



Merton-Kreis

Mitglieder: 30
Gründungsjahr: 2014
Gründer: Antonella Mei-Pochtler (Boston Consulting Group), Tina Müller (Opel), Kati Najipoor-Schütte (Egon Zehnder)
Zugang: persönliche Ansprache
Selbstverständnis: exklusiv, persönlich, Vorstandsebene
Rechtsform: informell

Selbst ist die Frau

Einflussreiche Frauen sind es leid, ihren männlichen Kollegen beim Netzwerken zuzuschauen. Sie gründen deshalb nun ihre eigenen Kreise, **um mehr Einfluss zu haben.** Handelsblatt-Chefreporterin Tanja Kewes gibt einen exklusiven Einblick in die neuen Machtzirkel deutscher Top-Frauen.

Illustration: Skizzomat; Bildarchiv: Continental, laif, dpa, laif, Verimi/Nestlé privat, dpa, laif

Die Villa Merton ist ein hochherrschaftliches Haus. 1927 wurde es im historischen Stil nach Wünschen des jüdischen Fabrikanten, Stifters und Politikers Richard Merton gebaut. Es liegt im feinen Diplomatenviertel in Frankfurt am Main. Hier tagt für gewöhnlich der Union Club International, die eigenen Angaben zufolge erste Adresse für den Dialog der Nationen und Kulturen.

Vor fast genau drei Jahren, an einem schon winterlich kalten Abend im November 2014, traf sich hier ein Trio, das auch für Internationalität steht, sich aber mehr um einen Dialog der anderen Art kümmern wollte: die Italienerin Antonella Mei-Pochtler (59), Senior-Partnerin bei der Boston Consulting Group, die Deutsche Tina Müller (49), bis dato noch Marketingchefin von Opel und nun Vorstandsvorsitzende von Douglas in spe, und die Deutsch-Iranerin Kati Najipoor-Schütte (56), Partnerin bei der Personalberatung Egon Zehnder.

Die drei begründeten bei einem Abendessen mit Brot, Wein und Salat einen neuen, exklusiven Zirkel für Führungsfrauen: den Kreis Merton.

Das Trio hat sich inzwischen quasi verzehnfacht. Es sind 30 Führungsfrauen, die sich rund viermal im Jahr an wechselnden Orten treffen, um sich über Gott, Männer und die Geschäftswelt auszutauschen. Dazu gehören unter anderen Dorothee Blessing, Deutschlandchefin von JP Morgan, Hildegard Wortmann, Marketingchefin von BMW, Sylvie Matherat, Compliance-Vorstand der Deutschen Bank, Beatrice Guillaume-Grabisch, Deutschlandchefin von Nestlé, sowie Donata Hopfen, bis September Geschäftsführerin der „Bild“-Gruppe und nun Chefin der Datenallianz Verimi. Sie bilden ein Netzwerk, das sich durch Vertrautheit und Vertraulichkeit, Direktheit und Hilfsbereitschaft auszeichnet.

Wer zum Kreis zählt, darüber entscheiden die drei Gründerinnen. Erstes Kriterium: Seniorität und Einfluss. Erstmals sprechen sie nun öffentlich über den Kreis Merton. Als Ort haben sie dafür die Lobby des First-Class-Terminals der Lufthansa am Frankfurter Flughafen gewählt. Ein exklusives Ambiente. Es ist ein idealer Treffpunkt für die Führungsfrauen. Vor allem Mei-Pochtler und Najipoor-Schütte sind als Beraterinnen ständig international unterwegs, und Müller hat es von Rüsselsheim, dem Stammsitz von Opel, nicht weit.

„Wir pflegen eine Kommunikation ohne Angeberei und reden über alle Themen, die uns beschäftigen, berufliche wie private, bei denen wir voneinander lernen können“, erzählt Mei-Pochtler. Und Tina Müller ergänzt später: „Wir sind weder eine politische Organisation noch ein Marketingklub oder ein eingetragener Verein. Wir gehen auch nicht gemeinsam wandern oder machen Yoga. Wir tauschen uns aus, stehen uns mit Rat und Tat zur Seite und sind übereingekommen, nur Gutes übereinander zu reden. Kurzum: Wir Führungsfrauen tun das, was unsere männlichen Kollegen seit Jahrhunderten tun: Wir netzwerken.“

Mit Merton ist ein Kreis entstanden, der Kreise ziehen könnte. Er steht für ein neues Selbstbewusstsein unter deutschen Führungsfrauen. So langsam, wie sich der Anteil von weiblichen Führungskräften in der deutschen Wirtschaft steigert, so selbstsicher und selbstbewusst treten die Frauen nun auf, die den Aufstieg geschafft haben. Auf ihren Fahnen könnte stehen: „Schwestern, zur Sonne, zur Freiheit“.

Sie nehmen sich die Freiheit, das zu tun, was Männer schon lange tun - sie schließen das andere Geschlecht aus und verbünden sich, um gemeinsam an Stärke zu gewinnen. Im Vordergrund stehen der Gedankenaustausch auf Augenhöhe und natürlich das Netzwerken. In ihren Gesprächen beraten sie sich über nächste Karriereschritte, Führungsstile, gutes und schlechtes Personal, den Umgang mit Stakeholdern und den Medien, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, das neue Auto, den nächsten Urlaub, guten Wein. Es werden Empfehlungen und Warnungen ausgesprochen.

Zwar ist der Anteil der Führungsfrauen in deutschen Chefetagen gerade auch im internationalen Vergleich noch erschreckend gering. Doch es sind genügend Frauen, um sich gegenseitig zu stärken und Tipps und Tricks weiterzugeben. „Natürlich hat auch ein Frauennetzwerk seinen Sinn und seinen Wert. Es sollte absolut normal sein, dass sich Frauen untereinander vernetzen und gegenseitig in

ihren Führungspositionen stärken“, sagt Michael Ensser (53), Deutschlandchef der Personalberatung Egon Zehnder. Und Fabian Kienbaum (34), Co-Chef der gleichnamigen Personalberatung und Miteigentümer der Frauenplattform Edition F, ist überzeugt: „Frauennetzwerke sind extrem wichtig, weil sie geschützte Räume schaffen, in denen sich Frauen offen austauschen, beraten und gegenseitig stärken können. Die Sichtbarkeit dieser Netzwerke, die damit einhergehende Sensibilität für das Thema und das darüber entstehende Empowerment von Frauen sind entscheidend.“

Viele Führungsfrauen sind es schlicht leid, nur von exklusiven Zirkeln zu lesen oder zu hören, die mehr oder weniger gewollt von Männern dominiert werden. Und derer gibt es viele: Die Baden-Badener Unternehmengespräche gehören ebenso dazu wie der Evian-Kreis für die deutsch-französische Verständigung, die Atlantik-Brücke für die Transatlantiker, der Davos-Klub für die internationale Wirtschaftselite, die Managerseilschaft der Similauner, die Bilderberg-Konferenzen für die Anhänger von Verschwörungstheorien, die Alumni-Gruppen der Studentenverbindungen.

Und die Frauen lehnen es ab, um Einlass zu bitten in altherwürdigen Hallen und Institutionen, in denen Frauen - wenn überhaupt - nur als „Quoten-“ oder „Ehefrau“ willkommen sind und sich nicht nur von den Herren in Öl an den Wänden grimmig angeschaut fühlen. Zu solchen Einrichtungen zählen die Frankfurter Gesellschaft, der Industrie-Club Düsseldorf, der Münchener Herrenklub oder die Bremer Schaffermahlzeit.

Der Ausgrenzung überdrüssig, tun sich die Frauen nun zusammen. „Es war überhaupt nicht schwer, Miträgerinnen zu finden“, sagt Najipoor-Schütte. Neben dem Kreis Merton gibt es mindestens drei weitere sehr einflussreiche Netzwerke, die Führungsfrauen aus Wirtschaft, Politik und Ge-

sellschaft inzwischen eine emotionale und intellektuelle Heimat bieten. Generation CEO, Working Moms und Fidar heißen sie. Konkurrenz untereinander machen sich die Frauennetzwerke bisher nicht. Im Gegenteil: „Wunderbar. Es tut sich was“, frohlockt etwa Monika Schulz-Strelow, Mitgründerin und Präsidentin des Frauennetzwerks Fidar, als sie vom Merton-Kreis hört. Und Heike Kroll, Arbeitsrechtlerin und Leiterin des Frauennetzwerks des Verbandes „Die Führungskräfte“, berichtet: „Als ich 2007 unser internes Frauennetzwerk gründete, wurde meine ‚Strickrunde‘, wie männliche Kollegen lästerten, belächelt. Heute sind wir akzeptiert und haben mehr Einfluss.“

Die neuen, starken Frauenzirkel unterscheiden sich in Mitgliederstruktur und Ausrichtung, sind aber alle unabhängig und einig in ihrem Ziel: Frauen zu ermutigen und zu befähigen, Verantwortung zu übernehmen, ihren Einfluss geltend zu machen und miteinander solidarisch zu sein.

Kreis Merton: exklusiv, persönlich, engagiert

19. Etage, tiefe Sessel, weiter Blick über die deutsche Hauptstadt - bei ihrer jüngsten Zusammenkunft trafen sich rund 20 der 30 Frauen im Club des Axel-Springer-Hochhauses in Berlin. Donata Hopfen, bis dato Geschäftsführerin der Verlagsgruppe der „Bild“ hatte geladen. Wie immer, wenn sich die Damen treffen, ging es schnell zur Sache: großes und lautes Hallo, Umarmung statt Händeschütteln. Wie geht es dir? Was bewegt dich?

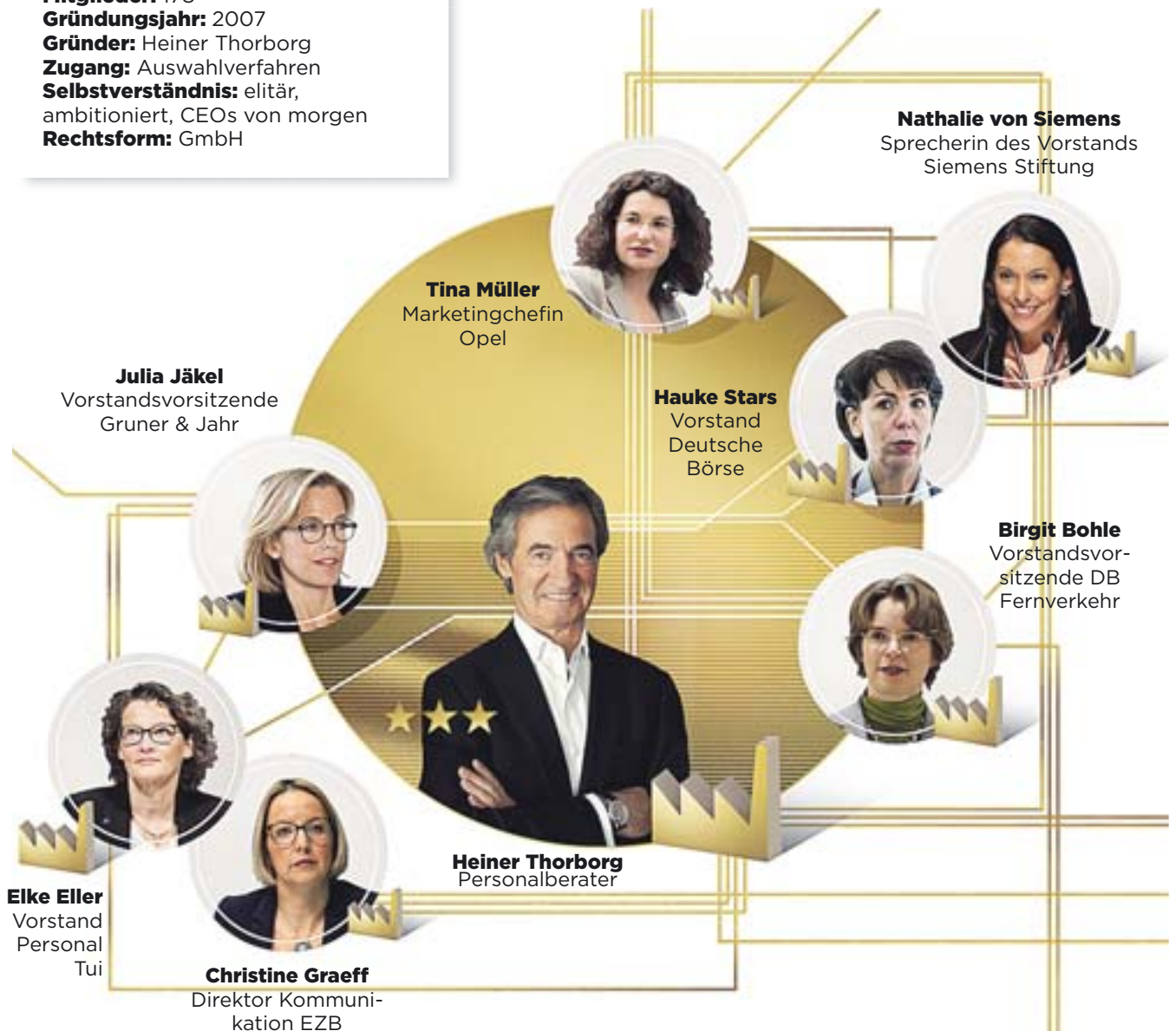
Der Kreis Merton lebt von seiner Exklusivität und Vertraulichkeit. „Der Anlauf ist immer extrem kurz bei uns, selbst mit Frauen, die das erste Mal dabei sind“, erzählt Müller. „Es gibt keine formellen Gepflogenheiten oder Regeln. Die Gastgeberin sagt meist als Erste einige Worte, Neuzugänge stellen sich kurz vor, fertig. Der Rest regelt sich von

„
Wir sind weder eine politische Organisation noch ein Marketingclub. Wir tun das, was die Männer auch tun: Wir netzwerken.“

Tina Müller
Marketingchefin Opel,
Mitgründerin
Merton-Kreis

Generation CEO

Mitglieder: 178
Gründungsyear: 2007
Gründer: Heiner Thorborg
Zugang: Auswahlverfahren
Selbstverständnis: elitär, ambitioniert, CEOs von morgen
Rechtsform: GmbH



Working Moms

Mitglieder: 500

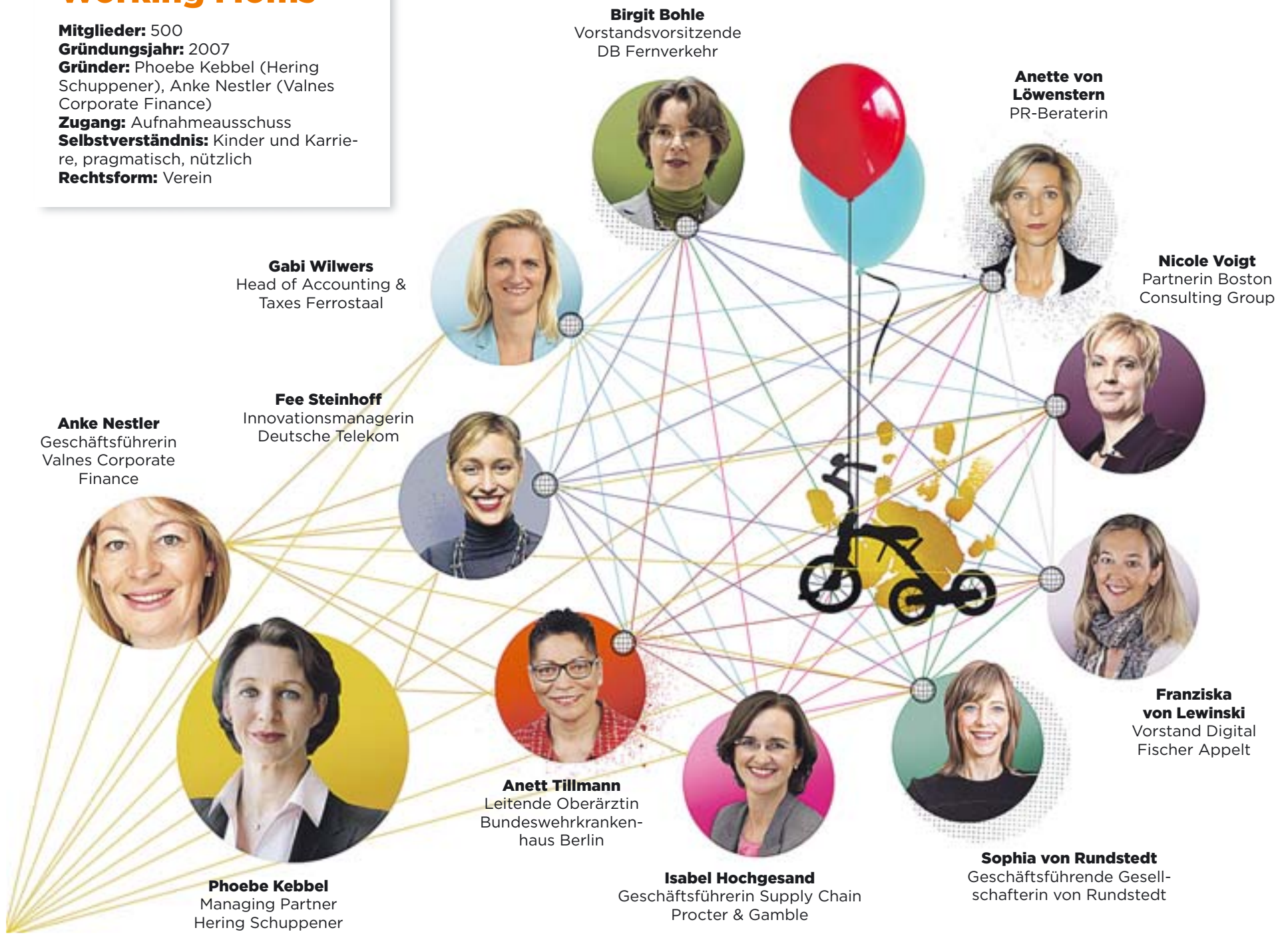
Gründungs-jahr: 2007

Gründer: Phoebe Keibel (Hering Schuppener), Anke Nestler (Valnes Corporate Finance)

Zugang: Aufnahmeausschuss

Selbstverständnis: Kinder und Karriere, pragmatisch, nützlich

Rechtsform: Verein



selbst. Wir sind uns sehr schnell sehr vertraut.“

Den rund 30 Merton-Frauen geht es weder um eine Quote noch um eine Verschwörung gegen die nach wie vor von Männern dominierte Geschäftswelt. Es geht ihnen um Beisammensein, Austausch, Unterhaltung, Engagement in eigener und anderer Sache. „Dieser direkte und persönliche Austausch gibt uns Stärke, Inspiration und ein gutes Gefühl - und motiviert uns, gemeinsam wichtige Themen konkret anzupacken“, erzählt Mei-Pochtler.

Der elitäre Merton-Kreis ist für die meisten seiner Mitglieder das erste und einzige Frauennetzwerk. Als erfahrene und erfolgreiche Führungsfrauen schätzen sie gerade die intime Größe und das Unkonventionelle. „Wir sind keine flüchtige Veranstaltung. Wir bauen ein langfristig angelegtes Netzwerk, in dem Vertrauen zählt. Dazu gehört die Wahrung von professionellen Standards. Wir sind aneinander persönlich interessiert, nicht an unseren Geschäften“, sagt Najipoor-Schütte. Und Ariane Reinhart, Personalvorstand bei Continental, sagt: „Die Zeit ist reif für so einen Kreis.“

Viermal im Jahr treffen sich rund 20 der 30 Frauen - mehr schaffen es meist nicht - bei einer von ihnen zu Hause oder in deren beruflichem Umfeld. So versammelten sie sich schon im Innovationszentrum von Boston Consulting in Berlin, bei Egon Zehnder in der Frankfurter City oder im Privathaus der Rechtsanwältin und Ex-Deutsche-Bank-Compliance-Beauftragten Daniela Weber-Rey im Frankfurter Westend. Mal sind die Damen unter sich, mal tritt ein Gastredner auf, etwa Eva Christiansen, eine der engsten Beraterinnen von Angela Merkel. Das nächste Treffen soll bei Nestlé stattfinden.

Eine erste inhaltliche Aktion der Merton-Frauen gibt es inzwischen auch. „Experiencing Europe“ heißt sie. Die Initiative fördert arbeitssuchende junge Erwachsene durch die Vermittlung internationaler Praktika in EU-Ländern und will sie so für ein vereintes Europa begeistern. „Wir sind nicht nur in

eigener Sache unterwegs“, sagt Ariane Reinhart, Personalvorstand bei Continental und Initiatorin. „Wir wollen uns vor allem gesellschafts- und sozialpolitisch engagieren.“

Generation CEO: professionell, elitär, formell

Die Generation CEO ist das einzige Frauennetzwerk, das nicht von Frauen gegründet wurde, sondern von einem Mann. Heiner Thorborg, einer der einflussreichsten Headhunter der vergangenen Dekaden in Deutschland, hat die Zeichen der Zeit früher als andere erkannt: Frauen sind mittel- bis kurzfristig die, die in der deutschen Wirtschaft fehlen. Der Berater, der fähige Frauen kennt und vermitteln kann, ist ein gefragter und gemachter Mann.

Also gründete Thorborg 2008 die GmbH „Generation CEO“ und schuf damit die Basis für ein Netzwerk, das er seitdem jedes Jahr durch die Neubenennung von 20 aussichtsreichen jungen Frauen erweiterte. Als Unterstützer gewann er einige Konzerne, die sich finanziell engagieren und dadurch Coachings oder das große Jahrestreffen ermöglichen. Bei seiner Auswahl bewies Thorborg bisweilen eine glückliche Hand: Er kann sich rühmen, das Potenzial von Topfrauen wie etwa Julia Jäkel (Gruner & Jahr), Hauke Stars (Deutsche Börse), Nathalie von Siemens (Siemens) sowie Christine Graeff (EZB) früh erkannt zu haben.

Ob ihn wirklich Überzeugung oder Marketing in eigener Sache zum Frauenförderer machte, daran scheiden sich die Geister. Den Mitgliedern seiner Generation CEO ist das einerlei. Sie nutzen die ihnen gebotenen Möglichkeiten: Coaching, Öffentlichkeit, Austausch, Kontakte. Die Auswahl der rund 20 neuen Mitglieder pro Jahr soll Thorborg zwar noch selbst treffen, den Rest regeln die derzeit 178 „Gen-CEOs“ - wie sie sich selbst nennen - inzwischen aber selbstbewusst unter sich.

Das Netzwerk lebt - und wird professionell ausgebaut. Thorborgs jüngster Coup: Im vergangenen Jahr, zum zehnjährigen Jubiläum, berief der 72-jährige ausschließlich schon etablierte Topfrauen in seine Runde, etwa Tina Müller (Opel), Birgit Bohle (Bahn), Elke Eller (Tui), Isabel Knauf (Knauf) und Hildegard Wortmann (BMW). Mit seinen eigenen Entdeckungen, die es in den vergangenen Jahren nach oben geschafft haben, bilden diese nun die erste, bereits führungserfahrene Riege, an der sich die noch aufstrebenden anderen Frauen orientieren können. Seinem Ziel, ein „exklusives Business-Netzwerk für Frauen im Topmanagement“ zu schaffen, ist er damit erstaunlich nahe gekommen.

Working Moms: hilfsbereit, pragmatisch, nützlich

Janina Kugel, Personalvorstand bei Siemens, wählte klare Worte, um ein Buch einzuleiten, das im vergangenen Jahr für Furore sorgte: „Wir sind in Deutschland noch lange nicht so weit, dass uns Gleichberechtigung unser Leben lang in den Schoß fällt. Wir haben zwar mit den Jungs die Schulbank gedrückt, gemeinsam studiert und sind gleichzeitig ins Berufsleben gestartet. Doch diese Phase der unbeschränkten Möglichkeiten endet für viele Frauen mit der Geburt eines Kindes. Dann kehren alte Rollenmuster zurück: Danach sind Frauen hauptsächlich für die Betreuung der Kinder verantwortlich, Männer für das Einkommen.“

Der Titel des Buchs: „Mut zu Kindern und Karriere“. Darin schildern 40 Führungsfrauen offen, wie stolz sie sind, in Deutschland tagtäglich die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu beweisen.

Das Buch ist das Manifest eines Vereins, der in diesem Jahr sein zehnjähriges Jubiläum feiert: Working Moms. Gegründet haben ihn Phoebe Keibel und Anke Nestler 2007. „Ich kann doch nicht die einzige Frau in diesem Land sein, die Kinder und Karriere vereinbaren will“, zweifelte Keibel da-

„
Es sollte absolut normal sein, dass sich Frauen vernetzen und in ihren Führungsjobs stärken.“

Michael Essser
Deutschlandchef
Egon Zehnder

mals. Heute ist sie Managing Partner bei der Kommunikationsberatung Hering Schuppener. Gemeinsam mit ihrer Freundin Nestler, Gründerin und Geschäftsführerin von Valnes Corporate Finance und ebenfalls Mutter zweier Kinder und in Vollzeit aktiv, sagte sie sich: „Lasst uns doch alle Einzelnen einsammeln und gemeinsame Sache machen!“

Zehn Jahre später sind aus zwei mehr als 500 Frauen geworden. So viele Mitglieder hat der Verein inzwischen deutschlandweit. Voraussetzung für eine Mitgliedschaft ist, dass eine Frau mindestens ein Kind hat, ambitioniert berufstätig ist und mindestens vollzeitnah arbeitet. Mitglieder können Interessentinnen als Gäste einladen. Über die Mitgliedschaft entscheidet dann ein Aufnahmeausschuss. Der Kontakt der Frauen untereinander ist persönlich. Im Vordergrund steht die gegenseitige Hilfe, um Familie und Beruf besser vereinbaren zu können und beruflich voranzukommen.

„Ich biete, ich brauche“, unter diesem Zweiklang steht etwa das Speeddating, das die neun Regionalgruppen regelmäßig unter ihren Mitgliedern veranstalten. „Wir möchten junge Frauen ermutigen, trotz Kindern ihre Karriere weiterzuverfolgen. Und wir unterstützen uns ganz aktiv gegenseitig“, erzählt Keibel. „Ich selbst habe vor vielen Jahren mein erstes großes Mandat für die kommunikative Begleitung einer Übernahme über einen Kontakt aus unserem Netzwerk bekommen“, berichtet sie. „Kurz darauf wurde ich zur Partnerin berufen.“

Fidar: politisch, kämpferisch, Männer erwünscht

Das älteste der neuen Frauennetzwerke und sicherlich auch das offensivste ist Fidar. Der Name ist die Abkürzung für das zentrale Ziel: Frauen in die Aufsichtsräte. Der Zirkel, dessen unerbittliche Vorkämpferin die Unternehmerin Monika Schulz-Strelow (55) ist, kämpft seit Jahren für eine stärkere Präsenz von Frauen in den Machtzentralen der deutschen Wirtschaft. Schulz-Strelows Überzeugung: „Wir brauchen die Frauenquote! Denn ohne Quote wird sich die Zusammensetzung deutscher Führungsetagen leider nie ändern.“

Das politische Ziel schweißt zusammen und sorgt für Schlagzeilen. Der Verein hat inzwischen 730 Mitglieder - und zwar nicht nur Frauen. Auch Männer sind dabei wie Ex-Telekom-Personalvorstand Thomas Sattelberger, Multiaufsichtsrat Reinhard Pöllath oder Fabian Kienbaum, Co-Chef der gleichnamigen Personalberatung.

Die Einführung der 30-Prozent-Frauenquote für die Aufsichtsräte von rund 100 börsennotierten und vollmitbestimmten Konzernen 2016 verbucht Vereinspräsidentin Schulz-Strelow „nur“ als ersten Erfolg. „Der Kampf geht weiter! Die Masse, die 3500 mittelgroßen Unternehmen, ruht sich nach wie vor auf ihren laxen Selbstverpflichtungen aus.“

Das Netzwerk von Fidar ist national in Berlin und regional in den großen Städten verankert und sehr aktiv. Regelmäßig finden Veranstaltungen statt, die von prominenten Führungsfrauen wie Janina Kugel (Siemens), Angela Titzrath (Hamburger Hafen und Logistik) und Margarete Haase (Deutz) unterstützt werden. Anders als bei den reinen Frauennetzwerken treffen bei Fidar auch immer Frauen auf Männer. Netter Neben- und Lerneffekt, der regelmäßig für Lacher sorgt: Männer fühlen sich - wie sonst die Frauen - allein.

Neben Merton, Generation CEO, Working Moms und Fidar gibt es einige weitere starke branchen- oder unternehmensinterne Frauennetzwerke wie den Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU), den Deutschen Juristinnenbund, den Verein Pro-Quote von Medienfrauen oder LeaderIn von Deloitte sowie einige regionale Gruppen wie die Damenwiesn von Regine Sixt oder die Berliner Wirtschaftsfrauen rund um Sigrig Nikutta, Chefin der Berliner Verkehrsbetriebe. Und auch virtuell tut sich einiges. So sorgen etwa die Edition F, die „Women in Digital“ und die „Digital Media Women“ für Aufmerksamkeit (siehe Kasten).

So unterschiedlich die Zirkel in ihrer Ausrichtung sind, so einig sind sie sich in der Sache. Streit untereinander gibt es nicht. Einige Führungsfrauen sind sogar in verschiedenen Netzwerken aktiv - so wie Tina Müller und Donata Hopfen bei Merton und Generation CEO - oder unterstützen gleich mehrere wie Janina Kugel mit Fidar und Working

Digitale Frauen-Netzwerke

WiDi steht für „Women in Digital“ und wurde 2016 von Tijen Onaran (32) und Constanze Wolff (36) gegründet. Ihr Ziel: Entscheiderinnen aus der Digitalbranche miteinander zu vernetzen. Mehr als 10 000 Frauen sind der Community mittlerweile beigetreten, und Firmen wie Microsoft oder Siemens unterstützen die WiDis.

Edition F wurde 2014 von Susann Hoffmann und Nora-Vanessa Wohler gegründet. Zur virtuellen Community gehören außerdem ein Online-Magazin, eine Jobbörse und seit kurzem eine digitale Coaching-Akademie. Die Plattform, die sich über Crowdfunding finanziert hat, zählt mehr als 5 000 Mitglieder.

Digital Media Women ist ein 2010 in Hamburg gegründetes Branchennetzwerk mit Quartieren in Hamburg, Berlin, Köln, München und der Region Rhein-Main in Form eines gemeinnützigen Vereins. Community-Mitglieder: mehr als 19 000.



Tanja Kewes kennt viele Frauen in Führungspositionen persönlich, war aber dann doch überrascht, wie viele von ihnen offen über ihre neuen Netzwerke sprechen. Die 38-Jährige ist Kolumnistin und Handelsblatt-Chefreporterin.

Thorsten Jochim für Handelsblatt

Moms. Und die von Fidar initiierte Berliner Erklärung für eine bessere Gleichstellung von Frauen und Männern unterzeichneten die 17 größten Frauenverbände zusammen.

Klar ist allen Beteiligten aber auch: Netzwerken allein und untereinander wird nicht ausreichen, um den Einfluss von Frauen in Wirtschaft und Politik zu erhöhen. Es sind gesamtgesellschaftliche Anstrengungen nötig. Nicht ohne Grund formulierte Brigitte Zypries (SPD) nun noch kurz vor Ende ihrer kurzen Amtszeit als erste Bundeswirtschaftsministerin ein „Manifest“ mit dem Titel „Starke Frauen“. In diesem schreibt sie: „Deutschland steht wirtschaftlich vor großen Herausforderungen. Größtes Innovationshemmnis für Betriebe sind derzeit fehlende Fachkräfte. Frauen zu fördern ist deshalb ein Gebot wirtschaftlicher Vernunft. Ohne starke Frauen in der Wirtschaft und ohne ihren Anteil an der Wertschöpfung läuft in Deutschland nichts. Nun muss es darum gehen, Wertschöpfung und Wertschätzung in Einklang zu bringen.“

Ihren männlichen Kollegen brauchen die Topfrauen den Sinn und Zweck ihrer Kreise übrigens nicht lange zu erklären. Die neue Machtkonzentration hat sich schon rumgesprochen. Es soll erste Männer geben, die den Nutzen der neuen, starken Frauennetzwerke für sich erkannt haben - oder das zumindest meinen. „Jüngst rief mich ein Dax-CEO an. Er fragte mich, ob wir nicht seinen Schützling, ein weibliches Toptalent aus der dritten Reihe, unter unsere Fittiche nehmen könnten“, berichtet eine der Merton-Gründerinnen. „Ich war erst sprachlos, habe dann gelacht - und dann abgelehnt.“

Fidar

Mitglieder: 730

Gründungszeitpunkt: 2006

Gründer: Sabine Bangert, Cornelia Creischer, Anke Domscheit, Jutta von Falkenhausen, Sibyll-Anka Klotz, Eva Kreienkamp, Brigitte Lammers, Monika Schulz-Strelow

Zugang: Beitrittsantrag

Selbstverständnis:

politisch, pro Quote, kämpferisch

Rechtsform: Verein

