

# BRIGITTE Studie 2025: Diese Firmen legen sich für Frauen ins Zeug

## BRIGITTE-Umfrage 2025 Die wollen es wirklich!



© Maria / Adobe Stock  
von Kristina Maroldt

Die neue BRIGITTE-Umfrage zeigt: Es gibt sie noch, die Firmen, die sich für Vielfalt und Frauenförderung ins Zeug legen. Eine Bestandsaufnahme, die Mut macht.

Dieser Text stammt aus der BRIGITTE. Holt sie euch als Abo - mit vielen Vorteilen. [Hier könnt ihr sie direkt bestellen.](#)

Manchmal genügt ein Satz, um alles zu verändern: "Was nicht passt, wird passend gemacht." So steht es seit einigen Jahren in den Stellenanzeigen des Maschinenbauers Aero-Lift. Und so handhabt man es im schwäbischen Geislingen auch: Ob jemand eine Stelle in Voll- oder Teilzeit antreten wolle, sei ihr egal, sagt Co-Geschäftsführerin Katja Haak. Erfordere ein Job mehr Stunden, als jemand leisten könne, suche man eben eine weitere Teilzeitkraft. "Für uns zählt das Mindset, nicht die Stundenzahl." Katja Haak, 46, hat selbst erfahren, wie Flexibilität gerade Frauen hilft. 2008 war sie als junge Führungskraft mit kleinem Kind von Stuttgart an den Rand der Schwäbischen Alb gezogen.



**Kinder im Büro willkommen!** Im Maschinenbauer Aero-Lift fand Katja Haak den perfekten Arbeitgeber.  
© Eric Halbherr / PR

Ganztageskitas? Fehlanzeige. Ein anspruchsvoller Job vor Ort in Teilzeit? Schwierig. Wäre ihre Karriere damals beendet gewesen, es hätte niemanden gewundert. Doch sie ließ nicht locker – und fand 2013 mit Aero-Lift ein Unternehmen, das schon damals erstaunlich familienfreundlich war: Ihre Arbeitszeit konnte sie nach und nach von 50 auf 100 Prozent aufstocken, ihre mittlerweile zwei Kinder waren im Büro willkommen, und hatte sie wichtige Termine, fuhr auch mal der Seniorchef ihren Sohn zum Fußballtraining.

Katja Haak ist dem Betrieb treu geblieben, obwohl mit Porsche oder Daimler andere attraktive Arbeitgeber in der Nähe wären. Und sie will den Weg für Frauen ebnen, denen es ähnlich geht wie ihr damals. Mit Erfolg: Fast die Hälfte der 36 Aero-Lift-Beschäftigten ist weiblich, von der Schweißerin bis zur Leiterin der Entwicklungsabteilung.

## **Notfalls fuhr auch mal der Seniorchef den Sohn zum Fußballtraining.**

Man vergisst es manchmal in Zeiten, in denen reihenweise Firmen Frauenquoten streichen und auch im Politik-Betrieb über Work-Life-Balance gelästert wird: Der Wind, der Arbeitnehmenden aktuell ins Gesicht bläst, die nicht der Männlich-Vollzeit-Norm entsprechen, weht zwar heftiger – doch noch immer werden in Deutschland verzweifelt Fachkräfte gesucht. Vor allem fernab der Metropolen gibt es daher durchaus Betriebe, die bereit sind, gerade Frauen viel zu bieten. Sind diese doch – wegen ihrer nach wie vor hohen Teilzeitquote – mit die wichtigste Personalquelle, die die Wirtschaft anzapfen kann. Eine dieser Firmen ist Aero-Lift.

Zusammen mit 19 anderen hat der Mittelständler für sein Engagement in Sachen Frauenförderung bei der diesjährigen "Die besten Unternehmen für Frauen"-Studie von BRIGITTE und Embrace deshalb die Spitzenbewertung von fünf Sternen erhalten. Weitere 69 Betriebe erhielten vier Sterne. Auch im siebten Jahr der Umfrage ist die Bandbreite der teilnehmenden Firmen groß, ihr Engagement beeindruckend. Allerdings sind nur 119 dem Aufruf gefolgt und haben den Fragebogen ausgefüllt – und damit deutlich weniger als in den Vorjahren. Stimmt es also doch: Diversität hat als Unternehmensziel ausgedient?

Darüber haben unsere vier Expertinnen lange diskutiert. Und ja, darüber war man sich einig: Bei einigen Firmen ließen sich derzeit Rückschritte beobachten. Da würden Vielfaltsprogramme mit Verweis auf die wirtschaftliche Lage oder den Druck der US-Regierung mal eben eingestellt und Quotenziele vom Tisch gewischt. Bei Nachbesetzungen sei es zunehmend wieder üblich, das männliche Mini-Me zu bevorzugen. Beunruhigend findet das Ana-Cristina Grohnert, die das Bemühen deutscher Unternehmen für mehr Chancengerechtigkeit während ihrer Zeit als Vorsitzende der Arbeitgebendeninitiative "Charta der Vielfalt" genau verfolgt hat. "Man kann es aber auch so sehen: Wer sich jetzt noch für Diversität engagiert, der tut das nicht nur aus Marketinggründen, sondern dem liegt das Thema wirklich am Herzen."

Der Kreis unserer Studienteilnehmenden ist diesmal also kleiner – dafür jedoch besonders entschlossen. Das zeigen auch die Maßnahmen, mit denen sie die Chancengerechtigkeit für Frauen fördern: flexible Arbeitszeiten, Homeoffice, Netzwerke, Mentoring-Programme, die regelmäßige Analyse der Gehaltsstrukturen. "Vieles, was Expertinnen seit Jahren fordern, ist bei diesen Unternehmen Standard", sagt Studienleiterin Janin Grabs von Embrace. Auch das sei eine gute Nachricht, so Beirätin Ana-Cristina Grohnert: "Jetzt gilt es, diesen Weg für möglichst viele Firmen umsetzbar und attraktiv zu machen."

Neben dem Druck durch den Fachkräftemangel kann auch der technische Fortschritt die Sache voranbringen. So werden inzwischen die Daten von Mitarbeitenden und Bewerber:innen vielerorts automatisiert ausgewertet. Wo genau Frauen auf dem Weg ins Team oder in die oberen Führungsetagen verloren gehen, lässt sich dadurch leichter erkennen – um im nächsten Schritt gezielt gegenzusteuern.

## **Wer sich jetzt noch engagiert, dem liegt das Thema wirklich am Herzen.**

Die Deutsche Bahn etwa wirbt auf Basis solcher Analysen bei Infoveranstaltungen in Schulen schon seit einiger Zeit bewusst um Mädchen für Praktika; und wer eines absolviert, erhält im besten Fall im Anschluss daran die Zusage für einen Ausbildungsplatz. Shortlists bei Auswahlprozessen müssen mindestens eine Frau berücksichtigen. Und lehnt eine Kandidatin die angebotene Stelle ab, wird geprüft, ob sich die Rahmenbedingungen in ihrem Sinne ändern lassen. In den vergangenen Jahren konnte die Deutsche Bahn so nicht nur den Frauenanteil in der Gesamtbelegschaft steigern, sondern auch in Führungspositionen – auf derzeit 30 Prozent. Bis 2035 will man 40 Prozent der Führungsjobs weiblich besetzen.



## **Zwei Frauen, zwei Generationen: Pilar Paes (l.) und Ute Brambrink profitieren von der Unternehmenskultur bei Vodafone**

© PR

Doch die beste Technik nützt nichts, wenn die Unternehmenskultur nicht passt. Wie man es schafft, auch in turbulenten Zeiten Haltung zu bewahren, lässt sich bei Vodafone in Düsseldorf beobachten. Vorm Tor flattert die Regenbogenfahne, ein paar Straßen weiter halten hinter abgedunkelten Fenstern gerade mehrere Dutzend Kinder in der Betriebskita Mittagsschlaf. Und im 17. Stock des Vodafone-Towers sitzen Ute Brambrink, Pressesprecherin, und Pilar Paes, IT-Transformationsexpertin, und berichten von Herausforderungen wie Schwangerschaften, Vereinbarkeit und Wechseljahren. Zwei Frauenbiografien. Die Vodafone eng begleitet: Die 30-jährige Paes etwa durch die Aufstockung des Elterngelds für 16 Wochen auf fast Bruttogehalt, die 58-jährige Brambrink durch die Kita, die ihr einst den Wiedereinstieg erleichterte – aber auch durch die Gratis-Beratung in Pflegefragen, die sie vor einiger Zeit nutzen konnte.

Lebensphasenorientiert nennen Fachleute eine solche Personalpolitik. Damit sie funktioniert, müssen sich Mitarbeitende allerdings auch trauen, die Unterstützung einzufordern, die sie in bestimmten Situationen brauchen. "Bei uns darfst du so sein, wie du bist", sei daher die Haltung, die man bei Vodafone vermittele, sagt Erdmute Thalmann, die im Konzern seit 16 Jahren die Themen Diversity und Work-Life verantwortet. "Niemand soll Angst haben, Themen, die ihn oder sie umtreiben, anzusprechen – ob es um Vereinbarkeitsprobleme geht oder um die Sorge, wegen einer bestimmten sexuellen Identität diskriminiert zu werden." Infolgedessen gehen viele Angebote auf Initiativen der Beschäftigten zurück. So ist es Ute Brambrink zu verdanken, dass Vorgesetzte inzwischen durch E-Learning-Kurse für die besondere Lage von Frauen während der Wechseljahre sensibilisiert werden; Pilar Paes wiederum hat ein firmeninternes Netzwerk für junge Mütter im Tech-Bereich ins Leben gerufen.

## Wir wollen die Haltung vermitteln: Bei uns darfst du so sein, wie du bist.

Ob das dem neuen konservativen Zeitgeist gefällt? Bei Vodafone ist das den Verantwortlichen herzlich egal – was wohl auch daran liegt, dass der Konzern kein US-Geschäft hat, das sein Bekenntnis zu Diversität gefährden könnte. Und sicher hat es mit der Haltung von Frauen wie Erdmute Thalmann zu tun: "Ich habe im Laufe der Zeit immer mehr gemerkt: Nur wer sich wertgeschätzt und willkommen fühlt, kann einen guten Job machen", sagt sie. "Das aufzugeben, wäre einfach kontraproduktiv."

Brigitte

