

Pressemitteilung

Universität Hohenheim

Florian Klebs

02.02.2007

<http://idw-online.de/de/news194684>

Buntes aus der Wissenschaft
fachunabhängig
überregional

"Battle of the Sexes II": Vorsicht bei Verhandlungen - im "Rudel" sind Frauen richtig gefährlich

Zweite Runde im Geschlechterkampf: Forscher der Universität Hohenheim testen ökonomisches Verhandlungsgeschick im wissenschaftlichen Langzeitexperiment Siegerehrung des 2. Hohenheimer Verhandlungswettbewerbes mit Sektempfang am 1. Februar 2007, 18:00 Uhr, Aula, Schloss Hohenheim, 70599 Stuttgart Bei harten Geschäftsverhandlungen sind Frauen dann besonders erfolgreich, wenn sie in eingespielten Teams auftreten. So bilanzieren Forscher der Universität Hohenheim Ergebnisse des jüngsten Verhandlungswettbewerbes "Battle of the Sexes" im Rahmen eines langfristig angelegten Forschungsprogrammes des Hohenheimer Lehrstuhls für Marketing. 160 Männer und Frauen waren am 19. Januar 2007 gegeneinander angetreten, um als fiktive Einkäufer oder Verkäufer die besten Geschäftsbedingungen für ihre Firma herauszuschlagen. Neu war beim diesjährigen Versuch, dass für jede fiktive Firma nur Frauen- und Männer-Teams an den Start gingen, die sich gut kannten und aufeinander eingespielt waren.

Frauen verhandeln besser, wenn Harmonie und keine Ellenbogen im Spiel sind: "Firmenleitungen tun offensichtlich gut daran, wenn sie Raum für soziales Miteinander lassen", urteilt Prof. Dr. Markus Voeth vom Lehrstuhl für Marketing der Universität Hohenheim. Denn am Verhandlungstisch zögen vor allem weibliche Firmenvertreter Nutzen aus eingespielter Teamarbeit. "Im Team zeigten sich die Frauen viel taffer und engagierter als alleine. Auch die Körpersprache der Frauen-Duos zeigt ein sehr viel offensiveres Vorgehen", berichtet die Urheberin des Battles, Uta Herbst, die am Lehrstuhl für Marketing seit einigen Jahren Verhandlungsforschung betreibt.

Gestartet war das Forschungsprogramm "Battle of the Sexes" im vergangenen Jahr. Seitdem erforschen die Marketing-Experten der Universität Hohenheim das Verhandlungsgeschick von Frauen und Männern in jährlichen Verhandlungswettbewerben mit wechselnden Forschungsschwerpunkten. "Anhand eines realen Falles simulieren wir dabei jeweils wirtschaftlich wichtige und daher aufwendige Verhandlungssituationen", erklärt Christoph Sandstede, Leiter des diesjährigen Wettbewerbs. Wie im realen wirtschaftlichen Industriegütermarkt feilschen die Teilnehmer unter anderem um Preise, Qualität und Liefertermine.

"Friends & Foes" - Freunde und Gegner war das Motto der aktuellen Studie, bei der sich nur befreundete Männer- oder Frauenduos anmelden durften, um eine Firma als Verhandlungsteam zu vertreten. Im Gegensatz zum Vorjahr, bei der nur "Einzelkämpfer" oder zufällig zusammengesetzte Frauen- und Männer-Duos an den Start gingen. "Damals schnitten die Männer signifikant besser ab als ihre Gegnerinnen", zitiert Prof. Dr. Voeth die ersten Ergebnisse. "Die neue Studie zeigt, dass Frauen den Männern dann gleich ziehen, wenn sie in harmonischen Teamstrukturen arbeiten."

Für die Veranstalter liefern die Ergebnisse auch einen der Gründe, warum Mitarbeiterinnen in den Top-Positionen noch unterrepräsentiert sind. "Viele Unternehmen legen bei der Personalbesetzung inzwischen Wert auf die Gleichstellung von Mann und Frau. Schaut man sich die Organisationsstrukturen jedoch an, sind meist nur Männer in den Spitzenpositionen. Dies liegt daran, dass Frauen entsprechende Gefährtinnen für den Aufstieg fehlen. Und als Einzelkämpferinnen sind Frauen eben schlechter", sagt Herbst. Frauen fehle häufig die entsprechende Umfeldstruktur,

um ihr Verhandlungsgeschick entsprechend abrufen zu können.

Wie weit Verhandlungsgeschick Veranlagung ist und wie weit man es trainieren kann, wollen Prof. Dr. Voeth und seine Mitarbeiter im kommenden Jahr beim nächsten Battle-of-the-Sexes-Wettbewerb testen. "Wir werden gezielt Studentinnen schulen, um dann im 3. Hohenheimer Verhandlungswettbewerb zu prüfen, ob diese zu besseren Ergebnissen als untrainierte Teilnehmerinnen gelangen", sagt Prof. Dr. Voeth.

Kontaktadresse (nicht zur Veröffentlichung):

Prof. Dr. Markus Voeth, Universität Hohenheim, Fachgebiet BWL (insbesondere Marketing)

Tel.: 0711 459-22925, E-Mail: voeth@uni-hohenheim.de