

Das Businessmagazin für LADIES mit DRIVE

LADIES DRIVE

Seit 2007

Jude Law

Fährt auf Lexus RX ab und wir auf ihn

Misfit Economy

Die Aussenseiter kommen!

Chie Mihara

Unsere Queen of Shoes

Amorelie

Investorensuche mit Dildos

Schweiz CHF 15,- Europa EUR 11,-



4 190690 811003

No. 33 . Frühling 2016 . 9. Jahrgang
Ausgabe Schweiz, Deutschland & Österreich

**Beatrice Erb**

ist Coach und Inhaberin der Firma BplusE. Mit ihren mehr als 20 Jahren Beratungs- und Management-Erfahrung bietet sie Beratung in den Bereichen Assessment und Coaching.

Fotos: Tabea Vogel (Autorin),
iStock.com/baona

**WESHALB DIE „RICHTIGEN“
VERBÜNDETEN IMMER ZUM
ERFOLG FÜHREN**

DIE MACHT IM HINTERGRUND

Seit jeher suchen sich kluge Köpfe und schlaue Strategen Verbündete und schmieden Allianzen, um ihre Ziele möglichst effizient zu erreichen. Viele Frauen in der Businesswelt des 21. Jahrhunderts denken allerdings nach wie vor, das gelingt allein mit Kompetenz und Fleiss. Doch weit gefehlt.



INTELLIGENTE ALLIANZ MIT DER „GRAUEN EMINENZ“

Ein Blick in die Praxis: Carla (44) arbeitet seit eineinhalb Jahren als Chief Marketing Officer (CMO) in einem Industrieunternehmen für Messtechnik und gehört zur Konzernleitung – als einzige Frau neben vier Kollegen. Sie ist voll engagiert, kämpft sich ab, doch der Erfolg bleibt aus. Zusammen mit permanenter Arbeitsüberlastung kratzt das merklich an Carlas Selbstvertrauen. Es scheint: Das stereotype Rollenverständnis von Frauen in der Technologiebranche und auf Führungsebene, welches teilweise immer noch existiert, ist ihr Gegenspieler. Eine Lösung muss her. Über die Vermittlung der HR-Verantwortlichen sucht sie sich externe Unterstützung.

DER SICHTWECHSEL

Für einen Sichtwechsel braucht es Abstand, hier liegt der erste wichtige Schritt. Und mit etwas Distanz betrachtet, zeigt sich eine paradoxe Ausgangslage: Obwohl Carla ihre Konzeptvorschläge in der Konzernleitung mit Mehrheitsentscheiden durchbringt, funktioniert die Umsetzung nicht. Die Businessunitleiter arbeiten in den Projekten zwar mit, halten jedoch die entsprechenden Ressourcen zurück. Nun drängt sich die Frage auf, wer hier eigentlich das Sagen hat? Und siehe da, eine Macht- und Rollenanalyse bringt es an den Tag: Der Chief Technology Officer (CTO) fungiert als Macht im Hintergrund, als „graue Eminenz“. Seit 25 Jahren im Unternehmen, hat er es mit dem früheren Firmenchef zu dem gemacht, was es heute ist. Nachdem der Patron plötzlich verstarb und sein Nachfolger und heutiger CEO im Ausland Erfahrungen sammelte, leitete der 58-Jährige die Unternehmung ad interim, was ihm sehr viel Macht verlieh. Nach wie vor ist sein Einfluss erheblich, denn dem noch jüngen

CEO fehlt es an spürbarer Präsenz. Dementsprechend orientieren sich die Businessunitleiter an der „graunen Eminenz“.

DIE STRATEGIE

Das Wichtigste: 1. Die „graue Eminenz“ muss zu Carlas Verbündetem werden. Nur so wird sie als Macht im Hintergrund dafür sorgen, dass die Projekte der Konzernleitungskollegin reüssieren. 2. Carla braucht ein neues Rollenverständnis für sich. Die „Fleissige-Bienen-Strategie“ war gestern. Eine neue Toolbox ist gefragt. Jetzt heisst es, clever zu taktieren. Das bedeutet für Carla, den Kontakt zum CTO zu suchen, eine persönliche Beziehung herzustellen, ihn bewusst nach seiner Meinung zu fragen und zu versuchen, ihn von ihren Ideen zu überzeugen. Mit diesem auf die realen Machtverhältnisse angepassten Vorgehen kommt Carla kontinuierlich zu besseren Resultaten. Mit weniger Ressourcen und einer stärkeren persönlichen Positionierung.

Macht, im positiven Sinne, gehört zu einer Managementposition. Ob Frau oder Mann, wer hier dabei sein will, muss die Macht- und Rollenverhältnisse analysieren und mit ihnen positiv umgehen können.

Besonders Frauen tun gut daran, ihr Ohne-Fleiss-kein-Preis-Denk-muster zu prüfen. Oder kennen Sie Strategen, die ihre Erfolge ausschliesslich mit emsigem Fleiss erzielten? Dann wären sie wohl alle auf dem Weg zum Ziel vor Erschöpfung umgefallen.

WEITERFÜHRENDE INFOS

unter www.bpluse.ch