

Special Frauen+Karriere

WOMEN'S BUSINESS AWARDS 2015



Gewinnerinnen der Women's Business Awards, die anlässlich der 10. Women's Business Conference am 10. November 2015 in Zürich verliehen wurden: Melanie Aregger, Sunnie J. Groeneveld, Oxana Ochsner (oben von links nach rechts), Viviana Buchmann, Ricarda T. D. Reimer, Judith Ellens (Mitte von links nach rechts), Emma Page, Carolyn Kerchof, Gudrun Ongania (unten von links nach rechts) – die Preisverleihung stand im Zeichen des Themas Sichtbarkeit.

NEWS

Women's Contact-Day in Zürich

Am 4. Women's Contact-Day der Together AG am 16. November 2015 im StageOne in Zürich erhalten rund 500 Studentinnen und Absolventinnen von hiesigen Fachhochschulen oder Universitäten einen spezifischen Einblick zu ihren Karrieremöglichkeiten in verschiedenen Branchen und können in entspannter Atmosphäre mit nationalen sowie globalen Arbeitgebern und landesweiten Frauennetzwerken Kontakte knüpfen. Zum Rahmenprogramm gehören neben Vorträgen CV-Checks, Bewerbungsfotos, Laufbahnberatung und Styling-Tipps. Alle Teilnehmerinnen erhalten zuletzt ein kostenloses Career Starter Package.

Neues Programm Female Leader

Der 1999 gegründete unabhängige Verband Wirtschaftsfrauen Schweiz hat 2015 eine neue Initiative ins Leben gerufen, um der Gender-Quote einen Schritt voraus zu sein: Das Programm Female Leader. «Leider werden Frauen zu oft übersehen. Es ist höchste Zeit, dass wir die Sache selber in die Hand nehmen. Dazu bedarf es eines spezifischen Search-Prozesses abseits der herkömmlichen Recruiting-Massnahmen und geschlossenen Netzwerke», erklärt Clivia Koch, Präsidentin der Wirtschaftsfrauen Schweiz. Gemeinsam mit Anita Fetz, Ständerätin des Kantons Basel-Stadt und Gründungs- sowie Ehrenmitglied des Verbands, hat sie Female Leader entwickelt.

Das Programm legt besonderen Wert auf die frühzeitige Identifikation von talentierten Frauen. Sie werden durch ein massgeschneidertes Coaching in ihrer Karriereentwicklung gezielt gefördert und auf ein zukünftiges Exekutivmandat vorbereitet. Kandidatinnen, die sich dafür zur Verfügung stellen, werden durch ein modular aufgebautes Angebot in ihrer Führungsqualität gestärkt. Dadurch wird sichergestellt, dass die Mandatsvermittlung zum nachhaltigen Erfolg führt. Parallel dazu werden die Unternehmen dank einer umfassenden Beratung und Sensibilisierung durch erfahrene Expertinnen und Experten gezielt geschult. Dadurch werden bestehende Hürden rechtzeitig identifiziert und abgebaut.

VERANTWORTLICH FÜR DIESEN SPECIAL: NORMAN C. BANDI

FOTO-PORTFOLIO

Die Bilder zeigen die zehn Preisträgerinnen der zehnten Women's Business Awards, die am 10. November 2015 anlässlich der 10. Women's Business Conference im Hotel Park Hyatt in Zürich geehrt wurden. Unten: Saadia Zahidi.

Fotos: ZVG



Impressum Der Special «Frauen+Karriere» ist eine redaktionelle Eigenbeilage der «Handelszeitung» und Bestandteil der aktuellen Ausgabe. Herausgeber: Redaktion und Verlag, «Handelszeitung», Axel Springer Schweiz, 8021 Zürich.

Ohne Inhalt geht es nicht

Sichtbarkeit Bundesrätin Doris Leuthard, Vorsteherin des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation, über die Erfolgsformel für Arbeitgeber und Arbeitnehmerinnen.

DORIS LEUTHARD

Sichtbarkeit setzt Inhalt voraus – und umgekehrt. Ohne Inhalt nutzt jedes Plakat wenig, sei es noch so schreierisch. Denn es bleibt nichts hängen.

Beispielsweise ist eine Energiestrategie 2050 ohne Inhalt kaum nachhaltig. Der Bundesrat hat hier die Ziele gesteckt: Mit der Steigerung der Energieeffizienz, der Förderung der Erneuerbaren, dem sparsamen Umgang mit fossilen Energieträgern, der Reduktion der Auslandsabhängigkeit. Weiter hat er Massnahmen vorgeschlagen, wie man diese Ziele erreicht. Das sind Fakten. Darunter kann man sich etwas vorstellen. Darüber lässt sich diskutieren.



Bundesrätin Doris Leuthard: «Neben dem Willen braucht es sichtbare Vorbilder.»

An der Formel von Sichtbarkeit und Inhalt haben sich Unternehmen, Vorgesetzte und Angestellte genauso zu orientieren, wenn es um die berufliche Weiterentwicklung geht. Plakative Forderungen zur Erhöhung des Frauenanteils in Firmen und Berufen tönen zwar schön – neben dem Willen dazu braucht es sichtbare Vorbilder und auch hier Inhalte.

Das beginnt in einem frühen Stadium der Ausbildung. Wie schaffen wir es, Mädchen vermehrt für mathematische und naturwissenschaftliche Berufe zu begeistern? Der Bund hat dazu eine entsprechende Initiative gestartet.

Das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) führt zur Nachwuchssicherung

den internationalen Aktionstag «Girls in ICT» durch. Wir im Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (Uvek) haben die Möglichkeit, die Zukunft unseres Landes mitzugestalten. Wir verantworten spannende Arbeitsinhalte und komplexe Projekte und präsentieren diese auch im Rahmen des Hochschulmarketings.

Ich wünsche mir mehr Bewerbungen von Frauen. Denn wir bieten Sichtbarkeit und Inhalt – in politischen Projekten und als attraktiver Arbeitgeber.

Doris Leuthard, Bundesrätin, Vorsteherin des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation, Bern.

cornercard
you first



Exklusiv: Miles & More Business Karte.

Geschäftlich meilenweit im Vorteil.

Jetzt bestellen unter +41 91 800 41 50
oder cornercard.ch/milesandmore-business



Partner von
Miles & More
 **Lufthansa**

«Welcome to VisiAbility»

Führungsgremien Das sind die wichtigsten Tools, um als Business Woman sichtbar zu werden.

SITA MAZUMDER

Henry Ford sagte einst: «Enten legen ihre Eier in aller Stille. Hühner gackern dabei wie verrückt. Was ist die Folge? Alle Welt isst Hühnerfleisch.» Was hier mit Schmunzeln anhand der Tierwelt abgebildet ist, liegt in der Natur des Menschen. Wir werden schneller auf Personen und Dinge aufmerksam, die auffallen. Dieser Umstand ist nicht zu werten, also nicht gut und nicht schlecht, sondern eine Tatsache, die auch für die berufliche Laufbahn gilt. Sich sichtbar zu machen, auf sich aufmerksam zu machen, ist ein nicht zu vernachlässigender Erfolgsfaktor auf dem Weg in ein Führungsgremium. Die Art und Weise, wie dies geschieht, ist durchaus vielfältig und individuell. Aber dazu später mehr.

Ausdrückung nach Ausbildung

Karrierefrauen in Führungsgremien sind nach wie vor in der Unterzahl und im Top-Management in der Schweiz bei kotierten Firmen derzeit mit rund 6 Prozent beziffert. Bei den KMU sehen die Zahlen zwar je nach Segment etwas besser aus, jedoch sind viele der KMU-Frauen wenig

oder nicht sichtbar. Firmen suchen heute oft nach Frauen, die die berufliche Karriereleiter hochsteigen wollen; ebenso oft gehört ist das Argument, dass es diese Frauen nicht gibt.

Ist dem wirklich so? Hierzulande machen mittlerweile mehr Frauen als Männer einen tertiären Abschluss und dazu gemittelt noch mit höherem Notendurchschnitt. Will heissen, wir haben rein mengenmässig eine grosse Anzahl an top ausgebildeten Frauen. Dann kommt die Ausdünnung. Der Markt ab mittlerem Management ist bislang signifikant kleiner, und häufig korreliert – oder kollidiert – der Weg durch das mittlere Management mit der Familiengründung. Flexible Arbeitsmodelle und das Aufbrechen von Stereotypen können hier einiges wettmachen, ebenso aber auch die Sichtbarkeit. Doch was ist Sichtbarkeit?

Sichtbarkeit, oder als Synonyme verwendet Visibilität oder Erscheinung, hat viele Gesichter und Ebenen. Alle Facetten aufzuzählen würde an dieser Stelle zu weit führen, aber als gemeinsamer Nenner geht es darum, sich zu zeigen und deutlich zu machen, für was man steht. Und das

braucht Mut. Für viele bedeutet es eine Überwindung, die eigene Komfortzone zu verlassen und visibel zu werden, aber ohne geht es nicht: Von sicher zu sichtbar. Klar ist, und das zeigen auch unsere Forschungen, dass Sichtbarkeit ein zentraler Erfolgstreiber ist, wenn es um die berufliche Karriere geht. Nachstehend ein paar Tools aus der Werkzeugkiste der Sichtbarmachung: Natürlich, die Sichtbarkeit über Leistung und Inhalte soll an erster Stelle kommen. Zumeist liegt hier auch

nicht das Obstakel. Oft sehen wir, dass zwar bei den Frauen viel «Tue Gutes und Richtiges» passiert, aber wenig darüber geredet wird.

Kommunikation: Wer nicht klar kommuniziert, was die Ziele sind, hat entsprechend weniger Chancen, diese zu erreichen. Das gilt auch für den Weg in ein Führungsgremium. Klar kommunizieren ist eine Grundvoraussetzung – das mag simpel klingen, wird jedoch oft in der Praxis zu wenig umgesetzt.

Networking: Der Begriff, welcher seit geraumer Zeit überstrapaziert wird, darf bei allem inflationären Gebrauch nicht fehlen. Sich zu

vernetzen, und zwar in gemischten Netzwerken und an gemischten Veranstaltungen, bringt Sichtbarkeit mit sich, hat darüber hinaus aber auch weitere positive Komponenten wie Erfahrungsaustausch oder Informationsgewinnung.

Social Media: Berufliche Netzwerke wie Xing oder LinkedIn gehören heute mit zum Standard. Man tritt damit auch in der E-Welt aus der Anonymität und wird eher gefunden.

Sich aktiv in Position bringen

Die Liste könnte weitergeführt werden, doch das würde den Rahmen sprengen. Wichtige Voraussetzung, sich zu lancieren, ist, sein Profil zu kennen. Und wichtige Regel auf dem Weg, sich aktiv in Position zu bringen, ist, authentisch zu bleiben. Hat es eine Frau geschafft und ist sie in einem Führungsgremium angelangt, dann schwingt das Pendel oft in die andere Richtung. Es wird nämlich ganz genau hingeschaut und beachtet, was gemacht wird – wann, wie und mit wem. «Welcome to VisiAbility.»

Sita Mazumder, Professorin und Dozentin, Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ, Hochschule Luzern – Wirtschaft; Projektleiterin der Women's Business Conference.

GL-EXPERTIN

Sita Mazumder (45)



Nationalität	Schweizerin
Funktion	Ökonomin
Firma	IFZ
Arbeitsort	Zug
Wohnort	Herrliberg ZH

Diskrepanz durchbrechen

Verwaltungsräte Es geht nicht darum, mehr Frauen zu haben, sondern die passenden zu finden.

DORIS AEBI

Hochgejubelt, kritisiert, bewundert und beneidet werden sie, die wenigen Frauen, die es in die Top-Liga der Verwaltungsräte geschafft haben. Es sind begehrte Aushängeschilder, vielfach in den Medien porträtiert und aus Keynote-Referaten und Podiumsdiskussionen weitherum bekannt. Sie sind es, an die bislang sofort gedacht wurde, wenn es um die Suche von Verwaltungsrätinnen ging, denn sie sind sichtbar. Doch wie sieht es mit den Frauen aus, die in starken KMU im Verwaltungsrat wirken, oder mit denjenigen, die in operativen Schlüsselpositionen tätig sind und mit ihrem breiten Erfahrungshintergrund den Wunsch und die Fähigkeit zur Übernahme eines ersten Mandats haben?

Aktives Sichtbarmachen

Aus meiner Erfahrung kann ich sagen, dass auch diese zunehmend sichtbar sind. Was aber nicht heisst, dass sie auch gesehen werden, ganz im Gegenteil. Und damit öffnet sich folgende Diskrepanz, die mich beschäftigt. Einerseits haben viele Verwaltungsräte den Wunsch, das Gremium gezielt mit Frauen zu ergänzen, unterliegen aber der Meinung, dass es zu wenige Frauen gebe, die dafür in Frage kommen könnten. Andererseits gibt es immer mehr sehr gut ausgebildete sowie erfahrene

Frauen, die viel unternehmen, um sichtbar zu sein – sei es durch Fachbeiträge, durch ein erfolgreiches Selbstmarketing, durch einen hervorragenden Job in wirtschaftlichen oder politischen Schlüsselpositionen oder einfach durch cleveres Networking.

Wenn nun also diese Frauen für Verwaltungsräte nicht gesehen werden, dann offensichtlich aus dem Grund, weil nicht richtig Ausschau gehalten wird. Angebot und Nachfrage kommen nicht zusammen, weil die Nachfrage aufgrund des altbewährten Vorgehens, in den eigenen Netzwerken nach bekannten Namen zu suchen, gar nicht erst zustande kommt.

Was muss sich ändern, um diese Diskrepanz zu durchbrechen? Aktives Sichtbarmachen von potenziellen Verwaltungsrätinnen, auch über institutionelle Kanäle, ist das eine. So hat der Schweizerische Arbeitgeberverband in einer Publikation, an der unsere Firma als Projektpartnerin mitwirkte, 400 Frauen mit dem Potenzial für Verwaltungsräte börsenkotierter oder grosser Unternehmen porträtiert. Ebenfalls sind verschiedene Frauenorganisationen sowie Netzwerke in dieser Sache aktiv. Damit wird es immer einfacher, die von den Verwaltungsräten im Falle einer

Zuwahl zu erstellenden Longlists mit Frauennamen zu ergänzen.

Ausserhalb des Gängigen

Das alleine genügt jedoch nicht, denn eines darf nicht vergessen werden: Es geht nicht einfach darum, mehr Frauen in den Verwaltungsräten zu haben. Entscheidend ist, die passenden zu finden. Deshalb ist es wichtig, vor einer Zuwahl ein professionelles Profil zu erstellen, entlang dem dann die Verwaltungsrätin gesucht wird – ein Vorgehen, das selbstverständlich genauso bei der Zuwahl eines Mannes in den Verwaltungsräten zur Regel werden sollte. Dieses Profil bildet anschliessend die Basis für eine gezielte Suche im positionsspezifischen Markt, damit eben auch diejenigen fähigen Frauen gefunden werden, die sich ausserhalb der gängigen Netzwerke befinden.

Die Professionalisierung der Suche ist somit die erste wichtige Voraussetzung fürs Sichtbarmachen der Frauen für Verwaltungsräte. Nach der Wahl ist aber eine andere Form von Sichtbarkeit notwendig: Damit sich die Frauen auch adäquat einbringen und ihre Kompetenzen im Entscheidungsgremium zum Tragen kommen, ist deren wirkliche Integration entscheidend. Dabei kommt dem Präsidenten des Verwaltungsrats eine wichtige

Rolle zu. Er hat es in der Hand, mit der richtigen Führung und dem Gestalten einer offenen sowie respektvollen Gesprächskultur die Verschiedenartigkeit der Beiträge und Sichtweisen der Mitglieder im gemischten Team zu einem guten Ganzen zu formen.

Investition statt Kosten

Neue Rekrutierungs- und Zusammenarbeitformen im Verwaltungsrat setzen die Bereitschaft zu Veränderungen voraus. Dies bedeutet Arbeit, kostet Engagement und Kraft und manchmal auch Geld. Und diejenigen, die mit gemischten Teams erfolgreich sind, wissen, dass dieser Aufwand nicht Kosten, sondern Investitionen sind.

Sichtbarmachen im Sinne des Entdeckens der passenden Frauen und Sichtbarmachen im Sinne des richtigen Integrierens und Auseinandersetzens mit Andersartigkeit sind somit die Schlüssel, um aus gemischten Teams auch die wirtschaftlichen Vorteile zugunsten eines Unternehmens zu schöpfen.

Doris Aebi, Mitinhaberin, Executive-Search-Firma aebi+kuehni AG, Zürich; Gründerin sowie, zusammen mit Melinda Henschke, Co-Geschäftsführerin der women on board GmbH, Zürich; Jurypräsidentin der Women's Business Awards an der Women's Business Conference; Vizepräsidentin der Verwaltung des Migros-Genossenschafts-Bunds MGB.

VR-EXPERTIN

Doris Aebi (50)



Nationalität	Schweizerin
Funktion	Executive Searcher
Firma	aebi+kuehni
Arbeitsort	Zürich
Wohnort	Schöffland AG

ANZEIGE

WEITERBILDUNG IN ORGANISATIONS- UND PERSONALENTWICKLUNG

Führung fängt bei Ihrer Persönlichkeit an

Neben Kenntnissen zu Managementmethoden sind es die Erfahrungen, die einen guten Chef auszeichnen. Deshalb liegt der Fokus bei der 4A ACADEMY auf der Schärfung Ihrer Selbst- und Fremdwahrnehmung. Mit aktivem Lernen und Ihrem persönlichen Coach entwickeln Sie sich zu einer echten Führungspersönlichkeit.

Alle Seminare und weitere Informationen finden Sie auf 4a-academy.ch oder rufen Sie uns an unter 062 511 49 00



Sichtbare Siegerinnen

Women's Business Awards 2015 Im Rahmen der 10. Women's Business Conference in Zürich wurden zehn Geschäftsfrauen

1. Wie sichtbar fühlten Sie sich als Geschäftsfrau bislang auf Ihrem beruflichen Karriereweg?
2. Was bedeutet Ihnen die Auszeichnung mit einem von zehn Women's Business Awards 2015?

UMFRAGE: NORMAN C. BANDI

MEGATREND GESUNDHEIT

Melanie Aregger (32)



Nationalität	Schweizerin
Funktion	COO
Firma	InSphero
Arbeitsort	Schlieren ZH
Wohnort	Buchs AG

MEGATREND MOBILITÄT

Viviana Buchmann (62)



Nationalität	Schweizerin
Funktion	CEO
Firma	Mobility
Arbeitsort	Luzern
Wohnort	Keine Angabe

MEGATREND NEO-ÖKOLOGIE

Judith Ellens (33)



Nationalität	Niederländerin
Funktion	Co-Gründerin
Firma	Eaternity
Arbeitsort	Zürich
Wohnort	Zürich

MEGATREND NEW WORK

Sunnie J. Groeneveld (27)



Nationalität	Schweizerin
Funktion	Co-Gründerin
Firma	Inspire 925
Arbeitsort	Zürich
Wohnort	Ottenbach ZH

MEGATREND SILVER SOCIETY

Carolyn Kerchof (27)



Nationalität	US-Amerikanerin
Funktion	Gründerin
Firma	Zeitgeist.Kollektiv
Arbeitsort	Zürich
Wohnort	Zürich

1. Sichtbarkeit ist kein statischer Zustand, eher entspricht sie einem kontinuierlichen Prozess, welcher durch Faktoren wie Kompetenz, Ausdauer, Funktion sowie Kultur in der Firma begünstigt wird. In meinen ersten Berufsjahren hat sich meine Sichtbarkeit primär auf die Vorgesetzten, Kollegen und Kunden beschränkt. Erst InSphero bot mir das richtige Umfeld, aufgrund des Vertrauens in meine Person und meine Fähigkeiten meine Sichtbarkeit durch öffentliche Auftritte zu erhöhen. Somit fühle ich mich heute als Geschäftsfrau sichtbarer als zu Beginn meiner Karriere.

2. Diese Auszeichnung ist eine besondere Ehre für mich, zumal ich erst am Beginn meines Karriereweges stehe und sie daher wie Vorschusslorbeeren wirkt. Eine solch grosse Anerkennung bereits zu diesem Zeitpunkt zu erhalten, bestärkt mich in meinen Ambitionen und motiviert mich, diesen Weg weiter zu gehen. Ausserdem zeigt mir die Auszeichnung auf, dass sich harte Arbeit, Drive, gegenseitiges Anspornen im Team und eine Kämpferattur auszahlen – ein sehr schönes Gefühl.

3. Persönlich stimme ich dem Megatrend Gesundheit absolut zu und sehe Bestätigung hierfür sowohl in meinem Privatleben als auch in meinem Berufsleben. Mit unserem InSphero Diagnostics Test möchten wir hierzu einen indirekten Beitrag leisten: Die Krebspatienten sollen die für sie richtige Chemotherapie nicht durch Ausprobieren am eigenen Körper, sondern durch Testen im Labor auf gezüchteten, kleinsten 3D-Minutoren identifizieren können. Idealerweise erspart man dem Krebspatienten dadurch unnötige, kostspielige Therapien. Wir bewegen uns somit weg von der Standardtherapie, die aufgrund von Studien an grossen Patientengruppen festgelegt wird, hin zu präziseren Therapieentscheidungen auf Basis von modernsten Technologien für den individuellen Patienten.

4. Obwohl Sichtbarkeit ein Stück weit mit Glück zu tun hat – Auftreten zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort –, rate ich meinen ambitionierten Kolleginnen, das Thema aktiv anzugehen, und zwar in zweierlei Hinsicht: Zum einen durch das Weiterentwickeln der eigenen Fähigkeiten wie Fleiss, hohe Arbeitsqualität, Teamfähigkeit, Durchhaltevermögen und Vertrauen in sich selbst. Zum anderen durch die Suche nach dem richtigen Umfeld mit Menschen, welche an diese Person glauben und sie gezielt fördern.

1. Engagement, Kompetenz und Führungsstärke sind immer sichtbar, ganz unabhängig vom Geschlecht. Ich hatte in meiner Karriere immer Menschen um mich, die diese Leistungen schätzen und förderten. Eine unterschiedliche Wahrnehmung von Mann und Frau stelle ich ausschliesslich dann fest, wenn die Rolle einer Person unbekannt ist: Männern wird nach wie vor per se eine hohe Position zugetraut...

2. Laut demografischen Prognosen droht der Schweiz ein Mangel an qualifizierten Arbeitskräften. Umso mehr gilt es, auch das Potenzial talentierter, gut ausgebildeter Frauen auszuschöpfen und sie vermehrt für Führungspositionen zu gewinnen. Hierfür braucht es Vorbilder – Vorbilder, wie sie die Women's Business Awards hervorheben. Ich fühle mich geehrt, eine von zehn Auszeichnungen zu erhalten, und nehme sie stellvertretend für die vielen anderen Frauen entgegen, die tagtäglich tolle Arbeit in ihren Unternehmen leisten.

3. Mobilität wird auch in Zukunft ein prägender Megatrend bleiben, denn sie ist ein elementarer Faktor der globalen Wirtschaft und des menschlichen Zusammenlebens. Insbesondere gilt es, Antworten auf den kontinuierlich steigenden Mobilitätsbedarf zu finden. Dies kann meiner Meinung nach nur über eine Änderung unseres Mobilitätskonsums laufen. Carsharing, wie es Mobility anbietet, ist ein sinnvoller Lösungsbaustein. Daneben werden sich andere Mobilitätsformen entwickeln und etablieren.

4. Der Einfluss von Frauen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik nimmt meines Erachtens stetig zu. Die sich daraus ergebenden Chancen müssen ambitionierte Frauen (selbst)bewusst angehen. Hierfür ist es wichtig, sich zu vernetzen und öffentlich Präsenz zu zeigen. Regulatorische Massnahmen wie Quotenregelungen finde ich hingegen starr, da wir keine Quotenfrauen, sondern Top-Frauen brauchen. Ich sehe vielmehr die Leitungsorgane von Unternehmen in der Verantwortung, Rahmenbedingungen zu schaffen, die fähigen Frauen chancengleiche Aufstiegsmöglichkeiten bieten.

1. Das Thema Ernährung und Ökologie bewegt. Bis jetzt sind wir damit regelmässig in den Medien erschienen. Öffentlichkeitsarbeit ist für uns auch wichtig, um den Markt voranzutreiben. War der Auftritt vor sechs Jahren eher noch als Studentin oder Aktivistin, die ein spannendes Projekt macht, hat sich dies nun in einen mehr geschäftlichen Auftritt gewandelt. Man realisiert, dass Geschäftsideen, welche zu einer nachhaltigeren Welt beitragen, machbar, notwendig und spannend sind.

2. Das macht mich stolz. Anerkennung für unsere Arbeit zu bekommen, ist ein wichtiger Motivationstreiber. Ein Geschäft aufzubauen, speziell wenn das Thema etwas unüblich ist, ist harte Arbeit. Grosse Freude bereitet es mir für das Team, meine Familie und meine Freunde. Es ist etwas Greifbares, eine Bestätigung, dass die vielen Stunden Arbeit sich lohnen. Weiter ist es wichtig für die Auswirkung der Firma. Auszeichnungen wie diese geben unserer Organisation ein Gesicht.

3. Mein ursprüngliches berufliches Ziel war es, im direkten Naturschutz- und Ökologiebereich zu arbeiten. Ich wollte entweder in die Forschung oder ins Naturschutzmanagement. Mit der Idee Eaternity habe ich realisiert, wie unabhängig diese ist, um die Natur zu schützen und das Ziel einer ressourcengerechten Welt zu erreichen. Eine klimafreundlichere Ernährung ist wichtig zum Erhalt unserer Lebensgrundlage und der Natur. Ich kann mich also sehr gut mit dem Megatrend identifizieren.

4. Ich denke, dass es am wichtigsten ist, etwas zu machen, wofür man Herzblut hat. Dann hat man immer genügend Energie und Freude, um dranzubleiben. Bezüglich Gleichstellung war für mich die Auseinandersetzung mit existierenden kulturellen Werten wichtig. Die Idee der finanziellen Gewinnmaximierung ist im Grunde menschenfeindlich. Leider viel zu seltene, aber offene Gespräche mit erfolgreichen Frauen und Männern haben mir geholfen. Einen eigenen, nicht unbedingt konformen Auftritt mit eigenem Wertesystem zu entwickeln, halte ich für wichtig.

1. Grundsätzlich fühle ich mich sichtbar – an Tagen, an denen ich meinen gelben Mantel zur Arbeit trage, mehr als an jenen, an denen ich den grauen Mantel trage. Die erstere Antwort lautet, dass ich regelmässig für «HR Today» über das Thema Employee Engagement schreibe und letztes Jahr mit Christoph Küffer das Buch «Inspired at Work – 66 Ideen für mehr Engagement und Innovation im Unternehmen» verfasst und beim Versus-Verlag herausgebracht habe, was positiv zu meiner Sichtbarkeit und der meiner Firma Inspire 925 beigetragen hat.

2. Ich freue mich natürlich sehr über die Anerkennung. Die Auszeichnung ist für mich Bestätigung und Ansporn zugleich. Es ist insofern eine Bestätigung, als dass unsere Arbeit der vergangenen Jahre gewürdigt wird. Es ist aber auch ein Ansporn, jetzt erst recht unsere Vision umzusetzen: Eine Arbeitswelt mitzugestalten, in der jeder engagiert und inspiriert arbeiten kann.

3. Das Zukunftsinstitut sagt zum Megatrend New Work, dass sich die Unternehmensstrukturen und Arbeitsräume verändern, der Kreativarbeiter ins Zentrum gerückt wird, die Grenzen zwischen Work und Life zunehmend verschwimmen und die intrinsische Motivation immer wichtiger wird. Für mich ist dieser Megatrend bereits Gegenwart: Ich lebe ihn jeden Tag.

4. Ich glaube nicht an Quoten und Regulierungen – ich glaube an Menschen und Vorbilder. Frauen, die mit diesem Beispiel vorangehen und ihre Definition von Erfolg jeden Tag in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft vorleben. Ich rate also dazu, die eigene Definition von Erfolg für sich festzulegen, diese vorzuleben und so selbst zum positiven Beispiel zu werden.

1. Meine Karriere steht an ihrem Beginn. Erst als mein Projekt, der Zeitgeist, im Mai 2015 den Social Impact Award gewann – nur wenige Tage vor Abschluss meines Master-Studiums –, erkannte ich es nicht mehr nur als ein Projekt, sondern als ein Startup und mich selber nicht nur als kreativen Kopf, sondern als Gründerin. Bei der Women's Business Conference mit einem Women's Business Award ausgezeichnet zu werden, bestärkt diese Wahrnehmung.

2. Es gibt so viele Frauen – besonders Frauen, die die wichtigsten Fragen unserer Zeit thematisieren und die Entwicklung unserer Gesellschaft prägen. Es ist inspirierend, durch die Auszeichnung mit dem Women's Business Award zu dieser Gruppe von Frauen gezählt zu werden. Dass ich mit meinem Projekt, dem Zeitgeist, ausgewählt worden bin, zeigt mir auch, dass ein grosses Bedürfnis nach mehr Austausch mit den älteren Menschen in unserer Gesellschaft besteht.

3. Ich kann mich sehr stark damit identifizieren. Zwei wichtige Aspekte des Megatrends Silver Society sind zum einen die Idee, dass ältere Menschen mit ihren gesamten Erfahrungen tatsächlich eine Bereicherung sind, und zum anderen die Idee, dass Menschen bis zu ihrem Tod in Kontakt mit der Welt bleiben können und sollen. Das Zeitgeist.Kollektiv ist mein Versuch, eine Reaktion auf das Altern unserer Gesellschaft zu finden und einen kreativen, konstruktiven und freudvollen Umgang mit diesem demografischen Wandel zu initiieren.

4. Als Mädchen wird uns oft gesagt, dass wir alles erreichen und alles werden können, was wir wollen. Doch oftmals ist es erst die konkrete Begegnung mit einer erfolgreichen und inspirierenden Frau, durch die wir erkennen, welche Ziele wir anstreben möchten. Veranstaltungen wie die Women's Business Conference finde ich sehr wertvoll, denn sie fördern die Sichtbarkeit von potenziellen weiblichen Vorbildern. Aus diesem Grund ermutige ich meine Kolleginnen, hierzulande an Veranstaltungen wie der Women's Business Conference teilzunehmen und sich aktiv mit anderen Frauen in ihrem Arbeitsgebiet zu vernetzen.

nach zehn der elf Megatrends des deutschen Zukunftsinstituts ausgezeichnet – klar, dass «Female Shift» überflüssig war.

3. Sie erhalten den Preis analog den Megatrends des deutschen Zukunftsinstituts in einer Kategorie. Wie sehr und weshalb können Sie sich damit identifizieren?

4. Gleichstellung und Quotenregelung sind Schlagworte in Politik und Wirtschaft, wenn es um die Sichtbarkeit von Geschäftsfrauen geht. Was raten Sie jungen Talenten?

MEGATREND INDIVIDUALISIERUNG

Oxana Ochsner (45)



Nationalität	Russin/Schweizerin
Funktion	Mid Office
Firma	Raiffeisen
Arbeitsort	Zürich
Wohnort	Volketswil ZH

MEGATREND URBANISIERUNG

Gudrun Ongania (34)



Nationalität	Österreicherin
Funktion	Gründerin
Firma	VEG and the City
Arbeitsort	Zürich
Wohnort	Feusisberg SZ

MEGATREND KONNEKTIVITÄT

Emma Page (36)



Nationalität	Engländerin
Funktion	Regional Director
Firma	Pyramid Analytics
Arbeitsort	Amsterdam
Wohnort	Oberhasli ZH

MEGATREND NEUES LERNEN

Ricarda T. D. Reimer (46)



Nationalität	Deutsche
Funktion	Leiterin Fachstelle
Firma	PH FHNW
Arbeitsort	Solothurn
Wohnort	Zürich

MEGATREND GLOBALISIERUNG

Saadia Zahidi (34)



Nationalität	Pakistani
Funktion	Senior Director
Firma	WEF
Arbeitsort	Genf
Wohnort	Genf

1. Die Sichtbarkeit ist sehr stark mit der Individualisierung verbunden. Mir war immer sehr wichtig, meine Meinung und meine Ideen einbringen zu können, dabei den Mut nicht zu verlieren, bestehende Muster zu hinterfragen und neue Wege zu suchen. Mit dieser proaktiven Handlungsweise fühle ich mich auf meinem beruflichen Karriereweg bestätigt und sichtbar. Das hat mir auch geholfen, nach der Familienphase mit drei Kindern im Jahrgang 1998 und 2001 einen beruflichen Neuanfang zu meistern.

2. Das ist eine grosse Ehre für mich. Diese Auszeichnung ist ein wichtiges Zeichen, dass ich auf dem richtigen Weg bin. Sie steht stellvertretend für die Unterstützung aller Frauen im Berufsleben. «Sichtbarkeit sollte Gutes bewirken», das hat mir meine Grossmutter mit auf den Lebensweg gegeben. Als Krankenschwester wurde sie für ihre herausragende Arbeit und ihren Mut während des Zweiten Weltkrieges mit der Florence-Nightingale-Medaille des Roten Kreuzes ausgezeichnet. Ihr Engagement für die anderen war für mich immer eine grosse Inspiration.

3. Ich kann mich vor allem mit Themen identifizieren, die mit einer innovativen, proaktiven Lebensphilosophie verbunden sind. Das eigene Leben kontinuierlich neu gestalten zu können und die Herausforderungen als Chance zu sehen, ist zu meinem Lebenscredo geworden. «The essential thing in life is not conquering but fighting well», dieses Zitat von Pierre de Coubertin, Begründer der neuzeitlichen Olympischen Spiele, begleitet und inspiriert mich auf meinem Lebensweg.

4. Gleichstellung und Quotenregelung sind Chancen für uns Frauen, sich sichtbar zu machen – und das sollen wir nutzen. Danach zählen sowieso die Persönlichkeit, die Leistung und die Leistungsbereitschaft. Ich würde aber allen raten, beim Verfolgen der beruflichen Ziele sich selbst nicht zu verlieren und auf ein gutes Bauchgefühl zu achten. Das Kunststück im Leben für mich ist, beruflich sowie privat eine Harmonie zu erreichen. Wie Antoine de Saint-Exupéry in seinem bekanntesten Werk, «Le Petit Prince», schrieb: «Man sieht nur mit dem Herzen gut. Das Wesentliche ist für die Augen unsichtbar.»

1. Ich habe ehrlich gesagt nie darüber nachgedacht, ob ich als Geschäftsfrau sichtbar bin oder nicht. Für mich zählen die Persönlichkeit, die Ambition und die Leistung – egal, ob Frau oder Mann. Ich bin mit dem Verständnis aufgewachsen, dass man alles erreichen kann, wenn man nur will. Und mit dieser Einstellung habe ich auch meine berufliche Laufbahn angegangen. Eine Karriere im klassischen Sinne ist für mich auch nicht wichtig. Wichtig ist, dass ich das mache, was mir Spass macht, wohin ich zu 100 Prozent stehen kann, und dass ich mit meinem Unternehmen einen positiven Einfluss in der Gesellschaft haben kann.

2. Die Auszeichnung ist eine grosse Ehre für mich. Sie bestätigt mir, mit VEG and the City eine Unternehmung geschaffen zu haben, die Einfluss in der Gesellschaft nimmt und Positives bewirkt. VEG and the City ist in den vergangenen vier Jahren gewachsen und bietet einen ganzen Blumenstrauß an Produkten und Dienstleistungen rund um das biologische Gärtnern in der Stadt an. Zehntausende Personen haben durch uns wieder gelernt, wie man Gemüse anbaut, was gerade Saison ist und wie viel Freude etwas Dreck unter den Fingernägeln machen kann. Dies ist wertvolles Wissen, das so für die nächsten Generationen bewahrt wird. Daher freut mich diese Anerkennung besonders.

3. Das Potenzial der Städte als neuer (Er-)Lebensraum ist enorm und bei Weitem noch nicht ausgeschöpft. Vor allem die Thematik Stadt und wie die Stadt sich (lokal) ernährt, wird in den nächsten Jahren noch sehr viele Diskussionen und auch viel Handlungsbedarf hervorrufen. VEG and the City gestaltet diese Diskussion aktiv mit und ist mit seinen Angeboten ganz nah am Puls der Stadtbewohner. Aus diesem Grund kann ich mich persönlich und mit VEG and the City voll und ganz mit dem Megatrend Urbanisierung identifizieren.

4. Ich rate Kolleginnen, dass man klar formuliert, was man möchte und wofür man möchte, und dies immer wieder auch einfordert. Dabei finde ich persönlich, dass man sich selbst treu sein muss und authentisch bleiben soll. Nur wenn man mit sich selbst im Reinen ist und eine Vision für die Zukunft hat, kann man auch von anderen erwarten, dass man bei der Umsetzung unterstützt wird. Wenn man seine Wünsche und Ziele offen ausspricht, öffnen sich meist mehr Türen, als man denkt. Man erhält die Unterstützung, die man in der jeweiligen Situation benötigt.

1. Ich bin seit fast 15 Jahren in einer von Männern dominierten Industrie, der IT, und darüber hinaus auch noch in einer von Männern dominierten Funktion, dem Vertrieb, tätig. Ich falle auf wie ein bunter Hund – mit Sichtbarkeit hatte ich so gesehen noch nie Probleme. Aber Spass beiseite, schon früh in meiner Karriere hatte ich Mentoren, die mir beigebracht haben, mich und meine Arbeit im richtigen Kontext sichtbar zu machen. Einen Rat, den ich auch heute noch befolge.

2. Es ist eine unglaubliche Ehre, einen der zehn Women's Business Awards 2015 zu bekommen. Jeder, der mich gut kennt, weiss, dass ich meinen Beruf liebe und viel Herzblut investiere. Die Auszeichnung ist wie das Tüpfelchen auf dem i. Ganz ehrlich musste ich auch ein bisschen schmunzeln, dass ich genau in dem Jahr in der Schweiz ausgezeichnet werde, in dem ich hauptsächlich im Ausland, vor allem in San Francisco, gewohnt habe – Sichtbarkeit hat ganz offensichtlich nichts mit räumlicher Nähe zu tun.

3. Mit dem Megatrend Konnektivität kann ich mich sehr gut identifizieren. Ein guter Freund hat mich vor kurzem «social glue» genannt, weil ich es trotz meinem hektischen Berufsleben und den regelmässigen Auslandsaufenthalten und dem Umfeld in Kontakt zu schaffe, und darüber hinaus auch nicht selten der Grund bin, weshalb sich Leute kennenlernen oder regelmässig sehen. Die heutige Technologie macht es meiner Meinung nach nicht nur möglich, sondern auch leicht, Kontakte zu pflegen und Informationen auszutauschen.

4. Früher habe ich geglaubt, dass ich mit harter Arbeit allein, die Anerkennung bekomme, die mir zusteht. Ich wollte meinen Weg alleine bestreiten und keine Hilfe annehmen, weil ich dachte, dass ich sonst als schwaches Geschlecht angesehen werde und meine Erfolge weniger Wert haben. Heute weiss ich, dass es ohne Vitamin B nicht geht und es auch kein Zeichen von Schwäche ist, ab und an Hilfe anzunehmen. Ambitionierten Kolleginnen würde ich raten, ein gutes Netzwerk aufzubauen und zu pflegen.

1. Die Sichtbarkeit innerhalb beruflicher Karrierewege steht häufig in Abhängigkeit zur Funktion und zu spezifischen Qualifikationsnachweisen. Mir ist es wichtig, dass jede Person mit ihren Kompetenzen, ihrem Engagement und ihrer Professionalität wahrgenommen wird. Meiner Einschätzung nach ist es heutzutage wichtig, neben dem persönlichen Kontakt die webbasierten Netzwerke aktiv zu nutzen, um die Chancen der weltweiten Kommunikation und der damit einhergehenden kulturellen Vielfalt kennenzulernen. Insofern verfolge ich mit meinem Team das Ziel einer guten Sichtbarkeit unserer Kompetenzen und unseres Potenzials.

2. Die Auszeichnung empfinde ich als eine grosse Ehre, die mich für mein weiteres Engagement als technologie-begeisterte sowie -kritische Frau in diesem Themfeld motiviert. Zudem bietet sie die Chance, einen abstrakt formulierten Megatrend als ein Handlungsfeld für Theorieentwicklung und Bildungspraxis sichtbar zu machen und eine kritisch-reflexive Medienbildung zu verankern. Schliesslich können Fragen zur Digitalisierung und zur Schnittstelle Mensch-Maschine nun gemeinsam in einem bildungspolitischen und wirtschaftlichen Diskurs angegangen werden. Mit zehn Awards wird überdies nochmals deutlich, dass insbesondere Frauen für zukünftige gesellschaftlich relevante Themenfelder einen zentralen und richtungsweisenden Beitrag leisten.

3. Meine Biografie zeigt auf, dass ich mich bereits frühzeitig als engagierte Schülerin Bildungsfragen zugewandt habe. Die Auseinandersetzung mit Fragen zur Konzeptionierung von Lehr-/Lernprozessen, der Gestaltung von Lehr-/Lernräumen bewegte mich zum Entschluss, eine Reformschule zu besuchen, die sich diesen Themenfeldern explizit widmet und den Kollegiatinnen neues Lernen ermöglicht. Die wissenschaftliche Beschäftigung mit Zukunft und der Blick auf Lernen sind zwei Perspektiven, die weiterhin im Zentrum meiner Karriere stehen.

4. Das sind wichtige strategische Schlagworte zur Realisierung eines Kulturwandels. Bis sich Chancengleichheit und Diversity jedoch vollständig durchgesetzt haben und als Vorteil im Wettbewerb um High Potentials erkannt werden, liegt noch ein weiter Weg vor uns. Meinen Kolleginnen rate ich, sich gut und strategisch zu vernetzen, selbstbewusst für ihre Ideen einzutreten und spielerisch mit Herausforderungen umzugehen. Wichtig ist es auch, seine Ziele jeweils im Sinne gesellschaftlicher Verantwortung zu realisieren.

NB Als einzige der zehn diesjährigen Preisträgerinnen konnte Saadia Zahidi nicht termingerecht an der Umfrage der «Handelszeitung» teilnehmen. Das hat zwei nachvollziehbare Gründe. Zum einen wurde das Geschäftsleitungsmitglied des World Economic Forum (WEF) mit Sitz in Genf erst vor kurzem zur Gewinnerin des Women's Business Award 2015 in der Kategorie «Megatrend Globalisierung» gekürt. Zum anderen arbeitet sie als Head of Employment and Gender Initiatives sowie Co-Autorin derzeit mit Hochdruck an der Fertigstellung des zehnten Global Gender Gap Report, der seit 2006 jährlich vom WEF herausgegeben wird und dessen Ausgabe 2015 bald erscheint. Dieser analysiert die Gleichstellung der Geschlechter sowie die Chancengleichheit mittlerweile in mehr als 140 Ländern. Der Bericht umfasst jeweils ein indexiertes Ranking der untersuchten Nationen, das unter anderem in die Bereiche Wirtschaft, Bildung, Politik sowie Gesundheit unterteilt ist. Saadia Zahidi ist seit 2003 für das World Economic Forum in Genf tätig und hat sich dort vom Research Associate zum Senior Director hochgearbeitet. Neben dem Global Gender Gap Report ist sie auch Co-Autorin des Corporate Gender Gap Report, des Human Capital Report und des Future of Jobs Report. Die gebürtige Pakistani hat in Grossbritannien und den USA Ökonomie studiert.

www.weforum.org/reports

PS Gleich alt respektive jung wie der Global Gender Gap Report ist das Forschungs- und Dienstleistungsprojekt Women's Business des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Es versteht sich als eine neutrale Plattform für Aus- und Weiterbildung sowie Networking. Die breit gefächerte Angebotspalette umfasst Events und Consulting – alle mit dem Ziel, talentierte Frauen als Führungspersönlichkeiten zu fördern. Glanzvoller Höhepunkt ist die jährliche Women's Business Conference im Hotel Park Hyatt in Zürich, an der jeweils der Women's Business Award und der Women's Business Motivationspreis verliehen werden. Aus Anlass des zehnjährigen Jubiläums gab es die Women's Business Awards 2015 erstmals und einmalig in zehn Kategorien, um zehn Wirtschaftsfrauen in der Schweiz analog von zehn der elf Megatrends des deutschen Zukunftsinstituts als Siegerinnen sichtbar zu machen. Es versteht sich von selbst, dass bei diesem Hintergrund eine Kategorie «Megatrend Female Shift» überflüssig war – schliesslich sind sie alle ein Tatbeweis dafür.

www.womensbusiness.ch

Das Antiprogramm

Regula Esposito Als Helga Schneider befreit sich die Komikerin von allen Geschlechterstereotypen.

ROBERT WILDI

Kontraste im Hotel Park Hyatt. Rund 400 gut gestylte Wirtschaftsfrauen, die im Alltag viel zu sagen haben, hören gerade nur zu. Tiefe Lachfalten in ihren Gesichtern deuten an, dass sie sich prächtig amüsieren. Ihre Aufmerksamkeit gilt einer Frau, die optisch so gar nicht ins Bild passen will. Bieder gekleidet, mit almodisch hochgestecktem Haar, wenig gewährt in der Wortwahl, aber dennoch schlagfertig.

Helga Schneider ist in Aktion. Alles andere als eine sexy Superfrau. Aber eine, die kein Blatt vor den Mund nimmt, über das Leben als Frau mit allen Ecken und Kanten spricht. Dies mit einer scharfen Satire und trockenem Humor. Showtime an der 10. Women's Business Conference, die soeben in Zürich stattgefunden hat.

Losgelöst von den Acapickels

Helga Schneider ist das Antiprogramm zum weiblichen Schönheitsideal. «Zumindest zu jenem, das uns amerikanische TV-Serien und globale Modeschöpfer täglich vorgaukeln», sagt sie selbst trotzig. Aber diesem Bild eifere sie auch nicht nach. «Sonst hört mir ja keiner mehr zu.» Eine wunderschöne Frau im kleinen Schwarzen sei doch auf der Satirebühne und als Charakterfigur im Theater langweilig. Man nehme ihr die wahren Lebensgeschichten nicht wirklich ab, sondern schau ihr lieber auf die Beine.

Verkörpernd wird die Figur der Helga Schneider von der Stadtzürcher Komikerin Regula Esposito. Sobald sie auf die Bühne steigt, fühlt sie sich losgelöst von Zwängen. «Als Helga genieße ich Narrenfreiheit, kann ungeschminkt über alles referieren und debattieren und ohne Furcht vor Konsequenzen meine Meinung hinausposaunen.»

Auch im richtigen Leben vertrete sie selbstverständlich ihre Standpunkte. Aber ehrlich gesagt: «So wunderbar frei von der Leber weg und gänzlich unwidersprochen kann das nur die Helga.» Sie beneide ihr eigenes Bühnen-Ich um diese Eigenschaft, schau jedoch dazu, dass Helga Schneider nicht total überborde. «Im Hintergrund zieht deshalb Regula die sozialkritischen und dem Publikum zumutbaren Fäden.»

Aufgewachsen im Niederdorf, absolvierte die Tochter einer Architektenfamilie zunächst eine Lehre als Hochbauzeichnerin. An der Höheren Schule für Gestaltung in Zürich bildete sie sich später weiter zur diplomierten Raum- und Produktgestalterin. Die Faszination für die Bühne war bei Regula Esposito schon früh entbrannt. Zwischen Aus- und Weiterbildung besuchte sie eine Theaterschule für Bewegungsschauspiel und konnte fortan nicht mehr stillhalten. Als 25-Jährige gründete sie die Frauen-Kabarettgruppe Acapickels und tourte mit ihren drei schrägen Mitstreiterinnen 18 Jahre

lang quer durch die Schweiz und Deutschland. Über 2500 Auftritte mit pointierter weiblicher Satire brachten ein Massenpublikum zum Lachen.

Den Erfolg der Acapickels erklärt Regula Esposito unter anderem mit dem Vordringen in eine Marktnische. «Wir hatten vor 25 Jahren kaum weibliche Konkurrenz.» Das habe sich inzwischen zum Glück verändert. «Es gibt immer mehr gute Kabarettistinnen und weibliche Comedians.» Einfach ist es weiterhin nicht, sich als Frau im Showbusiness durchzusetzen. Selbst sie sei immer wieder mit Vorurteilen konfrontiert. Und mit dem Druck, besser sein zu müssen als männliche Kollegen, um in der Szene ernst genommen zu werden. Dazu gehöre die «recht nervende» Frage: «Kann man deine Show auch als Mann schauen?»

Frauen steigen mit zu vielen Emotionen in den Boxing der Vermarktung.

Selbsttragende Unternehmerin

So was tue man sich dann an, wenn man von einer echten Leidenschaft beseelt sei, nicht von Profitgier. Regula Esposito spricht Klartext: «Wer reich werden will, sollte die Finger von der Bühne lassen.» Sie kämpfe bis heute trotz Jahren des Erfolgs mit den Acapickels und ausverkauften Vorstellungen als Helga Schneider um ihre finanzielle Existenz. Alle zwei, drei Jahre eine neue Show zu produzieren, bedeute harte Arbeit. «Trotzdem lebe ich von meinen Projekten – und das ist ein echtes Privileg.»

Als weibliche Unternehmerin selbsttragend zu sein, ist in den Augen von Regula Esposito grundsätzlich eine beachtliche Leistung. Das Theater sei diesbezüglich noch eine harmlose Wohlfühlwelt. Richtig hart zur Sache gehe es für die Frauen in der echten Wirtschaft, wo sie gegen Männer bestehen müssten, die oft viel zielstrebtiger in Richtung der Spitzenpositionen navigierten. «Wir Frauen steigen mit zu vielen Emotionen in den Selbstmarketing-Boxing.»

Helga nicht von Helge inspiriert

Für Helga Schneider trifft das nicht zu. Fadengerade und ohne Rücksicht auf Verluste sagt sie direkt, was Sache ist. Einfach gestrickt und mit grossem Selbstverständnis marschiert sie über die Bühnen und hinterlässt nachhaltige akustische wie optische Eindrücke.

Wie kam es zur Namensverwandtschaft mit dem deutschen Kultkomiker Helge Schneider? «Es ist reiner Zufall, dass wir fast gleich heissen und auch beide eine schlechte Frisur haben», ergänzt Helga Schneider. Als Regula Esposito den Namen für sie erfunden habe, sei der deutsche Helge Schneider in der Schweiz noch gar nicht bekannt gewesen.

Unter ihrem bürgerlichen Namen durfte die vielfältige Zürcherin an der 10. Women's Business Conference übrigens auch noch ein paar Worte an die Zuhörerschaft richten – dann übernahm Helga Schneider.

www.helgaschneider.ch

PRIVAT-ICH

Regula Esposito (50)



Nationalität	Schweizerin
Funktion	Komikerin
Firma	Selbstständig
Arbeitsort	Zürich
Wohnort	Zürich

BERUF-ICH

Helga Schneider (50)



Nationalität	Schweizerin
Funktion	Alter Ego
Firma	Agentur Dolder
Arbeitsort	Auf der Bühne
Wohnort	Unbekannt

ANZEIGE



Fair anlegen zahlt sich aus.

responsAbility



NEU
 Infos unter
www.akb.ch/fair

Sie möchten beim Investieren soziale Aspekte berücksichtigen und eine angemessene Rendite erzielen? Ob im Bereich Fair Trade oder in der Förderung von Kleinunternehmen – wir eröffnen Ihnen neue Anlagechancen, die Ihren persönlichen Werten und Zielen entsprechen und gleichzeitig der Entwicklung und Lebensqualität von Menschen in Schwellenländern zugute kommt. Jetzt Termin vereinbaren: 062 835 77 77.

Das sichere Gefühl. akb.ch

 **Aargauische Kantonbank**