

Warum der Chef meist Thomas heisst – und fast nie Maria

Eine neue Rangliste zeigt: Die 65 häufigsten Namen in den Schweizer Verwaltungsräten sind alle männlich. Zwei Drittel der Firmen haben keine einzige Frau im Verwaltungsrat. Der Grund ist das Thomas-Prinzip

Albert Steck

Gleich und gleich gesellt sich gern. Besonders auf der Chefetage. Dort gilt das sogenannte Thomas-Prinzip: Heisst der Chef Thomas, so umgibt er sich möglichst mit Personen, die ebenfalls Thomas heissen – und nicht Maria oder Anna. Ein Chef besetzt seine Führung folglich mit Kollegen, die ihm bezüglich Herkunft, Ausbildung oder Karriere möglichst ähnlich sind – sowie das gleiche Geschlecht haben. Diese Wahl erfolgt meistens unbewusst. Denn ähnliche Menschen sind uns generell sympathischer.

Existiert das in der Genderforschung bekannte Thomas-Prinzip auch in der Praxis? Die Personalberatungsfirma GetDiversity aus Zürich wollte es genau wissen. Sie hat erstmals die Verteilung der Geschlechter in den Verwaltungsräten von 7605 Unternehmen mit über 50 Angestellten analysiert.

Das Resultat: Von den insgesamt 25 900 Verwaltungsräten sind 22 300 männlich. Zudem haben 67% der Unternehmen keine einzige Frau in ihrem Verwaltungsrat. Wer Thomas heisst statt Maria, macht tatsächlich einfacher Karriere. «Dieses Ergebnis ist eine grosse Ernüchterung. Es zeigt, dass Frauen in Führungspositionen nach wie vor stark unterrepräsentiert sind», sagt Esther-Mirjam de Boer, CEO und Mitinhaberin von GetDiversity.

Maria erreicht Rang 184

Wie sehr Männer in den Chefetagen dominieren, verdeutlicht die Rangliste der häufigsten Vornamen unter den Verwaltungsräten. Auf Platz eins stehen die Thomasse des Landes mit 653 VR-Mandaten, dann folgen die Peters und Daniels (vgl. Grafik). Die ersten 65 Ränge sind ausschliesslich von Männern besetzt. Auf Platz 66 steht der erste weibliche Vorname: Barbara mit 70 Mandaten.

Dass die Zusammensetzung der Verwaltungsräte stark von der gesamten Bevölkerung abweicht, verdeutlicht der Name Maria: Mit einer Anzahl von 81 000 ist es der häufigste Vorname im Land, während Thomas auf 53 000 kommt. Trotzdem sitzen in den untersuchten Verwaltungsräten lediglich 27 Marias, was Rang 184 bedeutet. Ebenfalls 27 Verwaltungs-

räte heissen Hansjörg, obwohl dieser Name in der Schweiz lediglich 1500 Mal vorkommt.

Doch weshalb besetzen Chefs ihre Führung am liebsten mit den eigenen Spiegelbildern? Die Wissenschaft erklärt das Phänomen mit dem «Unconscious Bias». Unbewusste Stereotypen helfen dem Menschen, schnellere Entscheidungen zu treffen. Viele Manager sind stolz auf ihr «Bauchgefühl».

Dieser Riecher sagt ihnen, dass jene Personen Erfolg haben werden, die gleich ticken wie sie selbst und dieselben Erfahrungen mitbringen. «Nach diesem Muster befördern sie aber nicht die fähigsten Kandidaten, sondern solche, die ihnen am ähnlichsten sind», sagt de Boer. «Das Resultat ist eine Verschwendung von Talent und Ressourcen – vor allem der Frauen.»

Gudrun Sander ist Professorin für Betriebswirtschaft und Diversity Management an der Universität St. Gallen. Sie kennt eine Vielzahl an Untersuchungen über den versteckten Einfluss von Stereotypen im Management. «Wer zum Beispiel gross gewachsen ist und eine sonore Stimme hat, wird als führungsstark angesehen. Selbst viele Frauen stufen Männer pauschal als die besseren Chefs ein.»

Ein bekanntes Experiment testet die Reaktion auf Lebensläufe. Diese sind identisch – der einzige Unterschied ist das Geschlecht. Trotzdem wird den Männern eine grössere Kompetenz zugeschrieben. Die Differenz beträgt fast eine ganze Schulnote, wie eine Studie der Universität Yale ergab. Je höher die Führungsstufe, desto mehr ist Thomas gegenüber Maria im Vorteil.

«Von Managern höre ich regelmässig den Einwand, es mangle an fähigen Frauen», sagt Sander. «Doch gerade bei Verwaltungsräten bestünde ein breiter Auswahl an geeigneten Kandidatinnen. Der Fehler liegt in der Art der Suche, die sich oft auf das eigene Netzwerk beschränkt.»

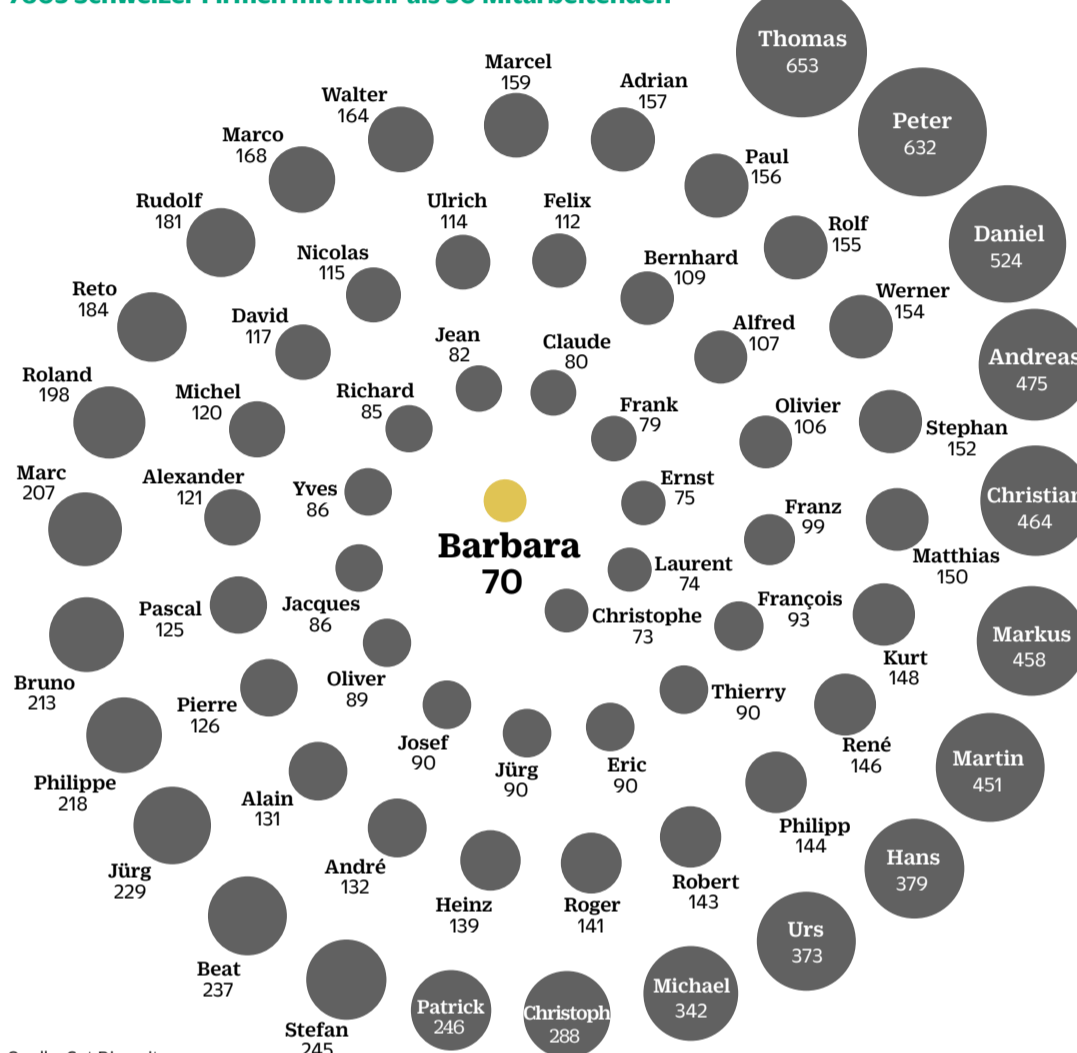
Daher empfiehlt die Professorin unter anderem anonymisierte Bewerbungsdossiers, aus denen Name, Alter und Geschlecht nicht hervorgehen, was in den USA längst Standard ist. «Obliegt die Auswahl zudem einem gemischten Team statt einer einzelnen

gross, kreise aber zunehmend um Eigenmarken.

Während Konsumenten die neue Pflanzenkost entdecken, hat die nächste Generation Startups für die Erbsen-Züchter nur ein müdes Lächeln übrig. Ihr Ziel ist, in zwei Jahren aus Muskelzellen von Tieren gezüchtetes Fleisch in den Laden zu bringen. Noch ist das viel zu teuer. Aber die Projekte sind so fortgeschritten, dass Detailhändler wie die Migros einsteigen.

Die Genossenschaft hat sich am Startup Aleph Farms beteiligt. Die Israeli treten fast so selbstbewusst auf wie die Kollegen von Beyond Meat: Sie brauchen nur «wenige Wochen» für ein Labor-Steak, sagen sie. Wann ihre Erzeugnisse marktreif sein werden, darauf wollten sie sich aber nicht festlegen. Im Unterschied zu den Amerikanern muss sich Aleph keine Sorgen machen, in die Läden zu kommen.

Häufigkeit der Vornamen in den Verwaltungsräten von 7605 Schweizer Firmen mit mehr als 50 Mitarbeitenden



Quelle: Get Diversity

Globale Studie zur Diversität

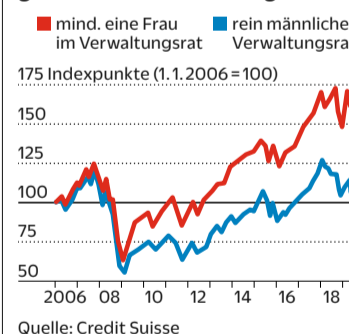
Gemischte Teams haben mehr Erfolg

Die Frauen kommen voran – wenn auch langsam. Das zeigt eine Studie der Credit Suisse bei weltweit 3000 Konzernen aus dem letzten Jahr. In den Verwaltungsräten hat sich ihr Anteil innert zehn Jahren verdoppelt und erreicht gut 20%. Im Management bleibt die Vertretung mit 17% leicht tiefer. Von den CEOs dagegen sind weiterhin weniger als 5% weiblich. Dabei führt ein höherer Frauenanteil zu mehr Erfolg (vgl. Grafik). Laut Credit Suisse haben Unternehmen mit mehr

Diversität im Management eine 4% höhere Rendite pro Jahr erzielt. Dieses Muster bestätigt sich über verschiedene Branchen hinweg. Auch die Gewinnmarge fiel bei Firmen mit einem hohen Frauenanteil an der Spitze besser aus.

Eine Analyse der Beratungsfirma McKinsey in zwölf Ländern bestätigt den Befund: Demnach verbessert eine ausgeprägte Diversität im Management die Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittlich erfolgreich zu sein, um 33%. (sal.)

Aktienrendite von Firmen mit rein männlichen und mit gemischten Verwaltungsräten



Quelle: Credit Suisse

Manager befördern nicht die fähigsten Kandidaten, sondern solche, die ihnen ähnlich sind.

Person, verbessern sich die Chancen von Minderheiten ebenfalls.»

Auch eine flexiblere Karriereplanung helfe den Frauen. «Überdies sollten Firmen den beruflichen Aufstieg nicht primär auf das Alter zwischen 30 und 40 begrenzen. Besonders Mütter können profitieren, wenn Beförderungen auch für Personen über 40 üblicher werden.»

Quote erhöht den Druck

In der Schweiz gilt ab nächstem Jahr ein Richtwert für börsenkotierte Firmen. Sie sollen nach einer Übergangsfrist von fünf Jahren 30% der Verwaltungsräte mit Frauen besetzen. Schon heute stehen diese Grosskonzerne deutlich besser da als der Rest der Wirtschaft. Gemäss «Schilling-Report» kommen die 100 grössten Arbeitgeber auf einen Frauenanteil von 10% in den Geschäftsleitungen und 23% in den Verwaltungsräten. Bei Coop sind bereits 50% der Verwaltungsräte weiblich, bei der Versicherung Zurich sind es 45%.

«Diese Konzerne verdeutlichen, dass auf internationaler Ebene ein Umdenken stattfindet», sagt Gudrun Sander, «dagegen sehe ich bei den inländisch geprägten KMU einen grösseren Handlungsbedarf.» Der zunehmende Mangel an Fachkräften werde den Kampf um die besten Talente massiv verschärfen, ist Esther-Mirjam de Boer überzeugt. «Unternehmen, welche die Förderung von Frauen vernachlässigen, werden in diesem Wettbewerb verlieren.»

Hinzu komme, dass Teams mit einer guten Durchmischung erfolgreicher arbeiten (vgl. Box). Dieser Trend werde durch die Digitalisierung weiter verstärkt. Somit sei die Zeit der unfehlbaren, autoritären Bosse abgelaufen. «Für den künftigen Wandel brauchen wir eine neue Führungskultur – mit breit abgestützten Teams und einer fairen Vertretung der Frauen.»

Hier wächst...

Fortsetzung von Seite 23

Drei Viertel des Geschäfts werden Supermärkte machen, erwartet die UBS. Wer im Restaurant ein veganes Menu bestellen will, muss in der Stadt, einer Burgerkette oder in der gehobenen Preisklasse einkehren. Im Supermarkt wächst die Auswahl an pflanzlichem Käse, Fisch, Joghurt und Milch dagegen jeden Monat. Coop führt 1000 vegane Produkte und betrachtet sie offenbar als eine so sichere Wette, dass die Kette für einen Teil der Marken Exklusivität ausgehandelt hat.

«Die Händler wollen sich ein Stück des veganen Kuchens abschneiden», sagt Björn Witte. Er sitzt regelmässig mit Detailhändlern aus aller Welt zusammen. Das Interesse an veganen Produkten der nächsten Generation sei

Vegane Esswaren

Was steckt eigentlich drin?

• **Ei:** Amerikaner lieben Eier zum Frühstück. In gesundheitsbewussten Haushalten kommt gern die vegane (und cholesterinfreie) Variante aus fermentierter Hefe auf den Tisch. Es gibt sie flüssig und als Pulver, sie eignet sich auch zum Backen. Die US-Marke Just Egg fertigt aus Mungobohnen eine Masse, die wie Rührei daher kommt. Geschmacklich sei sie dem Hühnerei ebenbürtig, sagen Kenner. In der Schweiz sind die Trendmarken aus den USA noch nicht erhältlich.

• **Fisch:** Im August hat Coop den Thunfisch-Ersatz Vuna lanciert, der sich laut einer Sprecherin zum Renner entwickelt hat. Als Basis dient Erbsenprotein, dem Wasser, Rapsöl, Weizengluten, Salz und Aromen beigegeben werden. Die

Herstellerin Nestlé hat erklärt, die Schweiz sei ein erster Testmarkt für das Produkt.

• **Käse:** Ob Feta, Parmesan, Camembert oder Pizzakäse – all dies ist seit einigen Jahren in guter Qualität vegan erhältlich. Als Basis dienen Mandeln, Tofu oder Nüsse. Frühe Sorten waren stark verarbeitet und enthielten allerlei Chemie-Zugaben. In jüngster Zeit kamen Rezepturen auf, die bloss eine Handvoll Zutaten verwenden: traditionelle Käseferungs- und Bakterienkulturen, pflanzliche Milch, Enzyme und Salz. Streichkäse lässt sich gut selbst herstellen. Die beste Textur erreicht man in einer Thermomix-Küchenmaschine. In der Schweiz startete Coop Ende 2018 und lancierte die Marke New Roots aus Thun.

• **Milch:** ist das Feld, in dem es schon sehr lange eine reiche Auswahl gibt. Alle grossen Supermarkt-Ketten haben Eigenmarken mit Soja-, Reis-, Mandel- und Hafermilch im Sortiment. Gekauft haben die Drinks bis vor einigen Jahren vorwiegend Allergiker, heute sind die günstigeren Marken oft ausverkauft. Die Hersteller tüfteln derweil an besseren Rezepturen: Nicht alle Sorten lassen sich erhitzen oder schäumen. Am populärsten ist Milch aus Hafer, eine Feldfrucht, die in unseren Breitengraden wächst und nicht um die halbe Welt transportiert werden muss. Rohen Haferkernen werden Enzyme zugesetzt, um sie zu verflüssigen. Rapsöl sorgt für den Geschmack und gibt die nötige Konsistenz. (frp.)