

Zu wenig Frauen in Führungspositionen – Männerdomäne Sportbusiness

Frauen als Zielgruppe in der Sportbranche werden immer wichtiger. Allerdings haben im Sportbusiness heute meist immer noch die Männer das Sagen. Aber wie können sich die Hersteller von Sportartikeln auf die Frauen einstellen, die mittlerweile alle Sportarten für sich entdeckt haben. Wer als Unternehmen wachsen will, muss lernen, weiblich zu denken. Aber können das die meist männlichen Unternehmensverantwortlichen?

Nach den Ergebnissen der SGI-Studie Women & Sports kaufen Frauen Sportartikel meist noch bedarfsorientiert. Dieses Verhalten steht damit konträr zum üblichen Einkaufsverhalten von Frauen bei Mode, Schuhen und Accessoires. Damit verliert die Sportbranche jedes Jahr ein riesiges Kaufpotential. Wie kann dieses Problem gelöst werden? Der einzige Weg führt dabei über mehr weibliche Führungspositionen im Sportbusiness. Denn Frauen wissen am Besten, was Frauen wollen. Die Realität sieht heute aber noch ganz anders aus. Rund 80 Prozent aller Entscheidungen in einem Sportunternehmen werden von Männern getroffen. Frauen sprechen zwar in vielen Ebenen mit, bei finalen Entscheidungen haben Sie aber das Nachsehen. Wir haben auf der ISPO MUNICH mit Antje von Dewitz, CEO bei VAUDE gesprochen. Seit 2009 steht sie bei dem Unternehmen an der Spitze.

Fühlen Sie sich im Sportbusiness wohl?

Antje von Dewitz, CEO bei VAUDE: Es ist die tollste Branche der Welt. Es könnte mehr Frauen in Führungspositionen geben, aber leider ist es total männerdominiert. Das ist anstrengend. Ich habe einen anderen Blick auf die Dinge und ich komme mit dem Thema, Mensch, Jungs habt Ihr daran schon mal gedacht, das sieht total komisch aus. Ich nehme mir oft vor, dass ich mich zurückhalte, aber dann fällt mir auf, das beachten die garnicht, Hilfe und dann fühle ich mich total anstrengend.

Warum gibt es Ihrer Meinung nach so wenige Frauen in Führungspositionen im Sportbusiness?

Antje von Dewitz, CEO bei VAUDE: Outdoor war ja früher der Bergsport. Das waren die harten Männer in der Lederhosen und Lederschuhen, die den Berg hoch gekraxelt sind. Das war also recht technisch und hoch funktionell. Draus ist dann Lifestyle geworden und von daher waren von Anfang mehr Männer in der Brache, die das mitgestaltet haben.

Werden Frauen als Zielgruppe beim Sport oft unterschätzt? Liegt hier noch viel Potential?

Antje von Dewitz, CEO bei VAUDE: Die Händler müssen mutiger sein; oftmals sind es ja auch männliche Einkäufer. Frauen trauen sich was, Frauen wollen in jeder Lage gut aussehen, auch mit einer Thermohose am Berg. Da ist der Fachhandel noch etwas zu zögerlich in der Auswahl. Für viele Frauen ist Einkaufen ein schöner Zeitvertreib, das muss ein Erlebnis sein und wenn es kein Erlebnis ist, gehe ich lieber online und das ist schon ein Trend den ich mit Sorge sehe, dass Frauen online einkaufen.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Antje von Dewitz, CEO bei VAUDE: Ich würde mir wünschen, dass mehr Frauen in Führungspositionen kommen, weil das kann Unternehmen von innen heraus verändern. Das tut uns allen gut, nicht weil Frauen die besseren Führungskräfte sind, sondern weil es dann ein diverses Klima gibt, das zu besseren Lösungen führt. Ganz konkret würde ich mir mehr Frauen in der Outdoorbranche wünschen. Mir fehlen sie, ich brauch jemand zum reden von