

BERUF UND BERUFUNG



RIKE SCHOLLE, 35, GLAS-KÜNSTLERIN

In der Glasbläserstadt Zwiesel lernte sie das traditionelle Handwerk, seit 2004 arbeitet sie als freischaffende Künstlerin. In ihrem Atelier in Niederbayern entstehen neben Werken aus Glas auch Malereien und Druckgrafiken (www.scholle-deubzer.de)

Wofür lieben Sie Ihren Job besonders?

Das Material Glas ist irre – hart und doch nicht körperhaft. Es kann Licht sammeln und unsichtbar sein. Mir fällt immer Neues ein, was ich aus Glas schaffen kann. Ich habe mir meinen Job aus dem, was mir Spaß macht, selbst zusammgebaut. Diese Flexibilität ist toll. Und es ist schön, in Seminaren weiterzugeben, was ich gelernt habe.

Was würden Sie tun, wenn Sie nichts mehr verdienen müssten?

Einmal für zwei Wochen den Laden dichtmachen und meine Freunde im Ausland besuchen! Einen längeren Urlaub habe ich seit zehn Jahren nicht gemacht. Meine Arbeit würde ich genauso weitermachen, aber auch mal ein Großprojekt wagen: raumfüllende Gehänge oder ganze Räume komplett mit geblasenem Glas gestalten.

Gewinnen Sie Ihre Mentorin

Unsere Serie: emotion stellt Ihnen spannende Frauen vor, die Sie in persönlichen Gesprächen bei Ihrer beruflichen Weiterentwicklung unterstützen text Sibylle Royal

DIESES MAL Barbara Vinken

Professorin für Literaturwissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München



Barbara Vinken kürzlich auf einer Party bei Freunden

Eins entspricht dem Klischee: Als Kind saß sie am liebsten auf dem Sofa und las. „Mit 15 hatte ich die Weltliteratur einmal durch“, sagt Barbara Vinken und findet bis heute: „Lesen ist das Schönste im Leben!“ Weshalb sie auch ihre Leidenschaft zum Beruf gemacht hat. Dabei hieß es noch: „Wie, du studierst nicht Medizin?“, als sie sich nach dem Einser-Abi an der Uni für Romanistik, Germanistik und

Komparatistik einschrieb. „Aber Medizin interessierte mich nicht. Ich liebe Bücher und wollte immer ins Ausland – ans Goethe-Institut oder als Diplomatin“, sagt Vinken.

Rund um den Globus zog sie dann tatsächlich: Nicht im Auftrag der Bundesrepublik, sondern geführt von ihrem Wissensdurst, an Unis in Aix-en-Provence, Paris und Yale. „Ich wollte von den besten Lehrern lernen.“ Bald darauf begeistert sie selbst Studenten weltweit für die Kunst der Worte – als Gastprofessorin in Paris, Bordeaux, Chicago, New York, auf einem Lehrstuhl in Zürich. Seit 2004 lehrt Vinken in München. Doch allein Erwartbares zu erfüllen, ist nach wie vor nicht ihr Weg: Neben zahlreichen Forschungsaktivitäten sowie Büchern über Laclos, Kleist und Flaubert greift Vinken gern Themen wie Mode, Emanzipation und Tätowierungen auf, hält Vorträge mit Titeln wie „Die Akzeptanz der Kita“ oder „Der Feminismus und das Kopftuch“. Auch äußerlich entspricht sie so gar nicht dem Bild einer typischen Professorin: Statt im Hosenanzug tritt die Hochschullehrerin im Top mit Pelzbesatz auf. Und über das Kompliment des Kunstmagazins „Monopol“, sie sei die „glamouröseste Professorin Deutschlands“, freute sich Vinken aufrichtig. „Die Frauen denken, sie müssten für die Karriere den Preis der Weiblichkeit zahlen. Das ist ein großes Problem hierzulande.“ Das zweite große Manko prangert sie 2001 mit ihrem Buch „Die deutsche Mutter“ an. „Als ich mit

24 zufällig eine ehemalige französische Kommilitonin traf, erzählte diese, sie habe jetzt zwei Kinder – und sei Kulturchefin bei ‚Le Monde‘.“ Wieso geht das in Frankreich, warum nicht bei uns? Diese Fragen führten zu ihrem bis heute viel diskutierten Titel. Sie selbst hat den Konflikt weltgewandt gelöst: „Ich dachte nie, ich müsse eine deutsche Mutter sein.“ Für ihren Sohn hatte sie während ihrer Lehrzeit in New York ein Kindermädchen. Später, in Berlin, ging er in die Krippe. Ihr Mann, ebenfalls Uni-Professor, gab ihr Rückendeckung, damit beide weiter ihrer Lust am Beruf nachgehen konnten. Leidenschaft für die Sache – das ist es, was sie als Mentorin weitergeben möchte. Die Feministin ist zwar für eine verbindliche Frauenquote in Führungspositionen. Aber solange die Politiker noch diskutieren, unterstützt sie längst talentierte Frauen auf ihrem Weg nach oben.

Prof. Dr. Barbara Vinken, Jahrgang 1960, studierte Romanistik, Germanistik und Komparatistik in Frankreich, Deutschland und den USA. Promotion mit 29 Jahren, Ph.D. mit 32, Habilitation mit 37. Nach Lehrstühlen in Hamburg und Zürich seit 2004 an der LMU München. Die Professorin für Allgemeine und Französische Literaturwissenschaft veröffentlichte Bücher über Literatur, Mode, Feminismus. Sie lebt mit Mann und Sohn, 15, in München.

BEWERBEN:

Sie hätten gern Prof. Dr. Barbara Vinken als Mentorin? Mitmachen kann jeder, ob angestellt oder selbstständig. emotion bringt Sie zusammen und übernimmt die Spesen für zwei bis vier Treffen. Viel Glück! Bewerben Sie sich als Mentee auf www.emotion.de/mentorin



Tauschen Sie sich über unser Mentorinnenprogramm aus auf www.xing.com/net/emotioncommunity

Fotos: Privat, Dominik Gigler



Exklusiv: eine persönliche Mentorin für Sie!

Was wir noch wissen wollen

Stellen Sie sich vor, jemand schenkt Ihnen 24 Stunden.

Was tun Sie?

Ich koche mit meinem Sohn Aprikosenmarmelade. Er zertrümmert die Kerne und die zarte Mandel kommt mit ins Glas. Sehr lecker.

Wo holen Sie sich neue Impulse?

Von Freunden, Kollegen und, vor allem, aus Büchern. Etwa „Grundbausteine einer Theorie des Jungen-Mädchens“ von Tiqqun und „Lookalikes“ von Thomas Meinecke. Völlig faszinierend.

Wie hat Sie der Erfolg verändert?

Ich habe weniger Angst. Ich bin sicherer, zufriedener und glücklicher geworden.

Woran erkennen Sie junge Talente?

Ich lese einen Text von ihnen und weiß sofort, woran ich bin.

Ihr Lebensmotto?

Carpe diem. Genieße den Tag!

EMOTION-INITIATIVE FRAUEN FÜR DIE ZUKUNFT

Hurra! Jetzt kommen wir

Überall in Deutschland bewegen Frauen tolle Dinge, leider liest man viel zu selten davon. Das wollen wir ändern! Deshalb führt emotion im kommenden Jahr die Initiative „Frauen für die Zukunft“ fort. Fällt Ihnen auch sofort jemand ein, den Sie großartig finden und uns vorstellen wollen? Vielleicht sogar Ihre beste Freundin? Uns ging es so: Lesen Sie auf den folgenden Seiten von unseren Lieblingsfrauen. Und wir sind schon ganz gespannt auf Ihre! text Miriam Bündel



So können Sie mitmachen: Klicken Sie auf www.emotion.de. Dort erfahren Sie mehr und können das Formular „Frauen für die Zukunft“ ausfüllen. Schreiben Sie uns, warum Sie glauben, dass Ihre Mütter, Freundin oder Kollegin für den emotion-Award genau die Richtige ist. Ihre Vorschläge können Sie bis Februar einreichen. Viel Erfolg!

Wir bedanken uns bei unseren Partnern:

ISSEY MIYAKE
PARFUMS

**ANNEMARIE
BORLIND**
NATURAL BEAUTY

Fotos: Getty Images, PR

KATEGORIE FRAUEN IN FÜHRUNG

Ganz nach oben zu kommen, ist für Frauen immer noch nicht leicht. Wir sind stolz auf jede, die es an die Spitze geschafft hat – noch toller, wenn sie sich für andere Frauen einsetzt. Denn sie leistet nach wie vor Pionierarbeit

DR. TANJA PRINZESSIN ZU WALDECK, 33, Gründerin von Europas erfolgreichster Internetplattform für Mütter. Ihren Angestellten bietet sie flexible Arbeitszeiten

Die Idee zu „NetMoms“ kam ihr – wie sollte es anders sein – während ihrer ersten Schwangerschaft. Tanja zu Waldeck war immer klar, dass ihr berufliche Herausforderungen wichtig sind. Gleichzeitig wusste sie aber auch, dass sie als Mutter den Job einer Unternehmensberaterin bei McKinsey & Company nicht mehr so ausfüllen konnte wie bisher. Und während sie in dieser Zwickmühle steckte, hatte sie die Idee zu ihrer Website NetMoms, ein soziales Netzwerk für Mütter mit Info-Material rund ums Mamawerden. Sie entwickelte es gemeinsam mit Studienfreunden. „Dann haben wir Investoren angesprochen“, erzählt die 33-Jährige. Die haben das Potenzial sofort erkannt. Mit dem ersten Kind kam der Erfolg und Tanja zu Waldecks Mann ging in Elternzeit. NetMoms wuchs rasant und expandierte mit weiteren Seiten in Spanien und Polen zum ersten europäischen Mütterportal. Heute bietet die vierfache Mutter ihren 15 Arbeitnehmerinnen flexible Arbeitszeiten, weil sie weiß, dass ihr Unternehmen davon profitiert. Zudem ist sie im Vorstand des Verbands kinderreicher Familien Deutschland e.V.



MONIKA SCHULZ-STRELOW, erfolgreiche Unternehmensberaterin und Präsidentin der Initiative „Frauen in die Aufsichtsräte e.V.“. Sie setzt sich für mehr Frauen in Führungspositionen ein

„Ich bin 2005 einem Aufruf der Grünen gefolgt“, erzählt die Unternehmensberaterin Monika Schulz-Strelow. Es ging darum, sich dafür einzusetzen, dass mehr Frauen in Führungspositionen kommen. Schnell wurde klar: Mit einer Unterschriften-Aktion war es nicht getan. Also suchte Monika Schulz-Strelow nach neuen Wegen. Mit weiteren erfolgreichen Frauen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft gründete sie 2006 den Verein Frauen in die Aufsichtsräte (FidAR). „Zunächst waren wir uns gar nicht sicher, ob eine Quote der richtige Weg ist“, erinnert sie sich. „Doch nach langer Diskussion haben wir festgestellt, dass jede von uns Erfahrung mit der gläsernen Decke gemacht hat. Um etwas zu erreichen, braucht man klar formulierte Ziele – und keine freiwillige Selbstverpflichtung.“ Heute fordert der Verein einen Frauenanteil von mindestens 25 Prozent in den Aufsichtsräten. Um Defizite aufzuzeigen, riefen sie den „Women-on-Board-Index“ ins Leben. Ein Ranking der Dax-Unternehmen, das dokumentiert, welche Firmen sich wirklich für Frauenpower einsetzen. „Diese Zahlen sind unser bestes Argument!“, erklärt die FidAR-Präsidentin. Was sie von Frauen in Führungspositionen erwartet? Sie sollen solidarisch sein. Miteinander und füreinander Verantwortung übernehmen und sich aktiv für das Nachrücken anderer Frauen einsetzen.



KATEGORIE
**NEUE
WERTE**

Gesellschaftliches Engagement mit Wirtschaftlichkeit zu verbinden, wurde lange kritisch betrachtet. Wir sehen darin einen wichtigen Ansatz, soziale Probleme nachhaltig zu lösen. Weil Geld unabhängig macht



PETRA FISCHBACH, 42, Geschäftsführerin von „Hamburg Leuchfeuer“, einem Hospiz auf St. Pauli

„Ich trage beides in mir, die Leidenschaft für Zahlen und für Menschen“, sagt Petra Fischbach. Als Bankkauffrau hat sie gelernt zu wirtschaften. „Doch irgendwann wollte ich die Kunden nicht mehr nur nach ihrem Kontostand einordnen“, erzählt die 42-Jährige. Mutig verließ sie den sicheren Karriereweg und ließ sich zur Krankenschwester ausbilden. Auf der Intensivstation musste sie Patienten durch ihre schwersten Stunden begleiten. Oft hat sie sich gewünscht, ihnen eine würdevollere Atmosphäre bieten zu können. Die Suche nach ihrer Berufung ging weiter. Petra Fischbach studierte Sozialmanagement. Durch ein Praktikum lernte sie das Leuchfeuer-Hospiz kennen. Endlich schloss sich der Kreis. „Ich fühle, dass ich mich bei Leuchfeuer mit all dem, was mir wichtig ist, wirklich einbringen kann“, so Fischbach. Als Geschäftsführerin arbeitet sie mit 45 Festangestellten und 60 ehrenamtlichen Mitarbeitern zusammen. Sie managt auch die Finanzen und ist stolz auf das Engagement der Förderinnen und Förderer: „Besonders jetzt, in Zeiten der Kürzungen im Gesundheitsbereich, ist es wichtig, diese Unterstützung zu haben. So können wir als soziales Unternehmen hilfeschuchenden Menschen das bieten, was sie benötigen.“

GABRIELE SCHWARZ, 50, ist Inhaberin einer IT-Marketing-Agentur. Ihr zweite Berufung: Seit 2006 bringt sie mit „Bonergie“ Licht in die Welt

„Ich habe mit Bonergie das bescheidene Ziel, die Armut auf der Welt zu beenden“, sagt Gabriele Schwarz. 2006 gründete sie ihr Social Business. Mit Bonergie verkauft sie kleine Home-Solar-Systeme über Mikrofinanzierungen in Westafrika. Bisher nur im Senegal. „Aber im nächsten Jahr geht es weiter in Benin und Kamerun“, erzählt die 50-Jährige. In den Teeküchen der Dörfer brennt nun Licht. „Licht lockt Leute – eine alte Marketing-Regel“, erklärt Gabriele Schwarz. So hat die Betreiberin ihren Umsatz verdreifacht, die Finanzierung konnte sie innerhalb eines Jahres abzahlen. Sie will den Menschen helfen, eigenes Einkommen zu generieren. Sie fordert ein Umdenken: Geld und Wirtschaft sind nichts Schlechtes, sie müssen nur der gesamten Menschheit dienen. Manchmal würde Gabriele Schwarz gern mehr als 100 Prozent geben. Neben Bonergie führt sie noch eine Marketing-Agentur, um ihre Ziele zu finanzieren. Woher sie die Kraft nimmt? „Ich weiß, dass ich einen Beitrag leisten kann.“



Fotos: PR



Fairtrade weltweit: Familie Lindner unterstützt Projekte im Iran, im Amazonas-Gebiet und in Afrika. Selbst ins Leben gerufen hat sie das Sheabutter-Projekt in Mali



Ein sehr wertvoller Inhaltsstoff im „NatuRepair Skin Renewal Fluid“: Sheabutter. Alle Annemarie-Börlind-Produkte tragen das ECO-CONTROL-Qualitätssiegel

Sponsor der Rubrik NEUE WERTE: Annemarie Börlind

DANIELA LINDNER, 56

Hochwirksame Kosmetik im Einklang mit der Natur: Die Familie Lindner führt ein Traditionsunternehmen, das auf fairen Handel und soziales Engagement setzt – und schön macht

Eigentlich wollte sie Pilotin werden. Und die weite Welt bereisen. Ihren zweiten Traum hat sich Daniela Lindner erfüllt. Gerade letzte Woche war die Naturkosmetikerin wieder in Nepal. Gemeinsam mit einer Ethnobotanikerin hat sie nach Heilkräutern für die Naturkosmetikprodukte der Börlind-Gruppe gesucht. „Ich komme in die entlegensten Orte der Welt, wenn ich unsere Lieferanten persönlich kennenlernen“, erzählt die 56-Jährige, die zusammen mit ihrem Mann das Traditionsunternehmen fortführt.

Als ihre Schwiegermutter Annemarie Lindner vor mehr als fünf Jahrzehnten anfang, in ihrer Küche Gesichtspflege auf Kräuterbasis anzurühren, hatte keiner mit diesem großen Erfolg gerechnet. Heute trifft die Marke Annemarie Börlind mit ihrem hohen Anspruch an Qualität und nachhaltigem Umgang mit Ressourcen den Nerv der Zeit: „Es reicht nicht, dass die Inhaltsstoffe ökologisch sind“, sagt Daniela Lindner. „Sie müssen auch unter sozial verträglichen Bedingungen gewonnen werden.“ Dafür sorgt die Firma unter anderem mit der Unterstützung eines Regenwald-Projekts im Amazonasgebiet und der Zahra-Rosewater-Foundation im Iran.

Besonders am Herzen liegt ihnen ihr eigenes Projekt, das sie zusammen mit dem gemeinnützigen Verein „Häuser der Hoffnung e.V.“ in Mali ins Leben gerufen haben: das Karitébutter-Projekt. Schon länger unterstützte Michael Lindner diese Institution, die sich für Bildung von Frauen starkmacht.

Als Daniela Lindner erfuhr, dass in der Nähe des afrikanischen Dorfes Siokoro die seltenen Karitébäume wachsen, kam ihr die Idee eines langfristigen Engagements. Denn aus Kariténüssen wird Sheabutter gewonnen, ein wertvoller Inhaltsstoff für Kosmetik. Das Unternehmen Börlind stellte umweltschonende Produktionsmaschinen zur Verfügung und baute die Infrastruktur aus. Mitarbeiter aus dem Firmensitz im Schwarzwald reisen immer wieder nach Mali, um den Dorfbewohnern mit Know-how zur Seite zu stehen. „Dafür erhalten wir schon nächstes Jahr qualitativ hochwertige Rohstoffe – ein Gewinn für beide Seiten“, sagt Daniela Lindner. Der Vertrieb der Sheabutter wird Fairtrade-zertifiziert, die Produktion wird so erfolgreich sein, dass auch andere Firmen beliefert werden können. Für dieses Projekt erhielt Börlind den Mittelstandspreis „Lea“ für soziale Verantwortung.

KATEGORIE
**FAMILY
BUSINESS**

Ein Team schafft neue Möglichkeiten – besonders wenn es das Team des Lebens ist: die Familie. Gemeinsam geht man durch Höhen und Tiefen. Immer mit dem Wissen: „Du bist an meiner Seite“

FERIDE USLU UND JAN MIHM gründeten die Beauty-Marke „Uslu Airlines“. Sie genießen die Work-Life-Balance, die die Selbstständigkeit bietet

Feride Uslu ist in der Türkei geboren und in Deutschland aufgewachsen. Ihre Karriere als Visagistin begann sie in Madrid. Irgendwann zog es sie in die pulsierende Metropole New York. Dort entstand 2003 die Idee zu Uslu Airlines. Gemeinsam mit ihrem Partner Jan Mihm gründete sie ihr eigenes Beauty-Unternehmen. Feride Uslu mit überraschenden, kreativen Ideen und Jan Mihm mit der Geschäftsvision. Anstoß war die Geburt ihres Sohnes. Denn die zwei suchten nicht nur den kommerziellen Erfolg, sondern auch die familiäre Freiheit. „Jetzt können wir unsere Zeit zwischen Job und Familie so einteilen, wie wir es brauchen“, sagt Jan Mihm. Bei gutem Wetter kann das auch mal heißen: gar nicht arbeiten, sondern rausgehen. „Oder wir verknüpfen Ferien mit Geschäftsreisen“, erklären die beiden, die mittlerweile in Berlin gelandet sind. „So lernen unsere beiden Kinder den Zusammenhang von Engagement und Lohn kennen und die Wertekombination aus Arbeitszeit und Freizeit.“



JULIA CHRISTINA, 31, UND ANNE-KATRIN HUMMEL, 34, sind die Köpfe hinter den Schuhmarken „Kangaroos“ und „flip*flop“

„Unsere Familie und Schuhe – das ist eine leidenschaftliche Liaison“, sagt Anne-Katrin Hummel. Schon ihre Großeltern haben in einer Schuhmanufaktur gearbeitet. In den 70er-Jahren entwarf ihr Vater seine erste Kollektion. Die beiden Schwestern hingegen wollten erst mal die eigenen Talente entdecken. Julia Christina arbeitete für ein Modeunternehmen in Amsterdam. Anne-Katrin, die Ältere, studierte Architektur und machte sich in Berlin selbstständig. Einer der ersten Auftraggeber: ihr Vater. „Er hatte die Idee, dass ich einen flip*flop-Store für Berlin konzipiere.“ Eine gute Idee, wie sich herausstellte. Anne-Katrin entdeckte das Schuh-Gen ihrer Familie endlich auch bei sich. Und es dauerte nicht lange, bis ihre jüngere Schwester ebenfalls ins Geschäft einstieg. Heute sind sie die Köpfe der beiden Schuhmarken flip*flop und Kangaroos und stolz darauf, gemeinsam die Familientradition weiterzuführen. „Wir ergänzen uns“, findet Julia Christina. „Mir fällt es leicht, in Konzernstrukturen zu denken, und Anne-Katrin ist die Kreative.“ Gemeinsam haben sie immer das große Ganze im Auge. „Und das kann ich nur mit meiner Schwester teilen“, sagt Anne-Katrin.

Fotos: PR

Die Agentur Schoeller & von Rehlingen Public Relations, die Alexandra von Rehlingen Mitte der 80er-Jahre mit Andrea Schoeller gründete, gehört zu den erfolgreichsten der Branche. Spezialgebiet: Society-Events mit den Schwerpunkten Mode, Lifestyle und Kultur.

Als Event-Gastgeberin sind Sie auch eine Meisterin der Etikette. Was ist auf einem Business-Termin modisch tabu?

Weißer Schuhe oder Sandalen, ein zu tiefes Dekolleté, das ablenkt, schrille Farben oder große Muster.

Sind Jeans salonfähig?

Absolut! Die passen zu fast jedem Anlass. Natürlich kommt es auf die Waschung und die Accessoires an.

Sie kommen viel mit Promis zusammen. Beeinflusst Sie das modisch?

Nein, ich habe meinen eigenen Stil. Aber da unsere Agentur einige Kunden aus der Modebranche hat, sehe ich früh die neuesten Trends und lasse mich dadurch inspirieren.

Man sieht Sie häufig im Blazer – Ihr Markenzeichen?

Ja, ich habe bestimmt 20 Stück im Schrank. Mit einem Blazer fühle ich mich immer richtig angezogen, der ist im Grunde zeitlos. Ein gutes Jackett ist eine langfristige Investition, wie ein guter Mantel.

Haben Sie etwas im Schrank, wovon Sie sich nicht trennen können?

Ich bin konsequent im Aufräumen, bringe zweimal im Jahr einen Koffer voller Klamotten zum Secondhandshop. Aber mein schwarzes Kleid von Etro habe ich schon seit vielen Jahren. Zum Beispiel trug ich es 2005 zu unserem 20-jährigen Firmenjubiläum.

Jeden Monat stellt hier eine Frau ihren individuellen Stil und den ihrer Branche vor.



Foto links: Veronika Faustmann
Foto rechts: PR-Modemagazin
Hersteller auf S. 125



Ohrhänger „Paloma“ von Swarovski, um 65 Euro

Graue Pumps von Filippa K., um 220 Euro



Kleid „Soffi“ von Minimum, um 65 Euro



Roter Blazer von Zara, um 100 Euro



Mein Stil

DIESES MAL

Die Agentur-Chefin

Als PR-Profi trifft Alexandra von Rehlingen Promis und Trendsetter. Da ist Stilsicherheit oberstes Gebot. Ihr Markenzeichen: schlichte Eleganz. Unsere Stücke für sie – und für Sie!

Kette von Sabrina Dehoff, um 80 Euro

Umhängetasche „Ariane“ von Hugo, um 400 Euro



Jeans „Straight Woman“ von G-Star Raw, um 100 Euro



Rüschenbluse von Off & Co., gesehen bei Lodenfrey, um 230 Euro

Gürtel von Comma, um 70 Euro



„Bei Parkgebühren werde ich geizig!“



Lassen Sie uns über Geld reden! Hier kommen Frauen zu Wort, die sich damit auskennen. Carolin Bormann ist geschäftsführende Gesellschafterin der HONESTAS Finanzmanagement GmbH in Hamburg und investierte schon als Teenager in Aktien

text Inken Fügmann

emotion | Sie verwalten Millionenvermögen. Verursacht das manchmal schlaflose Nächte?

Carolin Bormann: Ja! Als Treuhänderin steht man permanent in der Verpflichtung, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Schlafraubend ist aber auch, dass über Nacht viele Neuigkeiten aus Asien reinkommen. Da steh ich dann schon noch einmal auf und schau, was in Tokio passiert.

emotion | Steht Ihr Telefon noch still, seit die Finanzkrise begonnen hat?

Carolin Bormann: Nein. Information ist das Wichtigste, die Basis aller Entscheidungen. Wir halten unsere Mandanten ständig auf dem Laufenden.

emotion | Und wann schalten Sie mal ab?

Carolin Bormann: Eigentlich nie. Börsendaten lassen sich heute von überall auf der Welt abrufen. Da checke ich selbst im Urlaub die Kurse.

emotion | Was fasziniert Sie so sehr an Ihrem Job?

Carolin Bormann: Ich möchte Vermögen schützen – so kitschig das klingen mag. Mein Geschäftspartner und ich haben uns vor fünf Jahren in die Selbstständigkeit gewagt, weil wir überzeugt waren, dass man in dieser verrufenen Branche mit Ehrlichkeit durchaus etwas Gutes bewirken kann.

emotion | Waren Sie schon immer an Finanzthemen interessiert?

Carolin Bormann: Ja! Als 16-Jährige kaufte ich bereits Aktien. Die Kapitalmärkte sind und bleiben meine Leidenschaft.

emotion | Wofür ging als Kind Ihr Taschengeld drauf?

Carolin Bormann: Für Süßigkeiten und „Yps“-Hefte.

emotion | In welchen Bereichen sind Sie eher geizig?



Carolin Bormann, 34, lebt mit ihrer Familie in Hamburg. Die Betriebswirtin ging als Quereinsteigerin zu einer Privatbank, bei der sie sich zur zertifizierten Finanzplanerin (CFP) ausbilden ließ. Im Jahr 2006 gründete Carolin Bormann gemeinsam mit einem Kollegen die HONESTAS Finanzmanagement GmbH. Dort verantwortet sie mit ihrem unabhängigen Team Vermögen in dreistelliger Millionenhöhe

Carolin Bormann: Bei Parkgebühren! Die sind in Hamburg eine Frechheit.

emotion | Wofür geben Sie zu viel aus?

Carolin Bormann: Für gutes Essen. Ich koche sehr gern. Und wenn ich die Zeit dafür finde, gibt es etwas Besonderes für die Familie. Die Zutaten kaufe ich dann in kleinen, spezialisierten Läden. Für die Summen hätte man auch prima dreimal schön essen gehen können – aber das macht nicht so viel Spaß.

emotion | Macht Geld glücklich?

Carolin Bormann: Wenn Sie Kinderlachen hören, denken Sie dann an Geld?

emotion | Warum fehlt vielen Frauen noch immer das Selbstvertrauen im Umgang mit Geld?

Carolin Bormann: Ich finde, das Klischee ist überholt. Frauen, die ihr eigenes Geld verdienen, haben großes Interesse daran, es gut und gewinnbringend anzulegen. Und sie sind durchaus risikobereit, definieren aber klar ihre Grenzen.

emotion | Welcher Anlage-Typ sind Sie?

Carolin Bormann: Derzeit eher konservativ: inflationsgeschützte Bundesanleihen und Gold gehören in mein Portfolio.

emotion | Können Sie auch mal einen Abend mit Freunden verbringen, ohne über Geld zu reden?

Carolin Bormann: Ja, meine Freunde wissen, dass ich nicht über meine Arbeit spreche. Und es gibt so viele andere interessante Gesprächsthemen.

Foto: Privat Illustration: Franziska Misselwitz



1. MINT-Managerinnen in spe: Alle Plätze waren ausverkauft! 2. Marion Knaths kennt sich mit männlichen Machtspielen aus 3. Christine Keiner von SAP referierte – Anke Rippert von EMOTION moderierte 4. Zu späterer Stunde: Networking! 5. Bei SAP ist „Diversity“ ein Top-Thema 6. Bettina Rentel, Projektleiterin bei Bosch, im Gespräch 7. Die Initiative Pro Exzellenzia unterstützt Absolventinnen der MINT-Fächer u.a. mit Coaching- und Mentoringprogrammen

Frauen vor!

Das Motto des Abends in der Uni Hamburg, den EMOTION und die Initiative Pro Exzellenzia veranstalteten, war klar: „Mehr Frauen in die MINT-Branchen!“

text Nicole Ehlert fotos Frank Krems

Karrierechancen? Glänzend! Das wurde den rund 150 anwesenden Hochschulabsolventinnen und (Post-)Doktorandinnen einmal mehr klar. Drohender Fachkräftemangel in den Branchen Mathematik, IT, Naturwissenschaft und Technik (MINT) sowie die Erkenntnis, dass ein Geschlechtermix in den Führungsetagen ein Erfolgsrezept ist, lässt den Ruf nach Frauen lauter werden. Und so warben zwei attraktive MINT-Arbeitgeber um Bewerberinnen: die SAP AG und die Robert Bosch GmbH. Bis 2017 soll die Managerinnen-Quote beim Softwarehersteller 25 Prozent betragen, verkündete Christine Keiner, Director Recruiting, und stellte Förderprogramme vor. Für Bosch lockte Personal-

leiterin Britta Bannas mit Programmen von Netzwerk bis Mentoring. Die Unternehmensberaterin Marion Knaths („sheboss“) weihte zukünftige MINT-Managerinnen in die „männlichen Spielregeln der Macht“ ein. „Meiden Sie Fleißaufgaben“ oder „keine Scheu vor Statussymbolen“ waren zwei der zahlreichen Tipps in ihrem Vortrag. Was MINTlerinnen außerdem hilft – darüber diskutierten Marion Knaths und Vertreterinnen der Event-Partner, zu denen auch der Verband der Elektrotechnik, Elektronik und Informationstechnik (VDE) gehört, in einer abschließenden Gesprächsrunde. Fazit: Es ist schon viel passiert, aber auch noch einiges zu tun!

Wir bedanken uns bei unseren Partnern:

