

Impulsberatung der Helga Stödter Stiftung für Unternehmen

Mit der Impulsberatung soll folgendes erreicht werden:

- Ableitung, welche Personalinstrumente justiert werden sollen
- Empfehlung, mit welchen Organisationen und/oder Netzwerken man kooperieren soll, um das Potenzial von weiblichen Führungskräften stärker nutzen zu können
- Vorschlag für die Implementierungsberatung durch Partnern und strategische Allianzen für die jeweiligen Instrumente wie z.B. Hertie-Stiftung, Genderberatungen etc.

Ziel

- Unternehmen eine Impulsberatung bieten zur Erhöhung der Attraktivität für Frauen für und im Management, um der Führungskräfte-Lücke effektiv begegnen zu können

Voraussetzung

- Spenden an die HSS über € 10.000,-
- Informationen zur Unternehmenssituation und zur Strategie
- Begrenzung auf 2-3 Tage
- Keine Identität von Impulsberaterin + eventuell notwendigen Umsetzungsberatungen

Situation des Unternehmens

- Unternehmensstrategie (Produkte/Services, Kunden, Finanzen)
 - Wo will das Unternehmen hin
 - Wo steht das Unternehmen
 - % Kundinnen (Segmentierung)
 - Wie ist der Lebenszyklus der Produkte/Dienstleistungen
- Personalstrategie
 - Was bedeutet die Unternehmensstrategie für die mittlere Führungsebene
 - Welche Herausforderungen gibt es bei den Führungskräften (Fach-/Führungs-/Prozess-Know how, Personalentwicklung, Mitarbeiterführung...)
 - Welche Führungskräfte braucht das Unternehmen künftig (expansive, restrukturierende, kommunikative....FK)
 - Gibt es besondere Veränderungssituationen

Situation des Führungskräftepools / Recruiting bzgl. Quantität und Qualität

Welche Kapazitäten in welchen Führungskräftepositionen sind notwendig?

In welchen Berufen werden Engpässe auftreten oder wo repräsentieren bestehende Führungskräfte nicht die notwendigen Eigenschaften

- In welchen Positionen werden „typische“ Managerinnenqualitäten gebraucht
- In welchen Positionen kann innerhalb der Nachfolgeplanung nicht intern qualifiziert besetzt werden
- Bei Expansion: In welchen Positionen werden aufgrund einer expansiven Geschäftsstrategie eine ungewöhnlich hohe Anzahl von Führungskräften gebraucht
- Schrumpfung oder keine Änderung: Welche Strategie und Personalinstrumente werden beim Stellenabbau verfolgt?
- Wer repräsentiert die „Ideale Führungskraft“ im Unternehmen mit welchen Eigenschaften. Wirkt diese genügend als Beispiel.

Welche Instrumente sollten überprüft/angepasst werden. Welche davon können Managerinnen effektiver implementieren oder leben

- Personalmarketing
 - Image des Arbeitgebers auf dem Arbeitsmarkt für Führungskräfte
 - „Bilder der Führung“ in Corporate Publishing Unterlagen, z.B. Anzeigenstil / Nutzung der verschiedenen Medien
 - Kontakte zu Hochschulen und Netzwerken & Verbänden
 - Nutzung von Gender-spezifischen Angeboten von Bund/Länder/andere Organisationen wie z.B. Charta der Diversity, Generation CEO, genderdax
 - Gender-Instrumente für Personalberater
 - Integrationsphase für neue Führungskräfte

- Zielsetzungsvereinbarungen / Scorecard mit gender-spezifischen Kriterien und Sanktionen
- Erfolgsbeurteilungssysteme
- Wirksame(!) Führungskräftefortbildung / Weiterbildungsmassnahmen
- Arbeitszeitkultur
- Kommunikation
 - Meetingkultur
 - Kommunikation zum Kunden / Kundenbefragungen / Feedbackinstrumente /
Transparenz der Ergebnisse
 - Kommunikation zum Mitarbeiter / Mitarbeiterbefragungen / Feedbackinstrumente /
Transparenz der Ergebnisse
 - Welche Instrumente für die interne Kommunikation werden genutzt
- Gesundheitsmanagement
- Personalentwicklungsinstrumente – allgemein und gender-spezifische wie Mentoring,
Netzwerke etc.
- Family Services und andere familienorientierte Dienstleistungen