

21.02.2022

Sich online als Frau und Führungskraft profilieren



Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sowie Teams aus der Ferne führen und mit ihnen online kommunizieren - vor dieser Herausforderung standen viele Führungskräfte erstmals nach Ausbruch der Corona-Pandemie. Inzwischen ist dies oft ein integraler Bestandteil ihrer Alltagsarbeit geworden, da nicht wenige Unternehmen unter dem Stichwort "New Work" die Arbeit in ihrer Organisation dauerhaft so strukturierten, dass ein großer Teil ihrer Mitarbeiter zumindest zeitweise im Homeoffice

arbeitet.

Trotzdem beobachtet man bei vielen Führungskräften noch Unsicherheiten beim virtuellen Führen und Online-Kommunizieren - zum Beispiel, wenn es um Fragen geht wie:

- Wie Sorge ich beim virtuellen Führen dafür, dass die emotionale Beziehung zu meinen MitarbeiterInnen nicht abreißt?
- Wie spreche ich beim Online-Kommunizieren heikle Themen an?
- Worauf sollte ich achten, wenn ich online Feedbackgespräche führe?

Frauen sind oft fitter bei der Online-Beziehungspflege

Dabei fällt auf: Männliche Führungskräfte zeigen, speziell wenn es um die digitale Beziehungspflege mit ihren MitarbeiterInnen geht, oft größere Verhaltensunsicherheiten als ihre weiblichen Kolleginnen. Dies liegt vermutlich auch daran, dass Frauen auch privat - verallgemeinert formuliert - solche Online-Plattformen wie Facebook, Instagram und WhatsApp intensiver nutzen, um ihre sozialen Kontakte zu pflegen und sich mit Bekannten über ihre Interessen auszutauschen als Männer. Das belegen viele Studien.

Diese Affinität zur Online-Kommunikation kommt Frauen beim Führen von Mitarbeitern zugute. Eher zurückhaltend sind sie aber oft noch, wenn es darum geht, online ein so genanntes personal branding zu betreiben und sich beruflich zu profilieren.

Wer sich nicht präsentiert, macht auch keine Karriere

Schon vor der Jahrtausend-Wende, also vor mehr als 20 Jahren, vermittelte der damalige Personalvorstand des Allianz-Konzerns Ihno Schneevoigt jungen Führungskräften mit Nachdruck: Ihr müsst Euch zeigen; denn wenn Ihr Euer Licht stets unter den Scheffel stellt, nimmt Euch niemand wahr. Also macht Ihr auch keine Karriere.

Diese Aussage gilt im digitalen Zeitalter beziehungsweise Social-Media-Zeitalter verstärkt. Deshalb kann der Appell an weibliche Führungskräfte nur lauten: Nutzt solche Social Media wie LinkedIn und die firmeninternen Kommunikationsforen aktiv, um Euch und Eure Fähigkeiten online einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren. Streift also Eure anezogene Bescheidenheit ab und präsentiert Euch als Führungskraft und "Spezialistin für ..." ähnlich selbstbewusst wie viele Eurer männlichen Kollegen. Dann eröffnen sich Euch auch neue Karrierewege ... und Ihr erhaltet leichter die Bezahlung, die Ihr verdient.

Barbara Liebermeister leitet das Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ), Frankfurt am Main (www.ifdz.de).

Autor(en): Barbara Liebermeister