

## Verhandlungen

# Frauen verhandeln anders als Männer

Verhandeln Frauen tatsächlich anders? Und wenn ja, warum? Im Bereich der Genderforschung wird immer wieder die Frage gestellt, inwiefern Frauen und Männer wirklich unterschiedlich in ihrer Kommunikation und Verhaltensweise sind.

Menschen an sich sind sehr unterschiedlich und Studien können lediglich den Mittelwert der Gesellschaft abbilden. Die im Folgenden dargestellten Aspekte sind also sicherlich nicht für alle Frauen und Männer gleichermaßen gültig.

Im Bereich Verhandlungsforschung gibt es einige interessante Studien zu Unterschieden in der Verhandlungsbereitschaft und -kompetenz zwischen Frauen und Männern. Diese gehen jedoch nicht explizit auf Personen im Einkauf – also eher Verhandlungsprofis – ein, sondern bilden eine breitere Masse ab.

### Soziologische Unterschiede

Verhandlungen sind der Versuch, ein Gegenüber sowie dessen Handlungen und Entscheidungen zu beeinflussen. Verhandeln hat also viel mit Kommunikation zu tun. Frauen und Männer kommunizieren unterschiedlich. Zum Teil hat dies biologische Ursachen, z. B. dass Frauen aufgrund ihrer potenziellen Mutterrolle empathischer sind.

Im Wesentlichen spielt aber die Sozialisierung hierbei eine Rolle. Männern werden vermehrt Eigenschaften wie Durchsetzungsstärke, Wettbewerbsdenken, Selbstbewusstsein, Streben nach Unabhängigkeit, nach Kontrolle und danach, sich selbst zu behaupten sowie den eigenen Einfluss zu vergrößern, beigebracht, Frauen eher Eigenschaften wie Fürsorglichkeit, Verständnis und Kommunikation. Diese Eigenschaften beziehen sich auf das Streben, Teil einer Gemeinschaft zu sein, enge Beziehungen aufzubauen und in einigen Fällen eigene Bedürfnisse dem Allgemeinwohl unterzuordnen.

### Verhaltensmuster prägen uns

Diese Verhaltensweisen beeinflussen unser Selbstbild so stark, dass wir sie verinnerlichen, auch im Erwachsenenalter beibehalten und als Teil unseres Charakters definieren – die sogenannten Geschlechtsstereotype.

In Verhandlungen sind Menschen immer dann am erfolgreichsten, wenn sie ana-

log ihres Geschlechtsstereotyps verhandeln, also Frauen eher Wert auf Konsens legen und Männer eher „hart“ verhandeln, wobei es positiv wirkt, wenn Männer kommunikative, weibliche Eigenschaften nutzen, wogegen andersherum Frauen eher negative Effekte erzielen, wenn sie „zu männlich“ (z. B. sehr offensiv) verhandeln.

### Für sich oder für andere verhandeln

Männer sind erfolgreicher, wenn sie für sich selbst verhandeln – „Principal-Ansatz“ genannt. Frauen hingegen verhandeln besser, wenn sie für andere verhandeln – „Agency-Ansatz“ genannt.

Das heißt aber auch, dass Männer in ihren eigenen Gehaltsverhandlungen erfolgreicher sind. Frauen dagegen schneiden besser in Verhandlungen für KollegInnen, ein Team oder die Firma ab.

### Verhandeln „frei Schnauze“ oder nach Plan

Im Weiteren ist belegt, dass Männer besser verhandeln, wenn es um das reine „Pokern“ geht, wenn also weder Rahmenbedingungen bekannt sind noch Verhandlungserfahrung besteht. Frauen dagegen erreichen bessere Ergebnisse als Männer, wenn sie die Möglichkeit haben, einen breiten Verhandlungsrahmen zu nutzen, und entsprechende Verhandlungserfahrung besitzen.

Hieraus erschließt sich, dass speziell für Frauen Verhandlungstrainings sehr sinnvoll und nachhaltig sind.

### Fazit:

- Nutzen Sie die Kompetenz von Frauen, sich gut in andere hineinversetzen zu können.
- Nutzen Sie gemischte Verhandlungsteams. In Studien wurde nachgewiesen, dass diese am erfolgreichsten in der Beschaffung sind. Im Vertrieb wird dieses Modell bereits häufig genutzt.
- Beabsichtigen Sie einseitig „harte“ Verhandlungen ohne Rücksicht auf mögliche Konsequenzen für die Lieferantenbeziehung, setzen Sie eher

einen männlichen Verhandlungsführer ein.

- Nutzen Sie das Streben von Frauen, Konsens und Win-win-Situationen herbeizuführen.

Autorin: Annette Straus

## Kurz informiert

### Arbeitsmarktsituation für Einkäufer

Die Arbeitsmarktsituation für den Beruf des Einkäufers spiegelt die allgemeine wirtschaftliche Lage wider: Branchen, die von der Corona-Krise profitieren, suchen weitere Einkäufer, während die leidtragenden Branchen Einstellungsstopps haben. Die nachfolgenden Zahlen wurden dem Einkaufsmanager von der Bundesagentur für Arbeit auf Anfrage übermittelt:

- Als arbeitslos gemeldet waren im Oktober 2020 insgesamt 5.059 Einkäufer. Im Januar lag die Zahl bei 3.751 Einkäufern. Dies bedeutet eine Steigerung um fast 35 %. Der Anstieg verlief über die Monate stetig.
- Die Zahl der offenen gemeldeten Stellen betrug im Oktober 2020 insgesamt 1.126, im Vergleich zu 1.530 Stellen noch im Januar 2020. Dies bedeutet einen Rückgang um ca. 26 %. Bei dieser Zahl muss berücksichtigt werden, dass nicht alle offenen Stellen der Arbeitsagentur gemeldet werden, sondern direkt ohne Vermittlung von Unternehmen oder Headhuntern besetzt werden.
- Die Zahl der sich in Weiterbildungsprogrammen befindlichen Einkäufer liegt im monatlichen Durchschnitt bei ca. 30 Einkäufern und kann daher vernachlässigt werden.

Autor: Hans-Christian Seidel