

# CHANCEN- GLEICHHEIT

GENDER MAINSTREAMING IM SPORT

**GENERATION Y**  
DIE ZUKUNFT DER  
VEREINE

**NUR DIE  
LEISTUNG ZÄHLT?**  
FRAUEN, SPORT  
UND MEDIEN



**JA, ICH WILL!**  
VOM UMGANG  
MIT DER MACHT

LANDESSPORTBUND  
NORDRHEIN-WESTFALEN



# IMPRESSUM

## HERAUSGEBER

Landessportbund Nordrhein-Westfalen e. V.  
Friedrich-Alfred-Straße 25  
47055 Duisburg  
Tel. 0203 7381-0  
Fax 0203 7381-616  
E-Mail: [Info@lsb.nrw](mailto:Info@lsb.nrw)  
[www.lsb.nrw](http://www.lsb.nrw)

Gefördert durch die Staatskanzlei des Landes NRW,  
Abteilung Sport und Ehrenamt

## TEXT/REDAKTION

Renate Gervink, [www.gervink-redaktion.de](http://www.gervink-redaktion.de)

## FOTOS

© Andrea Bowinkelmann / [www.lsb.nrw/bilddatenbank](http://www.lsb.nrw/bilddatenbank)  
Seite 39 und Seite 40: Silke Kienecker

## GESTALTUNG

Komhus Agentur für Kommunikation, Essen

## DRUCK

Warlich Druck Meckenheim GmbH, Meckenheim

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>JA, ICH WILL!</b> VOM UMGANG MIT DER MACHT	<b>04</b>
<b>GENERATION Y</b> DIE ZUKUNFT DER VEREINE	<b>08</b>
<b>ZITATE</b>	<b>16</b>
<b>GUT ZU WISSEN ...</b>	<b>18</b>
<b>NUTZT NETZE!</b> DIE BEDEUTUNG VON NETWORKING FÜR FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN – ODER AUF DEM WEG DORTHIN	<b>20</b>
<b>DER GORDISCHE KNOTEN SCHEINT DURCHBROCHEN</b> DIE FRAUENQUOTE UND IHRE FOLGEN	<b>24</b>
<b>NUR DIE LEISTUNG ZÄHLT?</b> FRAUEN, SPORT UND MEDIEN	<b>27</b>
<b>IM PORTRÄT</b> DR. EVA SELIC, SPRECHERIN DER FRAUEN IM LANDESPORTBUND NORDRHEIN-WESTFALEN	<b>32</b>
<b>ZAHLEN</b>	<b>35</b>
<b>MACHT DIE UMSETZUNG EINFACHER:</b> MUSTERGLEICHSTELLUNGSORDNUNG DES LANDESPORTBUNDES NORDRHEIN-WESTFALEN	<b>36</b>
<b>LIEGT ES IN DEN STRUKTUREN ODER IN DEN KÖPFEN?</b> WARUM IMMER NOCH WENIGER FRAUEN ALS MÄNNER IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN SIND	<b>38</b>
<b>„VORBILDER! VORBILDER! VORBILDER!“</b>	<b>42</b>

„Macht entspringt der menschlichen Fähigkeit, nicht nur zu handeln oder etwas zu tun, sondern sich mit anderen zusammenzuschließen und im Einvernehmen mit ihnen zu handeln. Über Macht verfügt niemals ein Einzelner; sie ist im Besitz einer Gruppe und bleibt nur solange existent, als die Gruppe zusammenhält. Wenn wir von jemand sagen, er 'habe die Macht', heißt das in Wirklichkeit, daß er von einer bestimmten Anzahl von Menschen ermächtigt ist, in ihrem Namen zu handeln. In dem Augenblick, in dem die Gruppe ... auseinandergeht, vergeht auch 'seine Macht'“.

Hannah Arendt: Macht und Gewalt (1970). München: Pieper

Frauen in Führungspositionen diskutieren über die Herausforderungen des Ehrenamtes im Rahmen des 4. Frauenpolitischen Salongesprächs Frauen MACHT Sport! – „Beruf, Familie, Ehrenamt- eine unattraktive Belastungsprobe?“ von links: Daniela Jansen, Gisela Steinhauer (Moderation), Michaela Werkmann, Claudia Dietzmann, Mona Küppers, Michaela Hares



# JA, ICH WILL!

## VOM UMGANG MIT DER MACHT

Frauen, die eine Führungsposition übernehmen wollen, müssen sich auch mit ihrem Umgang mit Macht auseinandersetzen. Denn wie auch immer Frauen diese Positionen ausfüllen, ein Zuwachs von Macht gehört immer dazu.



Zahlreiche Studien haben sich mit dem Thema Frauen und Macht schon auseinandergesetzt, mit mehr oder weniger ähnlichen Ergebnissen: Es kommt immer darauf an, wie Macht definiert wird. Genauso sieht es Mona Küppers, die Vizepräsidentin des Landessportbundes Nordrhein-Westfalen, Mitglied der Sprecherinnengruppe der Frauenvollversammlung im Deutschen Olympischen Sportbund und Vorsitzende des Deutschen Frauenrates ist. Funktionen an der Spitze von Organisationen, die ohne Macht nicht auszuüben sind. Um hierhin zu gelangen, musste sie zielstrebig sein, sich durchsetzen können, analytisch und offensiv vorgehen. Verhaltensweisen, die bislang eher Männern zugeschrieben wurden. Und doch macht sie nicht den Eindruck, als treffe sie Entscheidungen nach dem Prinzip ‚Wer ist hier der Stärkere oder die Stärkere?‘. Dieser Vergleich wird leider allzu oft noch mit Macht verwechselt.

### MACHT MACHT MÄNNLICH?

So hält sie meine erste Frage, ob Macht männlich mache, auch für Tinnef – und zeigt dabei ihren westfälischen Sinn für klare Worte. Ihr geht es zunächst um die Definition von Macht, ganz unabhängig davon, ob diese Männern oder Frauen zugeschrieben wird. Sie hält es hier eher mit Hannah Arendt, der deutschen politischen Theoretikerin und Publizistin, nach deren Theorie Macht der Fähigkeit entspricht, sich mit anderen zusammenzuschließen und im Einvernehmen mit ihnen zu handeln.

Eine weitere – negative – Definition von Macht, ist für Mona Küppers die Macht, über andere zu verfügen. Sie hält wenig von der immer noch weit verbreiteten Vorstellung, dass Frauen, sobald sie an der Macht sind, automa-

tisch dunkle Anzüge und flache Schuhe tragen oder von der Auffassung, dass bei Macht der Spaß aufhört. „Ganz im Gegenteil,“ sagt sie, „ich bin gerne an der Macht, sie ist alles andere als eine Last für mich. Im Sinne von Hannah Arendt habe ich in meinen Funktionen die Fähigkeit, mich mit anderen zusammenzuschließen und etwas zu bewegen. Ohne Macht ist dies um vieles schwerer. Diese Chance habe ich nur, wenn ich in einem führenden Amt oder einer führenden Funktion bin, dann ist es leichter, etwas zu verändern“. Für die Vizepräsidentin setzt ihre Führungsposition eines voraus: Den Willen, an die Spitze zu gelangen und das Engagement, sich für eine Sache einzusetzen. „Die Ungerechtigkeiten, die ich in Bezug auf eine gleichberechtigte Teilhabe an vielen Stellen unserer Gesellschaft im Allgemeinen und im Sport im Speziellen immer noch sehe, kann ich nur ändern, wenn ich handle und Verantwortung übernehme. Nicht umsonst kommt Macht von machen. Unter diesem Aspekt bin ich ein Machtmensch – ich will etwas machen, ich will verändern.“

#### **MACHT HILFT, NEUE WEGE ZU GEHEN**

„Ohne Machen ist Macht nichts“, sagt Dr. Eva Selic, die Sprecherin der Frauen im Landessportbund. Sie sieht sich in ihrer Spitzenfunktion eher als Dienstleisterin, die die



# „OHNE MACHEN IST MACHT NICHTS“

Macht hat, den Weg vorzugeben und vorwegzugehen, damit Entscheidungen schneller in die Tat umgesetzt werden. Was das Gegenteil davon ist, seinen eigenen Willen durchzusetzen und die anderen machen zu lassen. „Ich habe viel durchsetzen können, weil ich es vorgemacht habe. Und wenn es funktioniert hat, wurde es zum Selbstläufer und danach diskutierte keiner mehr darüber.“ Für Eva Selic ist der zweite Schlüsselbegriff in Bezug auf den Umgang mit Macht ‚Verantwortung‘. „In Führungspositionen besteht die Möglichkeit, Dinge zu machen und zu

überzeugen. Die Macht, die damit zusammenhängt, darf aber nie ein Selbstzweck sein, sondern muss dazu benutzt werden, die Menschen mitzunehmen. Dann öffnet Macht viele Möglichkeiten. Wer in einer Führungsposition ein Team hat, das hinter einem steht und in dem ein gutes Klima herrscht, kann Dinge viel schneller umsetzen und neue Wege gehen. Sie nennt das Beispiel ihres Tauchsportverbandes. Als sich nach 23 Jahren der Vorstand erneuerte, wurde sie Vizepräsidentin mit dem festen Willen, diese Funktion zu nutzen und ihren Sport zu stärken. „Nun haben wir ein großes Team und auf einmal passieren Dinge innerhalb von Monaten, die in vielen Jahren zuvor nicht passiert sind.“, freut sie sich. „Mit Macht kann ich, wenn ich es richtig mache, sehr viel bewegen.“

### **MACHT POSITIV NUTZEN**

Mona Küppers sieht in der Macht vorwiegend etwas Positives. „Als ich zur Vorsitzenden des Deutschen Frauenrats gewählt wurde, hat sich die Wahrnehmung meiner Umgebung schlagartig verändert“, erzählt sie. „Ich werde seitdem ganz anders wahrgenommen, obwohl ich ja eigentlich dieselbe geblieben bin. So geht es wahrscheinlich jeder, die eine Spitzenposition übernimmt und ich kann mir vorstellen, dass viele daraus schließen, dass Macht einsam mache. Aber ich kann diese veränderte Wahrnehmung auch positiv nutzen: Wenn ich heute etwas sage, dann hört man mir anders zu als vorher. Ich kann dabei die gleichen Sätze wiederholen, die ich vor meiner Wahl gesagt habe, sie haben nun einen anderen Stellenwert, weil ich in einer Position bin, die mit Macht verbunden wird. Nun kann ich Dinge viel schneller bewegen, ich finde das sehr positiv.“

Der Wille nach Veränderung ist für Mona Küppers einer der Hauptaspekte für ihr Engagement. Und der Grund dafür, warum sie an die Macht gekommen ist: „In der Regel haben Frauen in hohen Funktionen zuerst versucht, etwas zu verändern und streben erst anschließend in eine Funktion. Frauen kommen an die Macht aufgrund ihres Tuns. Es gibt allerdings noch so viele Frauen, die machen und die verändern wollen, die aber nicht wahrgenommen werden, weil sie nicht in der entsprechenden (Macht)position sind“.



Die Ursache hierzu nennt die Strategiemanagerin bei Audi, Dr. Efstratia Zafeiriou. Sie sagte in einem Interview der Frauenzeitschrift Brigitte zum Thema Macht: „Das Einzige, was Frauen, vor allem in Deutschland fehlt: Mut! Alles andere haben wir im Überfluss: Emotionale Intelligenz, Belastbarkeit, Durchhaltevermögen, Sprachen, Interesse für andere Kulturen, Kommunikations- und Organisationstalente.“

### **MUT GEHÖRT DAZU**

Für Mona Küppers hat Macht viel mit Mut zu tun. „Wer Macht hat, muss mutig sein“, sagt sie. „Mutig, unbequeme Dinge zu sagen und für sein Handeln geradezustehen.“ Sie weiß aber auch, dass sich Veränderungen nicht von heute auf morgen durchsetzen lassen und dass noch ein weiter Weg vor ihr liegt, bis sie ihr Ziel Chancengerechtigkeit erreicht hat. „Wenn man bedenkt, dass Frauen erst seit gut 100 Jahren in Deutschland das Recht haben, zu wählen, dann kann sich jede vorstellen, dass bestimmt hierarchische Strukturen historisch gewachsen sind. Die kann ich nicht mit einem Fingerschnippen verändern. Deshalb ist es so wichtig, dass immer mehr Frauen, die bereits jetzt so viel machen, mit mehr Mut vorangehen und sagen ‚Ja, ich will!‘“

# GENERATION Y

## DIE ZUKUNFT DER VEREINE



Die Teilnehmenden des Salongesprächs:

### **GENERATION Y:**

Dr. Steffi Burkhart, Sportwissenschaftlerin  
Sandra Griese, Mitglied im Vorstand der  
Sportjugend im KSB Gütersloh  
Josefine Paul, stellvertretende Fraktions-  
vorsitzende Bündnis 90/Die Grünen im  
Landtag NRW

### **BABYBOOMER:**

Martin Wonik, Vorstand Landessport-  
bund Nordrhein-Westfalen

### **NACHKRIEGSGENERATION:**

Walter Schneeloch, Präsident  
Landessportbund Nordrhein-Westfalen





## Y = Why

Steffi Burkhart, promovierte Sportwissenschaftlerin und Mitglied der Generation Y, beschreibt sich und ihre Generation wie folgt: „Wir sind die erste Generation, die in Überfluss und Wohlstand aufgewachsen ist. Besitzum ist nicht mehr wichtig, es ist nicht wichtig, jahrelang zu arbeiten, um sich etwas zu leisten. Für meine Generation ist viel wichtiger, Spaß bei der Sache zu haben und Dinge umzusetzen. Dank der Digitalisierung ist dieser Wunsch leicht geworden. Man muss nicht mehr Dinge besitzen, um sie zu nutzen. Dank zahlreicher Sharing Ansätze kann man sich heute so ziemlich alles ausleihen, Autos, Bohrmaschinen, Urlaubsdomizile.“

Junge Frauen und Männer in Spitzenpositionen zu holen, zählt schon seit Jahren zu den wichtigsten Zielen des Landessportbundes. Davon zeugen viele erfolgreiche Projekte und Maßnahmen, wie beispielsweise Mentoring- oder Tandemprojekte. Und doch bleibt die durchschlagende Wirkung aus. Woran liegt das? Ist es vielleicht ein Generationenproblem? Die eindeutige Antwort darauf: Ja und Nein.

Klar ist: Im organisierten Sport steht ein Generationenwechsel an. Wie aber soll das funktionieren? Wer muss sich wem anpassen? Wer ist das überhaupt: die neue Generation? Um diese Fragen ging es im Dritten Frauenpolitischen Salongespräch des Landessportbundes „Generation Y – Moderne Ansprüche an Arbeitswelt und Führung“. Drei Generationen diskutierten über ihre Unterschiede und Gemeinsamkeiten, über Themen wie Führung, Mindsets oder Zeit. Hier die wichtigsten Schlüsselbegriffe, Standpunkte und Lösungsvorschläge.

Engagiert diskutiert haben  
(von links): Dr. Steffi Burkhart,  
Josefine Paul, Walter  
Schneeloch, Michaela Heiser  
(Moderation), Martin Wonik,  
Sandra Griese



# EHRENAMT

*„Junge Leute haben vielleicht Ideen, wie man junge Leute ins Ehrenamt holt.“*

*Steffi Burkhart*

## SITUATION

Viele Leute, die sich für das Ehrenamt im Sport interessieren, wissen nicht, was auf sie zukommt, so zumindest der Eindruck von Steffi Burkhart. Es gibt sehr viele Informationen über die einzelnen Vereine und Sportarten, aber nicht speziell über das Ehrenamt. Es fehlen Informationen darüber, was die Aufgaben und Pflichten sind, wie dies im Alltag aussieht, wo Sinn und Nutzen liegen etc. Sie wollen Informationen darüber erhalten, welcher Weg sich für sie eignet.

## LÖSUNGSVORSCHLÄGE

„Wir müssen mehr auf uns aufmerksam machen und zeigen, was junges Ehrenamt ausmacht,“ meint Sandra Griese. Ihr Vorschlag: Warum nicht eine Kampagne „Bewegt ehrenamtlich werden“ nach dem Vorbild der Kampagne „Bewegt älter werden“ ins Leben rufen?

Um die Generation Y anzusprechen, braucht es eine Art Peer Counseling: Junge Menschen, die zeigen, dass es gar nicht so schwierig ist, sich ehrenamtlich zu engagieren und auch Führungsaufgaben zu übernehmen. Zum Beispiel auf Veranstaltungen, zu denen junge Leute junge Leute mitbringen können. Mitglieder aus der Generation Y müssen sich mit ihrer Generation austauschen und Vorbilder sein. Dafür, dass es durchaus möglich ist, Kinder und einen Beruf zu haben und trotzdem eine führende Position im Ehrenamt zu übernehmen. „Solche Beispiele gibt es schon. Es gilt diese hervorzuheben und nicht über die schlechten Beispiele zu jammern!“, so lautet es auch aus dem Publikum.

## BEST PRACTICE BEISPIEL

Walter Schneeloch gibt ein Beispiel aus dem Fußball: Hier existieren in jedem Verein Ehrenamtsbeauftragte, deren Aufgabe es ist, junge Leute für das Ehrenamt zu interessieren. Sie informieren darüber, was Ehrenamtliche machen – eine Art Stellenbeschreibung. „Eine solche Konstruktion könnte auch in anderen Vereinen junge Leute in die Vereinsarbeit bringen“, so der Präsident.



# FÜHRUNG

*„Ich wünsche mir weniger Führung und mehr Teamarbeit. Die Macht sollte auf mehrere Schultern verteilt werden.“*

Sandra Griese

## SITUATION

„Wir leben im 21. Jahrhundert mit Führungsstilen aus dem 20. Jahrhundert. Wir sind stark in Effizienzsteigerung, aber schwach in einer wirklichen kreativen Innovationsfähigkeit. Die Generation Y will das nicht mehr. Sie wollen arbeiten, schnell Verantwortung übernehmen, neue Dinge ausprobieren und Dinge schnell umsetzen“, so beschreibt Steffi Burkhart ihre Generation.

„Leicht gesagt“, erwidert Martin Wonik und erklärt, warum: Der Landessportbund hat bereits zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, die das Ziel haben, jungen Menschen den Weg in Führungspositionen zu ebnen: Mentoring, Tandem, J-Team, Qualifizierungen etc. Aber der Schritt von der Projektarbeit zu einer leitenden Funktion bleibt aus. Denn dann geht es um Verbindlichkeiten, um Verantwortung und um zeitliche Ressourcen – das, was Führung ausmacht, egal, ob Ehrenamt oder hauptberuflich. „Hier trennt sich die Spreu vom Weizen“, meint das LSB Vorstandsmitglied. „Denn dann werden Attribute wie mit Menschen reden können, Konflikte lösen, Verantwortung übernehmen, benötigt. Das kann nicht jede oder jeder.“

## WER IST WER?

### GENERATION Y

Gemeint sind damit Menschen unter 30 Jahren. Wobei das Y nicht nur für den Buchstaben Ypsilon steht, sondern für das englische Wort „why“ – warum. Dies soll charakteristisch für diese Generation sein, die alles hinterfragt und infrage stellt.

### GENERATION X

Wer zwischen 30 und 50 Jahre alt ist, gehört zur Generation X.

### BABYBOOMER

So werden Menschen zwischen 50 und 65 Jahren genannt.

### NACHKRIEGSGENERATION

Hierzu gehören die Über-65-Jährigen.

## LÖSUNGSVORSCHLÄGE

Immer mehr junge Leute sagen heute, dass sie nicht daran interessiert sind, eine Führungsposition zu übernehmen, denn es heißt, weiter oben wird es einsam. Dazu haben viele junge Leute keine Lust, sie wollen mit anderen zusammenarbeiten und zusammen Verantwortung übernehmen. „Wieso kann man in Führungspositionen nicht über Job-sharing nachdenken und den Posten auf mehrere Schultern verteilen?“, ist eine oft wiederholte Frage.

Auch macht der plötzliche Wechsel von der Projektarbeit in die Führungsverantwortung vielen jungen Menschen Angst. Gewünscht wird eher eine Art „Reinrutschen“ in die Verantwortung. Wie Sandra Griese es vom Kreissportbund Gütersloh kennt: Hier sind die Mitglieder des J-Teams immer bei den Jugendvorstandssitzungen anwesend. So werden die Jugendlichen mit in Entscheidungen einbezogen, die sonst ein Jugendvorstand alleine fällt – ein schrittweises Heranführen an Verantwortung.

Wichtig erscheint auch das Mentoring, vor allem, wenn junge Menschen Führungsaufgaben übernehmen sollen. Es wäre ein großer Input, so die Meinung der Generation Y, wenn Führungskräfte junge Menschen an ihre Seite nehmen würden. So könnten die Jungen von den Alten und die Alten von den Jungen lernen. Und für die Jungen wäre es kein Sprung mehr ins kalte Wasser, sondern sie wüssten, was auf sie zukäme.

# HIERARCHIEN

*„Die Hierarchiestufen müssen abgeflacht werden.“*

*Steffi Burkhart*

## POSITION

„Die Generation Y will nicht mehr nach einem Modell leben und arbeiten, in dem alles in vertikalen Hierarchien verläuft, mit denjenigen die vordenken und denen die umsetzen. Dieses Modell führt zu nicht vorhandener Motivation, denn es gibt für die Mehrheit keine Freiheit im Denken“, so beschreibt Steffi Burkhart die Position ihrer Generation. Allerdings mit Widerspruch aus ihrer eigenen Generation, denn nach Meinung von Josefine Paul führt die alleinige Forderung nach flachen Hierarchien nicht weiter. Denn es geht beim Thema Führung auch um Verantwortung und Macht. „Ich erlebe eine allgemeine Hilflosigkeit, gerade bei jungen Kolleginnen und Kollegen, wenn überhaupt keine Hierarchien vorhanden sind“, berichtet die Fraktionsvize der Grünen. „Ich erlebe, dass für bestimmte Aufgaben Teamlösungen gar nicht taugen. Am Ende warten alle immer darauf, dass irgendwer etwas entscheidet. Das mag zwar überaltert sein, aber ohne klare Linien würde es nicht funktionieren.“

Es ist also eine gemeinsame Definition von Hierarchie nötig. Alle sind sich darin einig, dass es nicht darum geht, dass jemand ein größeres Büro erhält oder ein bestimmtes Auto fahren kann, sondern es geht um den Grad der Verantwortung. Gemeint ist auch nicht, dass sich jemand in seiner Position von den anderen abhebt, und über andere bestimmt – dann sind Hierarchien schlecht. Es muss eine Kultur geschaffen werden, in denen alle gleichwertig miteinander diskutieren können und in denen jede Meinung gleichwertig mit einfließt. „Das ist heute in manchen Vereinen, in denen der Vorstand noch auf seiner Meinung beharrt, sehr schwer“, so die einhellige Auffassung.

### LÖSUNGSVORSCHLAG

Das derzeitige Vereinsrecht besagt, dass es eine Vorstandsvorsitzende oder einen Vorstandsvorsitzenden geben muss. Dies ist eine Frage der Ausgestaltung. So wäre es doch möglich, dass in einem Vorstand ein Mitglied nur formal den Vorsitz übernimmt, der Vorstand aber Entscheidungen im Team trifft. Oder die Aufgaben und Pflichten werden verteilt, sodass junge Menschen langsam an die Führung herangeführt werden.

## MINDSET (englisch für: Denkweise, geistige Haltung)

*„Der Kern des Problems mit den Jungen sitzt in den Köpfen einiger älterer Herren.“*

*Martin Wonik*

### POSITION

Generation Y ist nicht nur eine Alterskohorte, sondern eine Geisteshaltung – egal, ob für junge oder ältere Menschen. Auch ältere können dieses Mindset in sich tragen. Wenn eine Sportorganisation Sogwirkung auf die junge Generation haben will, dann muss man Menschen mit diesem Mindset erreichen. Gleichzeitig muss auch die Generation Y lernen, dass ältere Menschen, beispielsweise zwischen 60 und 70, nicht mehr sind, wie die Senioren von früher. Sie sind im Herzen noch jung, immer noch interessiert daran, Dinge umzusetzen und sich zu verwirklichen. Es gilt ein Generationengleichgewicht zu schaffen.

### LÖSUNGSVORSCHLAG

Hier hilft es oftmals, sich zusammen an einen Tisch zu setzen und zu besprechen: Was läuft gut, und was nicht? Was wollen wir behalten und was soll verändert werden? Dann gibt es eine Basis. Dann bekommen alle etwas von den unterschiedlichen Wünschen der Generationen mit. „Vereine müssen nach Wegen suchen, wie alle zusammenkommen, ohne dass die Älteren sich bedroht und die Jüngeren sich ausgeschlossen fühlen“, heißt es aus dem Publikum.

### BEST PRACTICE BEISPIEL

„Der Seglerverband NRW hat ein Mentoringprogramm entwickelt, das sehr gut funktioniert“, berichtet Mona Küppers, Vizepräsidentin des Landessportbundes. „Es geht in beide Richtungen. Ältere Ehrenamtliche nehmen jüngere Frauen mit und die Jüngeren nehmen Wiedereinsteigerinnen mit und machen ihnen klar, was sich verändert hat. Es ist ein ständiges Geben und Nehmen“.

# ZEIT

*„Manche Ehrenämter sind nicht mit beruflichen Verpflichtungen kombinierbar, weil der Zeitaufwand zu hoch ist.“*

Walter Schneeloch

## SITUATION

Für viele Jugendliche ist es die Zeit, die sie daran hindert, dabeizubleiben, so die allgemeine Erfahrung. Denn ihre Lebenssituation verändert sich ständig. Sie bekommen Kinder, ziehen um, setzen neue Prioritäten. Das heißt, sie wollen sich nicht mehr langfristig binden. Dies muss auch im Ehrenamt berücksichtigt werden.

## FORDERUNGEN

Im Umgang mit Zeit liegt ein großes Änderungspotenzial, darin sind sich alle Teilnehmenden einig. Warum sollten Sitzungen um 20 Uhr anfangen und – überspitzt gesagt – mit einer Präsenzkultur bis zwei Uhr nachts gehen? Warum müssen lang tagende Gremien sein? Wichtig bei allem ist es, zu hinterfragen, ob die Dinge immer so sein müssen oder ob es Möglichkeiten gibt, sie zu ändern.

Vor allem die Angehörigen der Generation Y schlagen vor, mehr auf Social Media zurückgreifen. Wer nicht persönlich zu einer Besprechung kommen kann, kann sich per Telefonkonferenz oder Skype beteiligen.

„Für mich ist es zudem wichtig, dass es um meine ehrenamtlichen Aufgaben zu viele Termine drumherum sind“, sagt Sandra Griese. „Das kann viel besser über ein Online-Tool geschehen. So bekomme ich mit, was ich mitbekommen möchte, brauche aber kein Briefing mehr drumherum oder eine Nachbereitung. Das kann ich mit sozialen Medien ausgleichen“.

## LÖSUNGSVORSCHLAG

Um zu erfahren, wie junge Menschen sich ihr ehrenamtliches Engagement vorstellen, sollte der Landessportbund junge Leute zusammenbringen und überlegen lassen, was sich ändern muss, damit sie sich einbringen können, ohne das Gefühl zu haben, zu viel Zeit für das Ehrenamt im Sport aufzubringen.

## BEST PRACTICE BEISPIEL

Damit der Faktor Zeit im Ehrenamt eine geringere Rolle spielt, gibt es seit 2016 das Stipendium für junges Ehrenamt. Es richtet sich an junge Menschen, die sich trotz schwieriger Bildungsvoraussetzung und Lebenssituation ehrenamtlich in einem Verein, Bund oder Verband für andere einsetzen. Gefördert wird das Stipendium von der Staatskanzlei des Landes NRW, Abteilung Sport und Ehrenamt, vom Rheinischen Sparkassen- und Giroverband und der Sportjugend NRW. Damit können die jungen Stipendiaten ihr Engagement im Sport fortführen und müssen zum Beispiel keinen weiteren Nebenjob annehmen, um ihre Ausbildung oder ihr Studium zu finanzieren.





## FAZIT

### DAS SAGEN DIE ÄLTEREN

Wir dürfen nicht nachlassen, die Generation Y als potenzielle Ehrenamtliche anzusprechen. Wir müssen auf Augenhöhe respektvoll miteinander diskutieren – und den Dialog von allen Generationen gemeinsam vorantreiben. Vereine müssen mit den Jungen kommunizieren und für sie die Vereinsstrukturen öffnen. Gleichzeitig dürfen sie die Älteren nicht verlieren, sondern in die Kommunikation mit einbeziehen.

### DAS SAGT DIE GENERATION Y

Wir müssen raus aus unserer Komfortzone, rein in die Verantwortung. Denn nur, wenn ich etwas einfordere, wird sich auch im Ehrenamt im Sport etwas bewegen.





**ZITATE**



*„Frauen bringen eine gute Balance in ein Team, sie sind oft besser in der Kommunikation, sehr stark bei Personal- oder Marketingthemen. Wenn jemand ein toller IT-Entwickler ist, aber nicht kommunizieren kann, bringt das nicht viel, also achte ich darauf, dass er ein Team bildet mit jemandem, der das besser kann. Unternehmen und Gesellschaft profitieren von gemischten Teams.“*

Jane Jie Sun, 45 Jahre, Chinesin und Vize-Präsidentin und Chief Operating Officer des chinesischen Internet-Reisebüros Ctrip in Shanghai.

Sun ist Mutter von zwei jungen Töchtern.

Aus: [www.manager-magazin.de](http://www.manager-magazin.de) vom 18.07.2016: Die besten Tipps internationaler Karrierefrauen „Wenn man nichts macht, macht man nichts falsch“

---

*„Ich schaue (...) oft verwundert auf Deutschland: Das höchste Regierungsamt des Landes wird seit Jahren erfolgreich von einer Frau ausgefüllt. Auch in meiner deutschen Firma, der Bauer Medien Gruppe, leitet eine Frau die Geschäfte. Aber dann bekomme ich Diskussionen mit, dass das in Deutschland nicht die Norm ist, dass Frauen auf höchstem Level führen. Das hat vielleicht etwas mit der Kultur zu tun. Ich glaube allerdings, wenn eine Gesellschaft etwas diskutiert, eine Sache zum Thema macht, dann kommt auch ein Wandel. Und das passiert gerade.“*

Muza Monams, 55, Chief Operating Officer, Bauer Medien Gruppe Russland

Aus: [www.manager-magazin.de](http://www.manager-magazin.de) vom 18.07.2016: Die besten Tipps internationaler Karrierefrauen

„Wenn man nichts macht, macht man nichts falsch“

---

*„Es ist toll, Macht zu haben! Mit Macht kann ich in kürzerer Zeit mehr erreichen.“*

Eva Selic, Sprecherin der Frauen im Landessportbund Nordrhein-Westfalen

# GUT ZU WISSEN ...

## JUST-NOT-SORRY-APP

Der New Yorker Chefin eines Softwareunternehmens Tami Reiss stellte fest, dass Frauen sehr häufig Wörter benutzen, mit denen sie selbst ihre Autorität untergraben. Zum Beispiel unnötige Entschuldigungen, Wörter wie „nur“ oder „eigentlich“ oder Fragen wie: „Macht das Sinn?“ oder „War das verständlich?“. Ihre These: Frauen relativieren ihre Fähigkeiten häufig durch ihre Ausdrucksweise. Deshalb hat sie eine „Just-not-sorry-App“ herausgebracht. Bislang gibt es sie nur auf Englisch. Die App lässt sich in das Mailprogramm integrieren und markiert bei jeder E-Mail Wörter wie: „Just“, „Sorry“, „Actually“, „I Think“, „I’m not an expert“ und „Does this make sense?“. In einem Pop-up-Fenster wird mit Zitaten bekannter Frauen beschrieben, warum das Wort die eigentliche Botschaft untergräbt. Die Schreiberin kann dann selbst entscheiden, ob sie das markierte Wort streicht oder nicht.



## BUCHTIPP

Heidi Stopper und Jane Uhlig: Blondinen im Management. Was wir von Frauen im Management lernen können. Jane's Verlag, Maintal Bischofsheim, 10.10/2016, 240 Seiten.

Die Unternehmerinnen Heidi Stopper und Jane Uhlig haben in ihrem Buch „Blondinen im Management: Was wir von Frauen im Management lernen können“ authentische Geschichten von Frauen in Führungspositionen vereint – unterhaltsam, lehrreich, kurios und tröstlich. Es sind ganz unterschiedliche Geschichten; manche handeln von Erfolgen, andere erzählen von Dingen, die schief gelaufen sind, von schwierigen Situationen, die bewältigt werden mussten. Es sind bizarre Geschichten dabei und lustige. Es ist ein unterhaltsames Buch, das sehr viel Einblick darin gibt, wie Frauen ihre Karriere meistern. Eine der kuriosen Geschichten: Eine Frau in Führungsposition, die eine Dienstreise mit ihrem neuen CEO unternommen hat. Unterwegs fragt er sie, was ihr Mann denn so mache und sie erzählt ihm, er sei Musiker. Darauf die Reaktion: Ah ja, dann verdient ihr Mann ja nichts. Die Frau hat dann etwas gestutzt und ihm erklärt, dass ihr Mann extrem erfolgreich ein großes Tonstudio betreibe und schon Hollywood-Blockbuster vertont habe, worauf der CEO sie völlig erstaunt fragt: **„Wenn ihr Mann so gut verdient, warum arbeiten Sie dann?“**

## NICHT IMMER PERFEKT SEIN ...

Heidi Stopper, Coautorin des Buches „Blondinen im Management“ in einem Interview in dem Online-Magazin Lead Digital auf die Frage: Muss sich auch in den Köpfen der Frauen selbst mehr ändern?

*„Es ist schon so, dass Frauen deutlich zurückhaltender sind, wenn es darum geht, die Hand für große Positionen zu heben. Wahrscheinlich, weil uns eingetrichtert wird, dass wir erst perfekt sein müssen, bevor wir uns trauen können. Es gibt Untersuchungen, die zeigen, dass Männer viel eher die Hand heben, wenn es um große Positionen geht, selbst wenn sie nur 60% der Anforderungen mitbringen. Frauen trauen sich schon nicht, die Hand zu heben, wenn sie 90% mitbringen. Hier, denke ich, muss man mit mehr Selbstbewusstsein auftreten, wahrscheinlich sollte man in dieser Angelegenheit schon während des Studiums mehr auf die Frauen einwirken.“*

*Die Firmen müssen viel besser werden in ihrer Auswahl und auch Frauen, die vielleicht zögerlich sind, ermutigen. Es wurde noch keine einzige Karriere gemacht, indem man nur Jobs annimmt, die man immer schon konnte. Bei jeder Karriere macht man einen Schritt, in den man hineinwachsen muss und das, denke ich, muss noch mehr in die Köpfe der Frauen.“*

## GENDER PAY GAP

Der Gender Pay Gap gibt den prozentualen Unterschied im durchschnittlichen Bruttostundenverdienst von Männern und Frauen an. Er betrug 2016 in Nordrhein-Westfalen 22 Prozent und lag damit leicht über dem bundesweiten Durchschnitt der (21 Prozent). Im Ländervergleich wies Sachsen-Anhalt die niedrigste Entgeltlücke auf (2 Prozent), Baden-Württemberg die höchste (27 Prozent).

Aus: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Pressemitteilung vom 15.03.2017

Der Equal Pay Day gibt das Datum an, bis zu dem Frauen aus statistischer Sicht bei gleichem Arbeitsvolumen und gleichem Stundenlohn wie Männer seit Jahresbeginn quasi „umsonst“ arbeiten. Im Jahr 2017 sind das 77 Tage.

Aus: LAGazette, Informations- und Nachrichtendienst der Landesarbeitsgemeinschaft kommunaler Frauenbüros/ Gleichstellungsstellen Nordrhein-Westfalen, April Nr. 03/2017

Aus dem neuesten Bericht des Weltwirtschaftsforums zum Gender Pay Gap geht hervor: Frauen haben in wirtschaftlichen Belangen nur gut halb so viele Möglichkeiten wie Männer. Die Experten schätzen, dass diese Lücke frühestens in 170 Jahren überwunden sein wird. Deutschland rangiert im aktuellen Bericht unter den 144 untersuchten Ländern bei den wirtschaftlichen Chancen auf Platz 57.

Aus: DOSB | Presse, Nr. 10 / 07. 03/2017

# NUTZT NETZE!

DIE BEDEUTUNG VON NETWORKING FÜR FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN – ODER AUF DEM WEG DORTHIN



Führungspositionen für Frauen im organisierten Sport attraktiver zu machen, ist ein großes Anliegen des Landessportbundes. Mentoringprojekte und vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten sind schon seit Jahren Mittel, um diese Zielsetzung flankierend zu unterstützen. Und doch war es bislang eher schwierig, Frauen für freie Positionen zu akquirieren. Es gab tolle Veranstaltungen und interessante Broschüren; wenn es allerdings in Richtung Führungsebene ging, dann schien die Situation wie „festzementiert“. Denn obwohl knapp 40 Prozent der aktiven Mitglieder im organisierten Sport in NRW weiblich sind, so sind sie doch oftmals in der Öffentlichkeit oder bei Veranstaltungen zwar präsent, aber nicht bekannt. Das heißt, sie übernehmen in den Vereinen unzählige Aufgaben und Tätigkeiten, in den Leitungspositionen sind sie jedoch nur selten anzutreffen. Aber warum ist dies so?

Der erste Schritt aus diesem Dilemma war die Erkenntnis, dass Frauen, die weiterkommen möchten, Menschen brauchen, die sie unterstützen. So entstand die Idee, ein Netzwerk von Frauen in Führungspositionen zu gründen. Denn auf dem Weg nach oben ist der fachliche und persönliche Austausch besonders nutzbringend. Zum Beispiel, um zu erfahren, wie die Zusammenarbeit in anderen Verbänden, Bündeln und Vereinen funktioniert oder auch, welche Positionen demnächst zu besetzen sind. Ein Netzwerk, das Informationen bündelt, und zwar nicht nur zu Aktivitäten und Maßnahmen, sondern vor allem auch zu Inhalten, die in den aktuellen Diskussionen – über den Sport, aber auch weit darüber hinaus – eine Rolle spielen. Dazu zählen Themen wie Personalmanagement, die neue Mustergleichstellungsordnung usw.

#### HEADHUNTER FÜR FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN

Soweit die Idee. In der Praxis erwies es sich als schwierig, das Projekt „Führungsfrauen-Netzwerk“ in die Tat umzusetzen. Öffentlichkeitsarbeit und Werbung alleine zeigten sich als nicht ausreichend, die Resonanz war gering. Es musste ein anderer Weg gefunden werden. Der Blick über den Tellerrand brachte die Lösung: Die Organisatorinnen schauten sich ihre Herangehensweise in der Wirtschaft ab und nahmen bei ihrer Suche nach Führungsfrauen eine Art Headhunterrolle ein: Sie wollten die Frauen direkt ansprechen. Dass dieser Weg der richtige war, zeigte bereits das Salongespräch 2015 zum Thema Personalentwicklung. Hier wurde deutlich, dass es in Fragen der Personalentwicklung gleichgültig ist, ob es sich um eine hauptberufliche Tätigkeit oder ein Ehrenamt handelt. Die Mechanismen der „Rekrutierung“ sind die gleichen.

Doch bevor die „Headhunterinnen“ Frauen aus den nordrhein-westfälischen Sportorganisationen ansprechen konnten, mussten sie intensive Detektivarbeit leisten, gab es doch keine Hinweise, geschweige denn eine Datenbank darüber, in welchen Verbänden oder Bündeln Frauen in Führungspositionen waren oder dorthin wollten. Als auch diese Hürde überwunden war, wurden alle Frauen in den Vorständen und Präsidien persönlich angeschrieben und zu einem ersten Netzwerktreffen eingeladen. Ziel dieser Auftaktveranstaltung war es, Frauen für das neu zu wählende Präsidium des Landessportbundes zu werben.

#### NEUE WORKSHOP-FORMATE

Parallel dazu entwickelten die Organisatorinnen eine Qualifizierungsreihe und Coachings für diejenigen Frauen, die sich zur Wahl stellen wollten. In diversen Workshops sollten sie sich das mentale und praktische Handwerkszeug für ihre Arbeit in Führungspositionen aneignen können. Es waren etwas andere Workshops, in denen es nicht zum x-ten Mal um Rhetorik und Konfliktmanagement ging, sondern um Themen wie Persönlichkeit und Wirkung, um Resilienz, um Kommunikation und





Arbeitsgruppe „Frauen in Führung“. Von links sitzend: Marianne Finke-Holtz; Dr. Eva Selic; Carmen Sump; von links stehend: Dorota Sahle; Assja Grünberg; Sabine Grajewski, Petra Völker

Selbstmanagement und um mentales Training. Und darum, Mut zu entwickeln und auszubauen. Denn von Anfang an stand fest: Frauen müssen nicht weiter qualifiziert werden, sie sind qualifiziert genug. Vielmehr ging es in den Workshops darum, die eigene Zurückhaltung aufzugeben. Hier lag der Schwerpunkt dieser Weiterbildungen. Mit sehr viel Platz für Erfahrungswerte und Ausprobieren. „Die Inhalte waren etwas anders gewichtet. Es ging darum, zu erkennen: Bestimmte Dinge funktionieren auf eine immer gleiche Art und Weise. Und hierfür kann ich eine bestimmte Methode erlernen. Am entscheidendsten aber war, dass ich das Erlernte für mich persönlich „übersetzen“ konnte und es seitdem auch tatsächlich in meinem Wirken anwenden kann“, so die Zusammenfassung einer Teilnehmerin.

#### **MANCHMAL SIND KONTAKTE MEHR WERT ALS KÖNNEN**

Das Konzept der „Headhunterinnen“ ging auf: Erstmals gab es zur Wahl des Präsidiums des Landessportbundes mehr Bewerberinnen als Plätze und der Anteil der Frauen im neuen Präsidium stieg auf knapp 40 Prozent. Persönliche Kontakte, die Bildung eines Netzwerkes und ein besonderes Fortbildungsangebot haben diesen Wandel enorm begünstigt.

Diese neue Herangehensweise bestätigen auch in der Wirtschaft durchgeführte Untersuchungen, nach denen es beim Streben nach einer Führungsposition nicht nur um Können geht, sondern mindestens genauso sehr um Kontakte. Denn, was vorher nur als Appell nach außen getragen wurde, zeigte erst mit der persönlichen Ansprache die gewünschte Wirkung. So ist das erste Etappen-



ziel erreicht, nämlich mit einem Netzwerk die Position, das Umfeld und die Einflussmöglichkeiten von Frauen im Sport zu stärken.

Das Erfolgskonzept soll nun in einer Art Schneeballeffekt auf die Mitgliedsorganisationen in Nordrhein-Westfalen ausgeweitet werden. Die Idee dabei: Wenn jeder Stadt- und Kreissportbund auf diese Netzwerkart Frauen ansprechen und für Führungspositionen sensibilisieren würde, dann würden über kurz oder lang Frauen in ganz Nordrhein-Westfalen an karrierefördernden Netzwerken teilnehmen können. Dazu bietet der Landessportbund seinen Mitgliedsorganisationen dieses Networkingkonzept an und unterstützt jede von ihnen durch die Kombination von finanziellen Mitteln, Mentoring, Materialien und einer begleitenden Expertin. Immer nach dem Prinzip: Frauen aus einer Stadt, einem Fachverband oder einem Kreis schließen sich zusammen und bilden einen Pool von Frauen, die sich in Führungspositionen engagieren. Eine erste Zusammenarbeit mit den Stadtsportbünden Münster, Krefeld, Oberhausen und Mülheim existiert bereits und weitere Bünde und Verbände haben großes Interesse signalisiert.

#### **NÄCHSTE ETAPPE: NETZWERK VON FRAUEN AUS SPORT, POLITIK UND WIRTSCHAFT**

Und auch dann ist das Ziel noch nicht erreicht, denn in einem weiteren Schritt soll es um den Ausbau von Kontakten über den Sport hinaus gehen. Auf Dauer soll ein NRW-weites Netzwerk von Frauen, nicht nur aus Sport, sondern auch aus Politik und Wirtschaft entstehen. Mit regelmäßigen Treffen und einem hochwertigen attraktiven Programm. Ziel ist ein exquisites Netzwerk für Frauen in Führungspositionen. Mit einem anspruchsvollen Format, das Qualifizierung und Veranstaltungen mit einem hohen Mehrwert – wie das bereits etablierte Salongespräch – bietet und dabei immer genügend Platz für das persönliche Netzwerken lässt. Die „Headhunterinnen“ stehen bereits in den Startlöchern.

## **„Ich habe mich seit den Workshops mit riesigen Schritten weiterentwickelt.“**

Daniela Schleichert ist Gleichstellungsbeauftragte der Familien-Sport-Gemeinschaft Nordrhein-Westfalen. Sie war Teilnehmerin am Programm „Führungsoffensive – Frauen für den Sport“.

„Die Workshops haben vieles in meinem Leben verändert. Vorher waren meine Ziele eher diffus und ich habe sie weit vor mir hergeschoben. Das änderte sich mit den Workshops. Nun handle ich nach der Devise: „Irgendwann musst du das in Angriff nehmen und wenn nicht jetzt – wann dann?“ Seitdem ist mein Ehrgeiz weiterzukommen geweckt und ich habe meine persönlichen Ziele entwickelt. Ausschlaggebend dafür war vor allem eine Erkenntnis: Ich muss nicht in allen Anforderungen völlig fit sein, wenn ich mich für eine Position bewerbe. Ich muss nur wissen, was ich will und wo ich mir Rat und Unterstützung holen kann – dann klappt das. Das war der Grundstein für meine berufliche und private Weiterentwicklung. Ich habe neue Funktionen in meinem Verband übernommen und neue Projekte gestartet, bin jetzt Mitglied der Gleichstellungskommission meines Arbeitgebers und habe an meinem Arbeitsplatz die Weichen für meine berufliche Zukunft gelegt. Ich traue mir viel mehr zu und nehme die Dinge, die ich will, gleich in Angriff, ohne zu warten, bis alles perfekt ist. Das Selbstbewusstsein, das ich in den Workshops entwickelt habe, hat mein ganzes Leben gestärkt. Ich habe gelernt, meinen Mut zusammenzunehmen und mich kopfüber ins Abenteuer zu stürzen.“

# DER GORDISCHE KNOTEN SCHEINT DURCHBROCHEN

## DIE FRAUENQUOTE UND IHRE FOLGEN

Seit der letzten Präsidiumwahl des Landessportbundes Nordrhein-Westfalen im Januar 2016 sind 37,5 Prozent der Präsidiiumsmitglieder Frauen. Damit hat der Landessportbund freiwillig eine Frauenquote umgesetzt, wie das Gesetz es seit Januar 2016 für die 100 großen Unternehmen in Deutschland vorschreibt. Und es hat gar nicht wehgetan.



Monika Schulz-Strelow, Präsidentin  
„Frauen in die Aufsichtsräte“ (FidAR).

Es ist das Ergebnis einer jahrelangen Diskussion um die Förderung von Frauen in Führungspositionen und zahlreichen begleitenden Maßnahmen, wie beispielsweise Mentoring-Programmen, Netzwerkentwicklung, Talentförderung. Nun entscheiden drei Frauen mit über die Zukunft und die Geschichte des organisierten Sports in NRW und auf einmal entsteht der Eindruck, dass es nie anders gewesen sei, so gewohnt und gewöhnlich scheint dieser Anblick weiblicher Führungskräfte. Nicht ein Schimmer von Quotenfrauen, sondern von geballter Kompetenz.

### DIE QUOTE VERURSACHT EINEN SCHNEEBALLEFFEKT

Damit scheint ein Hauptziel der Frauenquote erreicht zu sein: Den ewigen Gegnerinnen und Gegnern zu zeigen, dass eine Quote weder etwas Negatives noch Ungerechtes hat und – noch wichtiger – Vorbilder zu schaffen, die junge Frauen zum Aufstieg motivieren und sie davon überzeugen, dass sich Engagieren von Erfolg gekrönt sein kann. Der gordische Knoten scheint durchbrochen. Eine Quote, die bewirkt, dass Frauen erstmals an der Spitze nicht alleine unter Männern sind und die es ihnen deshalb ermöglicht, ihren Exotinnenstatus abzulegen und ihren eigenen Stil zu entwickeln, ohne sich an männlichen Spielregeln orientieren zu müssen. Dass es auch auf die Masse ankommt, zeigte bereits die Studie „Women Matter“ von McKinsey aus dem Jahre 2007. Die Unternehmensberatung hatte festgestellt, dass sich, sobald mindestens drei von zehn Mitgliedern in den Führungsgremien großer Unternehmen Frauen sind, die Performance von Unternehmen messbar verändere. Bei nur einer oder zwei Frauen hingegen ermittelte sie keinen signifikanten Unterschied. (McKinsey 2007).



## QUOTE IN DER WIRTSCHAFT

„Natürlich ist es noch zu früh, um die Auswirkungen der Quote in den Aufsichtsräten der 105 betroffenen Unternehmen vollständig analysieren zu können“, so Monika Schulz-Strelow, die Vorsitzende des Vereins Frauen in die Aufsichtsräte, FidAR, in Bezug auf die gesetzlich vorgeschriebene Quote für 105 börsennotierte und voll mitbestimmte Unternehmen. Sie sieht bei den Aufsichtsräten die geringste Schwierigkeit, obwohl auch hier die Entwicklung nur langsam voranschreitet, denn die Quote bedeutet nicht, dass Unternehmen sofort ihre Aufsichtsräte neu besetzen werden: Erst bei Neuwahlen oder Nachbesetzungen muss ein Frauenanteil von 30 Prozent erreicht werden. Alle Unternehmen, die seit Beginn 2016 neu gewählt haben, erfüllen die Quote. Schwieriger ist es bei den 3.500 Unternehmen, die börsenorientiert und mitbestimmt sind, die seit September 2015 dazu verpflichtet sind, verbindliche Planziele für die Erhöhung des Frauenanteils und Fristen zu deren Erreichung in Vorstand, Aufsichtsrat und den zwei obersten Managementebenen zu benennen und zu veröffentlichen. Bei der letzten Umfrage von FidAR 2016 zeigte sich, dass viele dieser Unternehmen nicht ausreichend der Verpflichtung nachgekommen sind und Zielgrößen festgelegt hatten.

Allerdings zeigen sich erste positive Veränderungen: Befanden sich im Jahr 2010 von den 160 Dax-Unternehmen, die im sogenannten Women-on-Board-Index (WOB-Index) aufgeführt wurden, noch 74 in der „frauenfreien Zone“, das heißt, dass in Vorstand, Aufsichtsrat und den obersten Managementebenen keine Frau zu verzeichnen war, so waren es beim letzten WOB-Index nur noch 30 Unternehmen. „Ein Riesenschub“, freut sich Schulz-Strelow, die selbst im Verwaltungsrat der Deutschen Klassenlotterie Berlin und im Kuratorium der RAG Stiftung sitzt. „Unternehmen, in denen auch Frauen in den oberen Etagen arbeiten, haben im Ranking als moderner Arbeitgeber einfach eine bessere Reputation, die Quote hat hier auch die öffentliche Meinungsbildung positiv beeinflusst.“

## EINE FREIWILLIGE SELBSTVERPFLICHTUNG REICHT NICHT AUS

Unternehmensberaterin Schulz-Strelow sieht die Quote als eine Art Wegbeschleuniger. „Aber ein Kulturwandel ist immer ein langer Weg“, sagt sie und sieht die Arbeit von FidAR noch lange nicht beendet. Unser nächstes Ziel wird sein, dass die DAX gelisteten und mitbestimmten Unternehmen, die heute noch unter die Zielvorgaben fallen, auch eine feste Quote einführen müssen. Denn eine freiwillige Selbstverpflichtung hat erwiesenermaßen nur wenig bewirkt. Noch ist den Unternehmen nicht klar genug, dass die Ressource Mensch ihr einziger Rohstoff ist und sie sich in Zukunft die Frage stellen müssen: Wie bekomme ich die richtigen Frauen und Männer in mein Unternehmen? Dadurch, dass es bislang extrem wenig Frauen in

Seit dem 1. Januar 2016 gilt die fixe Geschlechterquote von 30 Prozent für neu zu besetzende Aufsichtsratsposten in etwa 105 großen Unternehmen. Etwa 3500 weitere Unternehmen sind seit September 2015 verpflichtet, sich eigene Zielgrößen zur Erhöhung des Frauenanteils in Aufsichtsräten, Vorständen und obersten Managementebenen zu setzen. Und auch für den öffentlichen Dienst gilt für die Besetzung von Aufsichtsgremien, in denen dem Bund mindestens drei Sitze zustehen, ab 2016 eine Geschlechterquote von mindestens 30 Prozent für alle Neubesetzungen dieser Sitze.

Quelle: [www.bmfsfj.de/BMFSFJ/gleichstellung.did=88098.html](http://www.bmfsfj.de/BMFSFJ/gleichstellung.did=88098.html)



Das Präsidium des Landessportbundes NRW, von links: Gisela Hinnemann, Vizepräsidentin Leistungssport; Stefan Klett, Vizepräsident Finanzen; Jens Wortmann, Vizepräsident Sportjugend; Walter Schneeloch, Präsident; Reinhard Ulbrich, Sprecher der Bünde; Gundolf Walaschewski, Sprecher der Verbände; Michaela Engelmeier, Vizepräsidentin Breitensport; Mona Küppers, Vizepräsidentin Mitarbeiterentwicklung und Gleichstellung.

den oberen Ebenen der Unternehmensleitung gab, war es für viele Frauen eher unattraktiv, ganz nach oben zu streben. Zu gering waren ihre Chancen und zu wenige Vorbilder haben ihnen Mut gemacht. Mit einer Quote gelangen auf einen Schlag viele Frauen in diese Entscheidungsebenen und können nun Vorbilder für andere Frauen sein. Denn wenn an der Spitze bereits Frauen sind, können sich andere Frauen viel eher vorstellen, auch dorthin zu wollen. Bei der klassischen Variante mit nur Männern in den oberen Etagen fehlten eben diese Vorbilder.

Nach Schulz-Strelow ist für die Unternehmen besonders wichtig, dass der CEO eines Unternehmens die Schirmherrschaft für dieses Thema übernimmt, der damit eine Vorbildfunktion nach innen und außen ausübt. Er muss dafür sorgen, dass das Thema Teil der Unternehmensstrategie wird, in der das Talentmanagement ein wesentlicher Bestandteil der Personalpolitik sein muss.

#### **KEINE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN WIRTSCHAFT UND SPORT**

Diese vorhandenen Strukturen und die Ziele einer Frauenquote innerhalb der Wirtschaft lassen sich ohne große Unterschiede auf den organisierten Sport übertragen. Auch hier ist die Quote in den obersten Gremien des Landessportbundes erst der Anfang. Sie schafft die Vorbilder, die Frauen auf der Ebene der Bünde, Verbände und der Vereine dazu motivieren, sich für größere Ziele zu engagieren. Flankiert von Maßnahmen wie Netzwerkbildung, Mentoringprogrammen und einem Blickwechsel weg von Funktionen hin zu Kompetenzen.

„Gerade im Sport engagieren sich unzählige Frauen an der Basis, als Trainerinnen, Schriftführerinnen, Betreuerinnen von Jugendgruppen. Weiter in der Hierarchie der Sportvereine, -verbände und -bünde schafften es bislang die wenigsten“, erklärt auch Dr. Eva Selic, die Sprecherin der Frauen im Landessportbund Nordrhein-Westfalen. „Mit der Umsetzung einer Quote bis auf diese Ebenen haben auch Frauen die Chance, voranzuschreiten und Verantwortung zu übernehmen. Meiner Ansicht nach schätzen Frauen ihre Chancen sehr genau ein und wägen ihre Entscheidungen genau ab. Wenn sie, wie bislang, nur wenig Aussicht auf Erfolg ihres Engagements haben, dann bewerben sie sich zum Beispiel nicht für einen Vorstandsposten. Diese Hürde wird ihnen mit der Einführung einer Frauenquote genommen und in Zukunft wird es immer mehr Frauen in die Führungsetagen des Ehrenamts wie auch der Hauptberuflichkeit ziehen.“ Am meisten freut sie sich darauf, dass sie bei der nächsten Verleihung des NRW Preises für Mädchen und Frauen im Sport vielleicht einer dieser Frauen einen Preis überreichen darf.



# NUR DIE LEISTUNG ZÄHLT?

## FRAUEN, SPORT UND MEDIEN

Die erste Studie zu den Charakteristika der Sportberichterstattung über Frauen von der Sporthochschule Köln wurde 1999 erhoben. In regelmäßigen Abständen erneuerten die Wissenschaftlerinnen ihre Untersuchungen bis heute. Sie stellten fest: Der Anteil von Sportlerinnen in den Berichten der deutschen Tagespresse hat sich zwar auf 15 Prozent erhöht. Allerdings so geringfügig, dass es noch hochgerechnet circa 130 Jahre dauern wird, bis eine annähernde Parität der Sportlerinnen und Sportler erreicht wäre. „Das ist nicht nur ein Phänomen der Tagespresse“, erklärt Dr. Bettina Rulofs, Sportsoziologin an der Sporthochschule Köln. „Im Fernsehen liegt der Anteil ähnlich. Amerikanischen Studien zufolge lag der Anteil der Beiträge über Frauen 1989 bei fünf Prozent, stieg 1999 auf 8,7 Prozent, um dann 2009 wieder rapide zu sinken: Auf 1,9 Prozent.“



Dr. Bettina Rulofs,  
Akademische Oberrätin,  
Institut für Soziologie und Genderforschung  
Deutsche Sporthochschule Köln

Allerdings konnten die Kölner Wissenschaftlerinnen in ihren Untersuchungen zur Darstellung von Sportlerinnen in den Medien auch positive Entwicklungen verzeichnen: Die Schwerpunkte der Berichterstattung liegen heute mehr auf den sportlichen Leistungen und Erfolgen der Sportlerinnen als früher. Im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen werden zwar immer noch mehr Aussagen über das Aussehen der Sportlerinnen gemacht, jedoch insgesamt selten und der Anteil an Berichten mit sexuellen Anspielungen liegt nur noch bei vier Prozent. Und doch sprechen die dazugehörigen Fotos wieder eine andere Sprache: Bei den Fotos der Männer stehen Attribute wie Stärke und die körperliche Aktivität im Vordergrund, die Frauen werden signifikant häufiger passiv dargestellt und nur sehr selten in kämpferischer Auseinandersetzung.

### VORAUSSETZUNGEN, UM IN DIE MEDIEN ZU GELANGEN

„Dieses immer noch vorhandene Phänomen der Fokussierung auf körperliche Schönheitsattribute der Sportlerinnen hängt mit verschiedenen Faktoren zusammen“, erklärt die Wissenschaftlerin Rulofs. „Denn Geschlechterdifferenzen in den Medien haben auch damit zu tun, wie sich Sportlerinnen präsentieren oder meinen, sich präsentieren zu müssen, damit sie überhaupt in die Zeitung kommen. Wir wissen zum Beispiel aus Interviews mit Verantwortlichen in Sportredaktionen, dass eine gute Optik eine enorme Rolle spielt.“

Die Wissenschaftlerin nennt dabei mehrere Stufen des Kommunikationsprozesses: Die erste basiert auf der Frage: Wie verhalten sich Sportlerinnen bei Aktionen, wie präsentieren sie sich im Internet oder für ihre Marketingagenturen? Regina Halmich, die Spitzensportlerin in der Männersportart Boxen, ist ein typisches Beispiel. Um bekannt zu werden, musste sie sich zunächst als Frau positionieren. Und so wurde Boxen plötzlich sexy.

### NÄCHSTE HÜRDE: DIE SPORTREDAKTIONEN

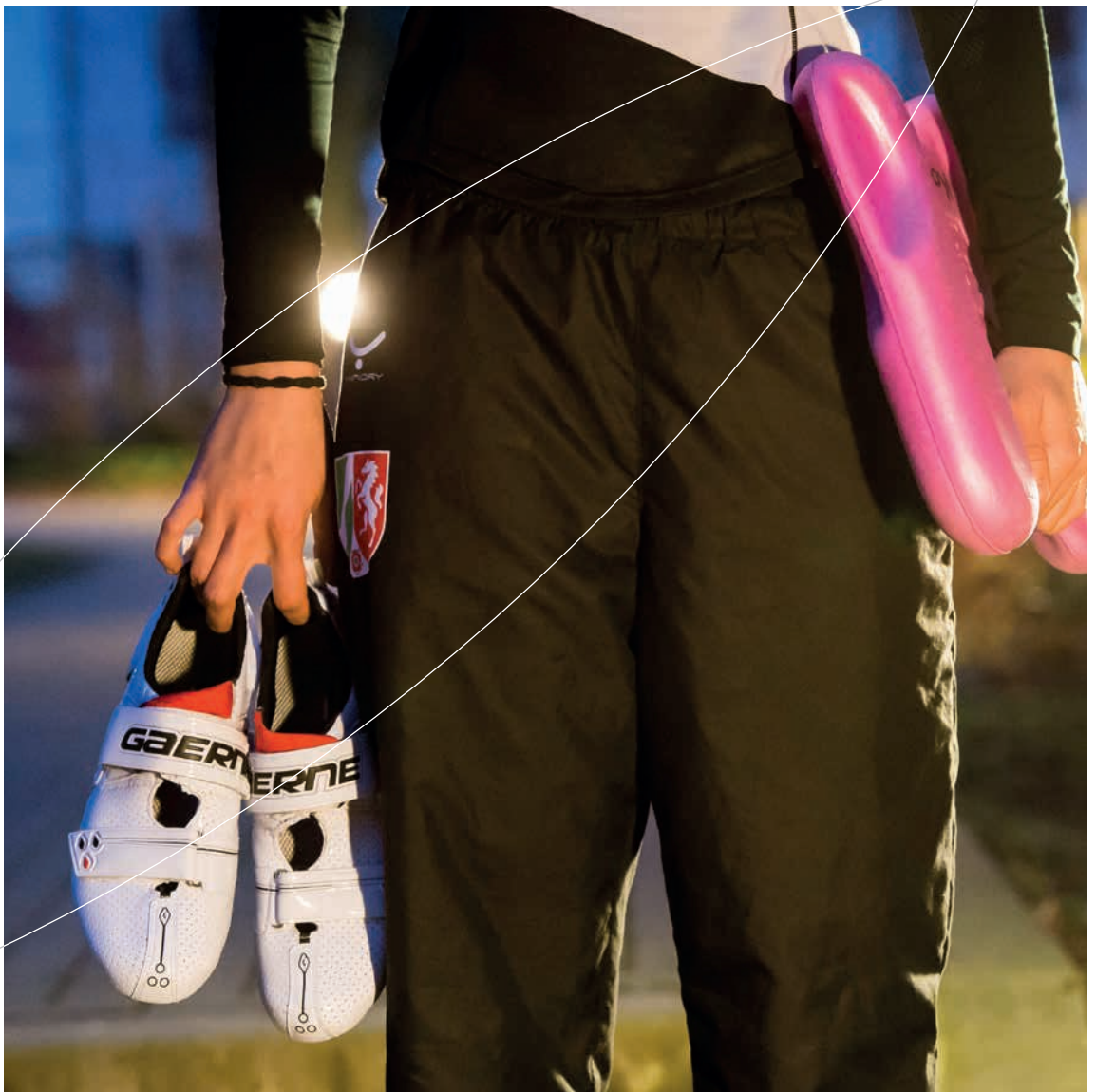
Die zweite Stufe betrifft die Medien und im Speziellen die Journalistinnen und Journalisten, die die Nachrichten selektieren. Auch für sie scheint eine gute Optik wichtig zu sein. Medien publizieren für ihr Publikum und im Sport sind die Rezipienten weiterhin vorwiegend männlich. Und in vielen Sportredaktionen herrscht immer noch die Meinung, dass man nur über die Darstellung eines schönen Körpers Männer für Sportlerinnen begeistern könne. „Allerdings sind die Medien nicht mehr auf dem neuesten Stand“, berichtet Rulofs. „Die Ergebnisse aus der Rezeptionsforschung zeigen: Der Großteil der Leserinnen und Leser oder TV-Zuschauerinnen und Zuschauer will über die sportlichen Leistungen informiert werden, Sexualität und Ausstrahlung sind für sie weit weniger wichtig.“

Um aus diesem Dilemma zu gelangen, haben sowohl die Medien als auch der organisierte Sport viele Möglichkeiten.

## DIE MACHT DER SPORTORGANISATIONEN

Positiv genutzt können Sportverbände zu einem stärkeren Sensibilisierungsprozess beitragen, indem sie sich weiterhin gezielt an Mädchen und Frauen richten und sie motivieren, sich für Sport zu interessieren. Nicht nur aktiv, sondern auch in den Medien. Was spricht dagegen, wenn ein Sportverband mit den Sportlerinnen und Ehrenamtlichen seiner Mitgliedsverbände eine gemeinsame Forderung aufstellt, dass Medien mehr über Mädchen und Frauen berichten?

„Auch im Kleinen haben Sportfunktionäre und Sportpolitiker einen großen Einfluss, zum Beispiel auf regionale TV Sender. Möglich wäre es beispielsweise, in Gesprächen die Medienverantwortlichen von der Qualität des Frauensports zu überzeugen“, schlägt die Wissenschaftlerin vor.



## DIE MACHT DER MEDIEN

Die Macht der Medien ist dagegen eine ganz andere. Sie unterliegen zunächst dem Auftrag, ihre Gewinne zu maximieren, Leserzahlen zu steigern und ihre Angebote mit ihren Werbepartnern zu verbinden. Hier treten emanzipatorische Forderungen häufig völlig in den Hintergrund. Denn wenn die Formate der Sportberichterstattung erfolgreich sind, besteht für die Medien kein Interesse an Veränderungen. Den Verantwortlichen ist es wichtig, dass Werbepartner ihre Produkte gut platzieren können. Die Forderung, mehr Frauen anzusprechen, passt daher nicht unbedingt zu den Marktstrategien von Medienunternehmen. Eine größere Chance liegt nach Bettina Rulofs bei den öffentlich-rechtlichen Medien, die bereits einen eigenen Anspruch haben, Chancengleichheit in ihrer Medienpolitik zu berücksichtigen. Hier gilt es anzusetzen und Forderungen zu stellen.

Eine der Hauptforderungen wäre natürlich, dass die Medienschaffenden sich nicht auf einseitige Darstellungen beschränken und aufhören, in Geschlechterstereotypen zu denken. Denn auch heute noch sind die Vorstellungen von den meisten Medienschaffenden über die Interessen des Publikums sehr einseitig. Jedoch schaut das Publikum durchaus gerne auch Frauensport jenseits von Tennis und Beachvolleyball.

## NEUE ZIELGRUPPE: FRAUEN ALS ZUSCHAUERINNEN WAHRNEHMEN

Durch eine ausgeglichene Berichterstattung ließen sich Frauen als Zuschauerinnen und damit auch als Werbezzielgruppe hinzugewinnen. So sind zum Beispiel viele große Sportevents ohne den Verkauf von Rechten nicht mehr finanzierbar. „Das erfordert auch ein Umdenken in der Zielgruppenplanung“ schreibt Assistentzprofessorin Johanna Dorer vom Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft in Wien in ihrem Beitrag Mediensport und Geschlecht. „Frauen werden als Publikum wichtig, sowohl für die Sportveranstalter als auch für die Rundfunkanstalten als Quote. Des Weiteren wurden in den letzten Jahren immer mehr Sportarten für Sportlerinnen geöffnet, sodass bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften der Anteil an Sportlerinnen deutlich gestiegen ist. Das hat auch dazu geführt, dass es in einigen nationalen Teams bereits ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis



gibt. Denn schließlich ist der nationale Zielwert der Sieg, das Erringen von Medaillen, und hier zählt schlussendlich die nationale Zugehörigkeit und nur sekundär, ob eine Medaille von einem Sportler oder einer Sportlerin „nach Hause“ gebracht wird“, so die Kommunikationswissenschaftlerin.

### **VERÄNDERUNGEN SIND NÖTIG UND MÖGLICH**

Für Bettina Rulofs ist außerdem ein weiterer Sensibilisierungsprozess notwendig. Und natürlich eine lautere Stimme der Frauen. Dass diese ein Gewicht hat, zeigt das Beispiel eines ZDF TV-Spots zur Frauen-Fußball EM 2013: Darin wird eine Frau im National-Trikot gezeigt, die einen schmutzigen Lederball in die Waschmaschine kickte. Dann stellte sie auf Waschgang „Leder“ und eine Frauenstimme sagte: „Ballsauber in Schweden“. In dem Spot sind nur die wohlgeformten Beine und Füße der Frau zu sehen, nicht aber der Kopf. Der Eindruck, den er bei den Zuschauerinnen und Zuschauern hinterließ: kopflose Frau, hübsche Beine, ein entspannter Hausfrauenkick. Daraufhin erfolgte ein solch großer Aufschrei im Netz, dass der Sender in öffentliche Erklärungsnot geriet.

Es gibt aber auch positive Beispiele für eine geschlechtergerechte Medienstrategie: Ein amerikanischer Bindenhersteller bittet in einem Werbespot männliche und weibliche Erwachsene zu zeigen, wie ein Mädchen rennt, wirft oder kämpft. Die Darstellerinnen und Darsteller strengen sich an, um möglichst „mädchenhaft“ zu agieren und sehen dabei sehr albern aus. Dann stellt man kleinen Mädchen dieselbe Frage. Die Mädchen strengen sich an und werfen, rennen und kämpfen. Mit voller Kraft und ganzem Engagement. Nichts sieht mehr albern aus. Der Spot über dieses falsche Bild von Mädchen ging wie ein Lauffeuer durch die sozialen Medien. Die Huffington Post schreibt daraufhin: „Das Bild, das wir von Mädchen haben, ist katastrophal. (...) Irgendwo in der Pubertät verlieren Mädchen ihren Mut und ihr Selbstvertrauen. Sie lernen, dass Frauen schwach sind. Unsportlich und tussihaft. Liebe Eltern, Lehrer, große und kleine Brüder: Tut etwas dagegen!“ Dem bleibt nur hinzuzufügen: Ihr auch, liebe Medien!

### **DIE MACHT ALS PUBLIKUM NUTZEN**

Medien verändern sich am ehesten, wenn das Publikum sich verändert. Derzeit scheinen die Medien noch davon auszugehen, dass nur ein männliches Publikum Interesse am Sport hat. Wenn das Publikum sich nun auch für Frauen im Sport und für Frauen in der Sportberichterstattung interessiert, dann werden die Sportmedien sich darauf einlassen müssen. Denn dass sie eine große Macht bei den Bedeutungszuschreibungen haben, ist augenscheinlich. Sie bestimmen, was wir relevant finden. Sie haben Einfluss auf unser Denken und teilweise auch unser Fühlen. „Deshalb ist es so wichtig, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen“, plädiert Bettina Rulofs. „Und Forderungen zu stellen. Das ist das Wichtigste. Abzuwarten, dass sich die Situation von selbst verändert, hilft da nicht.“



# IM PORTRÄT

DR. EVA SELIC, SPRECHERIN DER FRAUEN IM  
LANDESPORTBUND NORDRHEIN-WESTFALEN

Ungewöhnliche Wege zu gehen, gehört für Eva Selic zur Normalität. Als promovierte Chemikerin arbeitet sie als freiberufliche Dozentin am Uniklinikum Essen. Im Zweitjob ist sie Lokalpolitikerin in Duisburg, hier lebt sie mit ihrem Mann und den beiden Söhnen. Auch ihr sportliches Engagement ist nicht ganz alltäglich, ihre Leidenschaft gehört dem Tauchsport. Sie ist Vizepräsidentin des Tauchsportverbandes NRW und hier die erste Frau im Vorstand eines Verbandes, in dem die überwiegende Zahl der Mitglieder männlich ist. Sie bildet Tauchlehrerinnen und Tauchlehrer aus und ist Mitglied in der Tauchausbildungskommission. Seit April 2016 ist Eva Selic die Sprecherin der Frauen der Mitgliedsorganisationen des LSB NRW.

*„Es gibt bereits sehr viele  
erfolgreiche Projekte, die ich einfach  
nur weiterführen muss.“*

Übernommen hat sie das Amt von Mona Küppers, die 2016 ins Präsidium des LSB NRW wechselte. Und ihrer Vorgängerin gilt auch ihr erster Kommentar, als sie nach ihren Schwerpunkten für dieses Amt gefragt wird. „Ich habe in meiner neuen Funktion ein perfekt vorbereitetes Terrain vorgefunden, das ist außergewöhnlich! Mein erster Schwerpunkt war also Bewährtes beibehalten“, erklärt die Sprecherin. „Es gibt bereits sehr viele erfolgreiche Projekte, die ich einfach nur weiterführen muss“.



Ein nächster Schritt wird für sie sein, die im Landessportbund formell bereits vorhandene Chancengleichheit mit Leben zu erfüllen. „Viele Vereine und Verbände sind noch zu weit entfernt von einer Chancengleichheit“, sagt sie. „Darauf will ich nicht weitere 30 Jahre warten, sondern diese Entwicklung vorantreiben. Es kommt gerade eine neue Generation von Frauen, die hoch qualifiziert sind und die ihren Weg machen. Diese gilt es in unsere Verbände, Bünde und Vereine einzubeziehen. Die Frauen müssen in die Führungsgremien. Wir brauchen Frauen, die sagen: „Mein Ziel ist es, erste Vorsitzende zu werden oder Präsidentin. Ich mach da mit!“ Wenn wir das erreicht haben, wird die Kultur innerhalb der Organisationen auch schnell eine andere. Je mehr Frauen sich in den Gremien engagieren, umso mehr werden sie Vorbild für andere Frauen, die sehen, dass sie eine gute Chance haben. Und zwar weniger auf die Art und Weise: „Platz da, jetzt komme ich“, sondern auf eine engagierte und partizipative Weise. Menschen, die die Regeln und Rahmenbedingungen kennen und diese einhalten. Was wir benötigen, ist Engagement und nicht so sehr das Ziel, aus der Reihe tanzen zu wollen.“

*„Immer mehr Frauen übernehmen Führungspositionen, Frauen sind mutiger geworden – und sie werden stärker akzeptiert.“*

Ihren persönlichen Akzent legt sie außerdem auf den weiteren Ausbau des Netzwerkes von Frauen in Führung. „Die Idee des Networking ist bereits auf der Ebene des Landessportbundes erfolgreich umgesetzt, nun müssen wir dieses Projekt in die Bünde und Fachverbände transportieren“. Wichtig ist ihr dabei vor allem, die Arbeit der Frauen in Führungspositionen bekannter zu machen und dadurch eine Vielfalt an Vorbildern für andere Frauen zu schaffen. „In den letzten Jahren hat sich bereits vieles verändert“, sagt sie. „Immer mehr Frauen übernehmen Führungspositionen, Frauen sind mutiger geworden – und sie werden stärker akzeptiert“.

#### **DIE QUOTE SCHAFFT VORBILDER**

Ihr sportlicher Werdegang ist das beste Beispiel dafür. Als sie mit dem Tauchsport anfang, betrat sie eine reine Männerdomäne. Mit 17 machte sie als jüngste Taucherin ihr goldenes Tauchsportabzeichen und absolvierte später als zweite Frau in NRW ihre Zulassung als Ausbilderin für Tauchlehrerinnen und Tauchlehrer im Verband Deutscher Sporttaucher. Zwei Dinge brachten sie dorthin, sagt sie: Ein Fachbereichsleiter, der das Engagement von Frauen massiv förderte und die Tatsache, dass es vor ihr schon eine Frau geschafft hatte. Förderung und Vorbilder – darin sieht die 48-Jährige die Hauptfaktoren für den Erfolg von Frauen im Ehrenamt.

*„Wir sollten alle im Sport vorhandenen Interessengruppe mischen, so gut es geht.“*

Für Eva Selic gehört die Frauenquote des Landessportbundes zur Chancengleichheit dazu. „Die Quote ist der Anfang“, sagt sie. „Ohne eine Quote würde Chancengleichheit im Sport noch langsamer voranschreiten. Und: Eine Quote schafft Vorbilder. Frauen können sehr gut mit ihren Kräften haushalten“, weiß sie aus Erfahrung. „Bevor sie agieren, schätzen sie zunächst ziemlich genau ihre Chancen ein. Haben sie keine Chancen, dann bewerben sie sich zum Beispiel nicht auf bestimmte Positionen. Mit einer Quote wissen sie, dass ihr Engagement Erfolg haben kann. Ich bin mir sicher, dass wir mit der Quote immer mehr Frauen in die Führungspositionen bekommen. Das ist mir bei der letzten Verleihung des Preises für Mädchen und Frauen im Sport besonders eklatant aufgefallen. Es gibt so viele engagierte und qualifizierte Frauen! Die ihren Job in einer Führungsposition sehr gut machen würden. Von Quotenfrauen kann hier gar nicht die Rede sein!“

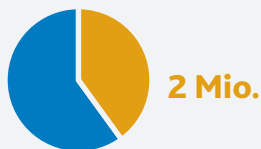
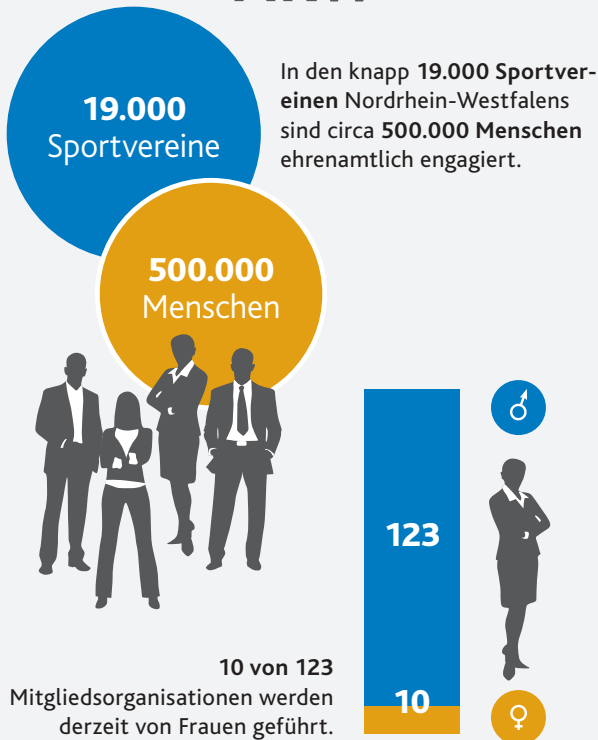
#### **WAS ZÄHLT, IST EINE GUTE MISCHUNG**

Ihre Position als Sprecherin der Frauen im LSB will Eva Selic als ein Engagement für Vielfalt wissen. Es geht ihr darum, dass die Förderung von Frauen in einem Gesamtkonzept Vielfalt gesehen wird. Und sie will die Vorteile dieser Förderung für alle nutzen. „Selbst die Männer sagen, dass, seitdem Frauen in vielen Gremien vertreten sind, die Kommunikationskultur viel besser geworden sei. Und damit auch die Ergebnisse.“ Eine gleichwertige Verteilung von Frauen und Männern auf allen Führungsebenen gehört für sie zu dieser Vielfalt dazu. „Wir sollten alle im Sport vorhandenen Interessengruppe mischen so gut es geht“, so die Forderung der Duisburgerin. „Wenn wir das erreicht haben, besteht keine Notwendigkeit mehr für eine Sprecherin der Frauen. Bis dahin liegt aber noch ein ganzes Stück Weg vor uns.“ Ein Schritt auf diesem Weg ist es, dass auch auf kommunaler und lokaler Ebene die Sportorganisationen eine Gleichstellungsordnung in ihrer Satzung verankern. Eine Mustergleichstellungsordnung hat der Landessportbund hierzu bereits entwickelt. Nun gilt es, den dazugehörigen Leitfaden so praxisorientiert zu gestalten, dass jeder Verein in Nordrhein-Westfalen seine eigene Gleichstellungsordnung entwickeln und umsetzen kann.

Allerdings fehlt leider auf vielen Ebenen des organisierten Sports immer noch eine frauenfreundliche Kultur. Es fehlt der „Klimafaktor Frau“, wie Eva Selic es nennt. Für sie passt es genauso wenig, dass auf einer bestimmten Ebene nur Männer zusammenarbeiten, wie wenn dies ausschließlich Frauen wären. „Das Einzige, was Erfolg bringt, ist eine gute Mischung“, davon ist sie überzeugt.

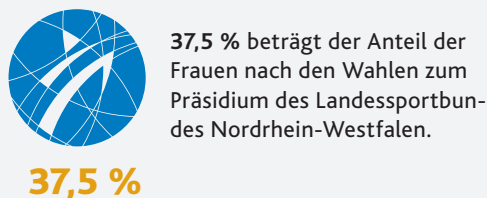
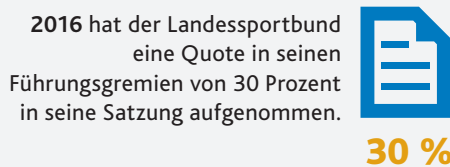
# ZAHLEN

## NRW

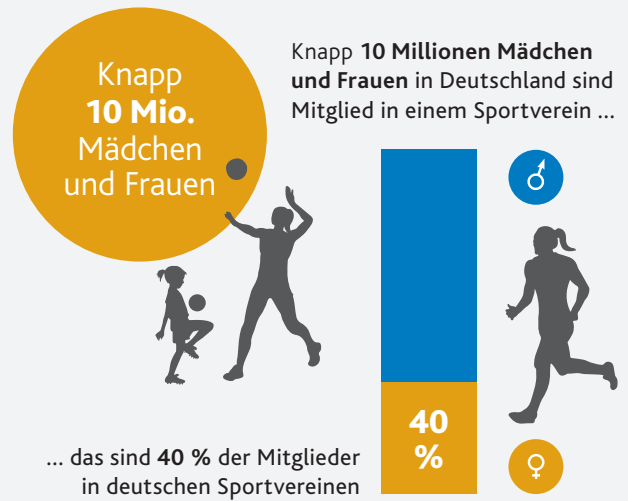


Über **5 Mio.** Mitglieder haben die Sportvereine in NRW, davon **2 Mio.** Frauen.

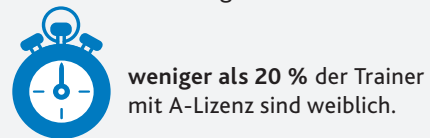
**154.000** Mitglieder sind in Vorständen, **163.800** im Trainings- und Wettkampfbetrieb, **31.200** als Kassenprüfer/in aktiv.



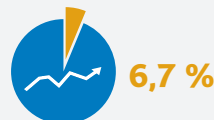
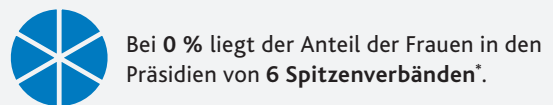
## DEUTSCHLAND



**30 %** beträgt der Frauenanteil im Präsidium des DOSB  
**20 %** ist der Anteil der Frauen in der hauptberuflichen Führung des DOSB.



Lediglich **8 deutsche Spitzenverbände** (von 40\*) realisieren in ihren Präsidien eine Frauenbeteiligung von mindestens 30 Prozent.



**6,7 %** ist im Januar 2017 der Anteil der Frauen in den Vorständen von börsenorientierten Unternehmen in Deutschland, trotz Einführung der Quote.



Der Anteil der Mitarbeiterinnen beim DOSB beträgt **57,2 %**, bei den hauptberuflichen Führungspositionen liegt er bei etwa **20 %**.



**28 von 40\* deutschen Spitzenverbänden** haben **0 Frauen** in der hauptberuflichen Führung ihres Verbandes.

\*Rücklauf der jährlichen Umfrage des DOSB für den Gleichstellungsbericht (2016)



# MACHT DIE UMSETZUNG EINFACHER:

MUSTERGLEICHSTELLUNGSORDNUNG  
DES LANDESSPORTBUNDES

Dass die Gleichstellung von Frauen und Männern im Sport kein Selbstzweck ist, sondern die Voraussetzung für eine gute Zukunft, haben viele Verbände, Bünde und Vereine erkannt. Manchmal sind es nur vermeintlich kleine Veränderungen, die Großes bewirken und die Gleichstellung im Ehrenamt möglich machen, manchmal ist ein größerer Wandel innerhalb der Strukturen und in den Köpfen notwendig. Die gute Nachricht: Niemand muss das Rad neu erfinden und eine eigene Gleichstellungsordnung entwickeln. Denn der Landessportbund hat für seine Mitgliedsverbände eine Mustergleichstellungsordnung entwickelt, die jede Organisation für ihre eigenen Bedürfnisse anpassen kann. Zusammen mit einem Leitfaden für die praktische Umsetzung wird der Weg zur Chancengleichheit wieder ein wenig leichter ...

»»» [Downzuladen unter www.lsb.nrw/unsere-themen/chancengleichheit](http://www.lsb.nrw/unsere-themen/chancengleichheit)

## MUSTER-GLEICHSTELLUNGSORDNUNG

Eine Empfehlung des Landessportbundes Nordrhein-Westfalen e. V.  
(Stand: Januar 2017)

Dies ist die Gleichstellungsordnung des [Name des Vereins/Verbandes/Bundes einfügen].  
Grundlage der Gleichstellungsordnung ist die Satzung.

Das Ziel dieser Gleichstellungsordnung ist es, die Chancengleichheit für Frauen und Männer auf allen Ebenen des [Name des Vereins/Verbandes/Bundes einfügen] strukturell zu verankern und die gleichberechtigte Teilhabe und Gleichbehandlung von Frauen und Männern in allen Bereichen zu gewährleisten. Sie bietet allen Mitgliedern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Handlungssicherheit bei der Verwirklichung von Chancengleichheit.

Die Umsetzung der Handlungsschwerpunkte ist Querschnittsaufgabe für alle Gremien. Besondere Themen und Aufgaben in der Arbeit des [Name des Vereins/Verbandes/Bundes einfügen] sind unter anderem:

- Förderung der Chancen von Frauen und Männern und Abbau von geschlechts-spezifischen Nachteilen;
- Schaffung von Anreizen, um Unterrepräsentanzen von Frauen oder Männern abzubauen;
- Thematisierung von Gleichstellung in allen Strukturen und allen Ebenen sowie in allen Satzungen und Ordnungen;
- Verankerung und Umsetzung geschlechtergerechter Personal- und Organisationsentwicklung;
- Sicherung von geschlechtergerechten Arbeitsbedingungen;
- Vermeidung von Diskriminierung und Gewalt;
- Schaffung von Strukturen zur Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Ehrenamt;
- Generelle Einhaltung einer geschlechtergerechten Sprache in allen schriftlichen (Broschüren, Internet, Prüfungsordnungen etc.) und mündlichen (Reden, Interviews etc.) Veröffentlichungen.

Um der Bedeutung und Wertigkeit der Querschnittsaufgabe Gleichstellung von Frauen und Männern Rechnung zu tragen, wird eine/ein Gleichstellungsbeauftragte/r von der Mitgliederversammlung gewählt. Diese/r hat folgende Aufgaben und Rechte:

- Die/der Gleichstellungsbeauftragte unterstützt den [Name des Vereins/Verbandes/Bundes einfügen] proaktiv dabei, dass alle Ziele und Inhalte zur Erreichung von Geschlechtergerechtigkeit umgesetzt werden.
- Der/dem Gleichstellungsbeauftragten werden die personellen und finanziellen Mittel zur Verfügung gestellt, die für die Umsetzung ihrer/seiner Aufgaben notwendig sind.
- Die/der Gleichstellungsbeauftragte hat ein unmittelbares Vortragsrecht beim Vorstand/Präsidium des [Name des Vereins/Verbandes/Bundes einfügen] – sofern sie/er nicht Mitglied des Präsidiums ist – und wird von diesem bei der Durchführung ihrer/seiner Aufgaben unterstützt.
- Die/der Gleichstellungsbeauftragte erstattet zu jeder Mitgliederversammlung einen Bericht.

Die Ordnung tritt mit Beschluss der Mitgliederversammlung vom [Datum einfügen] in Kraft.

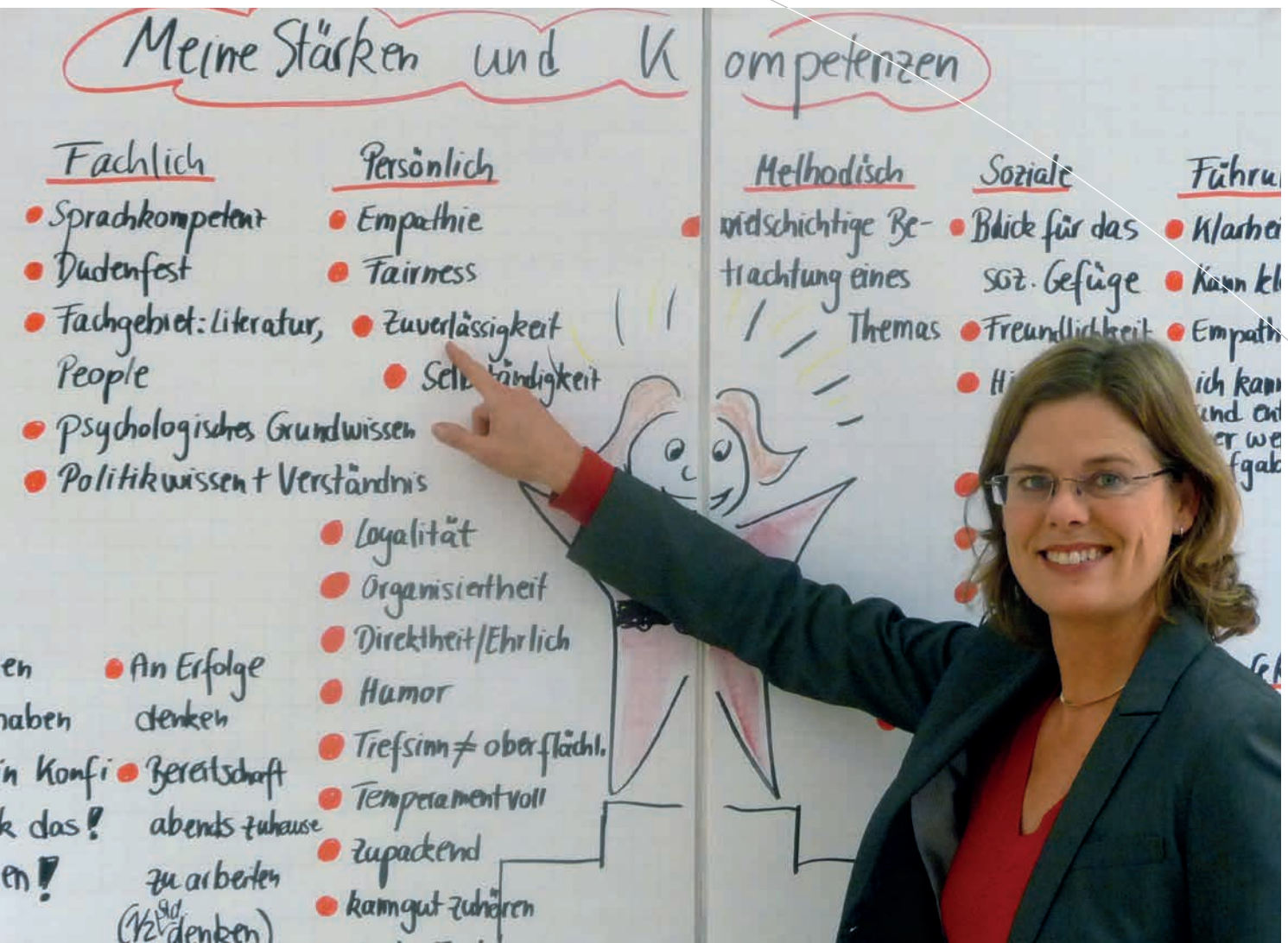
# LIEGT ES IN DEN STRUKTUREN ODER IN DEN KÖPFEN?

## WARUM IMMER NOCH WENIGER FRAUEN ALS MÄNNER IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN SIND

An Schulen und Hochschulen liegt der Frauenanteil bei 50 Prozent. Warum geht es danach nicht so weiter, warum sind nicht auch 50 Prozent der Frauen in den Aufsichtsräten, Geschäftsführungen oder Präsidien? Liegt die geringe Anzahl an Frauen in Führungspositionen an den Strukturen in den Unternehmen oder Organisationen, die sie ausbremsen? Oder muss sich auch in den Köpfen von Frauen selbst etwas verändern? Diese Fragen stellten wir Kommunikationsexpertin und Business-Coach Silke Kienecker.

*Redaktion:* **Haben Männer und Frauen unterschiedliche Motivationen, um Führungsverantwortung zu übernehmen?**

*Silke Kienecker:* Die Motive, die uns anspornen, nach einer Führungsposition zu streben, sind zunächst einmal die gleichen: Das Streben nach Macht, nach Leistung und danach, gemeinsam etwas zu bewegen. Diese drei Basismotive treiben sowohl Frauen als auch Männer an. Anders wird es, wenn man hinter diese Motive schaut. Denn jedes Basismotiv kann unterschiedliche Erlebnisqualitäten haben: affektive (weil es mir Spaß macht), kalkulative (weil ich damit etwas erreichen möchte) und normative (weil es erwartet wird). Bei Männern sind normative und kalkulative Aspekte verbreiteter als bei Frauen: Für sie ist oft klar: Wenn man schon studiert, sollte man auch eine Führungsposition übernehmen. Oder sie nehmen einen Job an, weil es sich gehaltsmäßig und auch vom Prestige her lohnt. Frauen treibt der affektive Aspekt mehr an: Sie wollen, dass ihre Arbeit ihnen Freude bereitet. Männer tendieren eher dazu, in der Macht eine Befriedigung zu empfinden. Frauen setzen sich differenzierter mit Macht auseinander. Sie fragen sich, was Macht für sie bedeutet, wie sie Macht ausüben wollen, wie sie mit Macht umgehen, wie sie Macht leben wollen. Und wer sich mehr Gedanken macht, läuft eher Gefahr zu zweifeln. Wer sich solche Fragen gar nicht stellt, geht oft viel zielstrebig an die Sache. Ob das dann tatsächlich zu einem zufriedenstellenden Berufsleben führt, ist eine andere Frage. Zu mir ins Coaching kommen immer wieder Männer, die ihre Karriere wie ferngesteuert verfolgt haben und dann in der ersten Führungsposition merken, dass das gar nicht ihr Ding ist.



**Redaktion: Welche Eigenschaften muss eine Frau mitbringen, die eine Führungsposition übernehmen will?**

**Silke Kienecker:** Ganz wichtig sind Selbstvertrauen und das Wissen über eigene Stärken und Schwächen. Wer führen will, muss einerseits bereit sein, Verantwortung zu übernehmen und sich andererseits auch abgrenzen können. Eine Frau, die eine Führungsposition übernimmt, wird Situationen erleben, in denen sie nicht gemocht wird. Manchmal muss sie auch Entscheidungen im Interesse des Unternehmens durchsetzen, die anderen nicht gefallen. Das gilt es auszuhalten. Aber das lässt sich lernen, zum Beispiel im Rahmen eines Coachings.

Es gibt Untersuchungen zur Frage, was Frauen in Führungspositionen ausmacht. Dabei ist herausgekommen, dass Frauen, die früh Führungsaufgaben übernehmen, zum Beispiel als Jugendleiterin, auch im Erwachsenenalter häufiger Führungspositionen übernehmen. Je früher Frauen Leitungsrollen

Business-Coach Silke Kienecker unterstützt Frauen in Einzelcoachings und Workshops, ihre beruflichen Ziele zu entwickeln und zu erreichen. Mehr Infos unter [www.kienecker-coaching.de](http://www.kienecker-coaching.de).



einnehmen, umso größer ist die Chance, eine Führungspersönlichkeit zu werden. Wenn es dann noch Lob dafür gibt und jemand sagt „Du machst das toll!“, dann verstärkt dies die Erfahrung, dass sie gestalten, Verantwortung übernehmen, etwas bewirken können.

Genauso könnte es auch in Sportverbänden sein. Das geht aber nicht, wenn die Strukturen die alten bleiben. Den wenigsten Frauen macht es Spaß, nur mit „Old Boys“ zusammenzuarbeiten, die ein ganz anderes Machtverhalten haben, eine andere Kultur. In einer solchen Umgebung fühlen viele Frauen sich nicht wohl, vor allem, weil die Rollenbilder hier unterschiedlich definiert sind. Es müssen mehr Frauen in die Vorstände! Je mehr Frauen dort tätig sind, desto attraktiver werden Führungspositionen im Sport auch für andere Frauen.

Mentoring ist ein gutes Mittel, um Frauen das nötige Rüstzeug zu geben. In meiner Coachingpraxis beobachte ich immer wieder, dass Frauen dazu tendieren, ihre eigenen Fähigkeiten unter den Scheffel zu stellen. Gezieltes Training kann hier sehr hilfreich sein: Wer eine herausfordernde Situation meistert, kann sich dies bewusst machen und so die eigene Leistung besser wahrnehmen. Ich empfehle meinen Kundinnen zum Beispiel, ein Erfolgstagebuch anzulegen. Sie sollen täglich drei Dinge aufschreiben, die gut gelungen sind und sich dabei klar machen, welche Hindernisse sie überwunden haben, welche ihrer Stärken und Kompetenzen sie einsetzen konnten und was sie als messbares Ergebnis erzielt haben. Damit sie nicht wieder sagen „das war Glück“ oder „ich hatte einfach gute Bedingungen“. Nein! Ihr Erfolg liegt darin, dass sie sich etwas vorgenommen und es erreicht haben. Wer



sich das selbst klarmacht, kann auch souveräner über die eigene Leistung sprechen – und klappern gehört auf jedem Fall zum Handwerk. Ohne Eigenwerbung wird man nicht bemerkt!

**Redaktion: Welche Voraussetzungen benötigen Frauen, um Interesse an Führungspositionen zu haben und sich (in den organisierten Sport) einzubringen?**

*Silke Kienecker:* Weibliche Vorbilder! Je mehr Frauen mit Macht und in einflussreichen Positionen in der Öffentlichkeit präsent sind, desto schneller ändert sich unser Frauenbild und junge Frauen empfinden diesen Weg auch für sich als selbstverständlich.

Hinzu kommen veränderte Rahmenbedingungen und Zeiten, die sich mit ihrem Leben, zum Beispiel mit einer Familie, vereinbaren lassen. Normale Dinge wie die Tatsache, dass Zeiten für Besprechungen auf die Öffnungszeiten von Kitas Rücksicht nehmen. Dass Vereine sich nach den Zeiten der Frauen richten. Einfache Veränderungen, wie beispielsweise Meetings effektiver und kürzer zu machen. Die meisten Themen können in 1,5 Stunden besprochen werden.

**Redaktion: Was muss sich noch in den Köpfen verändern, bis Frauen in Führungspositionen selbstverständlich geworden sind?**

*Silke Kienecker:* Es ist wichtig, dass Frauen lernen, ihren Blick nicht auf die Hindernisse zu fokussieren. Das hält sie davon ab, eine Führungsposition zu übernehmen. Denn Führung hat viele positive Aspekte: Man kann selbstständig arbeiten und vieles eigenständig entscheiden. Ich selbst bin immer wieder begeistert von dem, was ich bewegen kann. Als einfache Mitarbeiterin war mir das nicht möglich. Da haben die anderen gesagt, wo es langging und ich hatte zu folgen. Wie befriedigend ist es, Gestaltungsmöglichkeiten zu haben, Erfolge zu genießen und darauf stolz sein zu können! Daraus generiert sich Anerkennung und ein hohes Selbstwertgefühl.

Im Endeffekt wird diese Entwicklung auch unsere Arbeitswelt positiv verändern. Nur wenn Frauen in Führung gehen, haben sie die Möglichkeit, das, was sie als wichtig empfinden, durchzusetzen, egal ob im Beruf oder im Ehrenamt. Sie können Visionen verwirklichen, andere mitreißen und von ihren Zielen begeistern. Das ist das Tolle an einer Führungsposition! Das ist beglückend. Für die Führungskraft selbst, aber auch für diejenigen, die sie führen darf.

# „VORBILDER! VORBILDER! VORBILDER!“



## FÜHRUNGSFRAUEN AUS SPORT, WIRTSCHAFT UND POLITIK ÜBER DAS EHRENAMT

In den letzten Jahren hat sich in der Sportlandschaft in NRW einiges getan: Frauen in Führungspositionen werden zunehmend selbstverständlich und es wächst die Einsicht, dass es nicht unbedingt einen Nachteil darstellt, eine weibliche Führungskraft in den eigenen Reihen zu haben. Diese Erfahrung machen Frauen in allen gesellschaftlichen Bereichen, ob im Sport, in der Wirtschaft oder der Politik. Allerdings sind die Zeiten der Frauen in Führungspositionen erst angebrochen, es bleibt noch sehr viel Luft nach oben und jetzt schon von einer Gleichstellung zu sprechen, wäre sicherlich verfrüht.

Wie Frauen gegenseitig von ihren Erfahrungen profitieren können und was nötig ist, damit sich mehr Frauen im Ehrenamt in Führungspositionen engagieren, war Thema des 4. Frauenpolitischen Salongesprächs im Mai 2017 in Mülheim an der Ruhr.

Hier einige Aussagen und Ratschläge.



## **„Andere fragten mich: ‚Woher kannst du das?‘ Und ich konnte sagen: ‚Aus dem Ehrenamt!‘“**



Claudia Dietzmann (\*1983),  
Unternehmerin, 1. Vorsitzende des  
Volleyballvereins Olpe, Kassenprüferin  
des Westdeutschen Volleyballverbands,  
Elternratsvorsitzende im Kindergarten,  
Leiterin des Jungunternehmerinnenstamm-  
tischs, Mutter von drei Kindern

### **› Was ist Ihr Erfolgsrezept?**

Die Dinge machen mir Spaß, sonst wären Beruf, Familie und Ehrenamt nicht leistbar. Ich traue mir viel zu. Ich sehe mein Ehrenamt als Ausgleich zur Arbeit und zur Kindererziehung. Das geht natürlich nur, wenn der Partner die gleiche Einstellung hat.

### **› Haben Sie einen Rat für Frauen, die eine Führungsposition im Ehrenamt übernehmen wollen?**

Mein Rat für Frauen, die Lust haben, ein Ehrenamt zu übernehmen, sich aber nicht sicher sind: Erstens muss die äußere Haltung stimmen, um gesehen und wahrgenommen zu werden. Das heißt ganz einfach: Schultern nach hinten, Blickkontakt halten, fester Händedruck. Noch wichtiger ist die innere Haltung: Das Selbstwertgefühl muss hoch sein, ich muss mir selbst zutrauen, so ein Amt zu übernehmen. Wenn ich eine starke innere Haltung habe und mir meiner Stärken bewusst bin, kann ich auch unangenehme Situationen meistern. Dann stehe ich darüber und weiß, dass eine Auseinandersetzung nichts mit meiner Person zu tun hat, sondern mit der Sache.

---

## **„Es gibt Momente, da ist die Zeit gekommen und dann geht das plötzlich ganz schnell.“**

### **› Liegt ein Grund für den geringen Anteil von Frauen in Führungspositionen im Sport auch in den Köpfen?**

Dass sich in vielen Bereichen die Rahmenbedingungen ändern müssen, ist sicherlich richtig. Manchmal muss sich aber auch die innere Haltung der Frauen ändern. Wenn sie eine Führungsposition übernehmen möchten, dann müssen sie sagen: „Ja, ich will das!“. Und auf die Frage, ob sie das können, müssen sie antworten: „Ja, ich kann das! Zumindest genauso gut wie du!“. Frauen nehmen sich oft zu viel zurück und trauen sich zu wenig zu. Die bessere Einstellung ist, zu sagen: „Ich weiß, dass ich Fehler mache. Aber die machen Männer auch!“

### **› Gibt es schon Fortschritte in Bezug auf die Chancengleichheit im Sport?**

Es ist viel passiert in den letzten Jahren. Wenn sich zu meinen Anfangszeiten überhaupt eine Frau für einen Vorsitz interessierte, waren die Reaktionen: „Das kannst du nicht!“, „Wir haben da etwas anderes für dich.“ oder „Wir haben uns schon einen Mann für diese Position ausgesucht“. Heute ist das anders. Wenn sich heute eine Frau für eine Führungsposition bewirbt, dann stößt sie nicht mehr auf Ablehnung, sondern auf ernsthaftes Interesse. Dann heißt es: „Cool, wenn sie sagt, dass sie es will, dann kann sie es auch!“. Es gibt keine großen Diskussionen mehr.



Mona Küppers (\* 1955), Kauffrau,  
Angestellte der Universität Duisburg-Essen,  
Vorsitzende des Deutschen Frauenrats und  
Vizepräsidentin Mitarbeiterentwicklung und  
Gleichstellung im LSB NRW, Mutter von drei  
Kindern

## „Auch wenn ich vorher gewusst hätte, was auf mich zukommt, hätte ich es doch gemacht.“



Anke Feller (\* 1971), Sportjournalistin und Moderatorin, ehemalige Spitzensportlerin Leichtathletik, Mutter eines Kindes

### › Was sollte eine Frau wissen, die im Ehrenamt eine Führungsrolle übernimmt?

Sie sollte wissen, dass sie sehr viel lernt – allerdings auf Kosten ihrer eigenen Zeit. Sie darf eine Position nicht blauäugig übernehmen, sondern sollte sich vorher gründlich informieren.

### › Haben Sie gewusst, was auf Sie zukommt?

Nein. Aber auch wenn ich es vorher gewusst hätte: Ich hätte es trotzdem gemacht! Denn eine solche Führungsrolle ist eine Herausforderung und eine spannende Aufgabe zugleich. Ich wollte etwas bewegen. Ich habe 15 Jahre lang Leistungssport gemacht, ich hatte das Gefühl, ich müsste etwas zurückgeben. Ich habe so sehr vom Sport profitiert. Ich bin durch die Welt gereist, habe viel gelernt, tolle Freundschaften durch den Sport geschlossen. Nun war es an der Zeit, etwas für den Sport zu tun.

### › Was sind Voraussetzungen für Chancengleichheit in Führungspositionen – in ihrem Fall in den Medien?

In den Sportredaktionen hängt es immer davon ab, ob Frauen in den Redaktionen sind. Da, wo Frauen sind, kommen Frauen nach. Dann wird das Arbeitsklima für Frauen angenehm. Beim WDR haben wir fast mehr Frauen als Männer, das ist nicht selbstverständlich, aber es funktioniert sehr gut.

---

## „Wir tun, was wir können und wir glauben nicht, dass wir eine andere Wahl haben, wir wollen die guten Leute behalten.“

### › Wie gehen Sie in Ihrer Agentur mit der Vereinbarkeit von Beruf und Familie um?

Unsere Agentur ist aus einem Start-up entstanden. Zusammengesetzt aus Menschen, die sich in großen Unternehmen nicht wiedergefunden haben. Es gab dort zu wenige Dinge, die man bewegen konnte, zu eingeschränkte Freiheiten. Wir sind die Dinge anders angegangen. Wir wollten Beruf und Familie miteinander vereinbaren, ohne dass jemand – dieser Jemand war in den meisten Fällen die Frau – zu Hause bleiben musste. Das war nicht DIE Geschäftsidee, wir wollten nur nicht so weitermachen wie bisher. Wir haben viele Männer in Teilzeit oder mit Homeoffice, bei uns bleiben auch die Männer zuhause, wenn das Kind krank ist.

### › Ist der Aufwand nicht zu hoch?

Natürlich ist das ein hoher Koordinationsaufwand und wir schaffen dies auch nur, wenn alle Kolleginnen und Kollegen es mittragen. Unser Fokus ist: Wir machen das alle zusammen. Wenn bei der Kollegin etwas aus dem Ruder läuft, übernehme ich. Wir tun, was wir können und wir glauben nicht, dass wir eine andere Wahl haben, wir wollen die guten Leute behalten.



Michaela Hares (\* 1971), Geschäftsführerin der Kommunikationsagentur KRANKIKOM, Mutter von zwei Kindern

## **„Wir Frauen haben einen großen Vorteil: Wir wissen, dass Frauen und Männer unterschiedliche Sprachen sprechen. Männer wissen das nicht.“**



Daniela Jansen (\* 1977), Politologin, bis 2017 Abgeordnete im Landtag Nordrhein-Westfalen, Ausschussvorsitzende für Frauen, Gleichstellung und Emanzipation im Landtag NRW, Mutter von Zwillingen

### **› Welche Möglichkeit haben Sie als Politikerin, Chancengleichheit im Sport zu fördern?**

Ich kann als Führungskraft in der Politik natürlich Großes erreichen, aber auch im Kleinen viel bewegen. Ich bin zum Beispiel Wahlkreisabgeordnete und wenn ich in meinem Wahlkreis einen Sportverein besuche, dann frage ich, wer in welcher Funktion ist und wie hoch der Anteil der Frauen ist. Oder ob es in der Sportjugend Frauen in Führungspositionen gibt. Ich zeige damit, dass ich hinschaue. So gewinnt das Thema auch für die Vereine an Bedeutung.

### **› Haben Frauen in der Politik Vorteile gegenüber den Männern?**

Wir Frauen haben einen großen Vorteil: Wir wissen, dass wir unterschiedliche Sprachen sprechen. Männer wissen das in der Regel nicht. Allerdings sollten wir uns nicht verbiegen, und mit Männern auf eine Weise sprechen und mit Frauen auf eine andere. Wichtig ist vor allem, bei sich zu bleiben. Manchmal hilft es aber, die vorhandenen Regeln zunächst einzuhalten – und dann weiterzumachen.

---

## **„Es muss Frauen geben, die vorgehen!“**

### **› Warum ist Frauenförderung immer noch wichtig? Sind nicht nun mal wieder die Männer dran?**

Seit der Jahrtausendwende haben es ein paar Frauen in die Führungsebene geschafft. Die 2000 Jahre zuvor war diese Ebene den Männern vorbehalten. Wenn jetzt nach 17 Jahren kritisiert wird, dass die Männer auf der Strecke bleiben, dann komme ich da nicht mehr mit. An dem Tag, an dem beim Landessportbund der Frauenanteil in Führungspositionen bei 60 Prozent liegt, brauchen wir uns keine Sorgen mehr um Frauen zu machen.

### **› Was ist nötig, damit mehr Frauen eine Führungsposition übernehmen?**

Es muss Frauen geben, die vorgehen! Wir, die wir in den Führungspositionen sind, müssen den anderen sagen und zeigen, wie viel Spaß uns das Ehrenamt macht und dass es keine Last ist! Wenn wir so damit umgehen, können wir anderen Frauen auch vermitteln: Trau dich, du gewinnst viel für dein Leben, du erlebst viel Neues!

Die Ehrenämter haben meinen Horizont extrem erweitert! Wenn ich so damit umgehe, dann kann ich aus allen Bereichen das für mich Beste ziehen. Wenn es Spaß macht, ergänzen diese Bereiche sich wunderbar! Was ich im Ehrenamt lerne, kann ich im Beruf anwenden und umgekehrt.



Dr. Eva Selic (\*1969), Chemikerin, Vizepräsidentin Tauchsportverband NRW und Sprecherin der Frauen im LSB NRW, Mutter von zwei Kindern



## BEST PRACTICE:

### „ICH HABE DIE AUFGABEN AUF MEHRERE SCHULTERN VERTEILT.“

„Bevor ich den Vorsitz unseres Vereins übernahm, waren alle Aufgaben in unserem Verein unter der Kontrolle des vorherigen Vorsitzenden. Er war für alles zuständig. Ich wusste, dass ich diese Herangehensweise nicht übernehmen würde, als berufstätige dreifache Mutter hätte ich dieses Aufgabensum nicht leisten können. So habe ich jede einzelne Aufgabe in unserem Verein schriftlich erfasst. Anfangs wurde ich dafür kritisiert. Aber es kam heraus, dass wir 450 Aufgaben im Verein haben. Aus diesen Aufgaben habe ich Ressorts gebildet und die Aufgaben auf mehrere Schultern verteilt. Wie in der Wirtschaft habe ich eine Art Stellenprofil für die einzelnen Aufgabenbereiche erstellt. Dabei habe ich übrigens enorm von meiner Zeit in der Sportjugend profitiert. Nun kann ich, wenn ich eine Person für ein Amt gewinnen will, ihr immer ganz genau sagen, was auf sie zukommt.“

Claudia Dietzmann, 1. Vorsitzende des Volleyballvereins Olpe

## DAS HABE ICH BEIM SPORT GELERNT

TATKRAFT

WILLENSKRAFT

FÜHRUNGSKRAFT

Claudia Heckmann  
Präsidentin des Schwimmverbandes NRW

Michaela Engelmeier MdB  
Vizepräsidentin Breitensport im LSB NRW

Dr. Eva Selic  
Vizepräsidentin des Tauchsportverbandes NRW

Mona Klippers  
Vizepräsidentin Mitarbeiterentwicklung  
und Gleichstellung im LSB NRW

Anne Feldmann  
Präsidentin der DLRG Westfalen

In Kooperation mit **WESTLOTTO**

[www.beim-sport-gelernt.de](http://www.beim-sport-gelernt.de)

LANDESPORTBUND  
NORDRHEIN-WESTFALEN



