



Sandra Magagnini:

Alleine unter Männern

Norbert Thom:

Jobsharing ist ökonomische Klugheit



Entertainment? Swiss Casinos!

Im Swiss Casinos St. Gallen ist der Eintritt frei.
Wir sind täglich von 12 bis 3 Uhr für Sie da,
am Freitag und Samstag sogar bis 4 Uhr.
Ab 18 Jahren, mit einem amtlichen Ausweis
und gepflegter Kleidung (Herren mit Kragen)
sind Sie dabei.



SWISS CASINOS
St.Gallen

St. Jakob Strasse 55
9000 St. Gallen
www.swisscasinos.ch



Zeichen der Zeit

Sie könne sich «beim besten Willen an keine Diskriminierung während ihrer Karriere» erinnern, sagte uns eine der porträtierten Leaderinnen im Gespräch. Und sie stand damit nicht alleine: Keine Gesprächspartnerin hat in ihrem Berufsleben größere Nachteile für sich ausgemacht, weil sie eine Frau ist. Auf Vorbehalte stiessen sie vielleicht wegen ihres Alters («sehr jung») oder wegen ihrer Branchenfremdheit («Quereinsteigerin») – das wäre aber einem Mann wohl ebenso ergangen.

Das kann einerseits bedeuten, dass die «Frauen von heute» stark genug sind, ihre Ansprüche, Wünsche und Ziele zu formulieren – und sie auch durchzusetzen. Andererseits könnte es auch ein Signal dafür sein, dass die (Ostschweizer) Unternehmen die Zeichen der Zeit verstanden haben: Sie brauchen die Frauen als qualifizierte Arbeitskräfte, um produktiv und wettbewerbsfähig zu sein. Es versteht sich auch von selbst, dass ein frauenfreundliches Unternehmen attraktiver auf dem Arbeitsmarkt ist – und damit Zugriff auf bessere Arbeitskräfte hat.

Immer mehr Frauen schliessen höhere Schulen ab, immer mehr Frauen qualifizieren sich für Kaderstellen – und sind auch bereit, der Karriere einiges zu opfern. Trotzdem herrscht, Statistiken zufolge, immer noch ein Ungleichgewicht zwischen Mann und Frau. So sind in den obersten Führungsetagen nur etwa ein Fünftel Frauen anzutreffen, und verdienen sollen Frauen bis zu 20 Prozent weniger als ihre männlichen Pendanten. Doch diese Statistiken sagen beispielsweise nichts darüber aus, ob eine Frau nicht in eine Führungsposition gelangen kann – oder nicht gelangen will. Und bezüglich Lohnungleichheit kann man nur raten, selbstbewusst und bestimmt zu verhandeln – «ich habe immer bekommen, was ich wollte», verriet uns eine Leaderin im Gespräch.

In dieser Sonderausgabe unseres LEADERs, die wir zu Ehren der weiblichen Führungskräfte LEADERIN getauft haben, lernen Sie starke Frauen aus der Ostschweiz mit Vorbildcharakter kennen. Sie alle beweisen, dass eine Karriere für Frauen sehr wohl möglich ist – und das sogar in eher «männerdominierten» Berufen. Es heisst, das grösste Karrierehemmnis für eine Frau seien nicht Kinder, sondern Vorurteile – so, wie sich die Situation hier präsentiert, darf auch dieses Bonmot als Vorurteil abgetan werden: Starke Frauen nehmen ihren Platz ein, und das ganz ohne staatlich verordnete Quoten.

Viel Leservergnügen wünscht Ihnen

Stephan Ziegler, Dr. phil. I
Chefredaktor

Mein erstes Geschäftsessen.



Meine erste Bank.

Unternehmergeist wecken. Marktchancen erkennen. Anpacken. Wer sein eigenes Unternehmen gründen will, verlässt sich am besten von Anfang an auf die hilfreiche Startup-Beratung und das grosse regionale KMU-Netzwerk der St.Galler Kantonalbank. Das hat sie für viele zur ersten Bank gemacht. sgkb.ch/kmustart

St.Leonhardstrasse 25, 9001 St.Gallen
Telefon 071 231 31 31



**St.Galler
Kantonalbank**



- 6 «Die ‚Ressource Frau‘ wird für den Arbeitsmarkt notwendig»**
Die Präsidentin des Vereins «Leaderinnen Ostschweiz», Iris Müller, über Frauenanteile, Arbeitsmodelle und Frauenquoten.
- 10 In der Informatik zuhause**
Nina Fischer, Marketing- und Salesleiterin parm ag, liess sich von einem EDV-dominierten Geschäft nicht abschrecken – im Gegenteil.
- 12 «Du traust Dir einen solchen Job zu?»**
Regloplas-Geschäftsleitungsmitglied Brigitta Mettler ist als Leiterin Produktion und Logistik in einem Bereich tätig, der nicht gerade mit Frauen assoziiert wird.
- 22 «Jobsharing ist ökonomische Klugheit»**
Professor Norbert Thom ist überzeugt, dass «Fairplay at Work» auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht Sinn macht.
- 24 Frauen führen anders**
Charles Lehmann von der SGKB findet, dass Frauen im Führungskader ein Gewinn für jedes Unternehmen seien – aus verschiedenen Gründen.
- 26 Chancengleichheit nachhaltig umsetzen**
Wie Führungskräfte einen aktiven Beitrag zur Chancengleichheit im Unternehmen leisten und gleichzeitig Managementprozesse verbessern können.
- 28 Stark vernetzt mit «Leaderinnen Ostschweiz»**
Der Verein bringt führungsstarke Frauen zusammen, fördert den Gedankenaustausch und vermittelt Wissen.
- 30 Mut zum Risiko**
Sandra Magagnini fühlt sich als einzige Verkäuferin unter vielen Männern in der Automobilwelt ausgesprochen wohl.
- 32 Vom Alltags- zum Businesslook**
«Baettig – Parfumerie, Hair, Beauty» hat drei Leaderinnen für den perfekten Geschäftsauftritt gestylt.
- 41 Mehr als pünktlich**
Eine Uhr ist nicht nur Zeitmesser, sondern das Schmuckstück, das jedes Outfit perfektioniert und die Persönlichkeit der Trägerin abbildet.



LEADERIN – Career. Business. Lifestyle

Impressum

Magazin LEADER, MetroComm AG, Zürcherstrasse 170, 9014 St.Gallen, Telefon 071 272 80 50, Fax 071 272 80 51, leader@metrocomm.ch, www.leaderonline.ch | **Verleger:** Natal Schnetzer | **Redaktion:** Stephan Ziegler (Leitung), sziegler@metrocomm.ch | **Autoren in dieser Ausgabe:** Stephan Ziegler, Daniela Winkler, Gudrun Sander, Antonia Kirtz | **Fotografie:** Bodo Rüedi, Nada Thomi, Stephan Ziegler, zVg | **Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | **Anzeigenleitung:** Irene Köppel, ikoepfel@metrocomm.ch | **Marketingservice/Aboverwaltung:** Irene Hauser, sekretariat@metrocomm.ch | **Abopreis:** Fr. 60.– für 18 Ausgaben | **Erscheinung:** Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben | **Gestaltung/Satz:** Tammy Rüthli, truehli@metrocomm.ch | **Produktion:** Sonderegger Druck AG, Weinfelden | LEADER ist ein beim Institut für geistiges Eigentum eingetragenes Markenzeichen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung. ISSN 1660-2757

metr
comm

In Zusammenarbeit mit den Leaderinnen Ostschweiz



«Die ‚Ressource Frau‘ wird für den Arbeitsmarkt notwendig»

Iris Müller ist Präsidentin des Vereins «Leaderinnen Ostschweiz». Im Gespräch erklärt sie, wie Unternehmen von einem hohen Frauenanteil profitieren, wie man einen Arbeitgeber von alternativen Arbeitsmodellen überzeugt und warum sie Frauenquoten ablehnt.

Text: Stephan Ziegler Bilder: Bodo Rüedi

Iris Müller, weshalb ist ein guter Frauenanteil für ein Unternehmen wertvoll?

Die gleichmässige Verteilung von Männern und Frauen in Führungspositionen wirkt sich positiv auf Kultur und Entwicklung des Unternehmens aus. Gemischte Teams haben unterschiedliche Sichtweisen auf ein Problem, finden dadurch bessere Lösungen. Zudem sind Frauen unternehmerisch vorsichtiger, zeigen strategischen Weitblick und können sich gut in Mitarbeitende, Kunden und Konkurrenz hineinversetzen.

Und was kann eine Firma tun, damit es mehr Frauen ins Kader schaffen?

Das Managementteam in einem Unternehmen arbeitet am besten mit einem transparenten, kooperativen und partizipativen Führungsstil sowie mit Führungsinstrumenten wie zum Beispiel Zielvereinbarungen. Weiter müssten Kriterien zur Beförderung offen gelegt sein, und Frauen sollten beim Netzwerken aktiv unterstützt werden. Für Frauen mit Kindern ist die Kinderbetreuung ein wichtiger Punkt. Ebenso ist das Anbieten von alternativen Arbeitsmodellen wie beispielsweise Topsharing, also Jobsharing bei Führungspositionen, ein erfolgversprechendes Modell.

Zudem müssten Vorurteile wie «führen = männlich» abgebaut werden.

Genau. Insbesondere die HR-Abteilung sollte auf mögliche Stereotypisierungsmechanismen sensibilisiert sein. Denn die HR-Mitarbeitenden sind mitverantwortlich an der Teamzusammensetzung. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, wird das Unternehmen am Markt als attraktiv wahrgenommen und kann so leichter qualifizierte Mitarbeiterinnen finden. Eine Win-win-Situation!

Wäre auch eine Quote eine Lösung, um mehr Frauen ins Kader zu holen?

Nein, die Quote ist keine nachhaltige Massnahme. In meinen Augen handelt es sich um eine politische Hauruck-Aktion in einem komplexen System von gesellschaftlichen, strukturellen und historischen Faktoren. Die Quote als isolierte Massnahme kratzt nur an der Spitze des Eisbergs und generiert erst noch falsche Wirkung.

Sie müsste an ein ganzes Paket von Massnahmen geknüpft werden. Falls sich die Quote auf politischer Ebene durchsetzen sollte, stehen wir vor ganz anderen Problemen – wie zum Beispiel ihrer Erfüllung. Viel wichtiger ist es, dass gleiche Leistungen von Frauen und Männern auch gleich honoriert werden.

Werden eigentlich immer die besten Führungskräfte befördert – oder vielleicht nur die am besten (in der Männerwelt) vernetzten?

Führungspersonen besetzen Positionen oftmals mit Menschen, denen sie vertrauen. Das ist menschlich. Die Lösung liegt hier einerseits im Selfmarketing der Frau, andererseits im Unterhalten eines guten Netzwerks. Gerade hier möchten wir mit Leaderinnen Ostschweiz ansetzen und an der Basis «Frau» arbeiten.

Das heisst?

Leaderinnen Ostschweiz setzt sich zum Ziel, Frauen, die Führungs- und Fachverantwortung übernehmen, zu stärken. Wir möchten Frauen aus der Ostschweizer Wirtschaft mit Unterstützung von Xing, Facebook und unserer Website www.leaderinnenostschweiz.ch sichtbar machen und vernetzen. Somit stärken wir kompetente Frauen. Mit unserer Tätigkeit können Rollenmodelle entstehen, an denen sich angehende Führungs- und Fachfrauen orientieren können. In der Psychologie spricht Albert Bandura vom Beobachtungslernen, das eines der effektiven Methoden zur Verhaltensänderung darstellt.

Dies erhöht die Wahrnehmung der Frauen im Unternehmen und somit in der Wirtschaft. Kann es auch zum Aufweichen von Stereotypen beitragen?

Ja. So kann der bisher eher männlich konnotierte Begriff Führen zu «Führen = weiblich und männlich» werden. Zudem möchten wir die Frauen zum Geben und Nehmen im eigenen Businessnetzwerk ermutigen, um so Synergien für sich und ihr Unternehmen zu nutzen. Dafür setzt sich der Verein Leaderinnen Ostschweiz ein.

Viele Frauen wollen gar nicht um jeden Preis Karriere machen. (Lacht) Ja, aber möchte es denn jeder Mann? Viele mussten bisher, weil es der gesellschaftliche Status verlangte... Diese Vorstellung

«Auch in der Ostschweiz werden Frauen im Arbeitsprozess immer wichtiger.»

«Frauen sind unternehmerisch
vorsichtiger, zeigen
strategischen Weitblick
und können sich gut in
Kunden und Konkurrenz
hineinversetzen.»





Management- Zertifikat für Umsteigerinnen und Wiederein- steigerinnen

Planen Sie Ihren Wiedereinstieg oder einen Umstieg in eine qualifizierte Position?

Wir helfen Ihnen Ihr Fachwissen durch eine Management-Weiter-
bildung zu ergänzen und begleiten Sie in Ihrem persönlichen
Veränderungsprozess mit Coachings und Ressourcenworkshops.

Das sagen unsere Absolventinnen:



- Dank ‚Women Back to Business‘ habe ich den beruflichen Wiedereinstieg geschafft. Weil der Kurs aus Kurzmodulen bestand, konnte ich die Kinderbetreuung optimal organisieren.
- Das Zertifikatsprogramm spielte eine Schlüsselrolle in meiner persönlichen und beruflichen Entwicklung.
- Dank meiner Abschlussarbeit habe ich ein tolles Jobangebot bekommen.



Kursstart:

6. März 2013, Dauer ein Jahr

Informationsanlässe:

ab 29. November 2012 in Zürich

Weitere Informationen:

www.es.unisg.ch/wbb

anneliese.fehr@unisg.ch +41 (071) 224 75 16

INTERCOIFFURE **Dom Pi**
DER FARBSPEZIALIST
GALLUSSTRASSE 8 IN ST. GALLEN
TELEFON 071 222 40 46
WWW.DOM-PI.CH



ist in einer Umbruchphase. Neu kommen die demografische Entwicklung und der damit verbundene Fachkräftemangel dazu. Die noch zu wenig genutzte Ressource Frau wird für den Arbeitsmarkt notwendig. Viele Unternehmen erkennen das. Diese Umbruchphase zeigt sich auch im erhöhten Bedarf von Kinderkrippen, etwa in der Stadt St.Gallen. Nadine Hoch vom Kita-Netzwerk begründet diesen Zuwachs damit, dass Frauen arbeiten wollen und auch von den Unternehmen nachgefragt werden. Für Frauen wird es zunehmend selbstverständlich, dass sie auch als Mütter berufstätig bleiben.

Sie sprechen Fachkräftemangel und demografischer Entwicklung an. Hier sind alternative Arbeitsmodelle gefragt.

Klar. Hochqualifizierte Jobs können auch in Teilzeit oder im Topsharing-Modell erledigt werden. Ein gewisser Reifegrad und Offenheit im Unternehmen werden vorausgesetzt. Die ewige Präsenzkultur muss überwunden werden. Schliesslich kann man mit digitalen Medien kommunizieren und sich organisieren.

Und wie überzeugt man den eigenen Arbeitgeber davon, neue Arbeitsmodelle einzuführen?

Die Vorteile von alternativen Arbeitsmodellen am Beispiel der Teilzeitarbeit oder Topsharing liegen auf der Hand. Nur schon ihr Anbieten macht das Unternehmen für potenzielle Mitarbeitende attraktiver. Weiter können qualifizierte Mitarbeitende z. B. nach dem Mutterschaftsurlaub gehalten und weiterentwickelt werden. Der Teilzeitmitarbeitende ist produktiver, fehlt weniger, wechselt weniger die Unternehmung und zeigt ein höheres Commitment als Vollzeitmitarbeitende. Zudem geben sich Teilzeitkräfte besonders Mühe, da sie nicht hinter Vollzeitkräften zurückstehen möchten.

Brauchen Frauen eigentlich andere firmeninterne Strukturen als Männer?

Nicht unbedingt. Frauen können sich mit einer sportlichen Einstellung und dem Mut zum «Scheitern und wieder Aufstehen» auf eine gute Art und Weise in der Businesswelt durchsetzen. Diese Fähigkeiten möchten wir mit Leaderinnen Ostschweiz mit Instrumenten aus unserer Eventreihe «IMPULS – das Kompetenzforum» unterstützen.

Wie sehen heute die Möglichkeiten aus, neben der Erwerbsarbeit Aufgaben in Familie und Haushalt zu übernehmen?

Es ist teilweise ein Kraftakt. Denn es steht und fällt mit der Betreuungssituation, deren Ausgangslage für jede Berufsfrau anders aussieht. Die Frauen müssen ihr individuelles Modell finden: Partner, Grosseltern, Kinderkrippe, Tagesmutter oder Nanny. Oft ist es ein Mix aus allem, denn durchgehende, institutionelle Betreuungsinfrastrukturen sind heute vielfach nicht gegeben oder schlicht zu teuer.

Wird die Frage der Vereinbarkeit von Beruf, Karriere und Familie eigentlich auch für Männer wichtiger?

Ja. Auch Männer wollen sich zunehmend aktiv an der Familienarbeit beteiligen, mehr Zeit für sich selbst, intensivere Beziehungen zu ihren Kindern und mehr Lebensqualität haben. Auch hierfür ist



die Akzeptanz von Unternehmensseite gestiegen. Und gibt es immer mehr Männer, die einer Teilzeitbeschäftigung nachgehen, so wird dies nicht mehr als Einzelphänomen wahrgenommen, sondern zur Norm – sprich selbstverständlich.

«Wichtig ist es, dass gleiche Leistungen von Frauen und Männern gleich honoriert werden.»

Zum Schluss: Wo steht die Ostschweizer Wirtschaft punkto Gleichstellung?

Ich glaube, dass sich die Ostschweiz nicht signifikant von anderen Schweizer Regionen unterscheidet. Auch bei uns werden Frauen im Arbeitsprozess immer wichtiger. In der Ostschweiz sind einige Organisationen mit unterschiedlichen Schwerpunkten unterwegs, die sich für die Integration der Frauen in der Wirtschaft einsetzen.

Also – packen wir es an und leisten einen Beitrag zur Entwicklung der Ostschweizer Gesellschaft und Wirtschaft.

Persönlich

Iris Müller (*1977), Präsidentin des Vereins «Leaderinnen Ostschweiz», hat an der Universität Bern Arbeits- und Organisationspsychologie studiert und arbeitete für Daimler, für das Fraunhofer-Institut in Stuttgart und für Mitsubishi Motors in Japan. Seit fünf Jahren ist Iris Müller als Senior Usability Consultant bei der soultank AG in Zug und St.Gallen tätig. Sie unterstützt Unternehmen in der Evaluation und Gestaltung von nutzerfreundlichen Anwendungen ihrer interaktiven Systeme wie Websites, Softwareapplikationen und diversen Geräte. Iris Müller ist verheiratet, zweifache Mutter und wohnt in St.Gallen.

In der Informatik zuhause

Nina Fischer (*1980) leitet seit 2009 die Bereiche Marketing und Sales bei der St.Galler Firma parm ag, die seit über 16 Jahren Projektmanagement-Software für Unternehmen aller Grössen entwickelt und anbietet. Das doch eher EDV-dominierte Geschäft hat sie nie abgeschreckt, im Gegenteil.

Text: Stephan Ziegler Bild: Bodo Rüedi

«Nein, ich kann beim besten Willen kein Beispiel geben, wo ich mich als Frau diskriminiert gefühlt habe», sagt Nina Fischer nach kurzem Nachdenken. «Natürlich gibt es manchmal Situationen, gerade bei neuen Kunden, wo ich mich erst beweisen oder durchsetzen muss. Das hat aber eher mit meinem Alter zu tun als mit meinem Geschlecht.»

Fischer, die nach der Handelsmittelschule in Trogen erst gejobbt, dann berufsbegleitend die Berufsmatura nachgeholt und anschliessend an der Fachhochschule St.Gallen Betriebsökonomie mit Vertiefung Marketing studiert hat, ist in einer Domäne zu Hause, die sonst eher noch von Männern beherrscht wird – in der Informatik, genauer im Verkauf von Projektmanagement-Software. «Nicht gerade das sexieste Produkt», lacht sie, «zumindest auf den ersten Blick.» Weil Projektmanagement-Software aber einer Firma enorm helfen könne, den Geschäftsgang positiv zu beeinflussen, finde sie sie aber trotzdem «höchst spannend. Ebenso wie den praktischen Bezug zur Betriebswirtschaft, die mich schon immer fasziniert hat und die ich deshalb auch studiert habe». Das Studium hat sie nur für sich gemacht, niemand habe sie dazu gedrängt. «Das würde ich auch jedem und jeder empfehlen: Dass man das lernt oder studiert, was einem liegt und passt – die Möglichkeiten sind so gross.»

Traumberuf Informatik

Fischer, die von sich sagt, das Marketing fasziniere sie auch, weil es der Bereich sei, in dem das Geld reinkomme – «das interessiert mich mehr als jener, in welchem das Geld ausgegeben wird» – hat nach ihrem Studium als Assistentin des Marketing-und-Sales-Leiters der parm ag angefangen; dieser nahm wenig später eine neue Herausforderung an, und Fischer konnte sozusagen nachrücken. «Da muss ich meinem Chef ein Kränzchen winden – dass er mir als junger Frau diese Chance gegeben hat.»

Man merkt es Nina Fischer an, dass sie zu hundert Prozent hinter den Softwarelösungen ihres Brötchengebers steht, wenn sie von ihrer Arbeit spricht. Da dringt sogar Begeisterung durch: «Ob meine Stelle ein Traumberuf ist? Ja, das klassische Marketing hat mich nie wirklich interessiert, für Mode oder Autos zum Beispiel.» Marketing heisse bei der parm ag nämlich nicht, Flyer zu gestalten oder Inserate zu schalten. «Wir bearbeiten unsere Kunden aktiv und meist direkt. Face-to-face ist für uns am wichtigsten.»

Typische Kunden ihres Arbeitgebers sind Ingenieure aus Industrie

oder Bauwesen, die sehr projektbezogen arbeiten, Mannstunden verrechnen und deshalb auf eine Projektmanagement-Software angewiesen sind, die auch fakturieren kann – wie die der parm ag. «PARM heisst Project Accounting and Risk Management. Ersteres bedeutet, unsere Software kann Projekte direkt abrechnen und gibt die Zahlen an die Buchhaltung weiter. Und unser Risikomanagement-Tool kann Projekte mit Risikoeinstufungen bewerten.» Neben den klassischen Usern berät Fischer deshalb auch Banken, Versicherungen oder Chemieunternehmen im strategischen Projektmanagement.

Indien erschliessen

Dieser persönliche Kundenkontakt, das Eruiere von Bedürfnissen und das Anbieten von Lösungen, gehört zu Fischers Hauptaufgaben:

«Ich mache aktive Kundenakquise. Zwar kommen auch Kunden auf uns zu, viele gehen wir über Networking aber direkt an.» Besonders schätzt sie es, dass sie viel unterwegs sein kann – sei es bei Kunden, an Messen oder Kongressen: «Wir sind stark am expandieren. Zurzeit werden Finnland, Schweden, Indien, Deutschland und Österreich verstärkt bearbeitet, mit Partnerfirmen und Beratern vor Ort, die unsere Produkte vertreiben. Das bringt häufige Reisetätigkeit mit sich.»

Aber halt – was will eine Schweizer Softwarefirma denn auf dem indischen Markt, gerade dort werden doch unzählige Programme entwickelt und programmiert?

«Wir können unsere Software so anbieten, dass sie nicht nur für grosse Firmen infrage kommt, sondern mit einer sehr tiefen Maturität, das heisst auch von Kleinstfirmen, eingesetzt werden kann, die nicht viel Know-how haben. Indien wächst gewaltig, hat einen riesen KMU-Bereich – da können wir einsteigen, bei Firmen, die sich etwa SAP nicht leisten können oder für die das zu gross ist.»

Und das mit einer Firma, die gerade mal dreissig Personen beschäftigt, zehn in St.Gallen, zwanzig in Polen, wo die Software programmiert wird. Ins kleine Team der parm ag konnte sie sich schnell integrieren; dank der flachen Hierarchie ist die Firma sehr flexibel – genau wie Nina Fischer selbst: «Früher hatte ich praktisch keinen Bezug zur Informatik. Heute verkaufe ich nicht nur, sondern helfe auch mit, beispielsweise das User-Interface zu verbessern.» Programmieren könne sie zwar immer noch nicht – «das muss ich auch nicht» –, aber sie kann beurteilen, was User wollen oder was das Interface können muss. Und je besser das klappt, desto besser verkauft sich das Produkt – Marketing eben.

«Projektmanagement-Software ist nicht gerade das sexieste Produkt.»

A woman with short dark hair, wearing a black blazer over a white t-shirt and dark trousers, stands smiling in a doorway. Her left hand is in her pocket. In the background, another person is seated at a desk with a blue chair, working. A window with greenery outside is visible behind the desk.

Nina Fischer:

«Das klassische Marketing hat mich nie wirklich interessiert, für Mode oder Autos zum Beispiel.»



Brigitta Mettler:
«Offen traut sich niemand
zu sagen: ‚Sie als Frau‘.»

«Du traust Dir einen solchen Job zu?»

Brigitta Mettler (*1973) leitet seit über einem Jahr als Mitglied der Geschäftsleitung die Bereiche Produktion und Logistik bei der St.Galler Firma Regloplas AG, die sich auf die Herstellung von Temperiergeräten für die Druckguss- und Kunststoffindustrie spezialisiert hat. Dass der Weg dorthin nicht so steinig war, wie man auf den ersten Blick meinen könnte, zeigt sich im Gespräch.

Text: Stephan Ziegler Bilder: Bodo Rüedi

Etwas überrascht sei sie schon gewesen über die Porträtanfrage, sagt Brigitta Mettler am Hauptsitz der Regloplas AG im Osten der Stadt St.Gallen. Schliesslich ist für sie ihr Posten alles andere als speziell: «Als gelernte Damenschneiderin mit einem Flair für Zahlen war für mich nach der Lehre klar: Die Textilbranche ist es, das Kreative aber eher nicht.» Also hat sie, naheliegend, die Technikerschule TS mit Fachrichtung Bekleidung in Zürich absolviert. «Ich wusste, dass ich nicht Schneiderin bleiben wollte, dass der Weg aber auch nicht ins Design führen sollte. Damit war die Entscheidung für Technikerin relativ einfach.»

Nach dem Abschluss 1997 arbeitete Brigitta Mettler, die als siebtes Kind auf einem Hinterthurgauer Bauernhof aufgewachsen ist, in der Arbeitsvorbereitung von verschiedenen Textilfirmen, bis sie 2001 bei der Swisstulle in Münchwilen landete, als Leiterin der Produktionsplanung – vorerst. «Da habe ich zum ersten Mal gespürt, dass man als Frau nicht immer ganz ernst genommen wird: An einer Sitzung haben die Männer wohl über mich gesprochen, aber nicht mit mir – obschon ich anwesend war.» Nach ein paar markigen Worten an die Männerrunde hat sich das aber schlagartig gebessert. «Nach einem halben Jahr habe ich gesehen, dass die Produktion nicht so läuft, wie sie sollte und könnte. Also habe ich ein Gespräch mit dem Geschäftsführer verlangt, um ihm darzulegen, wie ich es machen würde.»

Dieser wollte ihr eine Viertelstunde Zeit einräumen – zuwenig für Brigitta Mettler: «Ich sagte ihm, dass sich so ein Gespräch nicht lohne.» Und siehe da, der Herr hatte plötzlich mehr Zeit. Und Einsicht: Er wollte Brigitta Mettler die Chance geben, ihre Vorstellungen zu verwirklichen. Mit einem Vorbehalt: «Wenn ich Ihnen diese Chance gebe und es klappt nicht – was dann?» «Dann können Sie mich kündigen», antwortete Mettler prompt. Das beeindruckte ihn so sehr, dass sie drei Monate Zeit bekam, ihre Pläne in die Tat umzusetzen. «In der Zeit konnten wir die Durchlaufzeit nahezu halbieren und die Lieferpünktlichkeit massiv verbessern. Das war ein Schlüsselerlebnis. Da habe ich gesehen, dass es klappt, wenn man sich nur traut.» Als Anerkennung erhielt sie einen Blumenstrauss und wurde Leiterin Logistik. Nach etwa drei Jahren konnte Mettler die ganze Produktion übernehmen, diese leitete sie bis Herbst 2007. 2002/2003 absolvierte sie zudem berufsbegleitend ein Nachdiplomstudium als Betriebswirtschaftlerin.

«Dann wollte ich etwas Anderes machen – die Produktion bei Swisstulle war optimiert und lief reibungslos – und habe nach Zü-

rich zu einer Spezialitätendruckerei gewechselt. Bei der Tovenca habe ich Etiketten für die Pharma- und Hygieneindustrie produziert.» Während dreier Jahre hat sie als Produktionsleiterin die Produktion optimiert und effizienter gemacht. «Mit der Krise gingen aber auch die Aufträge zurück, da bin ich gegangen, wollte für ein paar Monate nach Australien.»

Nach ihrer Rückkehr wurde Mettler durch die Regloplas kontaktiert, für die sie im Rahmen ihres Nachdiplomkurses «Sport- und Eventmanagement», den sie für ihre Funktion als Leitungsteammitglied der FrauenVernetzungsWerkstatt St.Gallen absolvierte, die Feierlichkeiten zum 50-Jahre-Jubiläum organisierte. «Ende Januar 2011 wurde bekannt, dass die Produktionsleitung von Regloplas vakant war», erinnert sich Mettler. «Im Februar haben mich Verwaltungsratspräsident Paul Wyser und Seniorchef Max Stieger angefragt, ob ich diese Aufgabe übernehmen wolle. Am 1. März habe ich angefangen.» Was sie nicht sagt: Sie wurde zur Regloplas geholt, um die Produktion auf Vordermann zu bringen. Die Firma steckte in einer Krise, da rund 70 Prozent der Produktion in Euro verkauft werden. Dieser Prozess ist jetzt gross- teils abgeschlossen, Ende September konnte die Regloplas einen guten Jahresabschluss präsentieren.

Wenn Brigitta Mettler nun auf ihre bisherige Karriere zurückblickt: Waren ihre Erfahrungen in einer doch noch männerdominierten Branche eher gut oder eher schlecht? «Nun, bei Umstrukturierungen oder Neuorganisierungen gibt's immer innere Widerstände der Belegschaft, ob diese nun ein Mann oder eine Frau durchführt», sagt sie. «Allen recht machen kann man es da nie. Dafür bin ich aber nicht da, wir wollen überleben, nicht in Schönheit sterben.» Dass da einige Mitarbeiter jeweils Mühe hatten mit neuen Arbeiten oder Positionen, sei normal und nicht geschlechterabhängig. «Offen traut sich ohnehin niemand zu sagen: «Sie als Frau». Aber man merkt, dass es den Männern oft zuvorderst liegt.» Die grössten beiden Unterschiede sieht Mettler im Selbstbewusstsein und im Image: «Frauen unterschätzen sich häufiger als Männer. „Du traust Dir zu, so einen Job zu übernehmen?“ hörte ich schon öfter von Freundinnen. Der zweite ist die Aussensicht: Mich hat einmal ein Personalvermittler gefragt: «Wie sind Sie denn zu einem solchen Job gekommen?» Ich: «Wahrscheinlich wegen meines tiefen Ausschnitts ...» Einen Mann hätte er sowas nie gefragt. Es dauert vielleicht noch etwas, bis auch Frauen in technischen Berufen eine Selbstverständlichkeit sind.»

«Allen recht
machen kann
man es nie.»



Kunstpelz



Brigitta Mettler relativiert aber gleich auch: «Es ist ja ein gutes Zeichen, dass beide Firmen einer Frau eine Chance gegeben haben, sogar ein traditioneller Familienbetrieb wie die Regloplas. Offenbar zählt schlussendlich doch nur der Leistungsausweis. Man nahm bei der Einstellung keine Rücksicht aufs Geschlecht, man hätte aber auch keine Rücksicht genommen, wenns nicht geklappt hätte – dann hätte ich als Frau keinen Bonus gehabt.» Auch bei Lohnverhandlungen wusste Mettler immer, was sie wollte – «und es hat immer gut funktioniert. Wer an sich glaubt, kann auch entsprechend verhandeln.»

Wichtig ist Brigitta Mettler zu betonen, dass man auch etwas erreichen könne, ohne den geraden Weg zu gehen. «Dass ich als gelernte Damenschneiderin heute in einer weltweit tätigen Firma die Produktion und Logistik mit 50 Leuten leite, scheint auf den ersten Blick unmöglich. Wenn man aber will, kann auch das klappen.» Eine Lehre oder ein Studium sei erst der Anfang, es könne danach nach links oder nach rechts gehen. «Hauptsache, man schliesst etwas ab – nachher sind die Möglichkeiten heute ja extrem breit.»

Ebenso wichtig ist Mettler ein Motto: «Wer kämpft, kann verlieren, wer nicht kämpft, hat schon verloren.» Das soll aber nicht heissen, dass bei ihr das Leben ein Kampf wäre: «Im Gegenteil, ich bin der Meinung, man dürfe und solle auch den Erfolg geniessen, das macht ‚Frau‘ vielleicht noch etwas zu wenig. Denn man darf ruhig stolz auf das Erreichte sein.»

Die Karriere ist das eine, wie sieht es aber bei Brigitta Mettler, die mit ihrem Lebenspartner in Oberbüren lebt, mit der Familienplanung aus? «Eine eigene Familie war bei mir nie ein Thema. Ich habe mit Mitte 20 entschieden, dass ich eine Karriere vorziehe, denn ich mache gerne alles richtig. Karriere und Familie wären für mich schon zuviel Kompromiss.»

Regloplas

Die Firma Regloplas AG konzentriert sich seit über 50 Jahren auf die Entwicklung und Herstellung technologisch hochstehender Temperiergeräte. Temperiergeräte von Regloplas garantieren in der Druckguss- und Kunststoffindustrie für gleichbleibend hohe Produktequalität bei der Herstellung von Fertigerzeugnissen – wie beispielsweise bei der Produktion von Legosteinen. Verantwortungsbewusste Mitarbeiter sorgen am Hauptsitz in St.Gallen für kundenorientierte Praxislösungen, die ökonomischen und ökologischen Bedürfnissen gerecht werden. Weltweit agiert Regloplas in über 50 Ländern mit eigenen Vertriebsgesellschaften und ausgewählten Partnern. Im täglichen Informationsaustausch wird wertvolles Know-how generiert und Kundennähe sichergestellt. Ein global agierendes und stetig wachsendes Schweizer Unternehmen mit über 70 Mitarbeitern, das seinen Fokus klar auf Produktinnovation und Technologievorsprung legt.

www.regloplas.com

Anzeige

Ihre Druckerei – Briefbogen, Couverts, Visitenkarten, Prospekte, Flyer, Broschüren, Bücher, Plakate, Geburtsanzeigen, Festführer, Lose, Manuals, Handouts, Dokumentationsmappen, Garnituren, Formulare, Blocks, Schulungsunterlagen, Selbstklebe-Etiketten...

Victoriadruck AG

Hauptstrasse 63
9436 Balgach

T 071 722 21 54

F 071 722 75 25

info@victoriadruck.ch

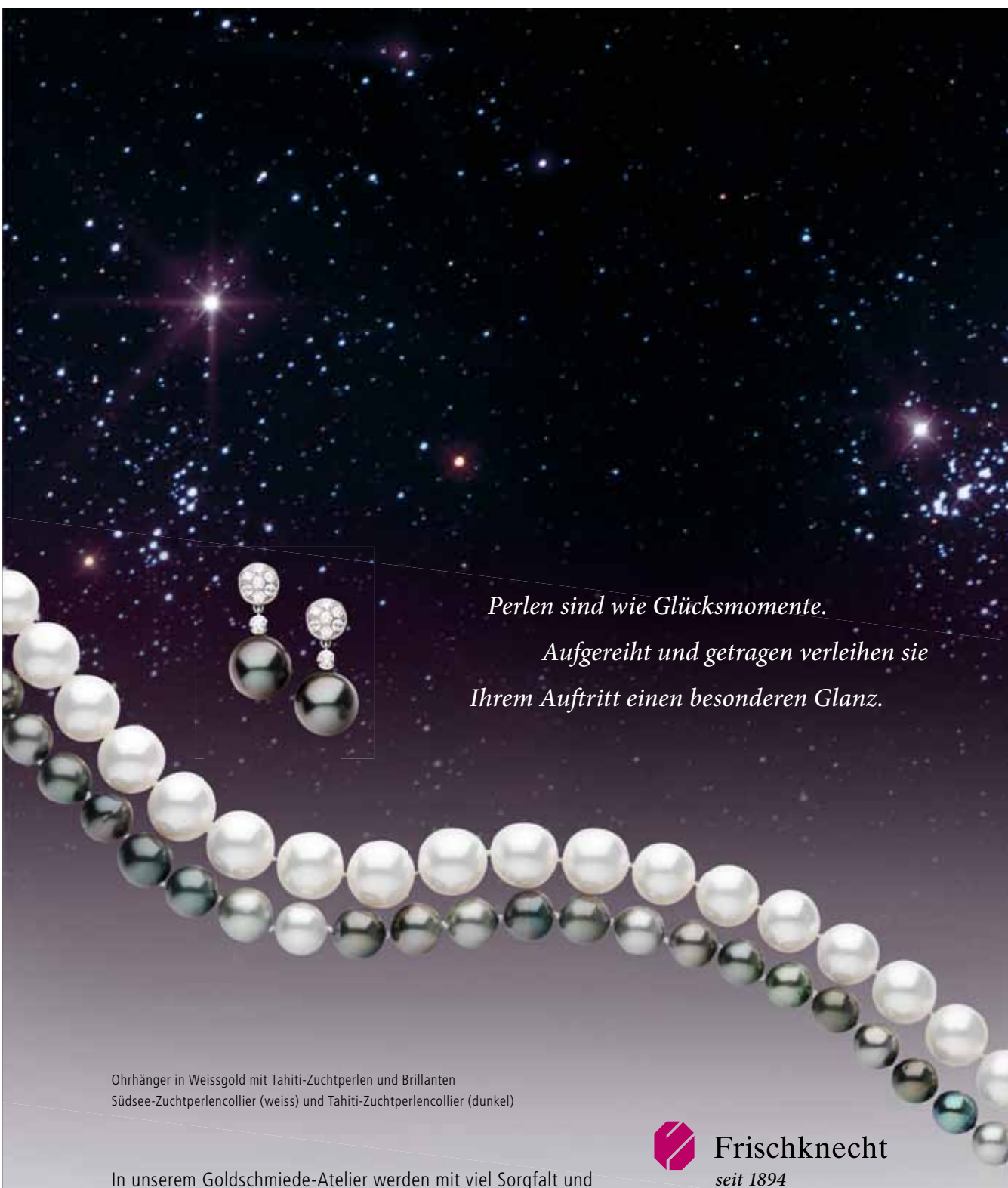
www.victoriadruck.ch

Offsetdruck Digitaldruck Weiterverarbeitung Gestaltung Lettershop



Nicola
Wurster-Eichmann

Edith
Caviezel-Eichmann



*Perlen sind wie Glücksmomente.
Aufgereiht und getragen verleihen sie
Ihrem Auftritt einen besonderen Glanz.*

Ohrhänger in Weissgold mit Tahiti-Zuchtperlen und Brillanten
Südsee-Zuchtperlencollier (weiss) und Tahiti-Zuchtperlencollier (dunkel)

In unserem Goldschmiede-Atelier werden mit viel Sorgfalt und Liebe zum Detail Schmuckstücke entworfen und gefertigt.

Wenn Ihre eigene Idee Realität werden möchte, setzen wir Ihren Traum in einen individuellen Schmuck um.



Frischknecht
seit 1894

Frischknecht Juwelier
Marktplatz 18 – 20
9004 St. Gallen

Telefon 071 222 16 16
www.frischknecht-juwelier.ch

Weiterbildungsangebote

For Women only: Weiterbildungen, Referate und Workshops in der Ostschweiz, die speziell auf die Bedürfnisse weiblicher Führungskräfte ausgerichtet sind. Übersichten über aktuelle Aus- und Weiterbildungsangebote schweizweit finden Sie auf ausbildung-weiterbildung.ch sowie studium-schweiz.ch.

Universität St.Gallen HSG

06.03.2013 bis 28.03.2014

21 Tage

Women Back to Business

Beruflicher Wiedereinstieg oder Umstieg für Frauen

Kontakt: Anneliese Fehr, Tel. 071 224 75 16,
anneliese.fehr@unisg.ch, www.unisg.ch

27.02.2013

VR-Seminar für erfahrene und angehende Verwaltungsrätinnen

Vermittlung der neuesten rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Konzepte zur wirksamen Führung und Aufsicht von Unternehmen sowie Erfahrungsaustausch mit erfahrenen und angehenden Verwaltungsrätinnen

Kontakt: Center for Corporate Governance, Andrea Schmid,
Tel. 01 224 23 70, vr-seminare@unisg.ch, www.ccg.ifpm.unisg.ch

Verein Leaderinnen Ostschweiz, St.Gallen

29.11.2012, 18.15 Uhr

Selfmarketing – das Thema mit Zukunft

Ort: St.Galler Kantonalbank AG, Hauptsitz St.Leonhardstrasse 25, 9001 St.Gallen

Kontakt: www.leaderinnenostschweiz.ch,
Anmeldung über Anmeldeformular

Industrie- und Handelskammer IHK St.Gallen-Appenzell mit Partner Leaderinnen Ostschweiz

19.11.2012, 17.00 Uhr

IHK-Symposium

Konjunkturforum der IHK St.Gallen-Appenzell und der St.Galler Kantonalbank

Ort: Olma Messen St.Gallen, Olma Halle 2.1

Kontakt: www.leaderinnenostschweiz.ch, Anmeldung über Anmeldeformular, oder www.ihk.ch, Anmeldung über Anmeldeformular

26.03.2013, 28.05.2013, 24.09.2013, 26.11.2013,
jeweils 12.00 bis 13.30 Uhr

Merchants Club Women Only

IHK Business Lunch. Gemeinsames Mittagessen/Netzwerken mit einer interessanten Frau als Interviewgast

Kontakt: www.leaderinnenostschweiz.ch,
Anmeldung über Anmeldeformular, oder
IHK St.Gallen-Appenzell, Diana Rausch, diana.rausch@ihk.ch

Business and Professional Women (BPW) Ostschweiz

08.11.2012, 14.30 bis 19.00 Uhr

Introduction Day on Boards of Directors (in English)

Referate von Maurice Zufferey, Spencer & Stuart, Virginie Carnie, Vice President BPW Switzerland, Dominique Freymond, Vice-Chairman of the Board of Directors, Swiss Post, Barbara Merz, Wipfli, Muheim & Merz, Board Member of various SME

Ort: Restaurant Zum Äusseren Stand, Bern

Kontakt: www.bpw.ch, Anmeldung über Anmeldeformular

12.11.2012, 08.30 Uhr

Seminar: Power für die Profi-Frau

Ort: Seminarzentrum Stein Egerta, Schaan

Kontakt: BPW Club Rheintal, www.bpw-rheintal.ch,
Anmeldung über Anmeldeformular

Universität Liechtenstein, Vaduz

(BPW Club Rheintal ist Kooperationspartner)

24.05.2013, 16.00 bis 20.00 Uhr

Businessforum für Frauen

Ort: Universität Liechtenstein, Vaduz

Kontakt: www.bpw.ch, Anmeldung über Anmeldeformular



Frauenanteil in Führungsposition erhöhen

Mehr Frauen in Führungspositionen? Das ist nicht nur möglich, sondern auch im Interesse der Unternehmen. Das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO hat eine Sammlung von «good practices» für Wirtschaftskreise veröffentlicht. Die Initiative wird vom Schweizerischen Arbeitgeberverband und vom Schweizerischen Gewerbeverband unterstützt.

Text: Daniela Winkler Bild: zVg

Die jüngsten Statistiken zeigen: In den Unternehmen der Schweiz sind Frauen in Führungspositionen immer noch untervertreten. Die Situation hat sich seit rund zehn Jahren nicht wesentlich verbessert. Dabei trägt, wie mehrere Untersuchungen zeigen, ein ausgewogener Frauenanteil an der Firmenspitze massgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Für zahlreiche Firmenchefs steht fest, dass gemischte Teams kreativer sind und den Ansprüchen der Kunden besser gerecht werden. Es bringt klare Vorteile, wenn mehr Frauen an der Unternehmensführung beteiligt sind und die Zukunft des Unternehmens mitprägen.

Bewusst Veränderungen herbeiführen

Explizite Anstrengungen, um mehr Frauen in der Führung einzusetzen, nehmen Unternehmen noch kaum auf sich. Ausnahmen bilden gemäss Publikation «Frauen in Führungspositionen: So gelingt's» des Staatssekretariats für Wirtschaft SECO Raiffeisen und Roche. Die Genossenschaftsbank und der Chemiekonzern haben sich für quantifizierte Vorgaben entschieden. Raiffeisen möchte bis 2015 mindestens 30 Prozent Frauen im Topkader. Bei Roche sollen bis Ende 2014 mindestens 20 Prozent des obersten Kaders Frauen sein.

Das Dossier besagt auch, dass eine spürbare und nachhaltige Verstärkung des Frauenanteils in Führungspositionen nur dann erreichbar wird, wenn das Topmanagement eine klare Motivation und einen festen Willen zeigt, diese Veränderung herbeizuführen. Es braucht eine klare, messbare Zielvorgabe. Wird diese Zielvorgabe in die gesamte Unternehmensstrategie integriert, kann sie die grösste Wirkung zeigen.

Erreichen der gesetzten Ziele

Konkrete Massnahmen oder Massnahmenbündel zur Erhöhung des Frauenanteils im Topmanagement haben sich vor allem grössere Firmen vorgenommen. In kleinen Firmen sind die Aktivitäten impliziter und individueller.

Erfahrungsgemäss reicht es nicht aus, intern fehlende Führungsfrauen ausserhalb des Unternehmens zu rekrutieren. Zudem ist es aus betriebswirtschaftlicher Sicht ratsam, talentierte Mitarbeiterinnen, in welche das Unternehmen bereits investiert hat, möglichst lange an das Unternehmen zu binden und gezielt zu Führungskräften weiterzuschulen. Das Unternehmen kann dazu auf Massnahmen zurückgreifen, die speziell auf Frauen ausgerichtet sind, etwa ein Mentoringprogramm ausschliesslich für weibliche Mitarbeiterinnen.

Neue Arbeitsmodelle

Nach wie vor tragen die Frauen in der modernen Gesellschaft die Hauptverantwortung für Familie und Haushalt. Ob sie Kinder betreuen oder nicht, Frauen sind offenbar stärker daran interessiert, ihre verschiedenen Lebensbereiche unter einen Hut zu bringen. Sie möchten nicht weniger arbeiten als Männer, aber sie möchten ihre Zeit so einteilen können, dass sie ihre diversen Aufgaben möglichst effizient vereinbaren können. Ein Unternehmen, das mehr Frauen in Führungspositionen will, muss es den Mitarbeitenden ermöglichen, ihre Handlungsspielräume zu bewahren und sie muss flexible Arbeitsmodelle anbieten: Dazu gehören Jobsharing, Teilzeitarbeit, Gleitzeit und Telearbeit.

Gerade bei Führungspositionen achten die Unternehmen deshalb darauf, diese Handlungsspielräume zu schaffen, damit sich die unterschiedlichen Lebensaufgaben organisatorisch gut bewältigen lassen. Die Erfahrungen der durch das SECO untersuchten Firmen zeigen: Sind diese Modelle erst vorhanden und werden sie aktiv kommuniziert, machen nicht nur Frauen, sondern auch Männer gerne davon Gebrauch. Flexibilität und eine Work-Life-Balance ist heute ein grosses Bedürfnis bei allen Arbeitnehmenden. Auch die Wirkung ist vielfältig: Arbeitnehmende, die sich ihre Arbeit flexibel einteilen und mit anderen Interessen verbinden können, sind gemäss den Aussagen der befragten Personen zufriedener, arbeiten produktiver.

Bessere Vernetzung

Ein verbreiteter Befund einschlägiger Studien lautet, die zu geringe Vernetzung der Frauen sei eine Ursache für die geringe Frauenvertretung in Führungspositionen. Frauen hätten zwar durchaus ihre privaten und auch beruflichen Netzwerke, nutzten diese aber offenbar weniger gezielt und strategisch für ihre berufliche Weiterentwicklung als Männer.

Fazit des SECO-Dossiers: Das Engagement für eine stärkere Vertretung von Frauen in Führungspositionen ist möglich und lohnt sich. Dies gilt für grosse Unternehmen – aber auch für kleine oder mittlere Betriebe. Wird bei grösseren Unternehmen stärker auf die Verankerung der Ziele in den Prozessen und Managementsystemen gesetzt, so ist bei kleineren und mittleren Betrieben das sichtbare persönliche Engagement der Unternehmensleitung entscheidend. Die Grundmotivation bleibt indes dieselbe: Die Überzeugung, dass mehr Frauen in Führungspositionen den langfristigen Unternehmenserfolg fördern.

Quelle: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern



«Es bringt klare
Vorteile, wenn mehr
Frauen an der
Unternehmensführung
beteiligt sind und
die Zukunft des
Unternehmens
mitprägen.»

GERNE
STYLEN WIR
AUCH SIE!

VEREINBAREN SIE
IHREN BERATUNGS-
TERMIN!



BEAUTY HAIR PARFUMERIE
MULTERGASSE 2 9000 ST. GALLEN
TELEFON 071 222 49 16 - 071 222 16 55
FAX 071 223 62 33 E-MAIL baettig@baettig-sg.ch
www.baettig-sg.ch

ESTÉE LAUDER



Samstag, 16. März 2013
Universität St. Gallen

Lara Stoll

**Frauen
Vernetzungs
Werkstatt**

Mitdenken - Mitreden - Mitmachen

www.frauenvernetzungswerkstatt.ch



Karin Riegger,
Teilnehmerin Executive MBA

St.Galler Executive MBA

Individuell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten:

Eidgenössisch anerkanntes Nachdiplomstudium, 60 Tage berufsbegleitend, modular aufgebaut, inhaltlich und zeitlich flexibel:

EMBA in Dienstleistungsmanagement | EMBA in Entrepreneurship
| EMBA in Finanzen und Controlling | EMBA in Sales- und Marketing-Management

Der Einstieg ist jederzeit möglich.

Interessiert?

Weitere Informationen auf www.fhsg.ch/emba oder rufen Sie uns an: Telefon +41 71 228 63 28

Sesselrücken in der Ostschweiz

Wir zeigen, welche weiblichen Führungskräfte 2012 wo eine neue Position übernehmen bzw. sich verabschieden. Ein Überblick ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Fachhochschule St.Gallen

Claudia Brönimann trat im Februar dieses Jahres die Stelle als Projektleiterin von Praxisprojekten an der FHS an. Ende 2008 bis Anfang 2012 war sie bei Credit Suisse als Project Managerin angestellt.

Grossenbacher Systeme AG

Der Elektrotechnik-Betrieb hat eine neue Marketing & Sales Managerin. Irene Grill. Sie war schon zuvor als Marketing Leiterin bei evidanza GmbH in Deutschland tätig.

Helvetia Versicherungen

Elisabeth Stadelmann-Meier ist seit 2010 bei den Helvetia Versicherungen angestellt. Im Januar 2012 wurde sie Teamleiterin der Abschlüsse in St.Gallen.

Heizkörper Prolux AG

Für Marketing und Kommunikation ist seit Januar 2012 Claudia Sutter zuständig.

Jüstrich Cosmetics AG

Bis Januar 2012 war Sabine Pfefferkorn zuständig für das Export Marketing bei SIGVARIS AG. Nun ist sie Product Manager bei Jüstrich Cosmetics, somit verantwortlich für die Entwicklung von Kosmetikprodukten.

Kantonsschule Heerbrugg

In den Aufgabenbereich der neuen Verwalterin Esther Bass fallen unter anderem die Finanzen, Infrastruktur und Personaladministration.

Kantonsspital St.Gallen

Als neue Bereichspersonalleiterin übernimmt Danielle Baumgartner Knechtli Einstellung und Koordination des Personals.

Namics AG

Beim führenden Web-Dienstleister in der Schweiz und Deutschland wird Nadine Müller als Recruiting Manager künftig für die Personalgewinnung zuständig sein.

Raiffeisen

Seit Mai 2012 sorgt Sandra Krucker als Organisationsleiterin der Raiffeisen Bank St.Gallen für reibungslose Bankgeschäfte.

RAV Oberuzwil

Die Führung des Regionalen Arbeitsvermittlungszentrums (RAV) hat Katja Kreienbühl im Januar 2012 übernommen.

Sigvaris AG

Beim Textilunternehmen Sigvaris AG befasst sich Isabelle Bernard künftig mit dem Company Branding und Andrea Etter mit dem Marketing im Inland. Isabelle Bernard war bis im August zuständig für das Export-Marketing.



«Jobsharing ist ein Gebot ökonomischer Klugheit»

Professor Norbert Thom ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Direktor des Instituts für Organisation und Personal der Universität Bern. Er zeigt im Interview mit dem Eidgenössischen Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann (EBG) auf, wieso FAIRPLAY-AT-WORK aus betriebswirtschaftlicher Sicht Sinn macht.

Norbert Thom, immer mehr Männer und Frauen pochen heute auf eine vertretbare Balance zwischen Erwerbsarbeit und Familienleben. Da bahnt sich offensichtlich ein Umdenken an?

So ist es. Sogar in unserer Disziplin, der Ökonomie, deren Studierende ausgesprochen karriereorientiert sind, wird Work-Life-Balance ausdrücklich verlangt. Wir machen regelmässig Umfragen unter den Studierenden, was sie von ihrer ersten Stelle erwarten. Die Forderung nach Work-Life-Balance hat dieses Mal einen Riesensprung nach vorne gemacht und steht jetzt auf Platz drei, knapp hinter den Wünschen nach einer interessanten Tätigkeit und attraktiven Weiterbildungsmöglichkeiten.

Das heisst, die Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber müssen handeln. Welche Massnahmen sind am wirkungsvollsten, um dem Wunsch nach Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu entsprechen?

Die Flexibilisierung der Arbeitszeit ist zentral. Darunter verstehe ich auch Formen von Teilzeitarbeit, inklusive Jobsharing. Von grosser Bedeutung ist die Frage des Arbeitsorts. Stichwort Teleworking, also die Möglichkeit, einen Teil der Arbeit zu Hause zu erledigen. In unserem Institut zum Beispiel, in dem wir klar umrissene Aufgabepakete wie das Schreiben eines wissenschaftlichen Aufsatzes, die Vorbereitung einer Unterrichtslektion oder die Durchsicht einer Lizentiatsarbeit haben, lässt sich Teleworking problemlos umsetzen. Natürlich sind andere Stellen wie diejenige einer Sekretärin, die eine Art Drehscheiben-Funktion hat, an vollständige Präsenz gebunden.

Teilzeitarbeit ist bereits sehr viel breiter akzeptiert. Die meisten Frauen arbeiten Teilzeit, etliche Männer ebenfalls. Was noch weitgehend fehlt, sind Teilzeitpensen auf Führungsstufe. Interessanterweise werden ja die meisten Führungsfunktionen de facto gar nicht zu hundert Prozent vom jeweiligen Amtsinhaber wahrgenommen. Wenn jemand gleichzeitig Firmenchef, Verwaltungsratspräsident, Nationalrat, Oberst im Militär und Präsident eines Verbandes ist, kann er die einzelnen Aufgaben mit Sicherheit nur bewältigen, indem er Teile an seine StellvertreterInnen, Adjunkte, GeneralsekretärInnen und andere Mitarbeitende delegiert. Kurz: Er praktiziert längst Teilzeitarbeit, allerdings nur inoffiziell.

Teilzeitarbeit in Führungsfunktionen würde ja insbesondere auch die Karrierechancen von Frauen erhöhen, die auf diesem Weg Beruf und Familie sehr viel besser verbinden könnten.

Ich sehe diese hochqualifizierten Frauen bei uns am Institut. Sie besitzen genauso viele Diplome wie die Männer, nicht selten sogar noch das eine oder andere mehr und haben überhaupt keine Lust, ihre Ausbildung mit der Geburt des ersten Kindes an den Nagel zu hängen. Solche Frauen reden Klartext mit ihren Partnern, da wird verhandelt und am Ende beschliesst das Paar möglicherweise, dass sich beide um ein Siebzig-Prozent-Pensum bewerben, was wiederum bedeutet, dass die Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber flexibler werden und vermehrt attraktive Teilzeitstellen anbieten müssen.

Denkbar wären auch Jobsharing-Modelle.

Jobsharing, in Spitzenpositionen nennen wir es auch Topsharing, bietet tatsächlich grosse Vorteile. Ich bin trotz vorhandener Schwierigkeiten ein Befürworter dieses Modells, weil ich überzeugt davon bin, dass ich auf diesem Weg Wissen, Erfahrungen und Know-how von zwei qualifizierten Personen bekomme. Da denken jeweils zwei Köpfe mit, Impulse aus zwei verschiedenen Lebenswelten kommen zusammen, Erfahrungsschätze aus zwei Leben sind zu haben. Rein ökonomisch argumentiert, ist es ein Gebot der Klugheit, dieses Potenzial, insbesondere auch das weibliche, zu erschliessen. Realistisch betrachtet könnte ich als Arbeitgeber gewisse Fachfrauen nicht bekommen, wenn ich ihnen nicht eine Teilzeit- oder Jobsharing-Stelle anbieten würde.

«Teilzeitangestellte sind produktiver; sie arbeiten konzentrierter und dichter.»

Woher rührt der nach wie vor grosse Widerstand vieler Unternehmen gegen Jobsharing- beziehungsweise Topsharing-Modelle?

Ein Hauptgrund dagegen ist der erhöhte Koordinationsaufwand. Der lässt sich nicht von der Hand weisen. Zunächst müssen zwei passende Personen gefunden, dann müssen die Aufgabenbereiche definiert und der Kommunikationsfluss gut geregelt werden, es braucht Überlappungszeiten zur gegenseitigen Information. Als Vorgesetzter muss ich mit zwei Personen Qualifikationsgespräche und Salärverhandlungen führen und vielleicht sogar eines Tages vertreten, dass ich Frau X eine grössere Lohnerhöhung gebe als ihrem Partner, Herrn Y. Wer mit Job- oder Topsharing-Paaren zu tun

hat, wird in seiner Führungsfähigkeit herausgefordert. Das halte ich allerdings auf die Dauer für einen Vorteil. So lernen die Chefinnen und Chefs, transparenter und nachvollziehbarer zu entscheiden und zu handeln.

Die Kosten, heisst es auch, wären höher. Kommt Jobsharing die Unternehmen teurer zu stehen?

Kurzfristig gesehen, ist es etwas teurer. Der administrative Aufwand ist höher; auch im Bereich Sozialversicherung ist etwas mehr zu zahlen. Ich plädiere trotzdem dafür, weil ich überzeugt bin, dass sich diese Investition auf die Länge mehr als auszahlt. Dazu kann es ja wohl nicht angehen, dass die jungen Frauen bei uns inzwischen rund die Hälfte aller MaturandInnen und Studierenden stellen, langjährige teure Ausbildungen absolvieren und nach zwei, drei Jahren Erwerbsarbeit an den Herd zurückkehren. Es wäre ökonomisch unklug, wenn eine Gesellschaft diese aufgebaute Humanresource nicht in Anspruch nehmen würde. Insbesondere zum jetzigen Zeitpunkt, wo wir einen Mangel an qualifizierten Arbeitskräften haben.

Was weiss die Wissenschaft über die Arbeitsleistung von Teilzeitarbeitenden?

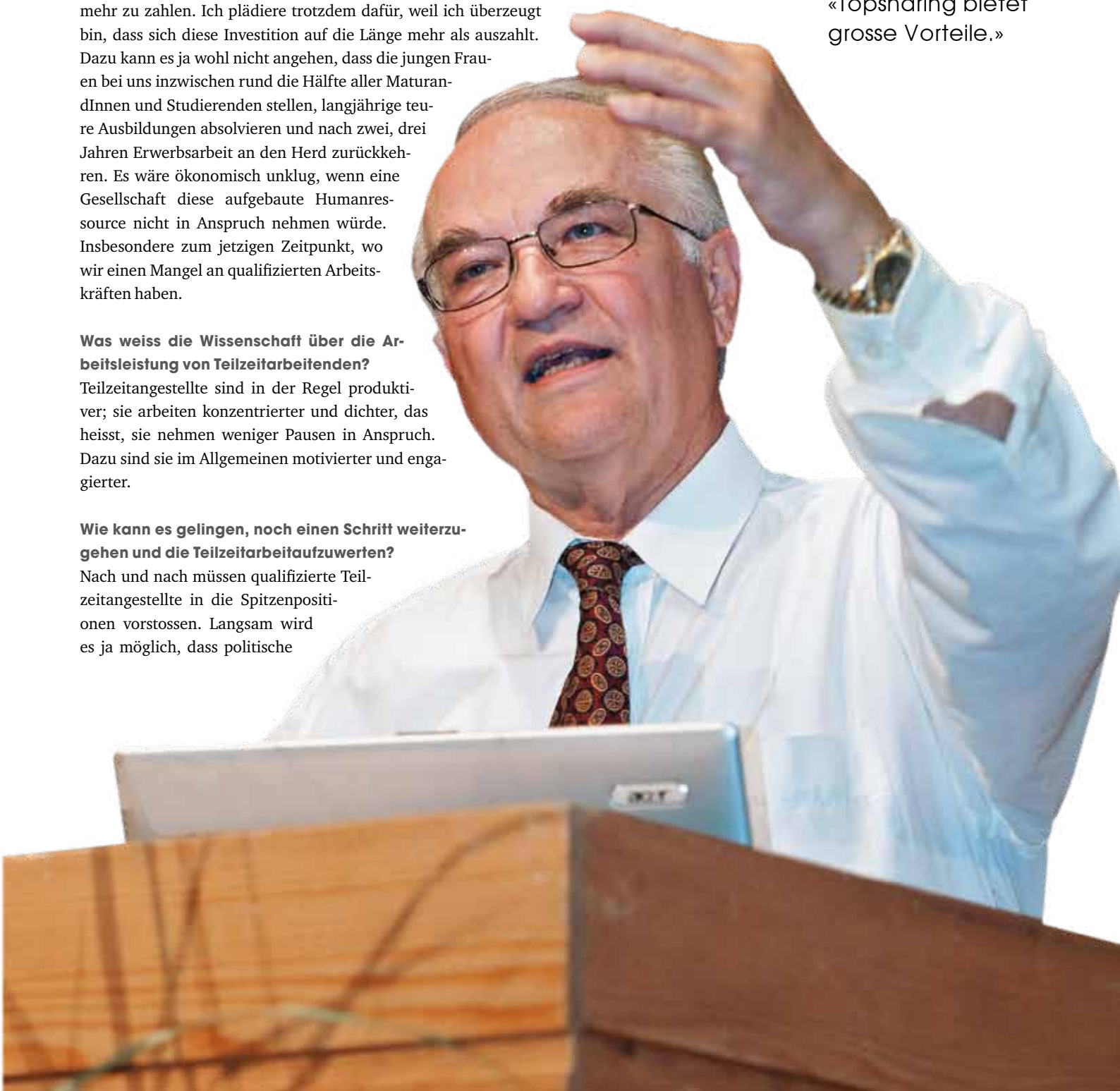
Teilzeitangestellte sind in der Regel produktiver; sie arbeiten konzentrierter und dichter, das heisst, sie nehmen weniger Pausen in Anspruch. Dazu sind sie im Allgemeinen motivierter und engagierter.

Wie kann es gelingen, noch einen Schritt weiterzugehen und die Teilzeitarbeit aufzuwerten?

Nach und nach müssen qualifizierte Teilzeitangestellte in die Spitzenpositionen vorstossen. Langsam wird es ja möglich, dass politische

Ämter geteilt werden, oder dass beispielsweise ein Datenschutzbeauftragter seinen hochverantwortungsvollen Posten mit einem Fünfzig-Prozent-Pensum bewältigt. Je sichtbarer solche Beispiele werden, umso grösser sind die Chancen, dass Teilzeitarbeit zu einer anerkannten Alternative in allen Unternehmensrängen wird.
www.fairplay-at-work.ch

Norbert Thom:
«Topsharing bietet grosse Vorteile.»



A middle-aged man with short, light brown hair and glasses is smiling at the camera. He is wearing a dark navy blue suit jacket over a light blue shirt and a blue and white striped tie. He is standing in a modern office hallway with large windows in the background, which are out of focus. His hands are clasped in front of him, resting on a light-colored railing. The lighting is bright and even.

«In den nächsten vier, fünf Jahren wird sich der Anteil an Frauen in Führungspositionen erhöhen.»

Frauen führen anders

Charles Lehmann, Niederlassungsleiter der St.Galler Kantonalbank in St.Gallen, ist überzeugt, dass Frauen im Führungskader ein Gewinn für jedes Unternehmen sind – sie würden neue Perspektiven eröffnen und genauer abwägen.

Interview: Daniela Winkler Bild: Bodo Rüedi

Charles Lehmann, wie hoch ist der Frauenanteil bei der St.Galler Kantonalbank?

Die insgesamt 554 Mitarbeiterinnen machen rund 43 Prozent unseres Personalbestands aus.

Und wie sieht es bei den Führungspositionen aus?

Der Anteil Frauen beim Kader beträgt 23 Prozent, in der Direktion sind es neun Prozent. Immerhin gelang auf Kaderstufe seit 2009 eine Steigerung von 20 auf 23 Prozent. Noch klar ungenügend ist der Anteil Frauen auf Direktionsstufe.

Das klingt nach Bedauern. Wird die St.Galler Kantonalbank geschlechterspezifische Förderprogramme erarbeiten?

Bei der Besetzung von Vakanzen besteht bei uns Chancengleichheit für Mann und Frau, wobei es keine speziellen Förderprogramme gibt. Unsere Ausschreibungen richten sich selbstverständlich immer an beide Geschlechter. Wir haben keine Präferenzen, wie wir die Positionen neu besetzen wollen. Wir wollen hervorragende Mitarbeitende – egal ob Männer oder Frauen. Auch wenn ein höherer Frauenanteil wünschenswert ist, kann er nicht erzwungen werden. So ist es doch ernüchternd, dass sich beispielsweise bei einer der letzten Ausschreibungen einer Führungsposition in der Region St.Gallen keine einzige Frau beworben hat.

Woran mag das liegen?

Vielleicht trauen sich viele Frauen keine Führungsposition zu oder gewichten andere Aspekte ihres Lebens höher? Meiner persönlichen Einschätzung nach liegt es vielleicht auch daran, dass es heute noch zu wenige Frauen im entsprechenden Alter mit den nötigen Kompetenzen gibt. Wir haben bei der St.Galler Kantonalbank sehr viele junge Mitarbeiterinnen, die Fach- und Zusatzausbildungen absolviert haben und das Rüstzeug für eine Kaderposition besitzen. Sie sind jedoch noch zu jung und haben noch nicht ausreichend Erfahrungen für die nächste Karrieresprosse gesammelt.

Von welchem Zeithorizont sprechen Sie da?

Das wird sich in den nächsten vier, fünf Jahren ändern. Dann wird sich der Anteil an Frauen in Führungspositionen bestimmt erhöhen.

Was zeichnet den Führungsstil einer Frau aus? Unterscheidet er sich grundlegend von demjenigen eines Mannes?

Eine Frau führt anders als ein Mann, aber ebenso gut. Ihr Entscheidungsprozess unterscheidet sich meist von einem männlichen. Generell tun Frauen Teams sehr gut. Sie bringen die Männerwelt dazu, dass kontrollierter argumentiert wird, und sie bereichern eine Diskussion oder eine Lösungsfindung mit ganz anderen, neuen Gesichtspunkten. Dabei stellen sich Kadermitarbeiterinnen selten in den Vordergrund; es fällt mir eher auf, dass sie sich zurücknehmen und vielfach noch etwas zu bescheiden geben.

Sie sprechen von einem andern Entscheidungsprozess. Wie sieht dieser aus?

Eine Studie der Boston Consulting Group belegt, dass Männer anhand weniger Fakten entscheiden und dabei mehr Risiken eingehen. Frauen hingegen wollen mehr Details wissen, bevor sie sich festlegen. Ein Drängen auf Entscheidung ist bei einer Frau fehl am Platz. Haben sie dann aber eine Entscheidung getroffen, wird diese konsequenter durchgezogen.

«Rund 75 Prozent aller Mitarbeiterinnen bei der SGKB sind teilzeitbeschäftigt.»

Unterstützen Sie bei der St.Galler Kantonalbank Frauen auch mit individuellen Arbeitsmodellen, die ihnen helfen, Familie und Karriere zu vereinen?

Ja. Rund 75 Prozent aller Mitarbeiterinnen sind bei der SGKB teilzeitbeschäftigt; es sind sogar Teilzeitmodelle auf Kaderstufe möglich. Zudem fördern wir den Wiedereinstieg in den Beruf. Dazu haben wir vor etwa drei Jahren zusammen mit Business and Professional Women (BPW) das Projekt Women back to Business ins Leben gerufen. Jedes Jahr findet ein Modul des Kurses in der St.Galler Kantonalbank statt.

Zum Schluss: Welche Erfahrungen haben Sie mit dem Projekt Women back to Business gemacht?

Daran nehmen meist Hochschulabsolventinnen zwischen 35 und 40 Jahren teil. Sie sind sehr gut ausgebildet und haben jüngeren Mitarbeitenden etwas voraus: ausreichend Lebenserfahrung. Wenn sie immer etwas à jour geblieben sind, gelingt der Wiedereinstieg sehr einfach – und die Erfahrung zeigt, dass sie dann sehr treue Mitarbeiterinnen sind.

Chancengleichheit von Frau und Mann nachhaltig umsetzen

Wie Führungskräfte einen aktiven Beitrag zur Chancengleichheit im Unternehmen leisten und gleichzeitig Managementprozesse verbessern können.

Text: Gudrun Sander* und Catherine Müller**

Damit in der Arbeitswelt die tatsächliche Gleichstellung Realität wird, muss sie zur Chefsache werden. Mit relativ geringem Aufwand lassen sich entscheidende Verbesserungen erreichen. Gleichstellungscontrolling ist ein effektives Instrument. Zahlreiche Gleichstellungsprojekte sind im Gang. Vielen ist gemeinsam, dass es sich um sogenannte «Sonderprogramme» handelt, sie also Projektstatus haben. Das Problem ist, dass davon ausgegangen wird, dass sich Gleichstellung zwischen Frauen und Männern durch vorübergehende, kurzfristige Einzelmassnahmen in der Organisation herstellen lässt.

Die Erfahrungen mit zahlreichen betrieblichen Chancengleichheitsprojekten haben aber verdeutlicht, dass diejenigen Bemühungen am meisten Erfolg bringen, die über kurzfristige Sondermassnahmen oder -projekte hinausgehen. Wie bei jedem Change-Management-Prozess ist es nötig, die intendierten Neuerungen in routinisierten Praktiken und Prozessen zu verankern sowie Anreizsysteme und Performancemessung entsprechend anzupassen.

Die Erfahrungen mit Organisationen, die in den vergangenen Jahren Gleichstellungscontrolling eingeführt haben, bestätigen den Erfolg dieser Strategie. Gleichstellungscontrolling ist ein Top-down-Prozess und eine nicht-delegierbare Führungsaufgabe. Der Prozess beginnt an der Spitze der Organisation und wird über die Hierarchien auf die nächsten Führungsebenen übertragen. Über klare, überprüfbare Ziele wird dabei ein langfristiger Lern- und Verbesserungsprozess auf Basis des klassischen Controllingverständnisses initiiert.

Der Prozess gliedert sich in vier Schritte:

1. Die Analyse.
2. Ziele setzen.
3. Massnahmen festlegen.
4. Erfolgskontrolle und Reporting.

1. Die Analyse

Im Normalfall beginnt der Gleichstellungs-Controlling-Prozess mit einer Analyse zum Thema Gleichstellung allgemein oder zu einem speziellen Thema wie Lohngleichheit, Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben oder Frauen in Führungspositionen. Es handelt sich um eine Standortbestimmung zur Gleichstellung.

2. Ziele setzen

Nach einer Präsentation der Analyseergebnisse erarbeitet und beschliesst die Geschäftsleitung die strategischen Gleichstellungsziele. Sie bilden die Schwerpunkte für die nächsten drei bis fünf Jahre. Danach werden mit den Führungskräften Jahresziele vereinbart. Diese tragen zur Erreichung der strategischen Gleichstellungsziele bei und liegen im Verantwortungsbereich der jeweiligen Führungskraft. Wichtig ist, die Ziele mess- und überprüfbar zu formulieren.

3. Massnahmen festlegen

Nach der Zielfestlegung beginnt die Planung und Umsetzung der Massnahmen. Führungskräfte sind zwar in der Regel guten Willens, ihre Gleichstellungsziele zu erreichen, verfügen aber oft nicht über das notwendige Fachwissen in diesem Bereich. Deshalb sind sie in dieser Phase besonders auf die Unterstützung von Fachpersonen angewiesen. Diese sind entweder intern angesiedelt oder werden von extern beigezogen. In kleinen Organisationen kann diese Aufgabe auch eine Fachperson aus dem Personalbereich wahrnehmen.

4. Erfolgskontrolle und Reporting

Ein Vorteil des Gleichstellungscontrollings liegt in der Transparenz und der systematischen Steuerung der Zielerreichung. Die Ziele für Führungskräfte werden jährlich aktualisiert. Ebenso legt die Geschäftsleitung nach Erreichen des strategischen Gleichstellungszieles einen neuen strategischen Schwerpunkt im Bereich Chancengleichheit fest. So läuft der Controllingprozess kontinuierlich weiter.

Die Fachstelle für Diversityfragen oder der Personalbereich agieren als Servicecenter, das die Führungskräfte bei der Umsetzung der Ziele und Massnahmen unterstützt. Sie stellen Instrumente und Methoden zur Verfügung, schulen die Führungskräfte und sorgen dafür, dass diese laufend mit Daten, Auswertungen und Berichten zum Stand der Zielerreichung dokumentiert sind. Dadurch ist eine Selbstkontrolle (Feinsteuerung) möglich. Dies geschieht durch Reportings, die eine periodische Erfolgskontrolle beinhalten und auf die Bedürfnisse der Führungskräfte zugeschnitten sind.

Ein weiterer Vorteil ist die Rollenteilung: Die Führungskräfte sind für die Umsetzung der Gleichstellungs-Jahresziele verantwortlich. Sie entscheiden schlussendlich über Neuanstellungen, Beför-

Erfahrungen
zeigen den
Erfolg von
Gleichstellungs-
controlling.



Gudrun Sander:

«Sich als Unternehmen für die Gleichstellung einzusetzen, bringt zahlreiche Vorteile.»

derungen, Möglichkeiten von Weiterbildung oder Teilzeitarbeit und können mit einem reflektierten Verhalten und zunehmendem Know-how in Fragen der Chancengleichheit entscheidend zu einer Verbesserung der tatsächlichen Gleichstellung in der Unternehmung beitragen. Unterstützt werden sie dabei von den entsprechenden Fachpersonen.

Der grösste Nutzen, den das Gleichstellungscontrolling im Vergleich zu anderen Instrumenten bringt, ist der systematische Einbezug der Führungskräfte in die Umsetzung der Gleichstellung – und dies mit relativ geringem Aufwand. Weil an bestehende Managementsysteme und -prozesse angeknüpft wird, lassen sich die Kosten in der Einführungsphase gering halten. Schulung und Coaching erfolgen etappenweise und zielspezifisch, es müssen nicht alle Führungskräfte sofort umfassende Gendertrainings durchlaufen.

Sich als Unternehmung für die tatsächliche Chancengleichheit von Frauen und Männern einzusetzen, bringt zahlreiche Vorteile: Ein Imagegewinn auf dem Arbeitsmarkt, damit verbunden der Zugang zu einem grösseren Pool an Top-Mitarbeitenden, tiefere Rekrutierungskosten aufgrund geringerer Fluktuation und Möglichkeiten zur internen Beförderung oder Veränderung des Arbeitspensums sind einige Beispiele. Manche Studien belegen sogar einen Zusammenhang zwischen einer besseren finanziellen Entwicklung einer Unternehmung und einem höheren Frauenanteil im oberen Kader. Der Erfolg hängt entscheidend vom Gleichstellungsbewusstsein und der Reflexionsbereitschaft aller Beteiligten ab. Zwei Voraussetzungen sind dabei unabdingbar: zum einen ein Mindestmass an Sensibilität für Gleichstellungsanliegen in der gesamten Organisation und zum anderen die aktive Unterstützung durch das Topmanagement. Anders als bei (einmaligen) Projekten, die von der Basis aus initiiert werden und von der obersten Führung «nur» die vorübergehende Zustimmung benötigen, wird beim Gleichstellungscontrolling ein neuer Prozess in den Führungskreislauf mit einbezogen.

Gleichstellungscontrolling ist kein Zauberwerk, darf aber auch nicht als Allheilmittel missverstanden werden. Es wird aber mit Sicherheit zwei Nebenwirkungen haben: Einerseits wird ein kontinuierlicher Lernprozess in Gang gesetzt, der dazu führen wird, gesellschaftliche und unternehmerische Vorstellungen, Werte, Normen, Haltungen und Strukturen in Bezug auf die Zusammenarbeit zu reflektieren. Andererseits verbessert der bewusste Einbezug der Genderperspektive Managementprozesse und Führungsinstrumente qualitativ.

* Dr. oec. HSG, Vizedirektorin Executive School of Management, Technology and Law der Universität St. Gallen
 ** Dipl. Arbeits- und Organisationspsychologin IAP, Teamleiterin Eingliederungsmanagement der IV-Stelle Kanton Bern



Literatur:

Müller, C./Sander, G. (2011): *Innovativ führen mit Diversity-Kompetenz*. Haupt-Verlag, Bern. 2. Auflage.
 Müller, C.; Sander, G. (2005), *Gleichstellungs-Controlling: Das Handbuch für die Arbeitswelt mit CD-Rom*. vdf-Verlag, Zürich.

«Women Back to Business – Women Back to Work»: Ihr Sprungbrett zurück ins Erwerbsleben

Sie haben einen akademischen Abschluss und einige Jahre Berufserfahrung gesammelt. Aufgrund Ihrer familiären Situation sind Sie nun seit einiger Zeit nicht mehr oder nur sehr eingeschränkt berufstätig bzw. können Ihre Qualifikationen nicht voll einsetzen. Nun tragen Sie sich mit dem Gedanken, wieder ins Erwerbsleben zurückzukehren oder einen beruflichen Neuanfang zu wagen. Gemeinsam mit renommierten Schweizer Unternehmen hat die Executive School der Universität St. Gallen das Weiterbildungsprogramm «Women Back to Business» entwickelt, das genau auf Ihre Situation zugeschnitten ist:

- Aktuelle Management-Inhalte aus Wissenschaft und Praxis
- Umfassende Begleitung Ihres Wiedereinstiegs oder Ihrer Umoorientierung durch Ressourcenworkshops, Coaching und ein Praktikum
- Durch modularen Aufbau der Weiterbildung (2–3-tägige Module) einfach in den Familienalltag zu integrieren
- Partnerfirmen garantieren Praxisnähe der Inhalte und frühzeitige Kontakte zu potenziellen Arbeitgebern
- Dank Unterstützung von Partnerfirmen Teilstipendien von bis zu 50% der Kursgebühr möglich
- Weiterbildungszertifikat HSG in Management (WBB-HSG) der Universität St. Gallen, welches Sie optional zu einem Diplomabschluss ausbauen können.

www.es.unisg.ch/wbb

Stark vernetzt mit «Leaderinnen Ostschweiz»

«Leaderinnen Ostschweiz» bringt führungsstarke Frauen zusammen, fördert den regelmässigen Ideen- und Gedankenaustausch, vermittelt wertvolles Wissen zur Kompetenzerweiterung und Persönlichkeitsentwicklung und erhöht damit über ihre Mitglieder die Qualität der regionalen Unternehmen. Der Verein will mit seinem vielfältigen Angebot immer wieder neue Impulse für ein selbstbewusstes und verantwortungsvolles Denken und Handeln im Berufsalltag geben.

Text: Antonia Kirtz Bild: Nada Thomi

Im August 2012 haben sechs Frauen aus der Ostschweizer Wirtschaft den Verein «Leaderinnen Ostschweiz» gegründet: Iris Müller (soul tank AG), Antonia Kirtz (Tachezy Kleger Fürer AG), Karin Rüegg (St.Galler Kantonalbank), Juliane Stiegler (Amt für Wirtschaft und Arbeit, St.Gallen), Monika Kedziora (Fachhochschule St.Gallen) und Sandra Müller (Forrer, Lombriser und Partner). «Leaderinnen Ostschweiz» ist unabhängig, politisch neutral und eng mit der regionalen Wirtschaft verbunden. Der inhaltliche Fokus ist auf praxisnahe Themen für Frauen mit Führungs- und Fachverantwortung gerichtet.

Die Arbeit der «Leaderinnen Ostschweiz» wird durch die St.Galler Kantonalbank im Rahmen einer engen Partnerschaft mitgetragen und unterstützt. Dabei kommt dem Verein nicht nur die starke Position der SGKB als führende KMU-Bank der Region entgegen, sondern auch ihre Rolle als eine der bedeutendsten Arbeitgeberinnen.

Eng verbunden mit der Ostschweiz

Fünf prominente Botschafterinnen repräsentieren «Leaderinnen Ostschweiz» in verschiedenen Regionen, halten den Verein mit

wirtschaftsrelevanten Aktivitäten und Anlässen auf dem Laufenden und agieren als Vorbilder.

- Stadt St.Gallen: Annette Nimzik (Jetter Management)
- Kanton Thurgau: Diana Gutjahr (Ernst Fischer AG)
- Kanton Appenzell Ausserrhoden: Karin Jung (Amt für Wirtschaft Kanton AR)
- Rheintal: Nicola Wurster-Eichmann (Victoriadruck AG)
- Region Wil: Claudia Brönimann (Wissenstransferstelle der Fachhochschule St.Gallen)

Mitglieder von «Leaderinnen Ostschweiz» lernen sich kennen und vernetzen sich. Sie verfolgen gemeinsame Interessen, lernen voneinander und entwickeln sich dank gegenseitiger Unterstützung weiter – auch mit Einbezug männlicher Kollegen. Leaderinnen nutzen ihre Kompetenz, Energie und die vorhandenen Synergien für sich und ihr Unternehmen. Sie arbeiten mit Freude und streben attraktive Arbeitsmodelle an, um eine ideale Work-Life-Balance zu erreichen. Ihre Tätigkeit wird über die Website, Xing-Gruppe und Facebook sichtbar gemacht. Sie zeigen gegen aussen ihre Leistungskraft, übernehmen Vorbildfunktionen und bestärken damit junge Frauen auf ihrem Karriereweg.

Anzeige



Bildnachweis: AMAG RETAIL MAGAZIN, 1/10

Mehr Nutzen für Ihre Kunden

Ihre Kunden erwarten eine einfache Bedienung und ein erstklassiges Nutzungserlebnis – wir helfen Ihnen, dieses zu erreichen.

Als **unabhängige Usability-Experten** testen wir Ihr Produkt – ob Website, Software, Intranet, Online-Shop, B2B-Lösung, Touchscreen oder mobile App – auf seine Nutzungsfreundlichkeit.

Jeden zweiten Dienstag führen wir in St. Gallen **Easy Usability Checks** durch.

Sie sind interessiert? Kontaktieren Sie uns, wir unterstützen Sie gerne.



soul tank

soul tank AG | c/o Ostsinn | Bohl 2 | 9000 St. Gallen |
iris.mueller@soul tank.ch | +41 (0)76 242 20 99 | www.soul tank.ch

soul tank AG - Interaktion, die begeistert.



Die Gründerinnen des Vereins «Leaderinnen Ostschweiz» (v. li.): Juliane Stiegler, Monika Kedziora, Karin Rüegg, Iris Müller, Sandra Müller, Antonia Kirtz

Vielseitiges Programm erweitert den Horizont

Das vielseitige Programm der «Leaderinnen Ostschweiz» verspricht punkto Themen, Inhalt und Atmosphäre eine hohe Qualität. Die Devise der Vereinsführung lautet: «Auf alles, was wir unseren Mitgliedern und Gästen bieten, wollen wir stolz sein. Sie sollen sich bei uns immer herzlich willkommen fühlen».

«IMPULS – das Kompetenzforum» vermittelt vierteljährlich Themen zur Erweiterung der Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz. «IMPULS» legt Wert auf einen starken Praxisbezug und vermittelt umsetzbare Ratschläge und Orientierungshilfen. Beim Apéro reichen begeben sich interessante Frauen und führen aufschlussreiche Gespräche.

«INTERMEZZO – Treffpunkt am Mittag» bietet acht Mal jährlich die Möglichkeit, andere Leaderinnen in ungezwungenem Rahmen kennenzulernen. Sie sehen und hören dabei Neues und Wissenswertes aus anderen Bereichen und geniessen dabei ein feines Essen. Der Businesslunch beginnt in der Regel mit einem kurzen Inputreferat.

«FOKUS – Einblick in Unternehmen» öffnet «Leaderinnen Ostschweiz» zwei Mal jährlich die Türen zu erfolgreichen Firmen und Marken der Ostschweiz. Ob Technik, Dienstleistung oder Handel: Speziell organisierte Firmenführungen schärfen den Blick für innovatives Denken, attraktive Geschäftsmodelle und verschiedene Unternehmenskulturen. Damit erhalten die Teilnehmerinnen die Möglichkeit, diese Firmen als Arbeitgeber, Kunden oder Lieferanten näher und besser kennenzulernen.

«PRISMA – andere Eindrücke gewinnen» ermöglicht den Mitgliedern öfters auch die Teilnahme an ausgewählten Anlässen und Veranstaltungen, die das wirtschaftliche, soziale und kulturelle Leben in der Region bereichern und durch «Leaderinnen Ostschweiz» mitgetragen und empfohlen werden.

Nebst diesen Informationsveranstaltungen und -anlässen finden Leaderinnen auch Onlinemedien, die zum Mitmachen und Mitgestalten einladen. Die Homepage www.leaderinnenostschweiz.ch, die Xing-Gruppe «Leaderinnen Ostschweiz» und die Facebook-Fanpage bietet ideale Möglichkeiten für den regelmässigen Ideen- und Gedankenaustausch zwischen Frauen mit Führungs- und Fachverantwortung. Zudem vermitteln diese Plattformen Wissenswertes zu den Events, aus der Ostschweizer Wirtschaft und von herausragenden Ostschweizer Frauen.

Unternehmen können auch Mitglied sein

Unternehmen, die sich mit den Ideen und Zielen des Vereins verbunden fühlen, haben die Möglichkeit, über eine Kollektivmitgliedschaft die Arbeit von «Leaderinnen Ostschweiz» indirekt mitzutragen und ihren Mitarbeiterinnen im Sinne eines Job-Enrichment zu empfehlen. Damit fördern und unterstützen sie ihre Mitarbeiterinnen auf ihrem Karriereweg und können das erworbene Wissen und die Synergien des Netzwerks für ihre Unternehmung nutzen.

Weitere Informationen zu den «Leaderinnen Ostschweiz» und Anmeldung zur Einzel- und Kollektivmitgliedschaft unter www.leaderinnenostschweiz.ch

Mut zum Risiko

Die 31-jährige Sandra Magagnini betreut die Marke MINI bei der Christian Jakob AG in St.Gallen. Als einzige Verkäuferin unter vielen Männern fühlt sie sich in dem St.Galler Autohaus ausgesprochen wohl und sagt, dass sie als Frau auch Vorteile genieße. «Selbstvertrauen ist der Schlüssel.»

Text und Bild: Stephan Ziegler

«Ja, viele sind wir nicht», lacht Sandra Magagnini, darauf angesprochen, dass sie als Autoverkäuferin/Mobilitätsberaterin doch eher eine Ausnahmeerscheinung sei. «Bei zentralen MINI-Produkteschulungen ist ausser mir gerade noch eine weitere Verkäuferin zugegen.» Das Autobusiness ist noch männerdominiert, trotzdem fühlt sich Sandra Magagnini ausgesprochen wohl in ihrer Position: «Ich arbeite gerne für die Christian Jakob AG und somit für den Brand MINI.»

Nach einer kaufmännischen Lehre in Herisau hat Sandra Magagnini, die heute mit ihrem Mann im Rheintal lebt, im Textil-Import-Export gearbeitet. «Das war mir aber auf Dauer zu trocken, weil mir der persönliche Kontakt zu Menschen fehlte.» Dann bekam sie einen Tipp, dass ein Innendekorationsgeschäft jemanden fürs Büro suche. «Das hat mir sehr gut gefallen, auch die Zusammenarbeit mit Architekten und Handwerkern.» Sie war für die Buchhaltung zuständig, für den Einkauf – und für den Verkauf: «Hier konnte ich endlich direkt mit Leuten sprechen. Das liegt mir.» Schon in dieser Firma war sie die einzige Frau. «Damit habe ich aber gute Erfahrungen gemacht – wenn man weiss, wie man die Leute nehmen muss, und jeden so akzeptiert, wie er ist, klappt das meiner Erfahrung nach sehr gut.»

Sie findet sogar, als Frau hätte man es eher einfacher: «Meine Männer haben sich immer als hilfsbereit erwiesen, wenn es etwa um körperliche Arbeiten ging.» Beim Fachwissen hingegen musste sie sich immer wieder beweisen, hier gabs keinen Frauenbonus, im Gegenteil. «Bei klassischen Männerberufen geht man davon aus, dass Männer da automatisch Bescheid wüssten, Frauen aber nicht.» Da hiess es: Sich beweisen, sich durchsetzen, auch mal ellbögeln – gerade auch auf Baustellen, unter den doch eher hemdsärmeligen Handwerkern. «Mir hat es aber immer Freude gemacht, mir neues Fachwissen anzueignen. Wenn man von einer Arbeit überzogen ist, lernt man gerne, und es macht Freude. Da ergibt sich das eine vom anderen.» Und mit dem Know-how komme auch die Akzeptanz.

In der Innendekorationsfirma blieb sie für ganze neun Jahre. Sie stand sogar als Nachfolgerin des Chefs im Gespräch, der sich zur Ruhe setzen wollte. Weil er aber den Entscheid immer wieder hinauszögerte, «musste ich eines Tages sagen: Ich kann und will nicht länger warten, jetzt muss ich eine Entscheidung fällen.» Sandra Magagnini entschied sich für einen Neuanfang anstelle einer vagen Hoffnung. «Ich habe gekündigt, was mir wehge-

tan hat, weil wir wie eine Familie waren. Die Unsicherheit zwang mich aber zu diesem Schritt.» Dann reiste sie für ein halbes Jahr nach Argentinien, was ihr den Horizont unheimlich erweitert habe: «Ich habe unzählige neue Ein- und Ansichten gewonnen, auch geschäftliche.»

Zurück in der Schweiz, arbeitete Sandra Magagnini im Marketing und Verkauf – bis ihr 2009 an einer MINI-Ausstellung bei Möbel Pfister in St.Gallen ein schickes Cabrio ins Auge stach. Das hat sie so fasziniert, dass sie im Internet Informationen darüber suchte und dabei auf den Joblink «MINI-Verkäufer gesucht» stiess. Sandra Magagnini setzte sich ins Auto und sprach gleich persönlich bei der Christian Jakob AG vor. «Nach einem einstündigen Gespräch

mit dem Verkaufsleiter durfte ich mich ‚offiziell‘ bewerben – die schönste Bewerbung, die ich je zusammengestellt habe – und bekam die Zusage am Weihnachtstag 2009.» Ein schönes Weihnachtsgeschenk! Anfangs Januar 2010 fing sie, die bisher keine Erfahrung in der Autobranche hatte, beim St.Galler Autohaus an. Kurz darauf

hat sie ihr erstes Auto verkauft – «ein rotes MINI Cabrio, daran erinnere ich mich genau».

Heute verkauft Sandra Magagnini rund 80 Fahrzeuge im Jahr – je etwa zur Hälfte an Frauen und an Männer. «Ein eigentlicher Traumjob. Ich bin ja die einzige MINI-Verkäuferin in St.Gallen und habe hier wie eine kleine Insel, für die ich selbst verantwortlich bin. Das finde ich einfach toll!» Und was ist ihr Geheimnis, dass es so gut klappt? «Das Wichtigste ist: Authentizität und Vertrauen. Ich bin offen, zähle nicht nur Vor-, sondern auch eventuelle Nachteile auf. Bei Frauen habe ich den Vorteil, dass sie sich nicht über den Tisch gezogen fühlen, wie sie es bei männlichen Verkäufern vielleicht manchmal glauben.» Die Mund-zu-Mund-Propaganda wirkt, es pilgern Kundinnen und Kunden aus der ganzen Ostschweiz wegen Sandra Magagnini nach St.Gallen. «Ich nehme jede Kundin, jeden Kunden ernst. Auch eine Mailanfrage wird individuell und vor allem schnell beantwortet.»

Sie versuche, bei Offertanfragen mitzudenken, und beispielsweise «jemanden darauf aufmerksam zu machen, dass eine Sitzheizung in einem Cabrio noch Sinn machen würde», sollte der Anfrager das bei seiner Konfiguration vergessen habe. «Geld darf nicht die Hauptmotivation sein – sonst ist man doch unmotiviert, wenns mal nicht so gut läuft.» Das Produkt Auto sei austauschbar, hier zählten der persönliche Kontakt, das Aufbauen von Vertrauen und das Übertragen des Gefühls, dass man ernst genommen wird. «In

«Geld darf nicht
die Hauptmotivation
sein.»



Sandra Magagnini:
«Man kann fast
alles erreichen,
wenn man nur will.»

unserer schnelllebigen Zeit schätzen es die Leute, wenn man sich Zeit für sie nimmt.» Das heisst für Sandra Magagnini auch, immer für die Kunden da zu sein: «Ob sie mit einer Terminanfrage, mit einer Ersatzteilfrage oder mit einem Zubehöranliegen kommen – sie können sich an mich wenden.»

Heisst das, als Frau hat man es sogar einfacher im Verkauf? «Schwerer sicher nicht. Ich musste mich natürlich erst beweisen, um im Verkaufsteam akzeptiert zu werden. Aber jetzt klappt das wunderbar, auch wenn am Anfang vielleicht einige Vorbehalte gegen eine Frau, die erst noch Quereinsteigerin war, da waren.» Als ausgeprägte Teamplayerin ist es Sandra Magagnini wichtig, in einem funktionierenden und harmonisierenden Team zu arbeiten. «Meine direkte Art zwingt mich auch dazu, Probleme sofort anzusprechen und zu lösen. Das wirkt vielleicht wie ein Gewitter, aber wie ein reinigendes – nachher ist die dicke Luft wieder klar.» Das ist ihr sehr wichtig: «Man darf Probleme nicht in sich hineinfressen, sondern soll sie auf den Tisch bringen – auch wenn das vielleicht etwas unschweizerisch ist. Es macht aber das Leben um vieles einfacher.»

Was möchte Sandra Magagnini anderen Frauen mit auf den Weg geben? «Auch meine Geschichte zeigt, dass man fast alles erreichen kann, wenn man nur will. Sie müssen einfach an sich glauben.» Ob man nun diese oder jene Ausbildung gemacht habe – man dürfe sich nicht scheuen, auch etwas Neues zu wagen. Es sei wichtig, auf sein Herz zu hören und ihm zu folgen. «Ich wollte mit MINI arbeiten, ich wollte MINI verkaufen – und das zu 100%.» Selbstvertrauen, Durchsetzungsvermögen und Willen seien die Schlüssel zum Erfolg: «Ich musste an mich glauben, auch mir immer wieder sagen: ‚Du schaffst das‘. So hats auch geklappt.»

Christian Jakob AG

Mit zwei Standorten in St.Gallen und einem Standort in Widnau gehört die Christian Jakob AG zu den grössten BMW- und MINI-Händlern der Schweiz. Das Autohaus mit rund 70 Angestellten ist seit über 20 Jahren in der Ostschweiz verwurzelt.

www.christianjakob.ch



Drei Leaderinnen wurden von
«Baettig – Parfumerie, Hair,
Beauty» businessgerecht gestylt.

Vom Alltags- zum Businesslook

Die Gebrüder Rico und Rolf Baettig führen an der Multergasse in St.Gallen die Schönheitswelt «Baettig – Parfumerie, Hair, Beauty». Für die LEADERIN haben die Beautyprofis drei Vorstandsmitglieder des Vereins «Leaderinnen Ostschweiz» für den perfekten Geschäftsauftritt gestylt.

Bilder: Bodo Rüedi

Antonia Kirtz, 31, ist Vizepräsidentin des Vereins Leaderinnen Ostschweiz, Sandra Müller, 30, zuständig für die Ressorts Finanzen und Mitgliederbetreuung und die dreifache Mutter Juliane Stiegler, 38, für das Ressort Fokus/Firmenführungen. Die Drei haben sich in die kundigen Hände der Baettigs und ihres Teams begeben. Es sind dies Rico Baettig und Dorotea Filipovic für das Makeup sowie Rolf Baettig, Corina Büchler und Andrea Rütimann für die Frisuren. Geschminkt wurden die Vorstandsmitglieder mit Produkten von Estée Lauder.

Rico und Rolf Baettigs Philosophie ist, dass «einerseits ein Haarschnitt modisch sein soll, andererseits unkompliziert und gepflegt». Haare müssen sich jederzeit ohne grossen Aufwand stylen lassen. Dasselbe gilt für das Makeup: Der Trick besteht darin, mit möglichst wenig Zeitinvestition die Vorzüge der Frau zu betonen. «Gerade Geschäftsfrauen wollen nicht lange vor dem Spiegel stehen.» Rico Baettig ist beeindruckt von den drei Damen der Leaderinnen Ostschweiz: «Dieses Engagement gefällt mir. Ich bin selbst Vater und bewundere, wie man Muttersein und Business so gut unter einen Hut bringt.» Zudem fällt ihm auf, wie offen und fle-

xibel die Vorstandsmitglieder für Tipps und Veränderungen sind – eigentliche «Traumkundinnen» für Rico Baettig: «Es hat Freude gemacht, mit ihnen zusammenzuarbeiten.»

Auf die Frage, was für Tipps er Frauen für den Geschäftsalltag geben würde, sagt Rico Baettig, dass auf jeden Fall ein Concealer – um Rötungen abzudecken –, eine Wimperntusche sowie Rouge und ein Lipgloss ins Schminktäschchen gehörten. Mit diesem Werkzeug ist Frau für den Alltag gerüstet. «Auch mit Farben darf man spielen», sagt Rico Baettig, «aber sie müssen zum Stil der Frau passen.» Grundsätzlich sei klassisch und dezent nie verkehrt – und man solle darauf achten, dass man nicht überschminkt ist und eher matte, natürliche Töne verwendet. «Besonders wichtig ist für eine Geschäftsfrau die innere Haltung, ein selbstsicheres Auftreten und dass sie sich wohlfühlt in der eigenen Haut. Das kann mit einer klassischen oder trendigen Frisur sowie dem passenden Makeup unterstützt werden.» Bei den Vorstandsmitgliedern wurden vor allem die Augen betont, «da alle sehr ausdrucksstarke Augen haben», findet Rico Baettig.



Antonia Kirtz



Juliane Stiegler



Sandra Müller



Sandra Müller

«Ich hatte keine konkreten Vorstellungen bezüglich Frisur und wurde vorgängig von der Baettig-Hairstylistin sehr gut beraten. Meine Locken sind nicht ideal für eine Businessfrisur, deshalb wurden sie ausgeföhnt, was mir sehr gut gefällt. Ich fand das Make-up angenehm zurückhaltend und bin mit dem Resultat sehr zufrieden. Ein grosses Dankeschön an alle Beteiligten!»



Antonia Kirtz

«Ich hatte keine speziellen Wünsche oder Vorstellungen und wurde von der Baettig-Coiffeuse super beraten. Sie schlug mir vor, meine geraden Haare noch mehr zu strecken oder aber leichte Locken/Wellen zu machen, um dem Ganzen mehr Pfiff zu geben, was sie dann auch gemacht hat. Das Resultat gefiel mir sehr – ich habe es bereits zuhause nachgemacht. Das Make-up fand ich auch passend: Die Augen waren entgegen meinem gewohnten Make-up eher mehr betont, jedoch nicht zu stark, sodass es für Business immer noch angemessen ist. Die Mitarbeiterinnen von Baettig waren sehr kompetent – und das Umstyling hat Lust gemacht auf mehr...»





Juliane Stiegler

«Ich war sehr gespannt auf das Umstyling, als ich mit meinem jüngsten Sohn loszog. Meine Nervosität legte sich bald, als ich merkte, dass mir mein eigener Stil nicht genommen wurde, dieser aber mächtig Pepp bekommen sollte. Rico Baettig schminkte mich dezent – und die Frisur besticht dadurch, dass ich sie ganz einfach und sehr schnell selbst hinbekomme. Dabei ist sie ein wahrer Hingucker. So gestylt, gehe ich gerne zu meinem nächsten Businesstermin!»

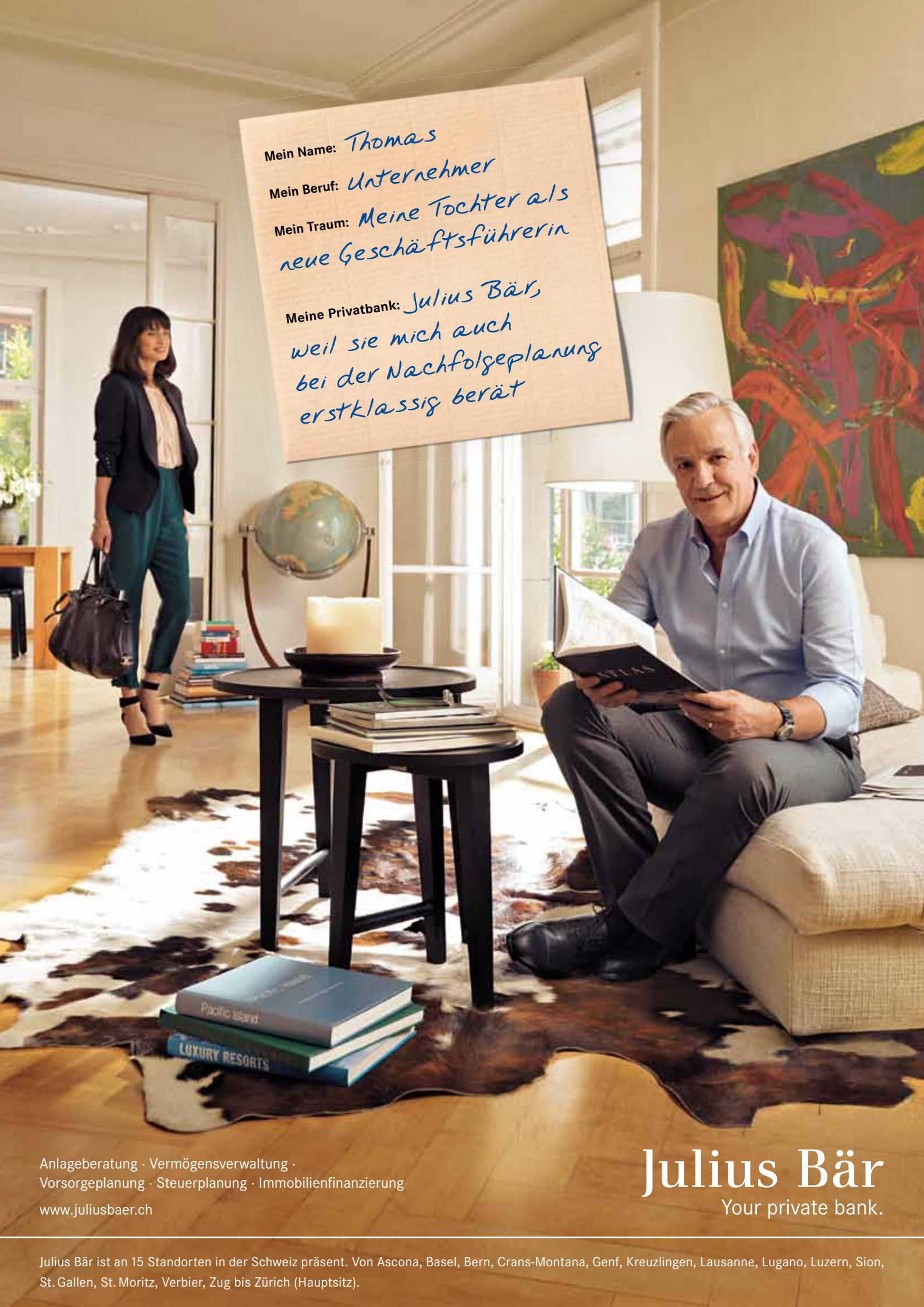


Mein Name: *Thomas*

Mein Beruf: *Unternehmer*

Mein Traum: *Meine Tochter als
neue Geschäftsführerin*

Meine Privatbank: *Julius Bär,
weil sie mich auch
bei der Nachfolgeplanung
erstklassig berät*



Anlageberatung · Vermögensverwaltung ·
Vorsorgeplanung · Steuerplanung · Immobilienfinanzierung

www.juliusbaer.ch

Julius Bär
Your private bank.

Julius Bär ist an 15 Standorten in der Schweiz präsent. Von Ascona, Basel, Bern, Crans-Montana, Genf, Kreuzlingen, Lausanne, Lugano, Luzern, Sion, St. Gallen, St. Moritz, Verbier, Zug bis Zürich (Hauptsitz).

Begleiter im digitalen Alltag

Die Anforderungen ans mobile digitale «Büro» werden immer grösser. Notebooks müssen eine lange Akkulaufzeit, leicht sein und eine hohe Datensicherheit aufweisen. Darauf antwortet der Markt mit Ultrabooks.

Text: Daniela Winkler Bilder: zVg

Unabhängig davon, ob das Notebook bevorzugt privat oder beruflich eingesetzt wird, spielt die mobile Nutzung eine tragende Rolle. Gemäss einer Umfrage nehmen 28 Prozent der Notebook-User dieses täglich oder mehrmals die Woche unterwegs in Anspruch. Ultraportable Geräte, beispielsweise Netbook, Ultrabook oder Tablet-PCs, werden naturgemäss wesentlich häufiger mobil eingesetzt als grossformatige Notebooks.

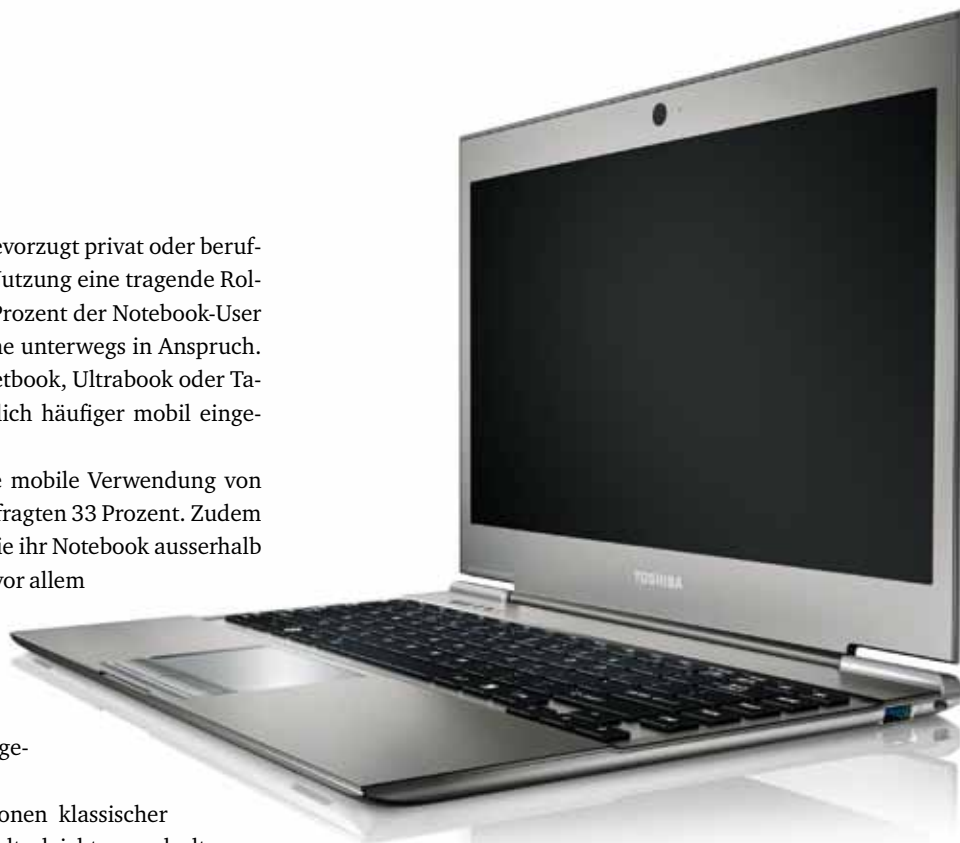
Bei beruflichen Anwendern nimmt die mobile Verwendung von Notebooks zu und beträgt unter den Befragten 33 Prozent. Zudem haben Business-User angegeben, dass sie ihr Notebook ausserhalb des Büros und der eigenen vier Wände vor allem

im Hotel einschalten. Internetnutzer wünschen sich daher ein Notebook mit langer Akkulaufzeit, niedrigem Gewicht, kurzer Bootzeit und hoher Datensicherheit. Ultrabooks erfüllen genau diese Anforderungen.

Sie stellen die grundlegenden Funktionen klassischer Notebooks bereit, gepaart mit einem ultraleichten und ultradünnen Format, langen Akkulaufzeiten, einem leistungsstarken Prozessor, schneller Reaktionszeit und sofortigem Hochfahren aus dem Standby-Modus. Die Geräte mit Bildschirmdiagonalen von 12 bis 14 Zoll sollen als Crossover aus Laptop und Netbook die Lücke zwischen Mobilität und Komfort schliessen.

Tablet oder Notepad? Tablet-typischen Lesekomfort ist gefragt, aber auf das produktive Arbeiten mit klassischer Notebooktastatur möchte man trotzdem nicht verzichten? Fujitsu etwa bringt mit dem Stylistic Hybrid-Tablet eine Lösung. Es vereint das Beste aus beiden Geräteklassen.

Das Hybrid-Tablet lässt sich nicht nur als tastaturloses Tablet benutzen, sondern kann mit Hilfe einer Notebook-Tastatur in herkömmlicher Grösse in ein Notebook umgewandelt werden. Die Tastatur verfügt dabei über einen integrierten Akku. Das Hybrid-Tablet nimmt so dem Anwender im Alltag die Entscheidung für oder wider das Arbeiten mit Tablet oder Notebook ab.



Gestylt ummantelt

Der nächste Termin steht an. Laptop, Unterlagen und Schreibmaterial zusammengesucht und los geht's. Eine Laptop-Tasche ist dabei ein Muss. Aber nicht irgendeine...

Text: Daniela Winkler Bilder: zVg

Für den besonderen Blickwinkel

Dieses optimal abgestimmte Folio IFOL301 erweitert Ihr iPad um raffinierte Designelemente und tolle Farben. Ob Sie sich kurz etwas notieren oder sich zurücklehnen und einen Film schauen möchten, hier wurde an jeden Blickwinkel gedacht. Mehrere Betrachtungswinkel sorgen für eine Reduktion von Lichtreflexen und für angenehmes Betrachten und Arbeiten.

Caselogic IFOL301



Passend zur Handtasche?

Diese schlanke Laptophülle aus klassischem Damier-Canvas lässt sich dank eines Doppelreissverschlusses flach aufklappen. Das schaumstoffgefüllte Laptopfach ist mit einer eingepprägten Louis-Vuitton-Inventeur-Signatur versehen.



Louis Vuitton Laptophülle

Die klassische Form

X'ion³ ist entwickelt für die Business-Frau, die auch international unterwegs ist. Die Tasche kann auch als Smart Sleeve benutzt werden – für leichtere Festmachung am Griff des Koffers.



Samsonite X'ion³
Business



Unverwechselbar

Die Meisterstück-Aktentasche ist mit zwei Hauptfächern, Laptophalterung und gerahmter Öffnung ausgestattet. Unverwechselbar wird sie durch das europäische vollnarbige Rindsleder mit dem unvergleichlich tiefen Glanz von Montblanc.

Montblanc Meisterstück



Sportlich dabei

Diese moderne Laptoptasche liegt mit ihrem glatten Kunstleder und ihrem minimalistischen Retro-Look voll im Trend und bietet neben dem Laptop auch genügend Platz für Bücher und Akten.

Nike Heritage SI Track Bag



Gefahrenstufe rot

Taufrisch wie die Morgenröte kommt die Aurora-Handtasche von Knomo daher. Sie sieht nicht nur aus wie der Jungbrunnen in Person, sie bringt auch eine viele frischer Ideen mit. Zum Beispiel den grossen Rundum-Reissverschluss, durch den sich die Tasche fast verdoppeln kann.

Knomo Aurora

Fröhlichkeit im Business-Alltag

Selten wurde das portable Arbeitsmedium so blumig umsorgt. Die Travel Laptop Bag von Oilily bietet aber auch jeglichen Komfort für den Laptop: gepolstertes Hauptfach, grosses Einsteckfach mit Klett sowie zwei weitere Einsteckfächer innen, zwei versteckte und einen abnehmbaren, verstellbaren Schultergurt.

Oilily Travel Laptop Bag



Anzeige

Weiterbildungen für Leaderinnen

Sachbearbeiter/innen-Lehrgänge

- Sachbearbeiter/in Administration – Das kaufmännische Update
- Sachbearbeiter/in Export / Import
- Personaladministration – Personalassistent/in mit Zertifikat
- Sachbearbeiter/in Marketing – MarKom
- Sachbearbeiter/in Rechnungswesen

Aufbau im Bereich Marketing (inkl. Online-Themen)

- Dialogmarketing Planer/in
- Online-Marketing Manager/in

Nutzen Sie jetzt die Möglichkeit einer persönlichen und unverbindlichen Beratung oder nehmen Sie an einer Infoveranstaltung teil. Daten zu den Lehrgängen und Infoveranstaltungen finden Sie unter www.klubschule.ch.

Beratung und Anmeldung
Tel. 0844 844 900

www.klubschule.ch

Führung und Kommunikation

- Leadership – Führungsfachfrau/mann mit eidg. FA
- Lehrgang Kommunikation

Management

- Management SVF – Führungsfachfrau/mann mit eidg. FA
- Projektmanagement
- Prozessmanagement

klubschule

MIGROS

Multifunction.



Jetzt im Uhrenfachhandel oder an jedem grösseren SBB Bahnhof erhältlich.

MONDAINE

Swiss  Watch

Mondaine Watch Ltd - T 058 666 88 33 - swissmarket@mondaine.ch - www.mondaine.com

Mehr als pünktlich

Eine Uhr ist mehr als ein Zeitmesser. Eine Uhr ist das Schmuckstück, das jedes Outfit perfektioniert und als Schmuck an sich überzeugt. Sie ist Abbild der Persönlichkeit.

Zusammenstellung: Daniela Winkler Bilder: zVg

Die Baselworld 2012 zeigt, dass die neuen Uhrenmodelle 2012/2013 den Trend der Vorjahre fortsetzen: Klassische Uhren werden neu interpretiert. Beibehalten werden die Eleganz und Einfachheit. Viele Modelle knüpfen an grosse Klassiker der Marken und erhalten einen neuen Touch. Dabei sind häufig Diamanten die Eyecatcher. Grosse Herrenuhren erkämpfen sich ihren Platz an den Handgelenken vieler Frauen.



Jaeger-LeCoultre Reverso

Vor rund 80 Jahren erblickte eine wahre Legende das Licht der Welt – eine Uhr, deren Gehäuse um die eigene Achse gedreht werden kann, sodass das Zifferblatt vor Stößen geschützt



ist und der personalisierte gravierte Gehäuseboden zum Vorschein kommt. Heute ist sie nach wie vor das markanteste Modell der Uhrenmanufaktur Jaeger-LeCoultre, die aufgrund der hohen Qualität, der Präzision und des Stils der gefertigten Uhren zu den renommiertesten der Welt zählt. Im Jahr des 80. Jubiläums der Reverso zollt Jaeger-LeCoultre der Weiblichkeit Tribut und hat daher eine neue Variante dieser markanten Uhr entwickelt: die Grande Reverso Lady Ultra Thin.

Omega Constellation Jewellery Quartz

1982 lancierte Omega eine Uhr mit einem radikalen und beständigen Designkonzept: die Constellation Manhattan mit ihren heute charakteristischen Krappen, dank derer sie zu den am leichtesten erkennbaren Zeitmesser der Welt wurde. Die Jewellery Quartz in Rotgold mit Diamanten nimmt diese Eigenschaften wieder auf und lässt sie sehr weiblich und edel erscheinen.

Cartier Ballon Bleu

Von den zarten Linien ihrer schlanken Silhouette bis hin zur elliptischen Form ihres Gehäuses zeichnet sich die Ballon Bleu de Cartier durch schlichte Eleganz aus. Die römischen Ziffern werden von der überraschenden Aufzugskrone, die von einem Metallbogen geschützt und mit einem Saphir-Cabochon besetzt ist, von ihrer Bahn gedrängt. Als Damen- und Herrenuhr, in drei verschiedenen Grö-

ECHTE LEADER MOTIVIEREN*

*regelmässig frische Früchte am Arbeitsplatz
kosten wenig und begeistern nachhaltig!

Früchtebox Express liefert in die ganze Schweiz direkt
an den Arbeitsplatz – mit dem Plus an frischen Früchten
aus heimischer Landwirtschaft!

FRÜCHTEBOX
www.fruechtebox-express.ch **express**



ALLE LEADER -LESER

erhalten 25 Prozent auf die erste
Probe-Lieferung (gültig bis 31.12.)!
Einfach bei der Bestellung
«Leader» angeben:

www.fruechtebox-express.ch

Gratis-Hotline: 0800 333 080

Businesstag 2013

Das Wirtschaftsforum für Frauen im Rheintal

Freuen Sie
sich auf den
6. Businesstag
im Mai 2013
in Vaduz.



www.businesstag.li

ssen und mit zahlreichen Materialien und Arm-bändern – die Ballon Bleu de Cartier präsentiert sich in vielseitigen Gewändern und bleibt doch den unverkennbaren Codes des Hauses Cartier treu: guillochiertes Zifferblatt, schwertförmige Zeiger, Armbänder aus polierten Gold- oder Stahlgliedern

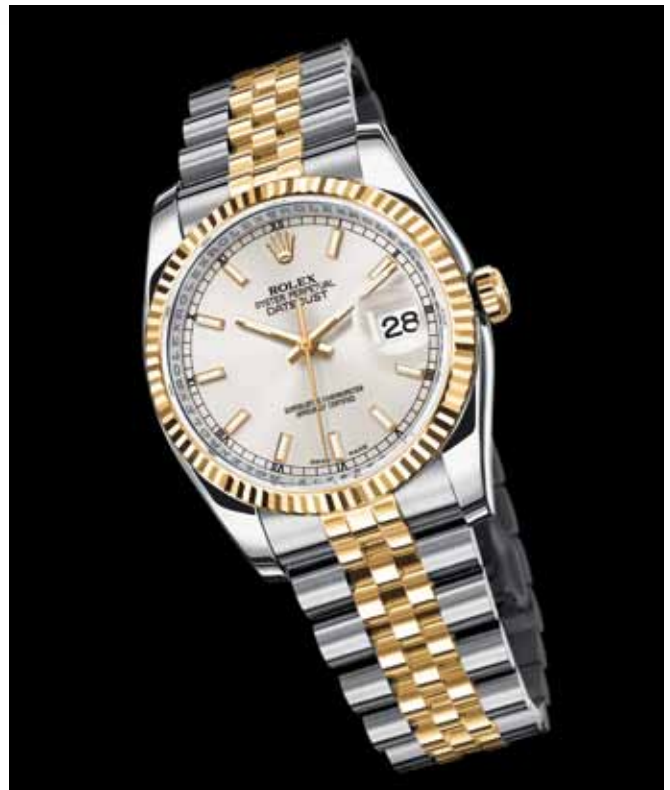
Rolex Datejust

Zeitlose Klassiker überdauern auch bei Rolex jeden Modetrend und sind richtig für jeden Anlass. Die Lady-Datejust zeigt sich im charakteristischen Rolesor Gelb, einer einzigartigen Materialkombination aus robustem Edelstahl und glänzendem Gelbgold. Datejust ist in fünf verschiedenen Damenmodellen erhältlich. Entsprechend dem neuen Trend wählt frau heute auch die Herren-Datejust – schlicht und ohne Schnörkel.



Longines DolceVita

Die Kollektion Longines DolceVita gilt seit 1997 als Klassiker zeitloser Eleganz. Die Modelle sind die uhrmacherische Interpretation des süßen italienischen Lebensstils, der Dolce Vita. Die harmonischen Proportionen des rechteckigen Gehäuses verleihen der Kollektion einen unverwechselbaren Charakter. Mit neuen, frischen und zeitgemässen Varianten, die Stahl und Rot- oder Gelbgold kombinieren, zelebriert Longines eine neue Ära der DolceVita. Als Krönung dieser besonderen Zeitmesser wird ein Modell präsentiert, dessen Zifferblatt vollkommen mit Diamanten bedeckt ist. Die Uhr verwandelt sich in ein glitzerndes Schmuckstück.



Inspiration aus Deluxe-Hippie-Mode: hair!



Handwerkliche Perfektion, persönliche Beratung, Kreativität und ein sicheres Gefühl für Styles und Trends: das sind die Erfolgsfaktoren, die Domenica und Peter Wetter seit 25 Jahren leiten. Inmitten geschichtsträchtiger Gemäuer im St.Galler Klosterviertel setzt Dom Pi auf modernste und innovative Techniken in Schnitt, Styling und Co-

loration und vermag so seine Kunden und Kundinnen stets aufs Neue zu verzaubern. Bei jedem Besuch spürt man die leidenschaftliche Begeisterung, mit der Peter und Domenica Wetter und ihr hochqualifiziertes Team ihrer «Berufung» nachgehen. Um ihrem hohen Anspruch an die Qualität der eigenen Leistung gerecht zu werden, halten sich Wetters und ihre Mitarbeiterinnen immer wieder zur Weiterbildung in London, Paris oder Mailand auf.

Dom Pi zählt zu dem kleinen Kreis an ausgewählten Salons im Raum St.Gallen, die das einzigartige Colour&Care-Programm von Sassoon ihrer Kundschaft anbieten können. Der Trend für die Saison Herbst/Winter spielt mit dem Stil der Deluxe-Hippie-Mode, die Yves Saint Laurent 1969 in Paris kreierte. Der Designer verwandelte damals den eigenwilligen, leicht grungigen Hippie-Look in eine Deluxe-Variante aus wallendem Chiffon und psychedelischen Drucken. Heute wird der erfrischende Optimismus der Sixties mit dem Glamour eines modernen Luxus zu einer Collection traumhaft unbeschwerter Looks kombiniert.

www.dom-pi.ch

Stilvoll in den Winter mit Mondaine

Das Mondaine Zifferblatt ist legendär. Die neuen Modelle fürs Handgelenk und den Schreibtisch überzeugen mit trendigem Design und Stil.

Dass feingliedrige Damenuhren auch auffallen können beweist die neue Aura von Mondaine. Das aussergewöhnliche Design mit der Krone auf der Oberseite des Gehäuses ist ein Hingucker. Die Uhr überrascht zusätzlich mit einem wechselbaren Armband, entweder aus Leder oder Edelstahl.



Neu kann man seinen Schreibtisch mit dem Desk clock cube schmücken. Der kleine Würfel vereint Stil und Funktionalität: die magnetische Uhr kann entweder im Block gelas-



sen, oder aber herausgenommen und an jeder metallenen Oberfläche angebracht werden. Die stylische Tischuhr ist in Rot oder Schwarz erhältlich.

Die Simply Elegant Ladies überzeugt mit Stil. Das ultraflache Gehäuse trägt sich leicht am Handgelenk. Für einen farblichen Hingucker sorgt das rote Lederarmband. Wer lieber dezentere Signale setzt, entscheidet sich für ein schwarzes Leder- oder Milanaisearmband.



www.mondaine.com



Grand Casino St.Gallen

Ganz St.Gallen fragt sich einmal im Monat: Wo sind denn bloss alle Frauen geblieben? Da empfiehlt sich ein Blick ins Casino an der St.Jakob-Strasse. Denn dort treffen sich die Damen, wenn sie wieder einmal Lust haben, mit ihren Freundinnen einen besonderen Abend zu verbringen. Ein einzigartiges Highlight präsentiert das Casino jeden dritten Mittwoch im Monat: Die legendäre «Ladies Night» verspricht mit muskelbepackten Herren und unvergleichlichen Shows prickelnde Erotik und einen unvergesslichen Abend. Immer um 20.30 Uhr und 22.00 Uhr. Die Stars des Abends heissen «Italian Dream Boys», «International Men of Steel» oder einfach nur «Ramon». Die weiblichen Gäste erhalten gratis ein Glas Prosecco, und für Gruppen ab vier Damen stehen eine ganze Flasche Prosecco und Spieljetons im Wert von 40 Franken bereit. Der Eintritt ist wie immer frei.

www.swisscasinos.ch



1

Mode Weber

- 1 Pudelmützen von Moncler
- 2 City Bag NYC Skyline von Bagghy
- 3 Bowling Bag Audrey Hepburn
- 4 Tasche von Burberry
- 5 Kuschliger Schal von Burberry

www.modeweber.ch



2



4

5



3



1

2

3

4



5



8



9

Frischknecht Juwelier

- 1 Rotgoldring mit Süßwasser-Zuchtperle
- 2 Weissgoldring «Queen» mit Zirkon
- 3 Alliance in Rotgold mit cognacfarbenen Brillanten
- 4 Brillantsolitär «Princess» in Rotgold
- 5 Anhänger mit weissen und schwarzen Brillanten
- 6 Anhänger mit weissen und einem schwarzen Brillanten
- 7 Solitär-Anhänger in Weissgold
- 8 Damenring «Queen» in Weissgold mit Mandaringranat und Brillanten
- 9 Ohrstecker «Queen» in Weissgold mit Mandaringranat

www.frischknecht-juwelier.ch

Dezent statt auffällig, edel statt schrill

Das paillettenbesetzte Top, der trendige Ledermini, die neuen Overknees – alles schön und modisch, wenn es in der Freizeit angezogen wird. Im Businessalltag haben diese Kleidungsstücke aber nichts zu suchen. Da herrschen ungeschriebene Stylingregeln.

Text: Daniela Winkler Bild: zVg



Bewusst oder unbewusst – wenn Sie jemandem begegnen, fällt dieser ein Urteil über Sie. Was er als Erstes aufnimmt, ist Ihr Äusseres: das Gesicht, die Haare, die Kleidung. Mit Ihrem Erscheinungsbild können Sie privat oder geschäftlich bereits vieles vorspüren. Wollen Sie seriös wirken? Elegant? Verführerisch? Sportlich? Ihre Kleidung kann all diese Attribute ausstrahlen.

Somit kann jeder selbst bestimmen, wie er wahrgenommen wird. Davon hängt im Geschäftsleben der Einstieg in ein Gespräch ab. Werden Sie als seriöse Geschäftsfrau wahrgenommen, wird Ihnen von Ihrem Gegenüber auch dementsprechend begegnet. Das Einhalten gewisser Kleidungsregeln kann somit eine Karriere positiv beeinflussen. Das muss aber nicht heissen, dass Sie nur noch in züchtiger weisser Bluse und schwarzem Kostüm ins Büro oder zum nächsten Businesslunch gehen dürfen.

Dies sah schon Freiherr Adolph Franz Friedrich Ludwig Knigge in seinen Regeln für den guten Stil: «Die Dame trägt Kostüm oder Hosenanzug mit Bluse. Bei hohen Temperaturen hat sich das klassische Etuikleid vielfach bewährt.» Auch zum Thema Farben äussert er sich. Die Regel ist einfach, sie besagt, je höher die Position innerhalb einer Hierarchie ist, umso dunkler werden die getragenen Farben. Rotes Trägerkleid, Highheel-Sandalen oder gar Flipflops haben also im Arbeitsalltag genauso wenig zu suchen wie ausgefallener Modeschmuck oder der trendige hellblaue Nagellack. Das Businessoutfit sollte möglichst bedeckt gehalten werden, was Miniröcke, Trägertops und alle Shirts mit tiefem Einblick ausschliesst. Verzichten Sie zudem auf Rüschen und Schleifen, da diese eher verspielt und mädchenhaft wirken. Schrille Töne und Farbzusammenstellungen – bei der Bekleidung und beim Make-up oder Nagellack – sind ebenfalls fehl am Platz.

Neben einem gepflegten Äusseren – guter zeitloser Haarschnitt, dezentes Make-up, gepflegte Hände, – sollte die Kleidung eher konservativ gewählt werden. Die Devise heisst dezent statt auffällig, edel statt schrill. Kostümen mit knielangen Röcken, Hosenanzüge oder Etuikleider in dezenten Farben zeugen von Sachkompetenz und Glaubwürdigkeit.

DESIGN

ODER NICHTSEIN.



Christian Jakob AG
Schuppisstrasse 9
9016 St. Gallen
Tel. 071 282 49 69
www.christianjakob.ch

Christian Jakob AG
Unterdorfstrasse 85
9443 Widnau
Tel. 071 727 20 40



DIE NEUEN DESIGNMODELLE. MINI HYDE PARK UND MINI GREEN PARK.

Very British, indeed. Die zwei neuen MINI Designmodelle stellen sogar die Queen in den Schatten. Denn mit ihren Sport-Stripes und Spiegelklappen in British Racing Green oder Hot Chocolate machen sie das Rennen. Und der kostenlose MINI Tender Loving Care Service bringt dich garantiert bis zu 100'000 km oder 10 Jahre* lang sicher ans Ziel. **MINI.ch**

* Es gilt das zuerst Erreichte.

MINI Cooper S Clubman Hyde Park, Treibstoffverbrauch insgesamt: 5,9 l/100 km, CO₂-Emission kombiniert: 137 g/km, Energieeffizienzkategorie: C. MINI Cooper Green Park, Treibstoffverbrauch insgesamt: 5,4 l/100 km, CO₂-Emission kombiniert: 127 g/km, Energieeffizienzkategorie: C. Durchschnitt aller immatrikulierten Neuwagen in der Schweiz: 159 g/km.



OYSTER PERPETUAL DATEJUST

BUCHERER
1888

St. Gallen Multergasse 15 | [bucherer.com](https://www.bucherer.com)


ROLEX