

# GetDiversity: Ein neues Netzwerk für Verwaltungsrätinnen

**IN DEN VERWALTUNGSRÄTEN VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN** sind heute noch sehr wenige Frauen vertreten. Dies obwohl zahlreiche Studien zeigen, dass ein angemessener Frauenanteil dem Unternehmen Mehrwert bringt. Ein neues Netzwerk will hier eine Nische schliessen – ohne Quotenvorschrift, sondern mit unternehmerischem Ansatz.

Gesagt, getan. Zwei Wochen später findet das erste Brainstorming statt, einen Monat später der erste Workshop, und die Grundzüge des Geschäftsplans stehen fest. Am 3. November 2007 haben wir unsere neue Firma gegründet, im Januar 2008 wurden wir mit dem ersten Suchmandat beauftragt, und am 6. Juli 2008 erfolgt die erste Wahl einer Frau aus unserem Netzwerk in einen Verwaltungsrat. Bis heute laufen sieben Suchmandate, eine weitere Wahl ist erfolgt, und das Netzwerk umfasst die für 2008 anvisierten 60 Teilnehmerinnen, welche bereit und qualifiziert sind, Verwaltungsratsmandate zu übernehmen.

«Frauen in Verwaltungsräten» ist seit mehr als einem Jahr ein Dauerthema in den Medien. Praktisch im Wochentakt erscheinen neue Studien und Analysen zum Thema. Sie alle belegen, dass gemischte Teams – notabene auch auf Stufe des Verwaltungsrates – den Unternehmen einen Mehrwert bringen. Zwischen den Erkenntnissen der Studien und der konkreten Umsetzung klafft heute noch eine grosse Lücke. Dass sich dies ändern wird, dass die Nachfrage nach Frauen auch in Aufsichtsgremien steigen wird, ist absehbar. Die Unternehmen stehen immer stärker im Fokus von Analysten, welche im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsanalysen u.a. basierend auf den Erkenntnissen der Studien – auch den effektiven Frauenanteil in Aufsichts- und Exekutivfunktionen beurteilen. Zudem ist auch zu vermuten, dass aufgrund der aktuellen Wirtschaftsentwicklung für viele Unternehmen die Bedeutung einer fundierten Corporate Re-

sponsibility noch steigt. Dies dürfte auch die Nachfrage nach neuen, anderen Sichtweisen auch auf oberster Unternehmensstufe zusätzlich verstärken.

Mit unserem Netzwerk wollen wir folgende drei Ziele erreichen: Erstens sollen Firmen und Organisationen, welche gezielt und bewusst Frauen in ihr Aufsichtsgremium suchen, bei uns die richtigen Kandidatinnen finden. Zweitens wollen wir unsere Teilnehmerinnen «fit» machen für die Übernahme solcher Mandate, indem wir ihnen gezielte Weiterbildungen anbieten. Das erste ganztägige Weiterbildungsseminar hat bereits im vergangenen August stattgefunden. Und drittens wollen wir zusammen mit unseren Mitgliedern an der öffentlichen Debatte um wichtige Wirtschaftsthemen als Verantwortungsträgerinnen teilnehmen. Unsere Themen sind keine Frauenthemen, sondern Themen der Wirtschaft, zu denen wir als Frau und Unternehmerin etwas zu sagen haben.

Bei der Formulierung unserer Geschäftsidee waren wir uns bewusst, dass wir einen Tabubruch begehen. Viele Netzwerke, vor allem Frauennetzwerke, basieren auf Ehrenamtlichkeit und Freiwilligenarbeit. Unser Ansatz hingegen basiert auf kommerziellen Kriterien, das heisst, wir wollten das Modell so gestalten, dass wir die nötigen Erträge aus dem Geschäft generieren können, welche nicht nur die Kosten decken, sondern es auch erlauben, das Modell in Zukunft weiterzuentwickeln. Nur was

## Die drei wichtigsten Punkte

- **Visibilität:** Ein spezifisches Netzwerk erhöht die Visibilität von qualifizierten und engagierten Frauen, die bereit und fähig sind, Verwaltungsratsfunktionen wahrzunehmen.
- **Zugang:** Über die Organisation des Netzwerkes erhalten die Unternehmen einfachen Zugang für die Suche nach geeigneten Kandidatinnen für ihren Verwaltungsrat.
- **Verantwortung übernehmen:** Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer im GetDiversity-Netzwerk sind sich der Verantwortung bewusst, die sie übernehmen können und wollen. Im Unternehmen, gegenüber den Mitgliedern, gegenüber der Gesellschaft.

35

[www.getdiversity.ch](http://www.getdiversity.ch)



*GetDiversity*®

**Dr. Barbara Rigassi** Gründerin und Geschäftsführerin GetDiversity  
**Dr. Michèle Etienne** Gründerin und Geschäftsführerin GetDiversity

wirtschaftlich erfolgreich ist, hat die Chance, längerfristig zu bestehen. Die kommerzielle Ausrichtung ist aber auch entscheidend für die Qualität des Netzwerkes und der Vermittlungsarbeit. Indem die Leistungen von GetDiversity sowohl für die Teilnehmerinnen wie für die suchenden Unternehmen einen Preis haben, sind wir als Dienstleister verpflichtet, diese Leistung professionell zu erbringen. Zudem bewegen wir uns in einem etablierten Markt von Vermittlern, allerdings in einer klar definierten Nische. Wir sind also auch angehalten, die Spielregeln dieses Marktes zu beachten. Und konsequenterweise haben wir als Gründerinnen und Gesellschafterinnen der neuen GmbH auch die nötigen Anfangsinvestitionen aus eigenen Mitteln aufgebracht.

Bei der Ausarbeitung unseres Geschäftsplanes haben wir uns im Detail mit folgenden wesentlichen Elementen auseinandergesetzt: Bedarf, Marktsituation und Konkurrenzanalyse, Erfolgs- und Risikofaktoren. Mit Auswertungen von vorhandenen Statistiken und Marktanalysen haben wir die beiden ersten Elemente beantwortet. Erfolgs- und Risikofaktoren haben wir im Rahmen von rund 20 strukturierten Interviews getestet und darauf basierend das Modell ausgearbeitet. Als erfolgsentscheidend für GetDiversity sehen wir einerseits die Qualität unserer Teilnehmerinnen, die wir im Rahmen von intensiven Bewerbungsgesprächen rekrutieren. Wir wollen alle unsere Mitglieder persönlich kennen, denn nur so können wir sie zur

richtigen Zeit am richtigen Ort empfehlen. Zweitens müssen wir als Geschäftsführerinnen eine hohe Glaubwürdigkeit bewahren in dem, was wir tun. Unsere eigenen Verwaltungsratsmandate sowie unsere Tätigkeit als Strategie- und Organisationsberaterinnen sind unerlässlich, um zu wissen, was die Unternehmen beschäftigt und wie man an die unternehmerischen Fragestellungen herangeht. Und schliesslich sind wir darauf angewiesen, von kompetenten Persönlichkeiten in unserem Vorhaben begleitet zu werden. Deshalb haben wir einen Beirat rekrutiert, der unsere Tätigkeit mit Rat und Tat aber auch konstruktiver Kritik begleitet. Unser Erfolgsmotto lautet: transparent, persönlich, pragmatisch. Das grösste Risiko, das wir in unserem Vorhaben sehen, ist das Reputationsrisiko. Wir exponieren uns persönlich und tragen damit auch die Verantwortung nicht nur für uns, sondern für all jene, die sich zusammen mit uns engagieren. Weil wir uns dessen sehr bewusst sind, haben wir den Geschäftsaufbau auch wohl dimensioniert geplant, d.h. keine rasche Expansion, sondern ein schrittweises, gut fundiertes und überblickbares Wachstum. Die Erfahrungen aus dem ersten Jahr sind motivierend. Dass wir richtig liegen, zeigen die positiven Echos und bestärken uns in unserer Absicht: «Wer sucht wird erwartet, wer wartet wird nur gefunden.»