



Frauen-Quote - Quoten-Frauen

Wie sorgen wir für ein größeres weibliches Gewicht in der FDP?

Summary unseres Workshop

Um den Anteil von Frauen in unserer Partei auch in den herausragenden Positionen und damit in der Außenwahrnehmung zu verstärken, braucht es den klaren Willen dazu, sowie eine strategisch konsequent umgesetzte positive Kommunikation und strukturelle Veränderungen an wichtigen Schaltstellen – mit allen Merkmalen eines Change Prozesses. Dazu gehört der Abbau von feudalen Strukturen ebenso wie eine konsequente Umsetzung des Leistungsprinzips und die Verbesserung von Rahmenbedingungen und ein gezieltes Verhaltensdesign auf allen Ebenen.

Hintergrund:

Inspiziert durch die Einrichtung einer Arbeitsgruppe auf Bundesebene und einer zunehmenden öffentlichen Diskussion haben wir uns dieser Fragestellung im Rahmen eines Workshops auch auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse angenähert, ... um die Debatte danach auch in unsere unmittelbare Öffentlichkeit zu tragen - und um womöglich der FDP-Arbeitsgruppe dazu noch ein wenig Input zu geben.

Fazit:

Es gibt nachweislich Maßnahmen, die die Anpassung beschleunigen können. Das zeigt eine Fülle von wissenschaftlichen Studien, auf die wir im Anhang im Detail verweisen. Vieles davon lässt sich auch auf eine Partei übertragen. Insgesamt bedarf es eines gesteuerten Change-Prozesses, der alle entsprechenden Kriterien erfüllt – beginnend mit einem internen Narrativ, das für die erforderliche Akzeptanz auf allen Ebenen sorgt und allen Beteiligten klarmacht, dass die Förderung von Frauen eine Win-win-Situation schafft. Die Veränderung kann nur bedingt top down vorgegeben werden, sie muss bottom up getragen und umgesetzt werden. Es gibt jedoch Hürden, die nur durch markante strukturelle Veränderungen beseitigt werden können – UND durch zumindest vorübergehende normative Vorgaben in Richtung von Quoten.



Gleichzeitig muss sehr abgewogen argumentiert werden, wie quantitative, kollektive Vorgaben zu einer Partei passen, die auf Leistungsorientierung und Individualität setzt. Und dass Normen, die wir als Liberale Partei intern definieren, auch als exemplarischer Anspruch für die gesamte Gesellschaft, insbesondere die Wirtschaft angesehen werden.

In der Summe folgen wir den verhaltensökonomischen Forschungsergebnissen mit der Empfehlung, dass die zumindest temporäre Einführung einer Quote deswegen unumgänglich ist, weil nur so die nachhaltige Erfahrung gemacht werden kann, wie Frauen in Führungsfunktionen performen. Nur so können blockierende Stereotype abgebaut werden, die eine wirkliche Gleichstellung massiv verhindern.

Change – Yes, WE can!

Ein Veränderungsprozess zur Frauenförderung in der FDP ist anzugehen wie jeder Change-Prozess:

- 1) Das Ziel definieren:** Was wollen wir bis wann erreichen? Was heißt das konkret: MEHR Frauen in der FDP?
- 2) Die Vorzüge dieses Ziels für alle Beteiligten herausarbeiten:**
Mehr weibliche Köpfe in der Partei ermöglichen eine **breitere Identifikation** in der Wählerschaft. Wir erweitern den Pool an Potenzialen. Die politischen Lösungen werden qualitativ besser, denn **kollektive Intelligenz** in einem Team steigt nachweislich durch die Hinzunahme weiblicher Teilnehmer (sie führen Bestandteile zusammen, haben einen ganzheitlicheren Ansatz: durch sie ist das Ganze mehr als nur die Summe der Einzelteile).
- 3) Ein anschauliches Bild vermitteln, warum die Erreichung dieses Zieles wichtig ist und wie wir es erreichen wollen – mit einem Narrativ, das für Akzeptanz und für Begeisterung sorgt.**
Durch die Förderung von Frauen und der Erweiterung der Palette an attraktiven Kandidaten schaffen wir eine **Win-win-Situation**. Wir können dadurch „den Kuchen vergrößern“, indem wir für mehr Wählerinnen attraktiver werden und für eine positive Dynamik sorgen. Weibliche **Rollenvorbilder** (von allen Ebenen) deutlich öfter auch **ZEIGEN** – so schaffen wir das Gefühl von Normalität. Für die Frauen visualisiert das: Was ist in dieser Partei für mich erreichbar? - Rein männlich besetzte Gruppen-Bilder stoßen in der Öffentlichkeit zunehmend auf Ablehnung.
Erhebungen etablieren und den Wettbewerb verstärken: Welche Unterverbände haben eine Frau an der Spitze - wie beeinflusst das die **interne Motivation** und die **Außenwahrnehmung** (durch Zuwachs an weiblichen Mitgliedern, durch eine verstärkte Berichterstattung in den Medien.)



4) Die Entscheider, die Verhinderer, die Promotoren und die formalen Hürden in diesem Prozess definieren:

Die Veränderung kann nicht nur top down beschlossen werden, sie muss **bottom up** getragen und umgesetzt werden, also schon auf Orts- und Kreis-Ebene beginnen. An diesen **Schaltstellen** für die Delegierten-Auswahl und an der für die Aufstellung der Landesreservelisten auf der Ebene Bezirksvorstand muss für eine **erhöhte Durchlässigkeit** gesorgt werden. Feudale Strukturen und Besitzstände müssen durch eine Limitierung der Wiederwählbarkeit entschärft werden. Was wir für die Wahlperioden für Kanzler fordern, darf auch für Kreis- und Bezirksvorstände kein Tabu sein.

Die Aktivitäten der Parteifrauen in Sachen **Networking** sollten intensiviert werden über den eigenen Kreis hinaus (hilfreich dabei sind auch soziale Medien). Das **Sponsoring** von besonders guten Frauen verstärken – durch Frauen (die laut Studien eher dazu neigen, weibliche Bewerberinnen auszubremsen statt sie zu fördern) und durch Männer. Die **Arbeit weiblicher Spitzenkräfte** aus der Nähe **erlebbar** machen für neue (nicht immer nur junge!) Frauen und sie durch das Vorbild ermutigen und Appetit auf die Aufgabe machen. Die **Verfahren** bei den Wahlen sind auf den Prüfstand zu stellen, inwieweit sie weibliche Kandidaten verhindern (Verhaltensdesign). Das gilt auch für Meeting-Zeiten und -Formate.

5) Mögliche Vorbehalte ermitteln und Einwände - auch faktisch - entkräften:

Das gewichtige Argument, quantitative Vorgaben passten nicht zur **Leistungsorientierung** und Individualität unserer Partei, ist ernst zu nehmen und es ist ihm mit einem entsprechenden **Leistungsanspruch** zu begegnen:

Es GIBT genügend professionell agierende Frauen mit ausgewiesener **Expertise** – DIES muss das herausragende Kriterium für die Förderung sein. Wir brauchen nicht mehr Frauen, weil sie Frauen sind - sondern mehr weibliche Bürger als Wähler, als Mitglieder und in Funktionen, weil wir Wert auf ihre Expertise legen, auf ihre Meinung, auf ihre **Sichtweisen** und Interessen – nicht auf ihr Geschlecht.

Es darf nicht der Eindruck entstehen, einigen wenigen würde erleichtert, was sich andere durch Leistung erarbeiten müssen – oder gar, gute Männer würden durch weniger gute Frauen verdrängt.

Keine einseitige Idealisierung: Frauen sind nicht die besseren Menschen, auch nicht als Führungskräfte!

Frauen müssen **ermuntert und ertüchtigt** werden („wir wollen den Einzelnen stärker machen“), sich in die Parteistrukturen einzuarbeiten und ihre Skills zu perfektionieren. Dafür sind die Veranstaltungen der THA sehr gut geeignet. Auch **rhetorisch** müssen die Frauen ggf. „aufrüsten“ und das **öffentliche Wort** ergreifen. **Seiteneinsteigerinnen** sollte offener begegnet werden – politisch relevante Expertise erwirbt man nicht nur in der Politik!



Dem Stereotyp, Frauen „könnten“ Vorsitz oder Abgeordnete nicht, kann nachweislich nur durch die Beweisführung begegnet werden, das Ausüben dieser „Rollen“ **faktisch erlebbar** zu machen. Nur durch diese „Beweisführung“ kann der (Selbst)Zweifel widerlegt werden, die Frau „da oben“ sei ja nur „Quotenfrau“.

Im Übrigen schafft man mehr Akzeptanz in einem Change-Prozess dadurch, dass man den Beteiligten auf allen Ebenen das Gefühl gibt, sie mit ihren Erwartungen ernst- und mitzunehmen. Dafür hilfreich sind Befragungen zu IHREN Zielen und Wünschen und nach IHREN Erfahrungen – mit einer regelmäßigen Rückkoppelung in allen Phasen des Prozesses.

6) **Prioritäten und Meilensteine definieren – Erfolge messbar machen UND sie feiern!**

Was sind die ersten Schritte, die möglichst **erkennbare Erfolge** versprechen und für Aha-Effekte sorgen?

Wobei in der Außendarstellung nicht der Eindruck entstehen sollte, es ginge um „Sufragetten-Kämpfe“, plakative Show-Effekte mit **Alibi-Charakter**. Frauen gewinnt man am besten durch die **Frauen-relevanten Ergebnisse guter Politik**. Zumal das, was wir intern für uns entscheiden, bei unserem Klientel auch als **Botschaft** für die Gesellschaft, insbesondere für die Wirtschaft verstanden wird. Diese Analogie sollten wir bedenken. Das große Ganze sehen und zu Ende denken: **Welche Gesellschaft wollen wir morgen:** authentische, leistungsstarke Menschen, die ihre Potenziale, ihre Chancen ausschöpfen können. In der Zukunft wird nicht DAS (das Geschlecht) das relevante Kriterium sein.

ANHANG: DAS fördert Frauen nachweislich

Verhaltensökonomische Forschungsergebnisse, zusammengetragen auf Basis der Arbeiten von Iris Bohnet, Dekanin der Universität Harvard und Professorin für Verhaltensökonomie. „What works – Wie Verhaltensdesign die Gleichstellung revolutionieren kann“. München 2017. C.H.Beck

1. Rollenvorbilder - Verhaltensänderungen durch Vorbild-Erfahrungen

- Vorbilder sind nötig für: Was hält frau für **möglich/erreichbar**
- Positiver Zusammenhang zw. Anteil von Frauen im mittleren Management und Top-Managerinnen (auch zwischen dem StudentINNEN-Anteil im MINT-Bereich bei weiblichen Professoren)
- Positive Auswirkung umso stärker, je sichtbarer! **Sehen heißt glauben!**
- **Sich-selbst-erfüllende Prophezeiung** – Mangel an Rollenvorbildern verstärkt Ungleichheit!



- Identifikation muss mehr sein als nur als eine „Hochglanzvorstellung“: **Teilhabe** am alltäglichen Leben von erfolgreichen Frauen ist hilfreich – um eine Vorstellung zu erhalten von Notwendigkeiten: die Anstrengungen und die Anforderungen, die damit verbunden sind: Selbstmanagement, Gelassenheit, Stressresistenz, Durchsetzungsvermögen, Macht-Denken, Teamorientierung

2. Ein ganz gezieltes Verhaltensdesign

- bei Bewerbungen um Positionen und bei den Botschaften, die ein Unternehmen/eine Partei aussendet
- **Bilder** nur von männlichen Führungspersonen senden Signale in Bezug auf zu erwartende Aufstiegschancen
- Nicht hinreichend, auf Voreingenommenheit aufmerksam zu machen – mühsamer Veränderungsprozess (**Diversitätstraining** verändert nicht signifikant die Vielfalt in der Belegschaft – führt eher zu moralischer Lizenzierung: ich habe ja das Training hinter mir, jetzt kann ich ja wieder diskriminieren!)
- Im Gegenteil: Die Aufforderung, OHNE Vorurteile zu entscheiden, führt zum gegenteiligen Effekt – Diversitätstraining z.B.
- Oft reicht ein kleiner Anstoß, um automatische Mechanismen zu durchbrechen
- **Für Erkenntnis werben: Keiner ist gegen Voreingenommenheit gefeit UND es gibt keine Welt ohne Design! Dann machen wir doch die Entscheidungsarchitektur so, dass sie Unvoreingenommenheit reduziert und Chancengleichheit herstellt** (Bsp. Vorhang bei Orchester-Vorspielen)
- **Verhalten ändern, indem man Umgebungen ändert anstatt Einstellungen**

3. Vergrößerung des Kuchens

keinem wird etwas weggenommen: mehr Vorstandsposten, neue Positionen, andere Möglichkeiten der Einflussnahme und der Außenwirkung

4. Reporting und öffentliche Rankings:

- **Wettbewerbsgedanken** schaffen (wer ist fortschrittlicher und dadurch erfolgreicher?)
- beeinflusst Bewerbungsverhalten auch von männlichen Bewerbern und macht Unternehmen attraktiver
- schafft **Herdentrieb**: wenn DIE das machen ... Teams nehmen mehr weibliche Mitglieder dazu, wenn sie wissen, dass andere Teams das auch getan haben

5. Normen verändern

Helm- und Gurtpflichtpflicht, Rauchverbot in Restaurants – heute selbstverständlich >

QUOTE!

30.08.18

5

Bei Rückfragen: Liberalen Frauen Rhein-Berg

Anita Rick-Blunck – E-Mail: arb@rick-blunck-consult.de – Tel. 0176 / 722 44 716
oder auf unserer Facebook-Seite <https://www.facebook.com/LiberaleFrauenRheinBerg/>



6. Netzwerke

- Zugang zu Karrierechancen eher durch Netzwerke mit Männern (zu wenige Frauen in Führungspositionen – wollen ihre Beziehungen zu anderen Frauen nicht für strategische Zwecke nutzen) – Qualität wichtiger als Quantität!
- Peer Monitoring – gegenseitiges Coachen
- Was ist von **Mentoren-System** zu halten?
 - „Gschmäcke“ von sex-related Beförderungen – selbst bei Sheryl Sandberg wird von Einsatz ihres erotic capital berichtet
 - Effekte von Mentoring kaum nachweisbar – langfristiger Nutzen unklar
 - **Sponsoring** wirksamer: die Frau in Szene setzen – Effekt jedoch nur bei den besonders begabten Frauen

7. Die erlebbare Erfahrung

- Im Experiment erlebbar machen: Es ist **mehr als nur ein Nullsummenspiel** und kein Grund für Männer, sich bedroht zu fühlen!
- Jedoch: Experimente / Neues probieren – dafür braucht es Fehlerkultur
- Die „**kollektive Intelligenz**“ einer Gruppe steigt nachweislich durch Hinzunahme von Frauen (sie führen Bestandteile zusammen, haben einen ganzheitlicheren Ansatz: durch sie ist das Ganze mehr als nur die Summe der Einzelteile)
- Um diese Erfahrung öfter zu ermöglichen, um **Rollenbilder/Stereotype** zu verändern:
Eine Quote!

Anhang: Es gibt sie, die Unterschiede zwischen Frauen und Männern!

Quelle: Iris Bohnet

- **Ambition Gap** – Frauen haben geringeren Willen zum beruflichen Aufstieg und zur Macht; Aufstiegen ist unkalkulierbares Risiko, das „Abenteuerliche“ liegt Frauen weniger > Gehaltsforderungen; weniger Gründungen
- Frauen **verhandeln** weniger, wenn der Spielraum unklar ist
- Frauen scheuen den **Wettstreit**, aber nur den mit Männern
- Weibliche **Forderungen** werden eher akzeptiert, wenn sie im Interesse der Organisation argumentieren – das **Verhandlungsdilemma** schwindet, wenn sie für jemand anders verhandeln (wobei die „Verhandlungsmacht“ im eigenen Haushalt – in Abhängigkeit vom jeweiligen Einkommen) – eine Rolle spielt; korreliert)
- Das Stereotyp: **sympathisch UND kompetent/erfolgreich** passt bei einer Frau nicht zusammen – Frauen, die dominant auftreten, Gehaltserhöhungen bzw. Beförderungen



fordern, verletzen Normen ... und werden dafür bestraft (Bereitschaft, mit ihnen zusammen zu arbeiten) bzw. bezahlen dafür einen gesellschaftlichen Preis

- Frauen, die das Wort ergreifen, die „männlich“ auftreten, werden sanktioniert
- Gibt auch gezielte **Diskriminierung durch Frauen**: dann, wenn als Konkurrenz angesehen (weibliche Bewerber werden diskriminiert, wenn das Einstellungsgespräch von einer Frau geführt wird) – Sorge: Es gibt ja nur begrenzte Anzahl von Stellen für Frauen!
- **WENN Angestellte, die theoretisch männliche Vorgesetzte bevorzugen, mit weiblichen Führungskräften zu tun hatten, gaben sie ihnen keine schlechteren Bewertungen (aber vorher!)**
- **Gender Gap** beim Lesen/Schreiben und bei Mathe: in keinem Land gelungen, ihn beim Lesen (Mädchen besser) und Mathe (Jungen) gleichzeitig zu schließen.
- ABER: Kluft wird kleiner bei gleichgeschlechtlichen Lehrern – da aber 80 % LehrerInnen > Mädchen nur geringfügig schlechter in Mathe, aber Jungs drastisch schlechter in Lesen/Schreiben
- Männer neigen deutlich mehr zur Selbstüberschätzung
- In gleichgeschlechtlichen Gruppen melden sich Männer und Frauen gleich oft als **Freiwillige** – nicht aber in gemischten! So investieren Frauen mehr Zeit in Aufgaben für die Allgemeinheit statt für ihre Karriere
- Väter mit Töchtern achten mehr auf Gleichstellung
- **Bilder von weiblichen Vorbildern** an der Wand stimulieren Leistung von Frauen (bei Männern kein Einfluss)
- „**Mommy Effect**“ – vorher werden die Anstrengungen des Mutterseins unterschätzt – danach werden die beruflichen Ambitionen oft reduziert

Anhang: Entscheidende Faktoren für beruflichen Erfolg in den Augen weiblicher Führungskräfte

Quelle: KPMG-Studie 2018 – Rangfolge

- aktives persönliches Networking (in der eigenen Company und darüber hinaus)
- ausgeprägte kommunikative Skills
- Know-how bezüglich neuer Technologien
- Mut zu unpopulären Entscheidungen
- Zugang zu Prognosedaten und Analysen
- **Nur 4 % meinen: Frauenquote**
- 83 % halten Women Enablement Programs für hilfreich
- Den nächsten Karriereschritt sehen sie verstärkt außerhalb des Unternehmens - Veränderungsbereitschaft als notwendig angesehen.