



## Eleanor Mills

JOURNALIST/IN · UNTERNEHMER/IN/GRÜNDER/IN

Unternehmen verlieren weibliche Führungskräfte in ihren Vierzigern und Fünfzigern genau dann, wenn ihre Erfahrung am wertvollsten ist, und sprechen sie anschließend in ihrer Werbung so an, als würden sie in den Ruhestand gehen. Die Kosten dafür zeigen sich in zweierlei Hinsicht: zum einen in der Talentrücklaufquote unterhalb der Führungsebene, zum anderen in Marken, die die wirtschaftlich einflussreichste weibliche Zielgruppe auf dem Markt verfehlen. Die meisten Führungsteams verfügen über kein funktionierendes Modell zur Lösung dieser beiden Probleme.

Eleanor Mills ist Journalistin, Autorin und Gründerin von Noon und unterstützt Unternehmen dabei, die Talente, die Kultur und die Lebensrealität von Frauen im Alter von 45 bis 60 Jahren besser zu verstehen.

### Eleanor Mills's 2026 Biographie

#### Warum Unternehmen mit Eleanor Mills zusammenarbeiten

- Sie hat die umfassendste Evidenzbasis im Vereinigten Königreich zu Frauen der ABC1-Gruppe im Alter von 45 bis 60 Jahren aufgebaut, darunter Partnerschaftsforschungsprojekte mit HSBC zu Unternehmerinnen in der Lebensmitte und mit Accenture zur wirtschaftlichen Macht von Frauen über 45.
- Sie benennt eine Kategorie, die in den meisten Vorstandsetagen noch immer als Randnotiz behandelt wird, die „Queenager“, und gibt Arbeitgebern und Marken ein Arbeitsvokabular für Talentbindung, Marketingstrategie und Produktdesign, das auf diese Gruppe ausgerichtet ist.
- Sie verfügt über 22 Jahre redaktionelle Erfahrung bei der Sunday Times, unter anderem leitete sie das Magazin, als es bei den Press Awards 2018 als „Beilage des Jahres“ ausgezeichnet wurde, was ihrer Kommunikationsarbeit mit Führungskräften eine echte handwerkliche Kompetenz verleiht.
- Ihr Buch „Much More to Come“ (HarperCollins, 2024) verwandelt den Übergang in die Lebensmitte in eine Führungsgeschichte über die Neuerfindung nach Entlassung, Scheidung und Betreuungsaufgaben – genau jene Belastungen, auf die Unternehmen bei ihrer Gestaltung nicht eingehen.
- Sie versammelt eine 50.000-köpfige Community bei Noon, was bedeutet, dass ihre Erkenntnisse ständig durch das Publikum selbst aktualisiert werden und nicht aus einer einmaligen Studie stammen.

#### VERFÜGBAR FÜR

- Redetätigkeit

#### ELEANORS SPRECHENDE THEMEN

- DEI (Diversity, Equity & Inclusion)
- Geschichtenerzählen & Geschäftskommunikation
- Inklusive Führung
- Kundenerfahrung & Marketing
- Mitarbeiterwohlbefinden
- Strategien zur Talentbindung

#### SPRACHEN: Englisch

## Biografische Höhepunkte

- Gründerin und Chefredakteurin von Noon (noon.org.uk), gestartet am 8. März 2021.
- Ehemalige Redaktionsleiterin der Sunday Times und Herausgeberin des Sunday Times Magazine, 1998 bis 2020.
- Vorsitzende von „Women in Journalism“, 2013 bis 2021.
- Autorin von „Much More to Come“ (HarperCollins, 2024), einem Bestseller der Sunday Times; Mitherausgeberin von „Cupcakes and Kalashnikovs“ (2005).
- Preisträgerin des „World of Difference Award“ der International Alliance for Women (2012); Herausgeberin des „Press Awards Supplement of the Year“ (2018).
- Forschungspartnerschaften mit HSBC („Fearless and Thriving“) und Accenture („The Rise of the Queenager“).

## Biografie

Die wirtschaftlich aktivste weibliche Bevölkerungsgruppe in Großbritannien ist gleichzeitig diejenige, die am ehesten Führungspositionen verlässt, bevor sie die Spitze erreicht. Frauen im Alter von 45 bis 60 Jahren verfügen über verfügbares Einkommen, Entscheidungsgewalt im Haushalt und jahrzehntelange Berufserfahrung, doch Arbeitgeber und Verbrauchermärkte unterschätzen durchweg sowohl ihr wirtschaftliches Gewicht als auch ihre Bereitschaft zu bleiben.

Dies ist die Lücke, die Eleanor Mills in den letzten fünf Jahren dokumentiert hat. Nach 22 Jahren bei Times Newspapers, darunter die Leitung des „The Sunday Times Magazine“, als dieses bei den Press Awards 2018 als „Beilage des Jahres“ ausgezeichnet wurde, verließ sie das Unternehmen im März 2020 und gründete Noon am Internationalen Frauentag 2021. Noon ist heute eine 50.000 Mitglieder starke Community und eine Forschungsplattform, die in Partnerschaft mit HSBC Studien zu Unternehmerinnen in der Lebensmitte und mit Accenture zur Wirtschaftskraft von Frauen über 45 durchführt.

Ihr Buch „Much More to Come“ (HarperCollins, 2024) erweitert diese Argumentation auf den Bereich der Neudefinition. Es stützt sich auf ihre eigene Entlassung und die Belastungen, die ihre Leserinnen beschreiben: Wechseljahre, Scheidung, leeres Nest, Pflege älterer Eltern, zweite Karrieren. Das Buch definiert die Lebensmitte neu als eine produktive Phase, auf die Unternehmen ihre Strategien ausrichten sollten, anstatt sie abzuschreiben.

Für einen leitenden Einkäufer ist der Nutzen klar. Sie gibt dem Vorstand das Vokabular, die Daten und die redaktionelle Schärfe an die Hand, um auf eine Belegschafts- und Verbrauchersegment zu reagieren, das in den meisten Strategiepapieren als Rundungsfehler behandelt wird.

## Wichtige Vortragsthemen

- Frauen in der Lebensmitte als Talent- und Verbrauchergruppe
- Bindung von Frauen in Führungspositionen während der Wechseljahre und in der Zeit der Pflege
- Neuorientierung nach Entlassung und Karriereunterbrechung
- Marketing- und Markenstrategie für Frauen über 45
- Persönliches Storytelling in der Führungskommunikation
- Resilienz in Zeiten des Wandels

## Ideal für

- CHROs und Talentverantwortliche, die Strategien zur Mitarbeiterbindung für weibliche Führungskräfte entwickeln
- CMOs und Markenverantwortliche, die sich an weibliche Verbraucherinnen über 45 richten
- Vorstände, die DEI und Unternehmenskultur über die Einstiegs- und Mid-Career-Pipelines hinaus überprüfen
- Führungskräfteprogramme für Frauen, die in ihren Vierzigern und Fünfzigern berufliche und private Übergangsphasen durchlaufen

## Ergebnisse für die Zielgruppe

- Eine Arbeitsdefinition der Kategorie „Queenager“ und was sie wirtschaftlich auszeichnet
- Konkrete Ansatzpunkte, an denen Unternehmen weibliche Führungskräfte verlieren, und was den Trend umkehrt
- Erkenntnisse aus der namentlich genannten Partnerschaftsforschung mit HSBC und Accenture, keine generischen DEI-Argumente
- Eine Neudefinition des Übergangs in der Lebensmitte als Geschichte von Führung und Neuerfindung statt als Thema des Wohlbefindens

## Eleanor Mills's 2026 Gespräche & Themen

### Den Super-Konsumenten ansprechen

Ein datengestützter Vortrag über die Kaufkraft und das Markenverhalten von Frauen im Alter von 45 bis 60 Jahren.

#### Die wichtigsten Erkenntnisse:

- Die Größe und das wirtschaftliche Gewicht der weiblichen Verbraucherinnen mittleren Alters im Vergleich zu jüngeren Bevölkerungsgruppen
- Wo aktuelle Marken- und Produktstrategien diese Zielgruppe falsch einschätzen
- Praktische Implikationen für Marketing, Segmentierung und Kategoriepositionierung

---

### Neuerfindung ist eine Puppe

Ein Vortrag über den Übergang in die Lebensmitte als produktive Phase der Karriere und des Lebens, basierend auf „Much More to Come“ und den Erkenntnissen der Noon-Community.

#### Die wichtigsten Erkenntnisse:

- Die wiederkehrenden Belastungsfaktoren der Lebensmitte: Entlassung, Scheidung, Wechseljahre, Pflegeaufgaben
- Wie Unternehmen diese Phasen einplanen können, anstatt Mitarbeiter dadurch zu verlieren
- Wie Resilienz und Neuanfang in der Praxis für Frauen in Führungspositionen aussehen

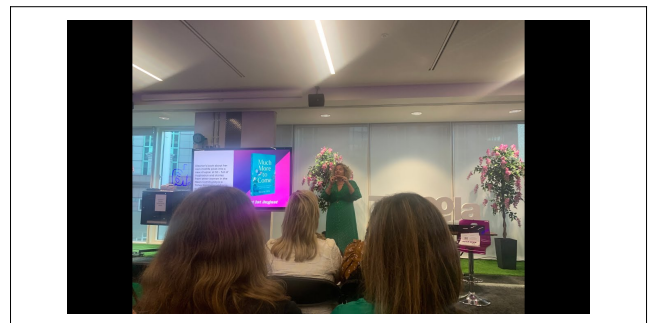
## Das Lied von uns selbst

Ein Vortrag über persönliches Storytelling als professionelles Kommunikationsinstrument in hybriden Führungskontexten und auf Führungsebene.

### Wichtige Erkenntnisse:

- Warum Erzählungen in der Führungskommunikation Gewicht haben
- Wie man eine persönliche Geschichte entwickelt, die in einem Umfeld der obersten Führungsebene Bestand hat
- Redaktionelle Techniken für Klarheit und Glaubwürdigkeit in der mündlichen Kommunikation

## Eleanor Mills's Videos



## Was die Kunden von Eleanor Mills sagen

Hervorragende Präsentation und Publikumsbindung – eine brillante Keynote.

*BT*

Wunderbar. Ihre Rede hat uns sehr gefallen und uns inspiriert.

*CNN*

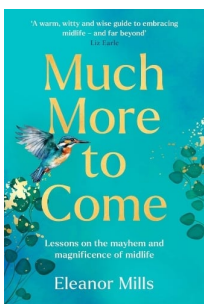
Ein brillanter und fachkundiger Eröffnungsvortrag.

*Fujitsu*

Ein mitreißender, dynamischer Redner, der die Aufmerksamkeit auf sich zieht und bei dessen Auftritten das Publikum immer auf mehr gespannt ist.

*FT*

## ELEANOR'S LETZTE BÜCHER



**Es kommt noch viel mehr:**  
**„Herzlich, witzig und weise“:**  
**Wie Sie Ihre Midlife-Crisis**  
**überstehen und die Höhen und**  
**Tiefen der Wechseljahre, des**  
**leeren Nestes, einer zweiten**  
**Karriere, des Datings nach der**  
**Scheidung und vieles mehr**  
**meistern**

## Eleanor Mills's 2026 speaking fees

Die spezifischen Gebühren liegen innerhalb der angegebenen Spanne. Diese dienen nur als Richtwerte und können ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

	<b>EUR</b>	<b>GBP</b>	<b>USD</b>
<b>Land</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Asien-Pazifik</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Europa</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Naher Osten &amp; Afrika</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Südamerika</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Großbritannien</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>US-Ostküste</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>US-Westküste</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Virtuell</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000