

*Ingrid Guentherodt* wurde in Eschwege geboren. Sie war die älteste von drei Schwestern. Ihr Vater *Kurt Joachim Guentherodt* starb im Krieg 1940 in Frankreich, ihre Mutter *Gudrun Guentherodt* geb. *Döhle* zog alleinerziehend ihre Kinder auf.

Nach einer prägenden Zeit als AuPair in den 1950er Jahre in Frankreich studierte *Ingrid Guentherodt* Französisch, Englisch und Spanisch im Übersetzungsstudium an der Universität Mainz, das Studium schloss sie im Jahr 1959 ab. Sie erhielt ein Fulbright Reisestipendium und nahm eine Tätigkeit an der University Texas (1960–1963) auf, wo sie im Jahr 1963 auch promoviert wurde. Es folgten Tätigkeiten am Manhattanville College (1963–1965), an der Université de Nancy (1965–1967), der University Hawaii (1967–1969) und University Kansas (1969–1972). Ab 1972 war sie als Akademische Oberrätin an der Universität Trier tätig.

Privat war sie vielseitig interessiert, reiste gern und viel, interessierte sich für Kunst und war fachlich und privat durch langjährige Freundschaften zeitlebens eng mit Frankreich und vor allem den Vereinigten Staaten von Amerika verbunden, deren feministische Linguistik sie auch inspiriert hatte.

Dr. *Ingrid Guentherodt* war Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für Sprachwissenschaft, im Deutschen Akademikerinnenbund, der Gesellschaft für Wissenschafts-Geschichte und im Arbeitskreis Barockforschung.

#### Publikationen zur Rechts- und Verwaltungssprache

Guentherodt, Ingrid / Hellinger, Marlis / Pusch, Luise F. / Trömel-Plötz, Senta (1980): Richtlinien zur Vermeidung sexistischen Sprachgebrauchs. In: Linguistische Berichte 69, S. 15 ff.

Guentherodt, Ingrid (1980): Behördliche Sprachregelungen gegen und für eine Gleichbehandlung von Männern und Frauen. In: Linguistische Berichte 69, S. 22 ff.

Guentherodt, Ingrid (1983/84): Androzentrische Sprache in deutschen Gesetzestexten und der Grundsatz der Gleichbehandlung von Männern und Frauen. In: Muttersprache 94, S. 271 ff.

DOI: 10.5771/1866-377X-2021-3-137

## Netzwerke – warum Sie andere für Ihren beruflichen Erfolg brauchen

**Dr. Anja Schäfer**

djb-Mitglied, Rechtsanwältin, Business Coach und Mentorin, Berlin

Ziele und die Fähigkeit, diese vor allem auch im beruflichen Umfeld in herausfordernden Zeiten anzugehen und zu erreichen, hängen von der eigenen Position ab. Wenn Sie Ihre Ziele kennen, wenn Sie wissen, was Sie wollen, und auch ihre persönlichen Prioritäten festgelegt haben, dann kann es fast losgehen. Aber eben nur fast.

Neben der als selbstverständlich angesehenen Leistung benötigen Frauen weitere Fähigkeiten, um voranzukommen. Wenn Sie Ihren eigenen Einfluss im beruflichen Umfeld vergrößern wollen, ist es unabdingbar, die üblichen, hierarchischen Gepflogenheiten im Arbeitsumfeld zu kennen und für sich zu nutzen.

In Ihrem Streben nach Zielerreichung und damit nach Erfolg sollten Sie als Frau nicht als Einzelkämpferin agieren. Erfolg hat in der Regel nur die Person, die diesen auch von anderen zugewilligt bekommt. Wichtig ist daher neben der Akzeptanz und Wertschätzung Ihrer Vorgesetzten auch die anderer Menschen aus Ihrem Arbeitsumfeld wie Kolleg\*innen oder Mandant\*innen und auch darüber hinaus.

#### Faktoren für den eigenen Erfolg im Business

Um erfolgreich zu sein und Einfluss nehmen zu können, braucht es mehr als Leistung. Es kommt auf das eigene Image und die Bekanntheit im Netzwerk an. Dies ist auch den meisten Frauen

bewusst. Was viele häufig nicht wissen, ist die Gewichtung der genannten Bedingungen. Internationalen Studien zufolge hat Fachkompetenz nur einen Anteil von zehn Prozent daran, wie eine Karriere verläuft. Wirklich wichtig sind Kommunikation und Eigenwerbung (30 Prozent) und die richtigen Kontakte und damit die Bekanntheit mit 60 Prozent.<sup>1</sup>

Leistung erbringt Frau mit links. Mädchen haben in der Schule die besseren Noten, machen öfter Abitur und beginnen häufiger ein Studium als gleichaltrige Jungen. Auch ein Jura-Studium haben seit Anfang der 2000-er Jahre mehr Frauen als Männer aufgenommen. Frauen machen im Durchschnitt die besseren Abschlüsse, Fach- und Expertenwissen sind für sie daher kein Problem.

Was den wenigsten bewusst ist: leider fördert Kompetenz das berufliche Vorankommen nicht in dem Maße, wie es Frauen erwarten. Es kommt nach dem Berufseinstieg vielmehr auf das eigene Image und die Außenwirkung an.

#### Aktiv das eigene Image im Berufsumfeld beeinflussen

Sich das Bild zu kreieren, das andere von einem wahrnehmen sollen, stellt für viele Frauen eine große Herausforderung dar. Nicht weil sie es nicht können, sondern weil Frauen die

<sup>1</sup> Siehe hier: Hockling, Sabine, Selbstmarketing. „Kompetenz hilft nicht bei der Karriere“, Zeit Online vom 15.6.2015, abrufbar unter: <<<https://www.zeit.de/karriere/beruf/2015-06/selbstmarketing-frauen-karriere>>> (letzter Zugriff: 28.7.2021).

Wichtig- und Wertigkeit des eigenen Images anders bewerten. Vor allem Berufseinsteigerinnen glauben nach der langen, vielfach leistungsbezogenen, juristischen Ausbildung häufig, dass eine entsprechende Leistung für das erforderliche gute Image sorgt. Immer wieder setzen Frauen – vor allem zu Beginn ihrer Karriere – darauf, dass Vorgesetzte oder andere Entscheider\*innen ihre Leistungen doch sehen und damit auch anerkennen müssten.

Leistung zu zeigen ist wichtig. Selbstverständlich bemerken es Vorgesetzte, wenn Frau sich mit ihrem Potential einbringt, sich engagiert und überdurchschnittliche Leistungen abliefern. Bessere Entwicklungsvoraussetzungen hat jedoch eine Person, die – neben der häufig als selbstverständlich angesehenen fachlichen Expertise – zum einen über ein starkes Image verfügt und zum anderen darüber hinaus anerkannt und bekannt ist.

Es ist daher für jede Frau unabdingbar, sich mit der eigenen Sichtbarkeit und damit der Personal Brand im Arbeitsumfeld sowie im Netz(-werk) zu beschäftigen. Es geht bei der Sichtbarkeit nicht allein um die großen, bahnbrechenden Projekte, Mandate oder Ergebnisse. Viel wichtiger ist es, auch die kleinen, gefühlt alltäglichen Leistungen regelmäßig gegenüber den relevanten Personen beim Arbeitgeber wie auch darüber hinaus sichtbar zu machen. Studien<sup>2</sup> zufolge sprechen Frauen rund 20-mal häufiger (als Männer) über ihre Unzulänglichkeiten und Schwächen als über ihre Stärken und Erfolge. Welches Image sie sich damit im unmittelbaren wie auch entfernteren Arbeitsumfeld „erarbeiten“, ist leicht erkennbar und alles andere als förderlich.

Selbstmarketingkompetenz ist also gefragt. Frauen sollten sich daher regelmäßig fragen, wer für sie im unmittelbaren beruflichen Umfeld (aber auch darüber hinaus) wichtig ist, und daher von ihr, ihren Leistungen und den kleinen wie großen Erfolgen erfahren sollte. Damit ihr bestenfalls ihr guter Ruf voraussetzt. Es braucht strategisches Vorgehen, damit Frau sich auf den für sie wichtigen Bühnen zeigt und die richtigen Gelegenheiten zur Selbstpräsentation ergreift, am besten regelmäßig.

### Das eigene Netzwerk zum Erfolgsmotor machen

Überdurchschnittlich wichtig für berufliches Vorankommen ist neben dem bereits erläuterten Image – bei dem eine Frau vielfach ihres Glückes Schmied ist – die eigene Bekanntheit und damit das persönliche Netzwerk. Besonders zu Beginn ihrer beruflichen Karriere fokussieren sich Frauen häufig auf das Perfektionieren der eigenen Leistung und Kompetenzen, welche in den meisten Fällen mit der jeweiligen Position bereits anerkannt wird. Der Mehrwert, den Frau damit erzielen kann, ist jedoch gering.

Wesentlich vorteilhafter ist es für Frauen, Zeit und Energie in den Auf- und Ausbau eines eigenen Netzwerks zu stecken oder sich einem bereits bestehenden Netzwerk anzuschließen. Denn bestenfalls unterstützen Ihre Netzwerkkontakte Sie dann dabei, Ihre Ziele zu erreichen und als Expertin noch bekannter und sichtbarer werden.

Netzwerke brauchen Frauen genauso wie Männer. Mit Netzwerken sind informelle Systeme gemeint, in denen sich Sympathien entwickeln, welche zum Antriebselement für gemeinsame Projekte und damit für Erfolge werden. Statt als Einzelkämpferin nur langsam voranzukommen sorgt ein gutes Netzwerk regelmäßig dafür, dass Sie Positionen oder Ziele erreichen, die Sie haben oder anstreben wollen. Neben weiteren Kontakten erhalten Sie von den Menschen aus Ihrem Netzwerk für Sie relevante Informationen über Jobvakanz, Vortragsmöglichkeiten oder bevorstehende, interessante Projekte. Sie profitieren von Synergien, die Ihnen beispielsweise den Eintritt in das oder das Vorankommen im Berufsleben erleichtern. Nicht umsonst heißt es heutzutage, dass ein nicht zu geringer Teil der offenen Stellen gar nicht erst ausgeschrieben wird, sondern über den versteckten Arbeitsmarkt und damit über das Netzwerk (wieder) besetzt wird.

Frauen netzwerken eher mit Frauen. Deshalb sind reine Frauennetzwerke wie der Deutsche Juristinnenbund e.V. für Juristinnen jeden Alters, doch ganz besonders für Berufseinsteigerinnen attraktiv und notwendig. Frau profitiert dabei nicht nur von der lockeren Atmosphäre unter Gleichgesinnten und den eigenen beruflichen Horizont regelmäßig erweiternden Weiterbildungs- und Informationsmöglichkeiten. Als besonders wertvoll für die berufliche Orientierung wird auch der Erfahrungsaustausch beispielweise zum „Überleben“ und Vorankommen in männlich geprägten Hierarchien empfunden, wie auch das Teilen persönlicher Erfolgsgeschichten von Role Models oder auch das Erhalten von Feedback bei Fragen.

Für den beruflichen Erfolg von Frauen ist es jedoch wichtig, darüber hinaus auch in gemischt-geschlechtlichen Netzwerken aktiv zu sein und somit auch Männer als Mentoren oder Sparringspartner in ihrem Netzwerk zu haben. Studien<sup>3</sup> zeigen immer wieder, dass nach wie vor noch immer Männer eher Personen in höheren Positionen in ihrem Netzwerk haben und daher den Zugang zu den anvisierten Karrieremöglichkeiten leichter eröffnen können.

Unabhängig davon, um welches Netzwerk es sich handelt: Netzwerken kostet Zeit, Energie und Engagement. Aufgrund zeitlich begrenzter Ressourcen bedarf es eines strategischen, zielfokussierten Vorgehens beim Knüpfen neuer und der regelmäßigen Weiterentwicklung ausgewählter, bereits bestehender Kontakte im Arbeitsumfeld wie auch darüber hinaus. Frauen sind gut darin, Verbindungen zwischen bis dato unverbundenen Menschen herzustellen. Trotzdem sollte sich Frau auch immer wieder aktiv in ihr Netzwerk einbringen und Mehrwert bieten, um auf diese Weise noch sichtbarer zu werden.

2 Siehe dazu: Hockling, Sabine, Selbstmarketing. „Kompetenz hilft nicht bei der Karriere“, Zeit Online vom 15.6.2015, abrufbar unter: <<<https://www.zeit.de/karriere/beruf/2015-06/selbstmarketingfrauen-karriere>>> (letzter Zugriff: 28.7.2021).

3 Siehe hier: Schaertl, Marika, Wie kann ich erfolgreich netzwerken, Frau Kauffeld?, Courage Online vom 28.5.2021, abrufbar unter: <<<https://www.courage-online.de/wir-kann-ich-erfolgreich-netzwerken-frau-kauffeld/>>> (letzter Zugriff: 28.7.2021).