



Andrea Hartmair inmitten „ihrer“ Damen, mit denen sie Workshops abhält und die sie berät.

# Yes, she can

**ANDREA HARTMAIR** fokussiert sich mit ihrer Boutique-Unternehmensberatung „Goldstück“ auf Frauen als Nachfolgerinnen in Familienunternehmen. Diese sichtbar zu machen und zum Leuchten zu bringen, das ist ihr erklärtes Ziel.

TEXT: SIMONE MAIER | FOTOS: ANNE KAISER



Familienunternehmen sind ihr Steckpferd: Andrea Hartmair ist überzeugt, dass weibliche Unternehmensnachfolgerinnen oft schlummernde Rohdiamanten sind.

**D**ie Fakten könnten keine klarere Sprache sprechen: 90 Prozent aller Unternehmen in Deutschland sind Familienunternehmen, davon sind zwischen 2022 und 2026 rund 190.000 übergabereif. Allerdings sind nur 15 Prozent der Nachfolgerinnen weiblich. „Einen Wechsel an der Spitze eines Unternehmens vergleiche ich immer gerne mit einem Bühnenwechsel“, sagt Andrea Hartmair, Gründerin der Unternehmensberatung „Goldstück“. Termini wie „spot on“, „Inszenierung“ und „Bühnenbild“ benutzt sie gerne, wenn sie von der großen Bühne der Unternehmer spricht.

## Frauen in Führungspositionen

Bevor sie den Schritt in die Selbstständigkeit wagte, war die gebürtige Münchnerin 20 Jahre lang im Bereich Marketing und Kommunikation tätig, davon 15 Jahre in Familienunternehmen. Zum Start in ihr eigenes Business hat sie Unternehmer und Unternehmerinnen in Sachen Sichtbarkeit und Personal Branding unterstützt, hat dann aber gemeinsam mit einem externen Sparringspartner für sich überlegt, wo genau ihr Steckpferd liegt. So kam es, dass sie mit „Goldstück“ den Fokus auf Unternehmensnachfolgerinnen legt, die eigentlichen „Goldstücke“ der Unternehmen, wie sie es nennt.

Wenn es weibliche Führungskräfte in Unternehmen gibt, sind diese oft im Personalwesen oder in Marketing und Presse angesiedelt. „Das ist auch gut so, denn Frauen können sehr gut zuhören, sind nicht in erster Linie so ‚focus driven‘ wie Männer, die immer gern schnelle Entscheidungen puschen“, ist sie überzeugt. „Frauen sind empathisch und können sich vor allem auch gut in andere Frauen hineinversetzen“, sagt sie. Ein sehr gutes Beispiel hierfür sei ein Unternehmen, das sie vor einiger Zeit kennenlernte. Folgender Sachverhalt: der Firmengründer 80 Jahre alt, sein Sohn 60 und vor drei Jahren kam die Tochter mit an Bord, 28 Jahre alt. Mit im Betrieb: eine tolle Mitarbeiterin, die schwanger wurde, aber gerne weiterarbeiten wollte. Kurzerhand kam die Enkelin des Firmengründers mit der Idee Homeoffice für die schwangere Kollegin. „Der Großvater war nicht begeistert. ‚Das gab’s noch nie‘, so seine Worte“, erzählt Hartmair. Aber die jüngere Generation überzeugte ihn und es funktionierte. „Warum? Weil es seine Enkelin war, die unbedingt eine Lö-

sung für die schwangere Kollegin wollte und er sich von ihr überzeugen ließ“, erzählt sie.

Für Andrea Hartmair gibt es mehrere Gründe, warum es für Unternehmen so wichtig ist, die nachfolgende Generation im Unternehmen zu halten. Angefangen mit dem „Konstrukt“ Familie. Dieses trage ein Unternehmen in die Zukunft; darüber hinaus bestehe die deutsche Wirtschaft fast nur aus Familienunternehmen; für die weiteren Generationen sollen Unternehmensnachfolgerinnen eine Vorbildfunktion haben. Dass es eben doch gehe, Karriere und Kinder unter einen Hut zu bekommen; wenn die Nachfolgerinnen sichtbar seien, dann könne sich dies auch direkt auf den Geschäftserfolg auszahlen.

## Hidden Champions waren gestern

„Sichtbarkeit“ ein großes Thema von Andrea Hartmair. Hauptsächlich, wenn es um die Frauen in Unternehmen geht. Da kann sie aus eigener Erfahrung ein Lied singen. Viele Jahre saß sie in den Managementboard-Sitzungen und war neben ihrer Kollegin, die für Personal zuständig war, die einzige Frau in der Männerriege. „Die Kollegen haben immer ihre Zahlen abgeliefert, viel und selbstbewusst geredet. Bis ich eines Tages zu meinem Chef sagte, dass er mal die Reihenfolge der Agenda ändern könnte und nicht mit den Lautesten und Durchsetzungsstärksten beginnen sollte“, lacht sie. Es habe einiges am Charakter der Sitzungen verändert.

„Vor einigen Jahren fragte ein chinesisches Telekommunikationsunternehmen in meiner früheren Firma bei mir an, einen Vortrag zum Thema Innovation zu halten. Und was hab ich getan? Bin als erstes zu meinem Chef gerannt und habe ihn gebeten, das zu übernehmen. Das Unternehmen bestand aber partout darauf, dass ich den Vortrag halte und nach dem ersten ‚Oh my God, was tue ich hier‘, war es letztlich ein super Erfolg“, lacht sie. Mut, Zeit, Selbstvertrauen, das seien elementare Eigenschaften, die Frauen sich noch häufiger zutrauen sollten, ist sie überzeugt.

„Frauen stehen sich ganz oft auch mit einem ihrem Perfektionismus und einer 100-prozentigen Genauigkeit selbst im Weg“, so Hartmair. „Bestes Beispiel sind doch Stellenausschreibungen: wenn eine Frau von zehn formulierten Erwartungen nur eine oder zwei nicht erfüllt, bewirbt sie sich oft erst gar nicht. Wo hingegen Männer hier ‚großzügiger‘ mit sich selbst sind“, schmunzelt sie.

Sie ist davon überzeugt, dass Folgegenerationen im Unternehmen eine sehr starke Leidenschaft für die Firma bereits in der eigenen DNA haben. „Das kann ein Geschäftsführer von außen häufig schwer erreichen“, resümiert sie. Für Maxine Adams, Geschäftsführerin der Adams Consulting GmbH ist Andrea Hartmair eine Sparrings-Partnerin auf Augenhöhe: „Sie ist so etwas wie meine Versicherung für das, was ich mir selbst schon ausgedacht habe.“

Zufälle gibt es selten. So war es ein guter Moment für sie, als sie vor einem Jahr in einem Hotel namens „Goldstück“ saß, die Goldschnipsel ihrer Zwillingjungs, die sie ihr als eine Art Talisman gegeben haben, in ihrer Handyhülle und über den Namen ihres Business nachdachte: Goldstück.

“Sichtbarkeit ist heutzutage ein absoluter Hebel für Erfolg.

Andrea Hartmair  
Unternehmerin