EiQ inspirational quality in Düsseldorf, Nicole Trettner, Leiterin Personalmanagement von Hering Bau in Burbach, Viola Frenyo, Geschäftsbereichsleiterin Service bei

SMS Siemag AG in Hilchenbach, Dagmar Lange, Präsidentin des Landgerichts Siegen, Iris Christiansen, Geschäftsführerin von Dan-Produkte in Siegen und Julia Gertz, Personalleiterin der Buhl Data Service GmbH in Neunkirchen, vor.

In ihren Statements sprachen sie unter anderem von Ehrlichkeit bei der Werbung von Arbeitskräften – wobei die klassische Werbung über Zeitungsanzeigen bevorzugt werde –, von der Wertschätzung der Mitarbeiter und der Möglichkeit von Mütter- und zunehmend auch Väter-Erziehungsurlauben und mehr. Flexible Arbeitszeiten, wo möglich, hätten sich bewährt.

Manager-/innen-Talk: Ethik in der Wirtschaft

Das Geschäft mit der Reflexion

Ist der Wunsch nach einem ethischen Geschäftsgebaren eine stets unerfüllte Forderung oder doch eine notwendige Voraussetzung für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg? Diese Fragen diskutierten Führungsfrauen beim Manager-/innen-Talk Anfang Juni bei der IHK Essen.

Moral ist die Gesamtheit der Verhaltensweisen und Normen, die Du, ich und andere in unserer Umgebung als gültig anerkennen. Ethik ist die Reflexion darüber, warum wir sie als gültig ansehen, und der Vergleich mit der Moral anderer Personen", so lautet eine Definition des portugiesischen Ethikers Fernando Savater. Lassen sich Ökonomie und Ethik miteinander vereinbaren? Ist der Wunsch nach ethischem Geschäftsgebaren eine unerfüllbare Forderung oder eine Voraussetzung für den nachhaltigen Geschäftserfolg? Oder ist alles gar nur noch ein Marketing-Gag?

Warum es sich dabei um eine Führungsaufgabe handelt und wie dieser Lernprozess aktiv – durch Dialog und Wissensmanagementsysteme – unterstützt werden kann, sind zwei von vielen Aspekten, die Entscheiderinnen und weibliche Führungskräfte am 5. Juni in der Essener Industrie- und Handelskammer beim „Manager-/innen-Talk“ diskutierten.

Kontroverse Ansätze – gemeinsame Firmenziele

ches Handeln im Unternehmen und Ethik keineswegs aus. Nötig seien dafür aber klare Rahmenbedingungen wie durchdachte Vertragsgestaltungen mit integrierten Sanktionskomponenten. Jutta Hobbiebrunken konnte als Leiterin der Unternehmenskommunikation der Hochtief AG glaubhaft ausschließen, dass soziale Verantwortung ein *greenwashing*-Auftrag an PR-Agenturen sei. Integrität und Verantwortungsbewusstsein, Mitarbeiterführung und bestmöglicher Kundendienst sind auch für ihre Kollegin von der MAN Turbo AG, Beatrice Hupe, wie auch für Maria Mintrop, Geschäftsführerin der mm-Hotels, ausschlaggebende und nachweisliche Kriterien für nachhaltigen Geschäftserfolg. Dr. Christina Weiss, Vorstand mfi Management für Immobilien AG, ergänzte die Lösungspalette um den Aspekt der interdisziplinären Teamarbeit, die beste Zufriedenheit und hohe Motivation erzeuge und damit Garant für nachhaltigen Unternehmenserfolg sei. Die – wie immer beim Manager-/innen-Talk – gleichermaßen kompetent wie hart an der Sache geführte Diskussion beleuchtete

September 2009: Der erste öffentliche Auftritt von Frau Dr. Bagel-Trah, (Aufsichtsratsvorsitzende von Henkel) beim 4. M-Talk in der IHK Düsseldorf

Premiere der Henkel-Leiterin

VON SILVIA WIRTH

DÜSSELDORF Als sie vorgestern das erste Mal öffentlich als Henkel-Aufsichtsrats-Chefin auftritt, wirkt Simone Bagel-Trah unprätentiös. Den Ort hat sie klug gewählt: Sie spricht in der Düsseldorfer IHK vor Managerinnen aus der Region. Und auch das Thema des Abends spielt der Persil-Erbin in die Hände. „Sind Familienunternehmen die besseren Arbeitgeber“, lautet die Diskussionsfrage des „Managerinnentalk“. Die Antwort steht schon vor Ende des Abends fest – ja.

Bagel-Trah spricht mit Geschäftsführerinnen von Firmen, darunter ein Handwerksbetrieb, eine Spedition und ein Inkassounternehmen. Sie gilt als Vorbild, als Frau, die es geschafft hat. Die erste Aufsichtsratschefin im deutschen Aktienindex. Das Rollenklischee der mächtigsten Newcomerin in der deutschen Wirtschaft, das ihr viele Medien zuriefen, ist der 40-jährigen jedoch nicht ganz recht. „Es wäre schöner, wenn es nicht so eine Sensation wäre, als Frau in einer Führungsposition zu stehen“, findet sie. „Für mich ist das



Gab sich nahbar, Henkel-Aufsichtsrats-Chefin **Simone Bagel-Trah** FOTO: TBU

ja nichts Neues, ich bin seit 40 Jahren Frau“, sagt sie ironisch. Es wäre ihr jedoch lieber gewesen mit Inhalten für Aufsehen zu sorgen, die seien geschlechterneutral.

Bagel-Trah wirkt bodenständig, lässt es zwischendurch menscheln und bleibt doch sachlich. Ganz Wissenschaftlerin beruft sie sich auf eine renommierte US-Studie und nennt Werte eines erfolgreichen Unternehmens, die gleichzeitig ihre Ziele für Henkel treffend charakterisieren: eine konsistente

Finanzpolitik, Flexibilität, eine starke Unternehmenskultur und Langfristigkeit. Besonders wichtig: Gewinnmaximierung dürfe nicht vorrangiges Ziel sein. Das ist vor allem für die Henkel-Mitarbeiter wichtig. Bagel-Trah erzählte, dass es sie betroffen mache und sie es „mit nach Hause nimmt, wenn Mitarbeiter entlassen werden“.

Gemeinsam mit dem 47-jährigen Kaspar Rorsted bildet die Ururenkelin des Firmengründers das jüngste Führungsduo in Deutschland. Sie sei jedoch nicht bestrebt, mit dem Generationenwechsel bei Henkel große Umbrüche im Unternehmen herbeizuführen, sagt Bagel-Trah. „Die Politik von Henkel ist geprägt von Fritz und seinen Söhnen, ich möchte eigene Akzente hinzufügen.“ Die Werte blieben die gleichen.

Und dazu gehört auch der „Henkelgeist“, den sie als Erfolgsrezept für das Familienunternehmen beschwört. Schon in einem Buch von 1955 „Henkel von A bis Z“, sei der Begriff zu finden. „Er ist schwer zu fassen, aber jeder Mitarbeiter fühlt was gemeint ist“, sagt die promovierte Biologin.

2009 Dortmund

RN Dortmund
Nr. 20 vom 24.01.09
Beleg



Diskussionsrunde mit Frauen in Führungspositionen (v.l.): Isabel Rothe (Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin), Monika Block (ECE Projektmanagement GmbH), Karin Dicke (Dicke & Partner Werbemittelagentur), Bettina Bielefeld (Bäckermeister Grobe GmbH & Co. KG), Moderatorin Anke Fabian, Dr. Monika Goldmann (Sozialforschungsstelle Dortmund), Mechthild Greive (Klinikum Dortmund) und Gabriele Brübach (Dresdner Bank).

RN-Foto Kivitt

Frauen sollen „hier!“ rufen

Erster Managerinnen-Talk mit 250 Teilnehmerinnen in der IHK

Diskussion bei der IHK über weibliche Führungskräfte und Wertevermittlung

Mehr Managerinnen braucht das Land

Von Mirja Zipfel

Regina van Dinther fand deutliche Worte: Sie lobte zwar die Entwicklung zu immer besser ausgebildeten Frauen, beschönigte aber auch nicht die Faktenlage: „Nur vier Prozent aller erwerbstätigen Frauen in Deutschland gehören zur Führungsspitze.“

sechs erfolgreiche Frauen aus Dortmunder Führungsetagen mit dem Plenum. Hintergrund auch: Spätestens seit der Bankenkrise steht das unternehmerische Handeln von Managern besonders im Fokus der Öffentlichkeit.

Van Dinthers Vortrag war ein engagiert vorgetragenes Plädoyer für die weibliche Intelligenz in diesem Land. Mit der genannten Quote von

Frauen eines Jahrgangs hätten Abitur und 34 Prozent einen Hochschulabschluss. Dennoch werden wichtige Ämter fast ausschließlich von Männern bekleidet. Mädchen und junge Frauen möglichst früh zu fördern, sei der richtige Ansatz, so van Dinther weiter. Aus eigener Erfahrung wisse sie: „Frauen, die nach oben wollen, müssen auch mal „Hier“ schreien.“

men: Herzensbildung, Vorbildfunktion und Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern, das seien unverzichtbare Voraussetzungen eines jeden Managers, hieß es häufig.

Bei soviel edlen-Ansichten stach eine aus der Runde hervor: Mechthild Greive, Geschäftsführerin des Dortmunder Klinikums und Chefin von circa 4000 Angestellten, erweiterte die Diskussion um

Mit Frauen aus der Krise

Ohne Männer hätte es die **Finanzkrise** in diesem Ausmaß nicht gegeben. Darin waren sich die **Unternehmerinnen** beim Treff der IHK und des Zentrums für Frau in Beruf und Technik sicher. Frauen liegt die **Zockermoralität** nicht.

VON ISABEL KLAAS

WUPPERTAL „Ohne Männer hätten wir die ganze Finanzkrise gar nicht“, sagte Evelyn Dornseif, Inhaberin und Geschäftsführerin des Remscheider Spielzeugspezialisten Hudora. Mit dieser Ansicht stand die Unternehmerin, die sich vorgestern mit rund 130 weiblichen Führungskräften bei der IHK in Wuppertal zum Mangerinnen-Talk getroffen hatte, nicht allein. „Hahnenkämpfe“ und übertriebene Risikobereitschaft der Männer machte die Juristin vor allem für das Debakel auf dem Kapitalmarkt verantwortlich. Belegen konnten die erfolgreichen Damen, die erfreulich locker und kurzweilig durch den Abend mit dem Titel „Krisenmanagement – Aufbruch zum Wandel“ führten, ihre plakativen Statements durchaus.

Roswitha Husfeldt vom Verband der Deutschen Unternehmerinnen in Rheinland betonte die Wichtigkeit der Frauen an der Firmenspitze: „Frauen gründen und führen anders“, erklärte sie in ihrem Vortrag. Während Frauen stets klein und mit wenig Geld in eine Unternehmer-Existenz starteten – mit sieben Mitarbeitern im Schnitt – setzten Männer auf schnelles Wachstum mit gut der doppelten Personalbesetzung. Der Umsatz sei zwar bei Männern sieben Mal so hoch wie bei Frauen, der Absturz jedoch umso häufiger. „Jeder zweite Mann kann sein Gründerdarlehen nicht zurückzahlen. Bei Frauen es nur fünf Prozent“, zitierte Husfeldt eine Untersuchung des Arbeitsrats München.

Bei Banken nicht beliebt

Trotzdem seien Unternehmensgründerinnen bei Banken nicht gern gesehen. „Ein Geschäftsdarlehen zu bekommen, ist fast aussichtslos. Dabei denken Frauen langfristiger, agieren nachhaltiger und punkten mit einem gut durchdachten Konzept“, erläuterte die Verbandsfunktionärin ihren Zuhörerinnen. „Wären in den letzten Jahren mehr Frauen in Führungspositionen gewesen, hätte uns die Krise nicht so schlimm getroffen. Das Zockerwesen hätte niemals diese Ausmaße angenommen.“ Selbst die renommierte Unternehmensberatung McKinsey hätte festgestellt, „dass nur drei Frauen im Führungsgremium einem Unternehmen erheblich nutzen.“ Obwohl es mehr Abiturientinnen und



Inga Bauer, gelernte Büro-Informationselektronikerin, leitet in der dritten Generation die Werkzeugfirma Robert Böcker in Remscheid. Sie trägt die Verantwortung für zwölf Mitarbeiter und saß beim Managerinnen-Talk auf dem Podium.

in manchen Fakultäten mehr Studentinnen gebe und sie höhere und bessere Abschlüsse vorweisen könnten, fehlten Frauen an wichtigen Stellen – unterstrich die Moderatorin des Abends, PR-Fachfrau, Coach und Unternehmerin Anke Fabian. „Wir müssen einfach sichtbar werden“, betonte Cornelia Geppert von der Firma Geppert Mode-Accessoires aus Wuppertal. „Wir werden zu oft übersehen. Zu Talkrunden werden allenfalls Politikerinnen eingeladen, nicht aber Managerinnen.“ Einig waren sich die Mangerinnen, dass es trotz Krise noch Ressourcen in den bergischen Unternehmen gibt zum Beispiel gut ausgebildetes Personal. Roswitha Husfeldt riet Firmen, während der Kurzarbeit unbedingt Fachkräfte zu qualifizieren und mehr Frauen in die Aufsichtsräte zu berufen. Noch eine weitere typisch weibliche Fähigkeit wurde hervorgehoben: die Kommunikation. „Manche Chefs erkennen die drohende Krise, reden aber nicht drüber“, so Husfeldt. „Gute Chefs erkennen sie früh und suchen nach Lösungen und Ausweichmöglichkeiten.“ So wie Inga Bauer, Chefin des Familienbetriebs Robert Böcker in Remscheid.



Unternehmerinnen diskutierten über die Finanzkrise (vorne v.l.) Petra Kesling, Leiterin des Zentrums Frau in Beruf und Technik in Castrop-Rauxel, Evelyn Dornseif, Chefin von 60 Mitarbeitern bei Hudora in Remscheid, Inga Bauer und Referentin Roswitha Husfeldt. FOTO: THILO SALTWANN

Die Firma ihres Großvaters stellte ursprünglich Rohrsteckschlüssel zum Schrauben und Muttern lösen her. Nachdem billigere indische Produkte diesen Absatzmarkt immer mehr einschränkten, legte sie den Fokus auf Permanentmagneten und Inspektionswerkzeuge und hat einen neuen Zweig für Laserbeschriftungen gegründet. Das Unternehmen erlebt zwar zurzeit Einbußen, kann sich aber behaupten. Ganz nebenbei schaffte es die junge

Firmenchefin, die gemeinsam mit der Mutter das Unternehmen leitet, noch, dreimal den „Ironman“ zu machen – eigentlich eine Disziplin für Männer.

Der Mangerinnentalk des Zentrums Frau in Beruf und Technik will Unternehmerinnen ins Licht der Öffentlichkeit rücken und weibliche Führungskräfte gewinnen. Sponsoren für Treffen werden gesucht. Info über www.vdu.de/rheinland.htm

2008: Essen - CSR-News berichtet online

Auszug aus dem Artikel unter

<http://85.214.93.207/main/2008/06/06/csr-ist-weiblich/#more-9589>



“...gestern Abend beim Manager/-innen-Talk in der IHK Essen, wo ich als einer von fünf Männern in einem Plenum von etwa 70 Personen unerwartet mit Applaus begrüßt wurde.

Als ich bei der Veranstaltung eintraf, schaute ich mir die Einladung noch einmal genauer an und stellte fest, dass CSR auch auf dem Podium nur durch Referentinnen vertreten wurde. Die Veranstalter wollten also ein Forum für den Erfahrungsaustausch von Frauen in Führungspositionen schaffen. Und Männer waren nebenbei willkommen. Aber vielleicht ist es mehr als das, vielleicht ist CSR tatsächlich weiblich. ...”

2008 + 2009 Bielefeld

Prominente Frauen auf dem Podium

■ Bielefeld (fr). Prominente Frauen diskutieren bei der IHK über das „Kraftwerk Familienunternehmen“. Beim Managerinnen-Talk sind am 3. März, 17 Uhr in der IHK Bielefeld auf dem Podium: Margrit Harting, Gesellschafterin von Harting (Espelkamp), Tanja Krüger, Geschäftsführerin Resolto (Herford) und Marion Weike, Bürgermeisterin von Werther. Den Vortrag hält Brigitte Mohn, Vorstand der Bertelsmann Stiftung. Anmeldungen bis 25. Februar an die IHK Tel.: (0521) 554-269.

Detmers fordert mehr Moral

Unternehmerin will neue Manager-Ausbildung

■ Bielefeld (kb). Das Spannungsverhältnis von Tempo und Nachhaltigkeit sollte das Thema sein beim 18. Managerinnen-Talk in der Industrie- und Handelskammer. Aber Ulrike Detmers, Gesellschafterin der Gütersloher Mestemacher-Gruppe und Professorin an der Fachhochschule Bielefeld, setzte den Akzent vor allem bei der Nachhaltigkeit. Diese Nachhaltigkeit bedeutet für sie in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise vor allem moralisches Handeln der Unternehmerinnen und Unternehmer.

Im vergangenen Jahr sei auf ei-



Ulrike Detmers: Die Krise verändert die Einschätzungen. FOTO: WEISCHE

„Familienunternehmen garantieren Kontinuität“

Brigitte Mohn referiert in der Industrie- und Handelskammer zu Bielefeld beim Managerinnen-Talk

VON THORSTEN PIFAN

■ Bielefeld. Dass Frauen in Chefetagen noch immer Mangelware sind, war zumindest gestern Abend beim Managerinnen-Talk in der Industrie- und Handelskammer zu Bielefeld nicht zu spüren. Nur wenige Männer hatten den Weg in die Elsa-Brändström-Straße gefunden, um sich über das Thema „Kraftwerk Familienunternehmen“ zu informieren.

So hörten nahezu ausschließlich Frauen zu, als Brigitte Mohn, Vorstandsmitglied der Bertelsmann-Stiftung, über die Vorzüge von Familienunternehmen referierte. Die 43-Jährige gehört zur sechsten Generation des von Carl Bertelsmann 1835 gegründeten Verlags mit Sitz in Gütersloh – sie weiß, wovon sie

redet, wenn sie über Familienunternehmen spricht.

Rund 90 Prozent der Firmen in Deutschland seien in Familienhand und bildeten damit das Rückgrat der Wirtschaft. „Andererseits, als es die öffentliche Wahrnehmung zeigt, können die Firmenchefs nicht mit einem goldenen Handschlag verabschiedet werden“, sagte Mohn. Im Gegenteil: Häufig trügen sie das unternehmerische Risiko.

Die Tochter von Bertelsmann-Patriarch Reinhard Mohn ist seit fünf Jahren in der Stiftung tätig, sammelte zuvor Erfahrungen in den USA und in der Schweiz. „Es ist gut, wenn man sich zunächst die Federn woanders verdient, bevor man in das Unternehmen der Eltern einsteigt“, sagte sie. Gleichzeitig sei es nicht selbstverständlich,

dass Betriebe in der Familie blieben. Denn die Nachkommen werden nicht automatisch als Unternehmer geboren.

Entscheidend sei, dass Familienunternehmen Kontinuität garantierten, zumindest mehr als

große Konzerne, die weltweit tätig seien und ihre Gewinne kurzfristig für die Kapitalgeber an den Börsen präsentieren müssten. So gelte auch bei Bertelsmann mit seinen 100.000 Mitarbeitern, verteilt über den Glo-

bus, die Maxime ihres Vaters: „Menschlichkeit gewinnt“. In diesem Fall seien die Mitarbeiter auch gewillt, in schwierigen Zeiten ihren Beitrag zum Wohl des Unternehmens zu leisten.

Wichtig sei, dass die Mitarbeiter Freiräume und Kompetenzen bekommen. „Bei uns machen die Abteilungen, in denen das praktiziert wird, deutlich mehr Gewinne“, sagte sie.

Gleichzeitig betonte Mohn, dass diese Einstellung kein „Nein“ zu Restrukturierungen oder Firmenverkäufen sein dürfe. Auch die einst von Bertelsmann „ganz bewusst“ getroffene Entscheidung für den Standort Gütersloh müsse keine Dauerlösung sein, sagte sie während der anschließenden Podiumsdiskussion. Zurzeit werde der Standort aber nicht diskutiert.



Herz für Familienunternehmen: Brigitte Mohn.

FOTO: BEIMAR OTT

2008: Detmold Lippische Zeitung

Der Chef als Vorbild

Podiumsdiskussion in der IHK Lippe-Detmold zur sozialen Verantwortung von Unternehmen

■ Detmold (co). Ist gesellschaftliches Engagement eine „Geheimwaffe“ für bessere Marktanteile? Nur eine Frage, der sich fünf weibliche Führungskräfte im Rahmen der Reihe Managerinnen-Talk stellen. Die Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold hatte zu einer Podiumsdiskussion ins eigene Haus eingeladen.

Hauptgeschäftsführer Axel Martens erläuterte, worum es geht: „Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen oder zu ‚neudeutsch‘ Corporate Social Responsibility oder kurz CSR ist eines der meist diskutierten Themen in der Wirtschaft.“ Schon immer hätten sich Unternehmer für Soziales, Kultur und den Sport engagiert, heute werde jedoch offen über den wirtschaftlichen Nutzen gesprochen.

Die Frage, ob ein Unternehmen nicht auch ein Stück soziale Verantwortung übernehmen müsse, äußerte Prof. Dr. Uta Pottgiesser für die Hochschule OWL. Sie beschrieb die Einrichtung als im Wandel begriffen, die sich mit neuen Herausforderungen beschäftigen, da sie Unternehmensfunktionen übernommen habe.

Charmant und fachkundig führte dann Anke Fabian aus Düsseldorf durch die Podiumsdiskussion mit fünf Frauen in Führungspositionen. An-



Managerinnen-Talk: Prof. Dr. Uta Pottgiesser, Silke Quentmeier, Anke Fabian und Angela Josephs (von links).

FOTO: GRÖNS

nik Erdmann (STG Beikirch Industrieelektronik) sah beim CSR als wesentlich an. „dass ethische Grundsätze eingehalten und vielleicht auch Werte neu generiert werden“.

Den Nutzen für ein Unternehmen, das vielleicht Fachkräfte in die Provinz locken müsse, stellte Silke Quentmeier vom Projekt „FAIR – Frau und Arbeit in der Region“ heraus – indem beispielsweise ein Betriebskindergarten unterhalten werde. „Mitarbeiter, die sich wohlfühlen, bringen eine gute Leistung. Ein Unternehmer hat für diese eine gewisse Fürsorge zu tragen“, so die Meinung von Angela Josephs (Phoenix Contact).

Dass die Unternehmenskultur von Bedeutung ist, stell-

ten mehrere Rednerinnen klar, beispielsweise bei der Herstellung von umweltfreundlichen Produkten. Sabine Elting von Weidmüller Interface betonte dies für das Unternehmen.

Einig waren sich die Rednerinnen, dass das Motto „Tue Gutes und rede darüber“ eine Berechtigung habe, aber auch von Überzeugung getragen sein müsse. Ein Chef habe eine Vorbildfunktion. Josephs rechnet darüber hinaus einem Unternehmer zweckfreie Förderung bürgerschaftlichen Engagements hoch an.

Respektvoller Umgang miteinander, Kreativität und ein zur Firma passendes Engagement wurden als Rezepte für eine erfolgreiche CSR genannt.

► KOMMENTAR

STICHWORT

Verantwortung von Firmen

Mit Corporate Social Responsibility (unternehmerische Sozialverantwortung) bezeichnet die Europäische Kommission ein Konzept, das alle sozialen, ökologischen und ökonomischen Beiträge zur freiwilligen Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung beinhaltet. Diese gehen über die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen hinaus. In dem Grünbuch heißt es, ein Unternehmen sollte daran gemessen werden, in welchem

Maße es zu wirtschaftlichem Wohlstand, Umweltqualität und Sozialkapital beiträgt. Auch beim übergeordneten Ziel der nachhaltigen Entwicklung werden Ökonomie, Ökologie und Soziales berücksichtigt.

Typische Maßnahmen von Firmen können Stiftungen, Bildungsangebote und lebenswerte Architektur sein. Intern können Weiterbildung oder die Vereinbarkeit von Beruf und Familie umgesetzt werden. (co)

LZ 12.09.08

2007 + 2008 Bonn

Bei gutem Klima steigt der Umsatz

ARBEIT Mitarbeiter beeinflussen Firmenerfolg

Von Silke Jungbluth-Sepp

BONN. Ziehen die Mitarbeiter nicht mit, hat es ein Unternehmen schwer. Davon ist Christa von der Heiden überzeugt, die seit zehn Jahren als Unternehmensberaterin Firmen in Personalfragen zur Seite steht und in Bad Neuenahr lebt. „Es gibt eine eindeutige Beziehung zwischen der Zufriedenheit der Mitarbeiter und der Zufriedenheit der Kunden und damit dem wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens“, sagte sie beim „Managerinnen-Talk“ der IHK Bonn/Rhein-Sieg und des Zentrums Frau in Beruf und Technik in Bonn.

Und konnte dies auch mit einem Beispiel aus ihrer Berufspraxis belegen: Kaum arbeitete nämlich das von ihr betreute Handelsunternehmen intensiv an der Verbesserung des Betriebsklimas, kletterten die Umsätze deutlich nach oben.

Familienunternehmen haben es dabei nach ihrer Erfahrung leichter, die Mitarbeiter bei der Stange

zu halten: „In anonymen Großunternehmen ändert sich die Strategie immer wieder und die Vorstände wechseln häufiger“. In Familienunternehmen gebe es meist mehr Ruhe und größere Sicherheit für die Beschäftigten.

Das untermauern auch die Zahlen, die Rosemarie Kay vom Bonner Institut für Mittelstandsforschung vorstellte. Danach haben die 500 größten Familienunternehmen auch in den wirtschaftlich schwierigen Jahren 2003 bis 2005 Personal aufgebaut. Unter dem Strich erhöhten sie die Beschäftigtenzahl um 4,8 Prozent, während die Dax-Konzerne 1,7 Prozent ihres Personals abbauten.

Allerdings machte Kay auch deutlich, dass die drei Millionen Familienunternehmen in Deutschland – dies sind 95 Prozent aller Firmen – von der Größe sehr unterschiedlich und daher schwer zu vergleichen sind. Unter dem Strich erwirtschaften sie mit 1,9 Billionen Euro Umsatz rund 41,5 Prozent

Nichts für Weicheier

ARBEIT Auf Frauen können die Betriebe nicht verzichten

BONN. Wenn Unternehmerin Ines Knauber-Daubenbüchel sich an ihre Kindergeburtstagsfeiern erinnert, dann fehlt stets ein Gast: ihr Vater. „Wenn man sich als Mann für einen Kindergeburtstag frei genommen hätte, wäre man ein Weichei gewesen“, so Knauber-Daubenbüchel. Über die Möglichkeiten familienorientierter Personalpolitik diskutierte sie am Mittwochabend mit OB Bärbel Dieckmann, Unternehmensberaterin Claudia Kreuder, Maud Pagel (Telekom), Susanna Nemeskal-Berggötz (Post) und Moderatorin Anke Fabian.

Vertreterinnen der Frauen- und Businessnetzwerke erlebten beim Managerinnen-Talk der Industrie- und Handelskammer am Bonner Talweg eine lebendige Diskussion mit Lösungsansätzen, beispielsweise zum Thema Kinderbetreuung: Mittelständler wie Knauber sind Kooperationen mit benachbarten Kindergärten eingegangen und Global Player wie die Post beschäftigen Erzieherinnen auf Abruf. Die Stadtverwaltung wird laut Dieckmann diesem Beispiel folgen.

Die europäische Perspektive brachte Gastrednerin Barbara Gesser (Vertretung der Europäischen Kommission) ins Spiel. „30,4 Prozent der Frauen in Europa arbeiten Teilzeit, aber nur sechs Prozent der Männer. Dabei sind Frauen eine Ressource, auf die man in Zukunft nicht mehr verzichten kann.“ kis

Treffpunkt Ausbildung am Samstag

Für Schüler und Eltern bei ThyssenKruppSteel

Schüler, Eltern und Lehrer sind am Samstag, 25. August, im Dienstleistungszentrum von ThyssenKrupp Steel willkommen. Wie in den vergangenen Jahren bietet das Stahlunternehmen einen Tag lang Informationen rund um das Thema Ausbildung in kaufmännischen und industriell-technischen Berufen im Hinblick auf die beiden Bochumer Standorte des Unternehmens an. Unter anderem stehen ein Bewerberforum, ein Beispiel der Prozess- und projektorientierten Ausbildung, Führungen, Schweißübungen und Mitmachübungen auf dem Programm.

Der „Treffpunkt Ausbildung“ bei ThyssenKrupp Steel öffnet am kommenden Samstag, 25. August, von 9 bis 15 Uhr – Einlass über das Drehkreuz „Im Vogelspohr“.

Hof-Fest zum 170-Jährigen

170 Jahre Schlenkhoff feiert der Baustoffhändler an seinen Standorten in Essen und Bochum. In Bochum läuft das Hof-Fest am 1. September, 10 bis 16 Uhr, an der Kornharper Straße 115. Unterhaltung mit Live-Musik und Mitmach-Aktionen werden geboten. Außerdem werden Spenden für die Bochum-Wattenscheider Tafel gesammelt.

Qualitätszeichen an Friedhofsgärtnerei

Die Friedhofsgärtnerei Marschneider, Kirchharper Straße 61, wurde wieder mit dem Qualitätszeichen „Überprüfter Fachbetrieb Friedhofsgärtnerei“ ausgezeichnet. Das Zeichen wird von der Prüfungskommission des Landesverbandes Gartenbau Westfalen-Lippe und der Landwirtschaftskammer NRW für die Dauer von vier Jahren vergeben.

Der Betrieb als Orchester

Der neue Managerinnen-Talk stellte die Frage „Diversity – Schlagwort oder effektives Führungsinstrument?“. Jeder Mensch soll in seiner Verschiedenheit ernst genommen werden. Auch Nutzen für das Unternehmen

Von Werner Conrad

Das Bild vom Orchester, das nur im Zusammenspiel der verschiedenen Instrumente zum harmonischen Klangkörper wird, ist allgemein verständlich. Der aus den USA ins alte Europa herüber geschwappte Begriff „Diversity“ dagegen dürfte für viele erklärungsbefähigt sein – da schloss sich auch Oberbürgermeisterin Dr. Ottilie Scholz nicht aus. Sie und weitere gut 100 Führungsfrauen sowie vier Männer hatten am Mittwochabend im Saal der Industrie- und Handelskammer Bochum am Ostring Gelegenheit, sich an der Antwortsuche auf die Frage „Diversity – Schlagwort oder effektives Führungsinstrument?“ zu beteiligen. Eingeladen hatte der „Managerinnen-Talk“, ein neues Gesprächsforum mit weiblichen Führungskräften.

Die weibliche Führungskraft, die an diesem Abend ins Thema einführte, gedet beinahe ins Schwärmen, als sie vom Programm „Diversity and Inclusion“ (Vielfalt und Einbeziehung/Wertschätzung) ihres Hauses sprach. Dorothee Vogt von der Deutschen BP aus Bochum hat in dem weltweit tati-



Gruppenbild mit einem Herrn, IHK-Hauptgeschäftsführer Tillmann Neinhaus, und den Diskussionsteilnehmerinnen (hinten v.l., Petra Kersöng (ZFBT), Dorothee Vogt (Deutsche BP), Stefanie Dethier (Nokia), Moderatorin Anke Fabian, (vorne v.l.) Bettina Dunkel (Opel Bochum), Inés A. Melamies (Blue Rondo Int.), Angela Siebold (Siebold Managementberatung) und OB Dr. Ottilie Scholz.

Neues Forum

Der Managerinnen-Talk ist eine neue Gesprächsreihe mit weiblichen Führungskräften. Sie wird veranstaltet in ganz NRW vom Zentrum Frau in Beruf und Technik (ZFBT), Castrop-Rauxel, in Kooperation mit der örtlichen Industrie- und Handelskammer. Männer sind auch willkommen. Die neuen Foren sollen auch dem Meinungsaustausch mit männlichen Führungskollegen dienen. Auf dem Podium aber sitzen ausschließlich Frauen. Info: 02305-935015, info.diversity@deutschepdp.de, www.diversity-gesellschaft.de

gen Konzern an der Erarbeitung des Konzeptes führend mitgewirkt und ist heute, direkt dem Arbeitsdirektor unterstellt, weiter dafür zuständig. BP als „global player“, so war zu hören, sieht die Vielfalt seiner über 100 000 Mitarbeiter/innen in mehr als 100 Ländern als Stärke. Bei „Diversity and Inclusion“ geht es um Vielfalt, Gemeinsamkeiten und Unterschiede, die Wertschätzung unterschiedlicher Menschen, aber auch um Leistungsorientierung bei Personalprozessen und beim nachhaltigen Management von Talenten. Eingesetzt werden soll das Konzept in allen Geschäftsbereichen. Als ein Bei-

spiel führte Dorothee Vogt („Wir müssen die Menschen ohne mentale Filter sehen“) die Stellenbesetzungen durch heterogene Auswahlkommissionen an. Auf Befragen nannte Vogt auch eine Erfolgszahl des Konzeptes: Seit Einführung sei der Frauen-Anteil an den Top 600 von BP von neun auf 17 Prozent gestiegen.

Vogts Fazit fiel klar aus: Diversity ist ein effektives Führungsinstrument – allerdings nur, wenn es von Top-Management unterstützt und von Vorbildern gelebt wird – und das sei bei BP so.

„In die Realität“ zog es dann Anke Fabian zurück mit der von ihr moderierten Talk-

Runde. Dort stellte sich dann heraus, dass zwar das Wort „Diversity“ relativ neu sein mag, damit verbundene Inhalte wie Wertschätzung des Einzelnen und Beachtung unterschiedlicher Fähigkeiten aber in vielen Unternehmen „schon lange selbstverständlich“ (Inés A. Melamies von Blue Rondo International Bochum) sein sollen. Das gaben auch Stefanie Dethier (Nokia, Leiterin Materialbeschaffung) und Bettina Dunkel (Opel Bochum, Personalleitung) zu Protokoll. Oberbürgermeisterin Scholz räumte für die Verwaltung Defizite ein, obwohl auch hier vieles selbstverständlich sei. Sie will aber

nach diesem Abend einen „strategischen Ansatz“ weiterverfolgen: nämlich Vielfalt und Potenziale stärker nutzen.

Sind Diversity-Konzepte als Qualitätsmerkmal auch für Marketing und den betriebswirtschaftlichen Nutzen eines Unternehmens gut? Beim Managerinnen-Talk gab wenigstens Stefanie Dethier (Nokia) unanwunden zu: „Natürlich geht es auch um Marktanteile.“ Wenn die Zusammenarbeit im Unternehmen gut funktioniert, steige die Effizienz und der Output. „Das wird nicht gemacht, weil wir alle so nett sind“, ordnete Stefanie Dethier entsprechende Führungs-Programme ein.

DIVERSES

Prinzip W - Weiblich wirtschaften

Frauen sollen mehr Mut zur Macht zeigen

Veranstaltung im Felix-Fechenbach-Haus

Von unserem Mitarbeiter
STEFAN W. RÖMMELT

WÜRZBURG Am Samstagabend ballte sich Würzburgs Frauen-Power im Felix-Fechenbach-Haus: Das Team um Karin Dauer (ver.di-Frauen) und Stephanie Böhm (Akademie Frankenwarte) hatte zum 101. Internationalen Frauentag mit einem Vortrag und einem Konzert Nahrhaft-Kurzweiliges für Kopf und Herz organisiert.

Den ersten Teil bestritt die kurzfristig eingesprungene Beraterin Anke Fabian (Düsseldorf), die den 60 Zuhörern und Zuhörerinnen grundsätzliche Überlegungen zum Thema „Das Prinzip W – Wirtschaften weiblich“ präsentierte. Mit der Wahl Angela Merckels zur Bundeskanzlerin habe die Gleichberechtigung 2005 in Deutschland zwar einen vorläufigen Höhepunkt erreicht, aber sieben Jahre später seien nur zehn Prozent der Führungspositionen in weiblicher Hand.

Um die durch die männliche Wettbewerbs-Fixierung ausgelösten Fehlentwicklungen zu korrigieren, rief Fabian, eine Befürworterin der Frauenquote, die Zuhörerinnen dazu auf, Mut zur Macht zu zeigen. Weibliche Eigenschaften wie gegenseitige Rücksichtnahme und Kommunikationsfähigkeit charakterisierten das nachhaltige „Wirtschaften weiblich“. Ein Appell zur systematischen „Feminisierung“ der Wirtschaft beschloss Fabians Vortrag, dem eine angeregte Diskussion folgte.

„Seit 101 Jahr'n san die Weiber renitent“ – das rebellische, widerborstige Potenzial des Internationalen Frauentags machte das Frauen-Duo „Sltsch!“ nach der Pause den jetzt etwa 100 Zuhörern unmissverständlich klar. Die Publikumslieblinge des Frauentags im Vorjahr nahmen in



Anke Fabian referierte zum Thema „Das Prinzip W – Wirtschaften weiblich“. FOTO: STEFAN W. RÖMMELT

ihrem Musikkabarett kein Blatt vor den Mund, wenn es um heiße Eisen wie (männliche) Doppelmoral, Missbrauch und Diskriminierung von Minderheiten, aber auch globale Probleme wie den Klimawandel ging.

Mit dem „Würzburg-Song“, einer ironischen Liebeserklärung an die „Perle in fränkischem Land“, und dem „Rosa Telefon“, das am Beispiel des Beratungstelefon die Schwierigkeiten Homosexueller thematisierte, endete das gelegentlich derbe, aber immer engagiert-sympathische und unterhaltsame Konzert.

Die Initiatorinnen der Veranstaltung waren: ver.di-Frauen, Akademie Frankenwarte, AWF, EVG, GEW, KAB, Frauen bei Bündnis 90/Die Grünen, ASE, Evangelische Dekanatsfrauen, IG Metall, AK-Frauen und Gleichstellung im Ausländerbeirat der Stadt Würzburg sowie die Gleichstellungsstelle der Stadt.

Gründen in den b

START-UP: Durchstarten, wenn andere schon längst an die Rente denken? In Zeiten des demographischen Wandels erwägen immer mehr ältere Menschen eine Existenzgründung. Erfolgreiche Jungunternehmer können heute über 50 Jahre alt sein – drei Beispiele.

VDI Nachrichten, Düsseldorf, 19. 11. 20, S. 14

Anke Fabian hat ihrem Leben 2005 eine Wende gegeben. Im Alter von 50 Jahren hat sie sich als Mediaberaterin in Düsseldorf selbstständig gemacht. Sie kehrte ihrem Arbeitgeber, der Frankfurter Agentur Universal McCann, den Rücken: „Ich hatte so viele Ideen für andere entwickelt, nun wollte ich sehen, ob das auch für mich trägt.“

Im Rahmen von Großaufträgen arbeitet sie heute vor Ort in den Unternehmen ihrer Kunden. Zusätzlich doziert die Powerfrau an der Universität Essen und moderiert den „Managerinnen-Talk“, ein erfolgreiches Wirtschaftsgesprächsformat. Sie ist erfolgreich, trotz später Gründung: „Man kann mit gutem Gewissen in jedem Alter gründen. Es ist von Vorteil älter zu sein, denn dann weiß man, was man gerne macht und was nicht.“ Für Fabian stand von Anfang an fest, es wird keine Angestellten geben, auch auf Fremdkapital konnte sie bei der Gründung verzichten. Anderen Gründern empfiehlt sie, sich im Team zusammen zu tun. „Frauen



Durchgestartet mit 52: Nach seiner Ausbildung zum Elektriker hat sich der Techniker Christoph Makowski selbstständig gemacht. Er repariert heute Schalt- und Verteilerkästen.

winnt an Relevanz. Ältere Gründer werden mehr“, stellt Anne Nitschke vom RKW Kompetenzzentrum fest.

Ein Blick in den KfW-Gründungsmonitor 2010 belegt allerdings, dass dieser Wandel noch Zeit braucht: Die 55- bis 64-Jährigen stellen zwar 19 % der Gesamtbevölkerung, repräsentieren aber nur 12 % der Gründer.

Schon ganz anders sieht das in den USA aus. Die Altersgruppe der 55- bis 64-Jährigen ist dort schon prozentual gesehen diejenige, aus der die meisten Gründer kommen. Das jedenfalls

Laudatio an eine Künstlerin Frankfurt 2007

OFFENBACH-POST vom 20.09.2006

Die Vielfalt dokumentiert

Karin Kugler stellt im Stadtmuseum aus

Mühlheim (M.) • Karin Kugler lässt sich nicht in eine Schublade einordnen. Die Hausener Kunstpädagogin bannt Landschaften, Tierköpfe und Akte auf die Leinwand, aber auch abstrakte Phantasien und Gefühle. Diese Vielfalt dokumentiert derzeit ihre Ausstellung im Mühlheimer Stadtmuseum, die am Freitag von Oberthausens Bürgermeister Bernd Roth eröffnet wurde.

Sein Amtskollege und Namensvetter Bernd Müller überließ ihm diese Premiere. Auch für die Künstlerin war es eine; seit mehr als vier Jahren bemühte sie sich, ihre Bilder in der Nachbarstadt zeigen zu können. Sie sieht als Ausgangspunkt ihrer Werke Modelle, Objekte oder auch Stilleben, die sie im kreativen Prozess mit Pinsel und Farbe abstrahiert. Sie versucht, Kompositionen zu vereinfachen, auf die formalen Elemente zu reduzieren, um das Wesentliche von Farbe und Form hervorzuheben.

Schwerpunkt ihrer Malerei ist der Kalt-Warm- und Hell-Dunkel-Kontrast. Ihre Bilder leben durch das Spiel von Flächen und räumlicher Wirkung. Mit dem Einsatz oder der Auflösung von Gegenständen lässt Karin Kugler neue Kompositionen entstehen. Stets bevorzugt sie ein „freies, subjektives Erleben

von Farbe und Form“, erläutert sie. In ihrem Atelier treffen sich regelmäßig Kunstinteressierte, um gemeinsam an Projekten zu arbeiten und Gedanken auszutauschen.

Ein besonderes Anliegen ist der einstigen Managerin, vermittelnd und beratend tätig zu sein, auch Kinder für die Malerei zu begeistern. Ihre Kollegin Anke Fabian aus Düsseldorf sah in der Auswahl Kuglers Fragen nach Lebensqualität, nach Wandel und Aufbruch. „Der Betrachter ist wichtig, aber ich will ihn weder belehren noch soll das Ganze in der Frage enden, ‚was will der Künstler uns damit sagen?‘“, erläuterte die Laudatorin.

In Raum 1 des Stadtmuseums zeigt Karin Kugler abstrakte Eindrücke. „Landschaften oder auch Lebensstationen“, erklärte Anke Fabian. Raum 2 soll die Sinne anregen, er ist gefüllt mit Ansichten praller Früchte. Und in Raum 3 schweben „Frauenträume“, dominiert die „Vielfältigkeit der Gefühle“.

Die Ausstellungsöffnung begleitete Norbert Schneider von der Musikschule mit seinen Gitarrenschülern Gernot Körner (auch Gesang) und Max Puth. Die Schau im Museum in der Marktstraße ist bis zum 8. Oktober zu sehen, mittwochs von 14 bis 19 und sonntags von 10 bis 16 Uhr.



Karin Kugler (Mitte) aus Oberthausen stellt ihre Werke im Mühlheimer Stadtmuseum aus. Die Schau läuft dort 1. Oktober. Das Museum ist mittwochs von 14 bis 19 Uhr und sonntags von 10 bis 16 Uhr geöffnet.

„Abstrakt -Realistisch“; DREIECK-ZEITUNG
13.09.2006

„Spurensuche“ mit Karin Kugler

Mühlheim (DZ/mm) - Im Rahmen der diesjährigen „Kunstansichten2006 Offenbach Rhein-Main“ präsentiert Karin Kugler vom kommenden Samstag (16.) bis Sonntag 8. Oktober im Stadtmuseum ihre neuesten Werke. Nach zeitgenössischer Porträtmalerei im vergangenen Jahr hat sie ihren künstlerischen Schwerpunkt heuer allgemein auf die zeitgenössische Malerei gelegt. Zu sehen sind Natur- und Körperlandschaften, dargestellt auf realistische und abstrakte Weise. Zur Eröffnung der Ausstellung mit dem Titel „Spurensuche - Abstrakt - Realistisch“ sind für Freitag (15.) um 19 Uhr alle an Kunst interessierten Bürger in die Räume der Marktstraße 2 eingeladen. Die Begrüßungsrede wird

Bürgermeister Bernd Müller halten, im Anschluss spricht die Düsseldorfer Kunstkennerin und Fotografin Anke Fabian einige Worte zur Präsentation. Für den „guten Ton“ der Veranstaltung sorgen Mitglieder der hiesigen Musikschule mit „überraschenden Beiträgen“. Geöffnet ist die Kunstausstellung unter Mitwirkung der Künstlerin außerdem während des „Kunstansichten2006-Randgangs“ am Samstag (16.) von 15 bis 22 Uhr sowie am Sonntag (17.) zwischen 15 und 20 Uhr. Danach können die Bilder zu den Öffnungszeiten des Stadtmuseums, mittwochs von 14 bis 19 Uhr sowie sonntags zwischen 10 und 16 Uhr bewundert werden.

Portrait in „existentielle“ 2006

„Haben Sie nicht mal ´ne Idee?“

Anke Fabian, Ei^Q Inspirational Quality

Anke Fabian mag es kreativ. Ei^Q (sprich: Ei hoch Q) steht auf ihrer Visitenkarte. Nur damit keine Missverständnisse aufkommen. Inspirational Quality lässt sich nicht einfach mit IQ abkürzen, das wäre viel zu banal. Die Kommunikationsexpertin und Werberin will den Hingucker – und das Spezielle. „Meine Karte schafft den Bruchteil der Aufmerksamkeit mehr, den ich brauche – die Kunden sollen nicht zucken, sondern lächeln.“ Mittendrin im Marketing. „Media und Marketing-Beratung für die mittelständische Wirtschaft“ sind das Kerngeschäft der (51)-Jährigen.

Mehr als 20 Jahre lang hat sie den Job als Angestellte gemacht, „nur in den guten großen Häusern“. „Ich hatte ein tolles Portfolio“, sagt sie im Rückblick. Zuletzt als „Head of International Mediaplanning and Coordination“ bei Universal McCann in Frankfurt/ Main. Und doch war sie an einem Punkt angekommen, an dem die Freiberuflichkeit die attraktivere Alternative wurde. Den Ausschlag gab letztlich eine seit 17 Jahren sehr erfolgreich selbständige Kreative aus Frankfurt, mit der sie nun gemeinsame Projekte plant. Dazu kommt das Wissen, „dass ich prinzipiell für die Werbebranche und das Haifischbecken der Agenturen angeblich zu alt bin“. Dabei hatte sie sich nach oben gekämpft, „als Alleinerziehende und mit männlichem Überbau eine Kriechgangkarriere“, wie sie heute sagt. Den großen Druck im Arbeitsalltag der Agenturen und die zuletzt vierjährige Wochenendpendelei plus durch die Internationalität Vielreiserei tauscht sie seit dem 1. Januar 2006 gegen die Freiheit in der Selbstständigkeit und fängt „quasi ein neues Leben an“.

Auf ihrer Website wirbt Prägnanz für das Angebot von Anke Fabian. Bildhaftes ließ sie nur wenig zu. Weil sie eine reduzierte Bildsprache mag und ihren Kunden signalisiert: „Ich berate, ich analysiere, ich mache Konzepte – hier bin ich kreativ. Ich sage den Kunden als Mediafrau, wie viel Werbung sie wo und wann für wie viel machen sollten.“ Ihre Kunden, das sind mittelständische Industrieunternehmen. Denn deren Anfragen kennt sie aus der Agenturarbeit, deren Probleme ebenso. „Bei der oft stark vertriebsorientierten Branche wird Werbung zu oft noch als lässliches Gut denn als Ziel orientierte Unterstützung angesehen.“ Die Beraterin kennt die Vielfalt der Möglichkeiten und muss gleichzeitig mit der Begrenztheit des Budgets der Kunden umgehen. „Strategische Selektion der Mittel“ nennt die Expertin das.

Anke Fabian versteht ihre Aufgabe als Ideengeberin. „Haben Sie nicht mal ´ne Idee?“, diese Frage kennt sie aus früheren Zeiten nur zu gut. Und auch die Erwartung, die sie zu ihrem eigenen Firmennamen inspiriert hat: „Frau Fabian zaubert immer noch irgendeine Idee aus dem Hut.“ Für die Umsetzung der Ideen in der Bandbreite des Marketing, z.B. von PR-, Werbe- oder Eventmaßnahmen

„Wie gestaltet sich die Zukunft des deut-



Dr. Marcus Garbe (37),
geschäftsführender Gesellschafter
Interactiv GmbH & Co. KG, Köln/München.

Die Digitalisierung und Interaktivität wirken sich radikal auf die Fernscheidung der Zuschauer und damit auf die Finanzierungsmodelle der Sender selber aus. Die reine Werbefinanzierung der Privaten kann nicht aufrecht erhalten werden, weil Zuschauer durch Settop-Boxen und Digital-Videorecorder Werbeblöcke ausblenden und Sendungen zeitversetzt ansehen können. Die Sender integrieren bereits heute Mehrwertdienste wie Call-ins und SMS-Votings in ihre Angebote, die zum einen eine alternative Einnahmequelle darstellen, zum anderen die Zuschauer durch Mitmach-Ak-

der Hand: Durch die Aufwertung von TV-Spots mit einer Interaktionsfläche können Zuschauer zielgenau angesprochen und so Daten potenzieller Kunden generiert werden. Interaktive Werbung wird von den meisten Zuschauern durch ihre zusätzlichen Funktionen und Informationen sehr positiv angenommen – Studien aus Deutschland belegen, dass die deutschen Zuschauer dies gern und oft nutzen würden.

Und hier liegt das Erfolgsrezept für die Zukunft: Reichweite plus Emotionalität plus schmale Interaktivität, Emotionalität und Entertainment des Überall-Fernsehens wird verbunden durch einen Rückkanal, der über eine einfache Navigation die schnelle und sendungssynchrone Interaktion mit dem Anbieter ermöglicht. Werbespots werden mit Informationen und Produktbestellungen hinterlegt, Fragen aus Quiz-Shows an den Zuschauer zum Mitspielen gestellt, die Ausstattung des Moderators zum Kauf angeboten.

Der Fernseher wird nicht der zusätzliche Internet-Zugang für die Konsumenten sein, sondern ein einfaches Abfrage-



Anke Fabian (49),
Head of International Coordination
bei Universal McCann, Frankfurt.

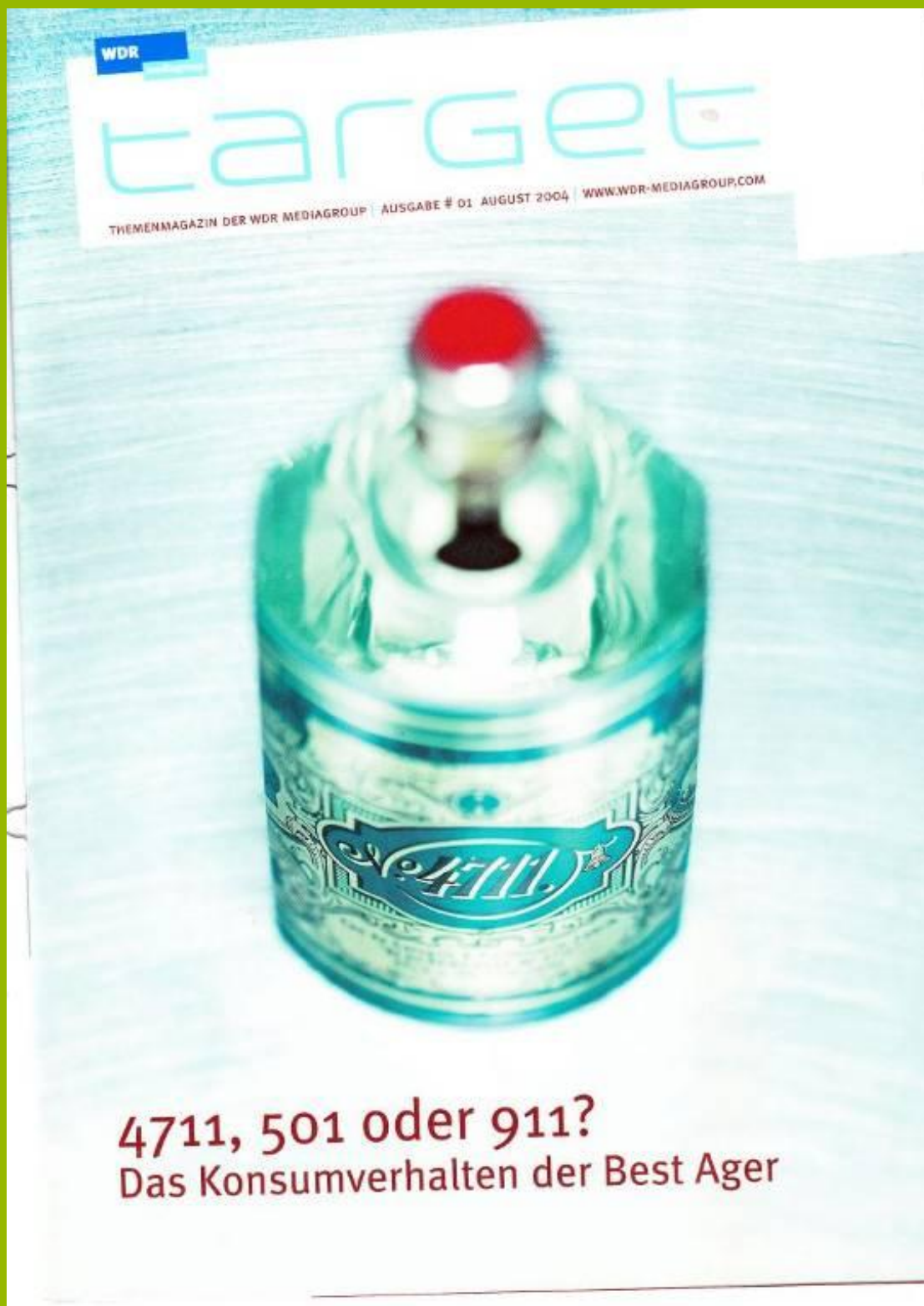
TV ist das globale Lead-Medium. Das rasante Tempo wird auch in Zukunft fortgeführt werden. Nach den Herausforderungen als Folge des Börsen-Crashes endet nun peu à peu die analoge, rezipierende TV-Welt und stellt extreme Anforderungen an die Branche: Nischen-, Sparten- und interaktives Fernsehen, anderes Nutzungsverhalten kaufkräftiger älterer Zielgruppen, Europäisierung vieler Bereiche, Werbe-Vermeidungstechniken und vieles mehr lassen den Kampf der öffentlichen Sender gegen die Privaten in die nächsten Runden gehen. Dieser wird über Form, Inhalte und Zielgruppen-

Hochzeiten als Mainstream-Formate über alle gesellschaftlichen Klassen und Altersgruppen hinweg deutlich vor jeder noch so verrückten oder abartigen Show den Zuschauer langfristig und massenhaft zu binden imstande sind, wird die Formatentwickler aller Länder zum Nachdenken zwingen müssen.

Ohne Moos nix los – es geht ums Überleben. Die werbungstreibende Wirtschaft wird ihre Investitionen an Wirkungsanalysen und Absatzzahlen festmachen. Darum müssen die Sender die Wirksamkeit von TV-Werbung nachweisen, um nicht Werbeeinnahmen zu verlieren. Noch hofft man, mit Sonderwerbeformen Aufmerksamkeit zu erreichen, doch deren Inflation setzt Grenzen.

Auch der zunehmende Einfluss des Einzelnen auf „seine“ Programmgestaltung ist Gift für die aktuelle Senderstrukturen und erfordert flexiblere Programmgestaltungen. Sparten- und Nischenkanäle wie Business haben dabei national wie international eine deutlich bessere Positionierungschance, weil sie klar strukturiert und an kleine Quoten gewöhnt sind.

Interview zum Hörfunkverhalten 50+ im Themenmagazin TARGET vom WDR Radio 2004



Media und Marketing 2001

Interview mit Dr. Jochen Kalka, Chefredakteur wuv mit eigenen Fotos aus Asien



Chaos als Chance für internationale Mediaplanung

Seit Januar firmieren CIA und MQI unter CIA Mediahaus, wo die Unit

? Inwiefern kreativ? Was unterscheidet eine deutsche Zeitung von einer spanischen?
Anke Fabian: Damit sprechen Sie schon

? Weichen Sinn macht es dann aber, weltweite Planung mit all den Format-Problemen von Düsseldorf aus zu steuern?



unte Vielfalt: Internationale Mediaplanung muss sich nach unterschiedlichsten Märkten richten. Die helffertigen Bilder (hier Malaysia, Sri Lanka, Sri Lanka, Sri Lanka) stammen von Mediaplanerin Anke Fabian (r.).



Anke Fabian

Medialeiterin, 45, hat Spezialwissen im B-to-B-Bereich und ist seit neun Jahren auf internationalem Parkett zu Hause.

stimmen Zielgruppen besser oder weniger gut. Hier müssen wir die zur Marke passende Strategie finden, um die Effizienzpotenziale optimal auszuschnitten.

Samama: Der unterschiedliche Stellenwert der verschiedenen Mediengattungen lokal gibt uns ein gewisses Maß an Flexibilität und die Möglichkeit, kreativ zu planen. Wo in Deutschland ein TV-Spot das Nonplusultra für die Kommunikation auf emotionaler Ebene ist, kann in Italien eine T2-Anzeige vergleichbare Wirkung erzielen.

? Wie koordinieren Sie über Ländergrenzen hinweg einen Produktionsplan?

Fabian: Ja, ja. In Deutschland verlangt der Kunde immer einen Produktionsplan. Das ist zwar völlig verständlich, doch das ist nur in Deutschland so. Die Franzosen weigern sich mit Händen und Füßen, die Engländer wissen gar

„In Amerika werden drei Menschen befragt, um Bescheid

? Inwiefern wird Ihre Planung vom Tagesgeschehen in einzelnen Ländern beeinflusst?

Grenz: Als der Turm von Moskau brannte, liefen die Telefone heiß. Unser Kunde Werner und Mertz Erdal rief an und sagte: „Unser Spot brennt.“ Der konnte natürlich nicht mehr überall gesendet werden. Auch die Moskauer Agentur rief entsetzt an.

? Und was haben Sie unternommen?

Grenz: Wir mussten schnell prüfen, welche Region jetzt noch abgedeckt wurde. Wir haben dann mit der weiteren Schaltung lieber gewartet, denn wir hatten natürlich

Interesse daran, dass der Spot breit gestreut werden konnte.

? Wie ist das mit der Reichweite in den Ländern? Gibt es international Standards wie die MA oder LAE?

Krämer: Wir können nichts wirklich vergleichen. So etwas Ähnliches wie die LAE haben wir in Frankreich, England oder Italien. Aber überall ist die Methode anders, die Basis unterschiedlich, die Grundgesamtheit anders, die Zielgruppendefinition...

Fabian: ...so dass wir nichts Vergleichbares im Marktforschungsbereich haben. Es gibt schon Daten, auch für den panasiatischen Markt. Ich muss aber immer froh sein, wenn ich meine Mediaplanung

derungen als die Spanier. Diese haben viele TV-Sender und Magazine. Hier wird um den Preis verhandelt. Die Skandinavier haben eher ein sehr administratives Medien-Szenario.

Fabian: Ich habe gelernt, dass Norweger langsamer und fatalistischer arbeiten, als man das von Spaniern angenommen hätte.

Samama: Fragen, die wir oft stellen, sind zum Beispiel für den britischen Markt einfach nicht zwingend relevant. Ein Reporting in England ist nicht unbedingt eins in Deutschland. Ich würde in einer Printkampagne nie nach Costs per GRP planen. Das machen die Engländer aber dauernd.

? Gibt es bei den Abrechnungsmodalitäten auch gravierende Unterschiede?

Fromm: In fast jedem Land sind diese Modalitäten unterschiedlich. Italiener zahlen oft erst mal gar nicht, vielleicht nach drei Monaten. Hier zu Lande ist die Vorausrechnung zum 25. eines Monats Standard.

Fabian: In Frankreich haben wir zudem einen Dschungel an Rabattsystemen ...

Grenz: In Italien liegt der Rabatt für einen Printauftritt bei 75 Prozent. Das klingt viel. Doch nach Abzug des Rabatts von diesen Mondpreisen liegt eine Seite im *Corriere della Sierra* in der Region einer FAZ.

? Und wie hoch sind die deutschen Honorare im Vergleich?

Paskaljevic: In Deutschland sind sie relativ klein. Standardhonorare in England, Frankreich oder Spanien liegen zum Teil doppelt so hoch. Nun kommt der deutsche Kunde und möchte international für das deutsche Honorar buchen. Das ist ein Problem. Das Gespräch führte Jochen Kalka

Ab und an stelle ich auch eigene Fotos aus Zuletzt gemeinsam mit einer Reihe Künstler/- innen in Düsseldorf 2013

Samstag, 8. Juni:

Sonntag, 9. Juni:

Inspirations

8.+ 9. Juni 2013 je 15.00 - 19.00 Uhr



16.00



17.00



18.00



Fischer & Friends:

Karen Fischer

&

Heike Winter

Ulla Nawroth

Anke Fabian

Harry Meschke

Pucki & Piwi

Atelier Karen Fischer
Germaniastr. 17-19 - Düsseldorf
www.kunstfischer.com



Samstag

- 16.00 Heike Winter (Performance)
"Die Entdeckung der Wunderherrlichkeit"
www.heike-winter.de
- 17.00 Ulla Nawroth (Fotografie)
"Echt oder Unecht?"
- 18.00 Anke Fabian (Fotografie)
"Alles Fassade?!"
www.inspirational-quality.de

Inspirations



Sonntag

- 16.00 Harry Meschke (Bildvortrag)
"Ein-Tauchkurs in die Bienenwelt"
- 17.00 Harry Meschke (Bildvortrag)
"Das Faszinosum fraktaler Grafiken"
www.hangharry.de
- 18.00 Pucki und Piwi (Performance)
möglicherweise Playdogs
(vielleicht auch nicht...)

Warum "Inspirations"? Die Idee war, begleitend zu meiner gleichnamigen Ausstellung von Malerei und Fotografie, ein kleines Forum zur Präsentation inspirierender Projekte und Ideen zu schaffen. Ich freue mich deshalb sehr, dass wir an diesem Wochenende auch kurze Einblicke in andere spannende Welten bekommen können. Jeder Beitrag dauert ca. eine halbe Stunde und auch ich lasse mich dabei komplett überraschen... Ich wünsche uns allen eine anregende, begeisternde und spassvolle Zeit. Bis dahin?

Karen Fischer

Eine Idee
zu haben
ist einfach.

**Eine Idee
erfolgreich
umzusetzen,
ist einfach gut.**



Anke Fabian

Beraterin Trainerin Moderatorin

Volksgartenstraße 10

40227 Düsseldorf

0211 . 7 20 66 91

0160 . 97 3003 74

ankefabian@inspirational-quality.de

www.inspirational-quality.de