



Mehr Zutrauen

Frauen machen in der Messewirtschaft die Mehrheit der Belegschaft aus, stellen aber nur die Minderheit der Führungsriege(n) rund um den Globus. Zeit für eine empirische Bestandsaufnahme zu Gründen und Auswegen.

VON GWEN KAUFMANN

Wenn es um Frauen in Führungspositionen der Messewelt geht, ergibt sich ein klares Bild: Mehr davon würden der Branche guttun. So sehen es zumindest 82 Prozent der 221 Teilnehmer der Studie „Women in the exhibition industry“, die gemeinsam von m+a report und dem Weltmesseverband Ufi von Juni bis September 2018 durchgeführt wurde. Nur fünf Prozent der Befragten sind der Überzeugung, dass die Messewirtschaft von mehr Frauen in leitenden Rollen nicht profitieren würde, die übrigen zwölf Prozent sind sich nicht sicher. Diversität, Kreativität und emotionale Intelligenz werden als zentrale Gründe angeführt, warum mehr Frauen an der Spitze Unternehmen guttun würden. Nach ihrer Meinung wurden Frauen wie

Männer gefragt, wobei sich mit 74 Prozent mehrheitlich Frauen an der Befragung beteiligt haben.

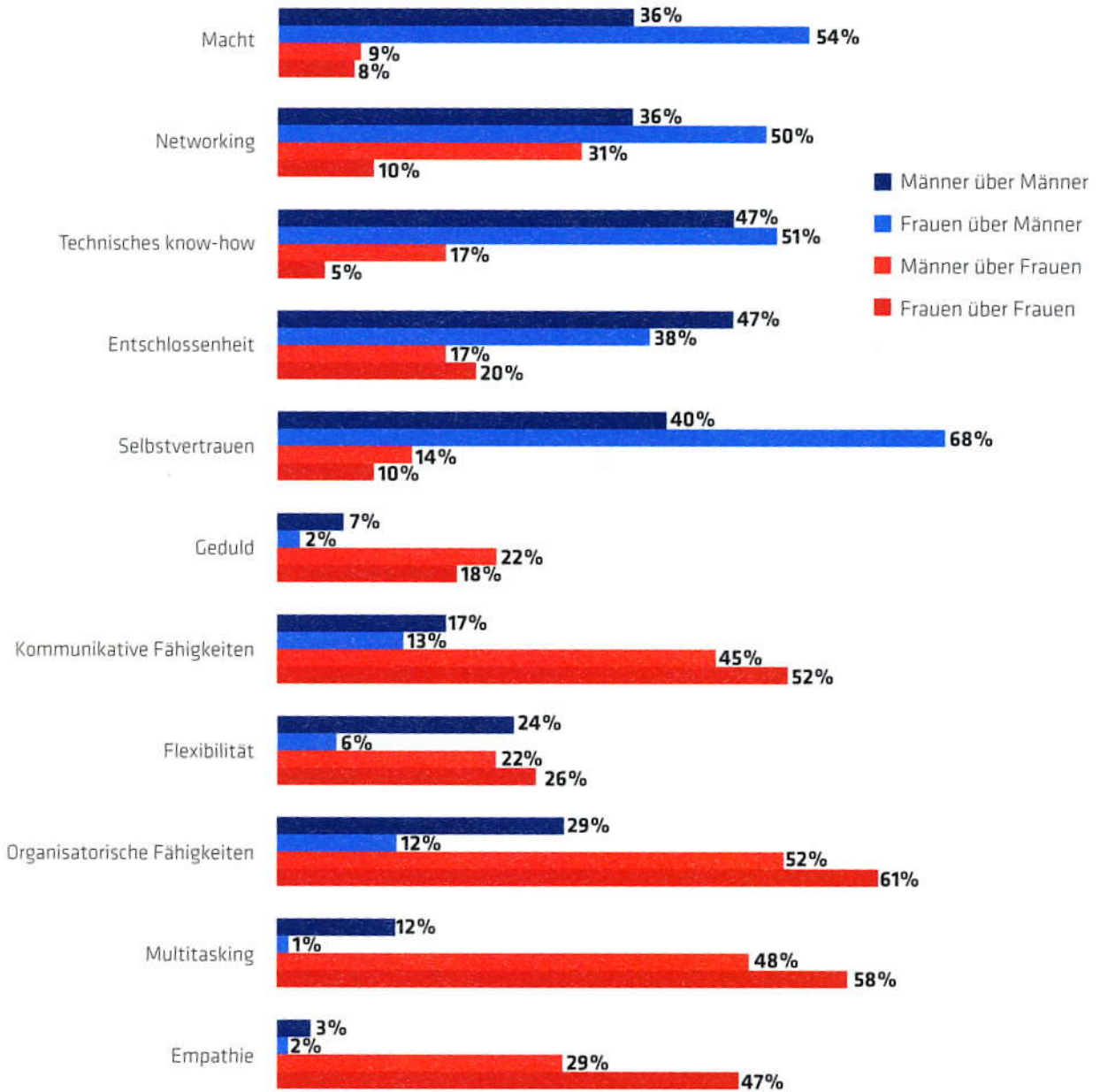
Um mehr weibliche Köpfe in die Führungsetagen zu bringen, wird offenbar bereits einiges unternommen: Fast zwei Drittel der Befragten (61 Prozent) attestieren ihrem Arbeitgeber die aktive Förderung von Frauen. Ob Quoten allerdings der richtige Weg sind, um mehr Frauen in Führungsfunktionen zu bringen, darüber ist sich die Branche uneins: Knapp die Hälfte (49 Prozent) sehen sie als probates Mittel, gut ein Drittel (36 Prozent) hält Quoten nicht für die Lösung, 15 Prozent sind sich nicht sicher. Trotz der Bemühungen fühlen sich über die Hälfte der Befragten 163 Frauen hinsichtlich Gehalts (53 Prozent) und Karrierechancen (52 Prozent) nicht mit ihren männlichen Kollegen gleichberechtigt. Ein Drittel (34 Prozent) beklagt zudem ein geringeres Maß an Verantwortung.

Woran liegt es, dass Frauen es auf der Karriereleiter in der Messewirtschaft schwer haben? Gefragt nach den positiven und negativen Einflussfaktoren für den Karriereweg von Frauen sehen die Befragten keine inhaltlichen Gründe, denn zwei Drittel attestieren Frauen sowohl eine entsprechende Einstellung (65 Prozent) wie auch die erforderlichen fachlichen Kompetenzen (64 Pro-

82
PROZENT

der Befragten lieben es, in der Messewirtschaft tätig zu sein, die übrigen 18 Prozent finden es okay, unzufrieden niemand.

Kompetenzfelder: Frauen versus Männer



N = 221; Frauen = 163; Männer = 58

ZUR STUDIE

Von den befragten 221 Studienteilnehmern waren 74 Prozent weiblich, 26 Prozent männlich. Zwei Drittel (67 Prozent) stammen aus Europa, 17 Prozent aus Asien, zehn Prozent aus dem Mittleren Osten und Afrika, sieben Prozent aus Nord- und Südamerika. Aus allen Altersgruppen haben sich Befragte beteiligt, besonders stark ist das Cluster der 41

bis 50-jährigen mit 33 Prozent vertreten. Analog dazu ist die Berufserfahrung von maximal einem Jahr bis zu über 20 Jahren in der Branche breit gefächert. Die Mehrheit von 53 Prozent arbeitet bei einem Messeveranstalter, 48 Prozent sind angestellt, 31 Prozent im Management tätig, 21 Prozent auf Vorstands- oder Inhaberebene.

zent). Sie scheitern vielmehr an mutterschaftsbedingten Pausen (78 Prozent) und institutioneller Diskriminierung (68 Prozent). Erstaunlich hohe Werte für eine Branche, die in vielen Ländern in öffentlicher Hand liegt und gesetzlich zur Gleichberechtigung angehalten ist.

Ein differenzierter Blick auf die geschlechterspezifischen Fähigkeiten gibt Impulse, was Frauen zur Verbesserung ihrer Karriereoptionen unternehmen können. Denn Frauen schätzen bei sich selbst die Fähigkeit zum Networking als wesentlich geringer ein als sie dies bei Männern tun, die Differenz beträgt 40 Prozentpunkte. Männer hingegen sehen die Kompetenz zum Netzwerken bei sich und Frauen fast gleich gut ausgeprägt und sehen nur eine Differenz von fünf Prozentpunkten. Männer schreiben Frauen nämlich um 21 Prozentpunkte bessere Netzwerk-Kompetenz zu, als diese sich das selbst attestieren. Diese bessere Einschätzung in der Fremdwahrnehmung der männlichen Kollegen können sich Frauen also zu Eigen machen und sich selbst mehr zutrauen – zumal sie sich selbst, ebenso wie die Männer ihnen auch, gute kommunikative Fähigkeiten sowie Empathie zu-

69

PROZENT

der Befragten lieben ihren Job in der Messewirtschaft, weitere 27 Prozent finden ihre aktuelle Position in Ordnung. Vier Prozent sind nicht glücklich mit ihrer derzeitigen Anstellung.

schreiben. Das sind im Übrigen nicht nur die Grundlagen von erfolgreichem Networking, sondern auch beste Voraussetzungen für Führungsfunktionen.

Gleichzeitig schreiben Frauen ihren männlichen Kollegen deutlich mehr Selbstvertrauen (28 Prozentpunkte Differenz) und Macht (18 Prozentpunkte Differenz) zu, als diese bei sich selbst wahrnehmen. Zwar sehen Männer sich selbst bei diesen Aspekten deutlich stärker als ihre Kolleginnen, dennoch besteht keine Notwendigkeit, dass Frauen Männer in diesen Dimensionen auf einen Sockel heben.

Während eine deutliche Mehrheit der Frauen sich also in ihrer Ausbildung (72 Prozent) sowie dem ihnen entgegengebrachten Vertrauen (69 Prozent) gleichberechtigt fühlen, gilt es das Selbstvertrauen zu stärken. Unterstützung wünschen sich Frauen dabei durch Studien wie die vorliegende, sowie Berichte in Fachmedien, um das Bewusstsein für die Thematik zu schärfen. Denn – auch das ist eine Erkenntnis der Studie – die Problematik erachtet längst (noch) nicht jeder für relevant: Über 1.200 Personen haben die Befragung aufgerufen, knapp 1.000 sich aber gegen eine Teilnahme entschieden.

58

PROZENT

mussten sich bereits einmal zwischen ihrer Karriere in der Messewirtschaft und ihrem Privatleben entscheiden.