

Die Zeit ist reif

Abseits aller Krisen ist Diversity eines der spannendsten Themen unserer Zeit. Der Marketing Club Bochum – allen voran Präsident Carsten Köchel – hat dies erkannt. Mitte November lud der Club unter der Fragestellung „Gibt es den Bedarf für eine fachliche Plattform für Frauen?“ zu einem offenen Workshop.

Dass der Bochumer Club ein wichtiges Thema angestoßen hat, belegte schon die Besucherinnenzahl. Annähernd 30 Frauen wohnten der Veranstaltung bei. Der Club lud dazu im Activ-Campus Bochum zwei renommierte Vertreterinnen ein. Ute Poprawe, Vorständin des DMV und Inhaberin von Poprawe Consulting, und Irene Schönmann, erste Präsidentin des Marketing Clubs Köln-Bonn, berichteten über die Erfahrungen und Erfolge in ihren Clubs.

Schnell wurde deutlich: Es gibt einiges zu tun. Denn der geringe Anteil von Frauen in Führungspositionen ist nicht nur in den Topetagen deutscher Unternehmen spürbar. Zwar haben mehr Frauen als sonst mittlerweile den Sprung in die Topetagen börsennotierter Unternehmen in Deutschland geschafft, doch in Berufsverbänden bleibt der Anteil klein. Im Deutschen Marketing Verband ist das Verhältnis 70 zu 30. Das spiegelt bei Weitem nicht die berufliche Wirklichkeit in den Marketingabteilungen von Unternehmen und Verbänden wider. Diesen Umstand werden auch politische Vorgaben für Unternehmen zukünftig nicht ändern.

Ein signifikantes Beispiel: Die Vertreterin des Kuratoriums des Marketing Clubs Bochum, Dr. Christina Reinhardt (Ruhr-Universität Bochum), sprach in der Diskussion zu Recht von einer gläsernen



Hochkarätige Gäste (v. l.: Irene Schönmann, Carsten Köchel, Ute Poprawe)

Decke – trotz aller Förderprogramme an Hochschulen.

Deutlich wurde in der Diskussion, dass es nicht an qualifizierten Frauen in der Bochumer Marketing Community fehlt. Es kristallisierte sich ebenso schnell heraus, dass die Zuhörerinnen sich an diesem Abend nicht nur mitreißen ließen. Schon beim Get-together nach der Diskussion entwickelten die beteiligten Zuhörerinnen erste Ideen für Folgeveranstaltungen, und mit Nora Breuker fand sich eine Verantwortliche für die MarketingFrauen Bochum.

Ladies Lounge und mehr weibliche Speaker

Die MarketingFrauen Bochum organisieren bereits in Q1 2022 die ersten Veranstaltungen. In Anlehnung an das Konzept der überregionalen MarketingFrauen wird es auch im Ruhrgebiet Expertentalk-Panels zu relevanten Businesssthemen geben. Diese Panels werden sowohl von Frauen als auch von Männern besetzt. Bereits im März soll außerdem die erste Ladies

Lounge stattfinden – eine Veranstaltungsreihe, die vor allem den Netzwerkcharakter als Ziel hat. Die Ladies Lounges sind dabei die einzigen Veranstaltungen, die ausschließlich Frauen zur Verfügung stehen.

Darüber hinaus werden Erfolgsgeschichten von Frauen in Business Cases aus der Region vorgestellt, bei denen gestandene Role Models Rede und Antwort stehen und über ihre Erfolge berichten. Zudem werden in Masterclasses Weiterbildungen zu spezifischen Themen wie Digital Personal Branding angeboten.

Die Veranstaltungen finden sowohl als digitale Events als auch in unterschiedlichen Locations in und um Bochum statt und haben das Ziel, die hiesige Marketingcommunity noch enger zusammenzubringen, mehr weibliche Mitglieder zu generieren und neue Aspekte des Marketing Clubs Bochum zu präsentieren. Letztlich erreichte der Marketing Club Bochum bei der Auftaktveranstaltung sein erstes Ziel: Frauen zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen und ihre Kompetenzen auf die große Marketingbühne zu bringen. 



Rege Diskussion unter den weiblichen Gästen beim Marketing Club Bochum