



Ansichtssache: Potenziale & Vielfalt

Umfrage zum Fachkongress
WoMenPower 2008

WoMenPower 2008

Umfrage: „Ansichtssache: Potenziale nutzen – Vielfalt leben!“

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
1. Einleitung	4
1.1. Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze	4
1.2. Methode	5
2. Ergebnisse der Studie im Einzelnen	6
2.1. Teilnehmer/innen der Studie	6
2.2. Karriere – trotz guter Vorbereitung immer noch ein Hindernislauf	7
2.3. Internationales Arbeitsumfeld – Alltag in vielen Unternehmen	11
2.4 Netzwerke und Mentoring – begrenzte Effekte für die Karriere	12
2.5 Vereinbarkeit von Beruf und Familie	15
3. Fazit	19
4. Anhang	22
4.1. Fragebogen	22
4.2. Deutsche Messe / HANNOVER MESSE / WoMenPower	28
4.3. Helga-Stödter-Stiftung	29
4.4 Fraunhofer Institut	30
4.5 Impressum / Kontakt	31

Vorwort

Ansichtssache: Potenziale nutzen – Vielfalt leben

Frauen in Deutschland haben im Hinblick auf ihre Qualifikation längst mit den Männern gleichgezogen. Ihr hohes Eignungsniveau wird in deutschen Unternehmen aber nicht immer ausreichend zur Entfaltung gebracht. Die berufliche Entwicklung von Frauen verläuft langsamer als die ihrer männlichen Kollegen und endet häufig früher. So wird das große Potenzial weiblicher Fach- und Führungskräfte weiterhin zu wenig genutzt. Damit vergeben Unternehmen große Chancen, die in der gezielten Entwicklung der Potenziale qualifizierter Frauen liegen.

Der Fachkongress **WoMenPower**, der seit 2004 jährlich im Rahmen der HANNOVER MESSE stattfindet, hat im fünften Jahr seines Bestehens Frauen und Männer nach ihren Ansichten zum Umgang deutscher Unternehmen mit den Potenzialen ihrer weiblichen Fach- und Führungskräfte sowie zum Thema Vielfalt in deutschen Unternehmen befragt.

Was tun deutsche Unternehmen, um die Potenziale weiblicher Fach- und Führungskräfte systematisch zu entwickeln?

Wie planen Frauen heute Berufs- und Lebensweg?

Wie wirkt sich die zunehmende Internationalisierung auf den Berufsweg von Frauen aus?

Ziel des Kongresses **WoMenPower**, der unter der Schirmherrschaft von Bundesfamilienministerin Dr. Ursula von der Leyen steht, ist es im Dialog mit Entscheidern aus Wirtschafts- und Industrieunternehmen das Thema Chancengerechtigkeit im Beruf voranzutreiben. Im Jubiläumsjahr befasste sich die **5. WoMenPower** unter dem Motto "Potenziale nutzen - Vielfalt leben!" mit Erfolgsstrategien für Beruf und Karriereplanung, professionellen Netzwerken und den Auswirkungen der Internationalisierung auf das Arbeitsumfeld. Weiteres Thema waren die Vereinbarkeit von Karriere und Familie für Führungskräfte und die Förderung einer aktiven Vaterschaft im Betrieb.

Um diese Entwicklungen genauer zu analysieren, wurde in diesem Jahr in Zusammenarbeit mit der Deutschen Messe AG und der Helga Stödter-Stiftung zum zweiten Mal eine kongressbegleitende Umfrage zu den Schwerpunktthemen der diesjährigen Veranstaltung durchgeführt.

Herausgekommen ist ein interessantes Stimmungsbarometer, das zeigt, welchen Hindernissen Frauen im Verlaufe ihrer Karriere begegnen, aber auch wie Frauen diesen Schwierigkeiten entgegentreten. Die Ergebnisse zeigen außerdem, welche Aspekte für Frauen bei der Wahl eines Arbeitsplatzes im Vordergrund stehen.

So ist schließlich eine umfangreiche Sammlung mit vielen Ideen und Anregungen für einen effektiveren Umgang mit den Potenzialen weiblicher Fach- und Führungskräfte zustande gekommen.

Wir wünschen eine anregende Lektüre!



Dr. Wolfram v. Fritsch

Vorsitzender des Vorstandes

Deutsche Messe AG

1 Einleitung

Der Fachkongress WoMenPower findet seit 2004 jedes Jahr im Rahmen der HANNOVER MESSE statt. Im Rahmen dieses größten Technologieereignisses der Welt beschäftigt WoMenPower sich ganz bewusst mit den Rahmenbedingungen des wirtschaftlichen Erfolgs auch und gerade von Frauen. Dazu gehören der Umgang von Unternehmen mit der Vielfalt ihrer Mitarbeiter, die Förderung der Potenziale ihrer weiblichen Fach- und Führungskräfte ebenso wie praxisnahe Konzepte der Wirtschaft zur besseren Integration von Arbeitswelt und Familie.

Diese aktuellen Themen werden im Rahmen von WoMenPower auf zwei Ebenen diskutiert: Zum einen von Experten und führenden Vertretern aus Wirtschaft und Politik in Vorträgen und Podiumsdiskussionen, zum anderen von den Teilnehmerinnen, deren Meinungen und Vorstellungen in der begleitenden Befragung erfasst werden.

Die Ergebnisse der Befragung der 5. WoMenPower werden hier im Einzelnen dargestellt und erläutert. In ihrem Fazit bewertet Gabriele Hantschel von der Helga Stödter-Stiftung diese Ergebnisse vor dem Hintergrund der langjährigen Auseinandersetzung um Chancengerechtigkeit im Beruf.

1.1 Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze

- 83 Prozent der Befragten sind überzeugt: Frauen werden häufiger als Männer in der Karriere ausgebremst.
- Die größten Hürden in der Karriere von Frauen sind ein zu langsamer Aufstieg und immer noch die „Gläserne Decke“, die verhindert, dass Frauen die höchsten Stufen auf der Karriereleiter erreichen.
- Das liegt auch daran, dass Unternehmen die beruflichen Qualifikationen von Frauen noch immer viel zu wenig nutzen. 20 Prozent der Teilnehmerinnen haben ihre hohe Qualifikation als Hindernis in ihrer beruflichen Entwicklung erlebt. Im Vergleich dazu haben nur sieben Prozent der Befragten eine zu geringe Qualifikation als Hürde in ihrer Laufbahn erfahren.
- Der Hälfte der Befragten wurden beim Berufseinstieg keine Karriereperspektiven aufgezeigt. Unternehmen vernachlässigen demnach die systematische Entwicklung der

Mitarbeiterpotenziale im Berufsalltag allzu häufig. Zusätzliche gaben 70 Prozent an, die eigene Karriere nicht zu planen, obwohl wiederum 68,5% der Befragten der Meinung sind, dass sich eine solche Planung auszahlt.

- Nur 11,4 Prozent der Befragten glauben, dass Frauennetzwerke besser funktionieren. Demnach werden von den Frauen die Männernetzwerke als viel fokussierter auf Karrierebelange (86,6 Prozent) und machtbezogener (96,7 Prozent) gesehen.
- Nur 15,4 Prozent der Befragten haben an Mentoring-Programmen teilgenommen. Jedoch in der Karriereplanung vorgebracht hat das Mentoring 46,4 Prozent der Befragten. 23,2 Prozent sahen darin keinen Nutzen
- Kinder sieht hingegen nur eine Minderheit der Befragten als größeres Hindernis bei der beruflichen Entwicklung an. Dabei hat jede zweite Teilnehmerin selbst Kinder.

1.2 Methodik

Die Deutsche Messe AG und die Helga Stödter-Stiftung haben von März bis Mai 2008 anlässlich des Fachkongresses **WoMenPower 2008** die Befragung „Ansichtssache: Potenziale nutzen – Vielfalt leben“ durchgeführt.

Die Befragung richtete sich an interessierte Frauen und Männer sowie die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Kongresses **WoMenPower 2008** am 25. April 2008.

Die Teilnahme an der Befragung war online und offline möglich: Online im Vorfeld der Veranstaltung über die Internetseite von **WoMenPower 2008** (www.hannovermesse.de/womenpower) sowie offline als Fragebogen, der am Veranstaltungstag an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Kongress ausgehändigt wurde.

Geantwortet haben 435 Frauen und 18 Männer aus verschiedenen Unternehmensbereichen, Branchen und in unterschiedlichsten Positionen.

Der Fragebogen umfasste 31 Fragen, die zu drei Themenblöcken zusammengefasst waren:

- Persönliche Daten
- Fragen zu Karriere, Netzwerken und internationalem Arbeitsumfeld
- Fragen zur Integration von Beruf und Privatleben

Die Antworten waren entweder vorgegeben, mit „ja/nein“ zu beantworten, auf einer Skala anzukreuzen „wichtig/nicht wichtig – trifft voll zu/trifft nicht zu“ oder ließen eine offene und freie Beantwortung zu.

Die Teilnahme erfolgte anonym.

2 Die Ergebnisse der Studie im Einzelnen

2.1 Die Teilnehmerinnen der Studie

Von den insgesamt 453 Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Befragung waren 435 Frauen und 18 Männer. Aus diesem Grund haben wir uns entschieden, die Ergebnisse durchgängig in der weiblichen Form wiederzugeben. Die männlichen Teilnehmer sollen dadurch nicht ausgeschlossen werden. Sie sind selbstverständlich stets auch gemeint.

Das mittlere Alter der Teilnehmerinnen an der Befragung beträgt 41 Jahre. Sie leben ganz überwiegend in einer Ehe oder Partnerschaft (72 Prozent). Mehr als die Hälfte der Befragten hat Kinder (53 Prozent). Die größte Gruppe davon stellen mit 45 Prozent die Eltern von Ein-Kind-Familien. Immerhin 42 Prozent der befragten Eltern haben zwei Kinder, mehr als zwei Kinder haben 13 Prozent.

Den Wiedereinstieg nach der Babypause bewältigten rund 79 Prozent der Befragten innerhalb eines Zeitraums von 12 Monaten. Jede vierte Mutter (24 Prozent) kehrte nach acht Wochen wieder an ihren Arbeitsplatz zurück. Beide Ergebnisse weichen deutlich ab vom durchschnittlichen Rückkehrverhalten deutscher Arbeitnehmerinnen nach der Babypause. Im statistischen Mittel fangen lediglich 17 Prozent aller Mütter innerhalb eines Jahres nach der Geburt eines Kindes wieder an zu arbeiten. Damit liegt Deutschland im Schnitt weit hinter Großbritannien und Frankreich, in denen rund 80 Prozent der Mütter innerhalb eines Jahres an ihren Arbeitsplatz zurückkehren. Noch größer ist der Abstand zu den Niederlanden in denen die Rückkehrquote im selben Zeitraum bei 94 Prozent liegt (OECD 2005).

Mütter mit Kindern, die zum Zeitpunkt der Befragung jünger als drei Jahre waren, sind in der Studie dennoch eine eher kleine Gruppe (16,7 Prozent). Die häufigsten Altersangaben für die Kinder lagen zwischen sieben und 15 Jahren (77 Prozent).

In ihrer großen Mehrheit verfügen die Befragten über langjährige Berufserfahrung. Mehr als ein Drittel von ihnen (36,4 Prozent) sind zwischen 11 bis 20 Jahren im Beruf. Knapp ein weiteres Drittel (29,9 Prozent) steht sogar seit mehr als 20 Jahren im Berufsleben.

Ein breites Spektrum zeigt sich bei den Positionen der Befragten: Vertreten waren sechs Vorstände (2007 waren es drei) und 24 Geschäftsführerinnen (2007: elf). Wie auch im Vorjahr stellen die Projektleiterinnen (33,1 Prozent) die größte Gruppe der Teilnehmerinnen (2007: 26,3 Prozent), gefolgt von 20,4 Prozent aus dem Bereich Assistenz bzw. Office Management (2007: 15,5 Prozent). An dritter Stelle stehen mit 16,8 Prozent die selbständigen Unternehmerinnen (2007: 15,2 Prozent). Rund neun Prozent der Teilnehmerinnen sind Teamleiterinnen (2007: 12 Prozent), rund acht Prozent Abteilungsleiterinnen (2007: 10), und auch die Bereichsleiterinnen sind mit knapp sieben Prozent (2007: 5,7 Prozent) gut vertreten.

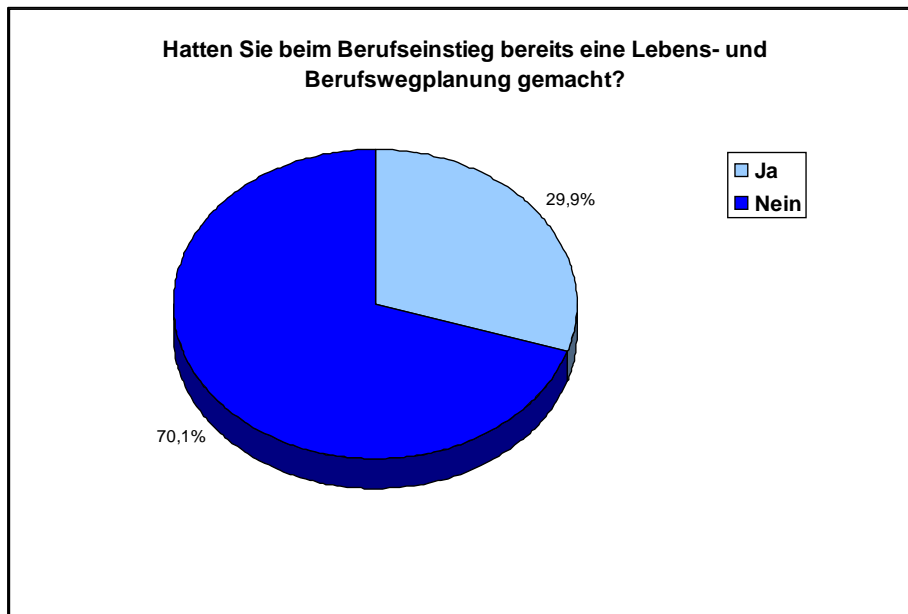
Die Befragten arbeiten überwiegend im Dienstleistungssektor (21,6 Prozent) oder in der Industrie (17,7 Prozent), 13,2 Prozent sind in Forschungseinrichtungen oder Universitäten und im öffentlichen Bereich beschäftigt. Die große Mehrzahl der Arbeitsplätze (88,4 Prozent) befindet sich in deutschen Unternehmen.

Hinsichtlich der Unternehmensgröße ergab sich – wie im Vorjahr – ein ausgeglichenes Bild: Gut ein Drittel (33,5 Prozent) der Befragten arbeitet bei einem Großunternehmen (2500 Mitarbeiter und mehr), gefolgt von mittelständischen Unternehmen (100 bis 2499 Mitarbeiter), bei denen 30,6 Prozent beschäftigt sind. Kleinstunternehmen mit unter 10 Mitarbeitern stellten die dritte große Gruppe (23,9 Prozent).

2.2 Karriere – trotz guter Vorbereitung immer noch ein Hindernislauf

Im Themenkomplex „Karriere, Netzwerke, internationales Arbeitsumfeld“ standen am Anfang die Fragen nach Karriere- und Lebensplanung. Zum Zeitpunkt ihres Berufseinstiegs hatten 70 Prozent der Befragten keine konkreten Pläne für ihren weiteren Berufsweg. Ein knappes Drittel (29,9 Prozent) dagegen gab an, vor ihrem Einstieg in das Berufsleben ihre weitere Laufbahn geplant zu haben. Davon haben 12 Prozent bei der Berufswegplanung professionelle Hilfe in Anspruch genommen. Im Rückblick scheinen viele Teilnehmerinnen der Studie ihr Verhalten kritisch zu bewerten. Denn immerhin sind 68,5 Prozent der Meinung, dass sich eine Planung für den Berufsein- und -aufstieg auszahlt.

Diese Einschätzung wird gestützt von den Antworten auf die Frage nach dem Verlauf der beruflichen Entwicklung. 60 Prozent, der Frauen, die ihre Laufbahn geplant hatten, geben an, dass ihr Leben bisher in den geplanten Bahnen verlief. Bei den restlichen 40 Prozent war dies nicht der Fall.



Die Perspektiven der beruflichen Entwicklung wurden für die meisten Teilnehmerinnen auch beim Eintritt in ein Unternehmen nicht wesentlich deutlicher. Lediglich die Hälfte der Befragten bejahte die Frage, ob ihnen beim Berufseinstieg Karriereperspektiven aufgezeigt wurden. Hier wird eine Diskrepanz deutlich, zwischen der Selbstdarstellung von Unternehmen in Stellenausschreibungen und der Realität in den Unternehmen. Während es bei der Bewerbersuche zum Standard gehört, die Möglichkeiten der professionellen Entwicklung zu betonen, scheint die systematische Entwicklung der Potenziale im Berufsalltag noch allzu häufig vernachlässigt zu werden.

Dort wo Karriereperspektiven aufgezeigt werden, rangieren Fortbildungsmöglichkeiten mit 77 Prozent auf Platz eins, gefolgt von Aufstiegsmöglichkeiten, die von 62 Prozent genannt werden. Leistungsgerechte Vergütung (47 Prozent) und Auslandsaufenthalte (30 Prozent) spielen dagegen bei den aufgezeigten Karriereperspektiven eine geringere Rolle.

Im Bereich der systematischen Entwicklung der Potenziale und Karrierechancen weiblicher Fach- und Führungskräfte haben deutsche Unternehmen also erheblichen Nachholbedarf. Bisher stehen die Chancen fünfzig zu fünfzig, dass neuen Mitarbeiterinnen bereits zu Beginn ihrer Tätigkeit gezielt Perspektiven ihrer weiteren Laufbahn im Unternehmen aufgezeigt werden. Angesicht des demographischen Wandels und eines sich immer deutlicher abzeichnenden Fachkräftemangels sollten die Betriebe hier verstärkte Anstrengungen unternehmen.

Welche Bedeutung gerade dieser Bereich für die Mitarbeiterinnen hat, zeigt sich in den Antworten auf die Frage „Wie wichtig waren folgende Faktoren bei der Auswahl Ihres Arbeitsplatzes?“ Den größten Wert legten die Befragten auf die Faktoren „Interessante Tätigkeit oder neue Herausforderung“ sowie „Berufliche Verbesserung und Weiterentwicklung“, die auf einer Skala von 1 bis 4 „sehr wichtig bis gar nicht wichtig“ mit 1,2 und 1,4 die höchsten Werte erhielten. An dritter Stelle steht für die Befragten bei der

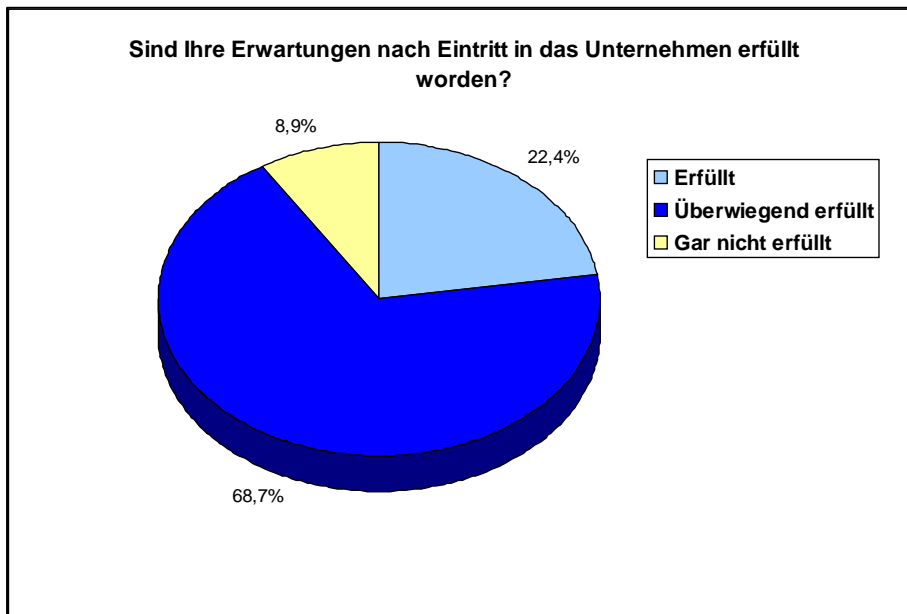
Arbeitsplatzwahl der Führungsstil in einem Unternehmen, dessen Bedeutung durchschnittlich mit 1,8 bewertet wurde.

Wichtig aber nicht vorrangig sind für die Teilnehmerinnen der Studie auch die Faktoren „Übernahme eines größeren Verantwortungsbereiches“ (1,9), „Angemessene Bezahlung“ (2,0) sowie „Integration von Beruf und Familie“ (2,1). Die geringste Bedeutung hat für die Befragten der Faktor „Attraktive zusätzliche Leistungen (z.B. Firmenwagen)“, der auf der Skala nur mit 3,0 „weniger wichtig“ bewertet wurde.

Interessant ist das Informationsverhalten der Befragten bei der Arbeitsplatzsuche. Die große Mehrheit der Teilnehmerinnen informiert sich umfassend über potenzielle Arbeitgeber. Als Informationsquellen nutzen sie dabei etwa gleichwertig Medien und persönliche Kontakte. Bei den Medien steht das Internet mit 47,8 Prozent erwartungsgemäß an erster Stelle. Gefolgt von Presseberichten, die 26,2 Prozent zur Information heran ziehen und Imagebroschüren, die von 21 Prozent der Befragten genutzt werden. Bei den persönlichen Kontakten spielen Auskünfte von Kollegen und Kolleginnen mit 48,3 Prozent eine sehr wichtige Rolle. Aber auch Eltern und Bekannte sind für 26 Prozent der Teilnehmenden eine verlässliche Informationsquelle. Damit wird deutlich, wie wichtig auch im Zeitalter elektronischer Informationsquellen noch immer persönliche Netzwerke von Kollegen, Eltern und Bekannten sind.

Das Informationsverhalten der Befragten, das sich auf die beiden Säulen öffentliche und private Informationen stützt, zeigt auch, welche Anstrengungen sie unternehmen, um sich ein möglichst vielfältiges und damit umfassendes Bild von ihrem zukünftigen Arbeitsplatz zu machen.

Zu diesem gründlichen Informationsverhalten passt, dass sich für über 90 Prozent der Teilnehmerinnen ihre Erwartungen nach Eintritt in das Unternehmen erfüllt bzw. überwiegend erfüllt haben. Lediglich neun Prozent geben an, dass ihre Erwartungen gar nicht erfüllt wurden.



Die umfassende Information vor dem Berufseintritt scheint allerdings nicht zu verhindern, dass Frauen im weiteren Verlauf ihres Berufslebens nicht ihr volles Potenzial entfalten können. 52 Prozent der Befragten nannten einen „zu langsamen Aufstieg“ als größte Hürde. Immerhin jede fünfte Teilnehmerin (20 Prozent) hatte den Eindruck, Frauen stießen im Verlauf ihrer Karriere irgendwann an eine „gläserne Decke“, die sie nicht durchdringen können. 16 Prozent fühlten sich von Mobbing ausgebremst. Neben diesen externen Faktoren wurden auch persönliche Hindernisse genannt. Jede vierte Teilnehmerin glaubt, dass sie nicht zielstrebig genug ist.

Interessant sind die Ergebnisse der Studie im Hinblick auf die Qualifikation. Während die öffentliche Meinung geneigt ist, mangelnde Aufstiegschancen ganz allgemein einer mangelnden Qualifikation zuzuschreiben, haben die Befragten der Studie genau die gegenteilige Erfahrung gemacht. Nur knapp sieben Prozent sahen ihre ungenügende Ausbildung als Karrierehindernis. Dagegen hält annähernd jede fünfte Befragte (19,6 Prozent) ihre hohe Qualifikation für hinderlich und bezeichnet „Überqualifikation“ als Hürde in ihrer Laufbahn. Hier wird offensichtlich, dass Unternehmen professionelle Potenziale von Frauen ungenutzt lassen und damit wertvolle Ressourcen verschenken.

Angesichts dieses Befundes ist es kaum verwunderlich, dass sich die Teilnehmerinnen weitgehend einig waren, bei der Frage, wer in der Karriere stärker ausgebremst wird. Rund 83 Prozent sind der Meinung, dass Frauen vom Phänomen „Ausbremsung“ stärker betroffen sind als Männer. 15 Prozent sind der Ansicht, dass beide Geschlechter betroffen sind. Trotz aller Anstrengungen von Bundesregierung, öffentlichen Verwaltungen und Unternehmen, in der Berufswelt mehr Chancengerechtigkeit walten zu lassen, besteht hier also noch immer großer Handlungsbedarf. Unternehmen lassen weibliche Potenziale viel zu häufig brach liegen. Das frustriert die weiblichen Fach- und Führungskräfte und lässt in den Unternehmen Chancen ungenutzt.

2.3 Internationales Arbeitsumfeld – Alltag in vielen Unternehmen

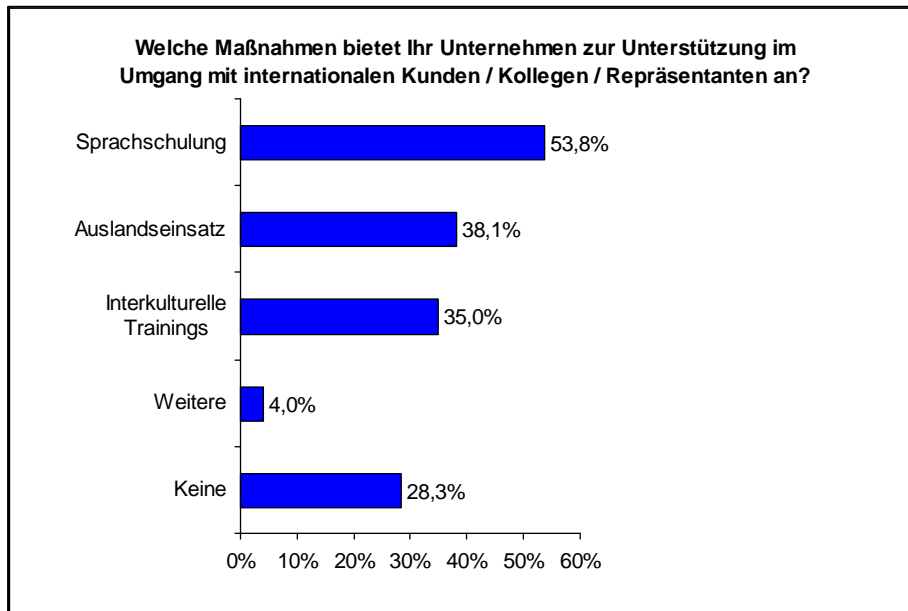
Durch die Globalisierung erweitern sich die Anforderungen der Unternehmen an die sprachlichen und interkulturellen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter. Das Arbeiten in und Managen von internationalen Teams ist Standard geworden. Dies bestätigt die Umfrage eindrucksvoll. Drei von fünf Befragten haben ein internationales Arbeitsumfeld (57,3 Prozent). Da liegt es nahe zu fragen: Was bieten Unternehmen ihren Mitarbeitern an, um diesen Anforderungen gewachsen zu sein und internationale Kompetenz aufzubauen?

An erster Stelle steht in den Unternehmen der Bereich Sprachschulung. Sie wird von 53,8 Prozent der Firmen, die die WoMenPower Studie erfasst, angeboten. Mit deutlichem Abstand folgen Auslandseinsätze, die in 38,1 Prozent der Unternehmen zu den realisierten Maßnahmen gehören. Interkulturelle Trainings bieten immerhin 35 Prozent der Unternehmen an. Eine Minderheit der Unternehmen (vier Prozent) realisiert darüber hinaus weitere Maßnahmen zur Förderung der interkulturellen Kompetenz. Dazu gehören Treffen oder Trainings mit internationalen Kollegen – auch mit lockeren, informellen Aktivitäten – sowie die Möglichkeit Netzwerke zu bilden und zu pflegen. Auch kurzfristige Arbeitsaufenthalte im Ausland werden als Instrument genutzt, um ein internationales Arbeitsumfeld kennen zu lernen.

Dagegen werden in 28,3 Prozent der Unternehmen mit einem internationalen Arbeitsumfeld keinerlei Maßnahmen zur Unterstützung angeboten. Diese Unternehmen gehen offensichtlich davon aus, dass interkulturelle Kompetenz eine Basisqualifikation ist, über die ihre Mitarbeiter von vorneherein verfügen.

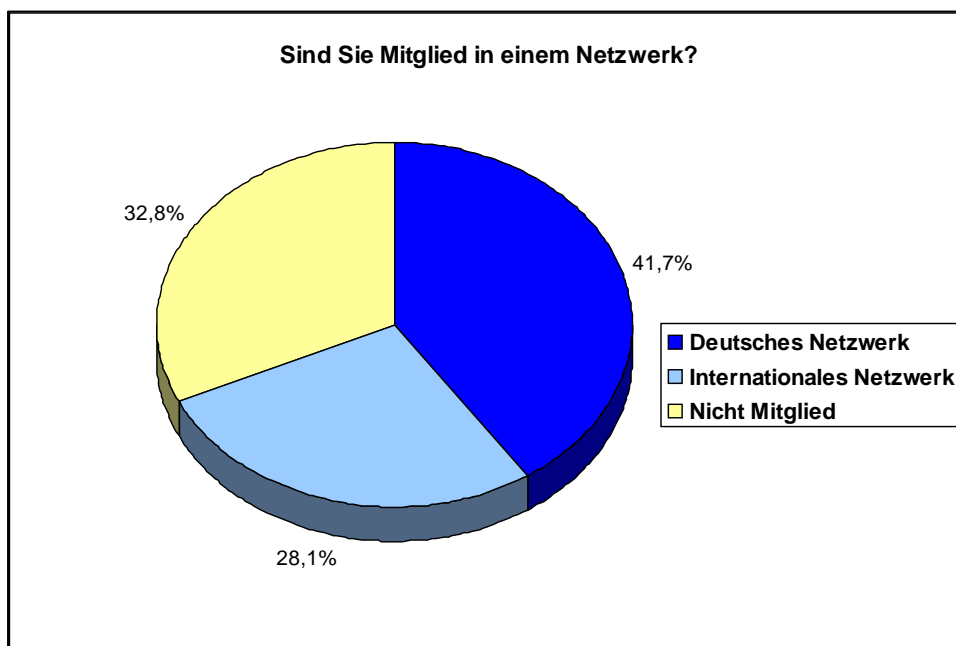
Zusammenfassend lässt sich sagen, dass selbst Unternehmen, die stark in internationalen Märkten agieren, die Förderung der interkulturellen Kompetenz ihrer Fach- und Führungskräfte nicht als vorrangige Aufgabe sehen. Damit messen die Firmen dem Thema „Internationalisierung der Arbeit“ offensichtlich weniger Bedeutung zu als die Teilnehmerinnen unserer Studie. Von denen gehen 64,2 Prozent davon aus, dass sich Auslandserfahrung positiv auf die Karriere auswirkt.

Ebenfalls 64 Prozent der Befragten hält die Einschätzung, dass das Geschlecht in einem internationalen Team eine geringere Rolle spielt, für weniger oder nicht zutreffend. Nur jede dritte Befragte (32,3 Prozent) geht davon aus, dass das Geschlecht in einem internationalen Team weniger wichtig ist. Daraus wird deutlich, dass Frauen ihr Geschlecht auch im internationalen Umfeld als erschwerenden Faktor im Arbeitsleben wahrnehmen.



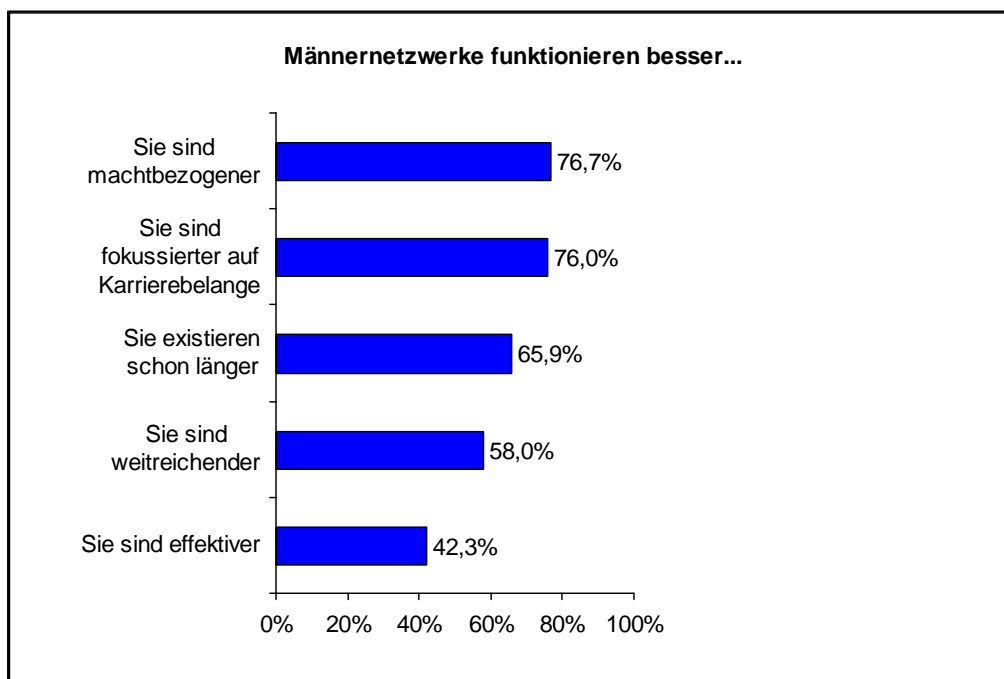
2.4 Netzwerke und Mentoring – begrenzte Effekte für die Karriere

Die Teilnehmerinnen der WoMenPower-Studie sind überwiegend aktive Netzwerkerinnen. Das liegt unter anderem daran, dass der Online-Fragebogen vorrangig über die Verteiler von Netzwerken versandt wurde. Entsprechend sind mehr als zwei Drittel der Befragten (69,8 Prozent) in Netzwerken aktiv. 28,1 Prozent der Teilnehmenden sind in internationale Netzwerke eingebunden. Damit verfügen die Teilnehmerinnen dieser Befragung über ein besonders großes Wissen in Bezug auf Netzwerke, ihr Funktionsweisen und Wirkungen.

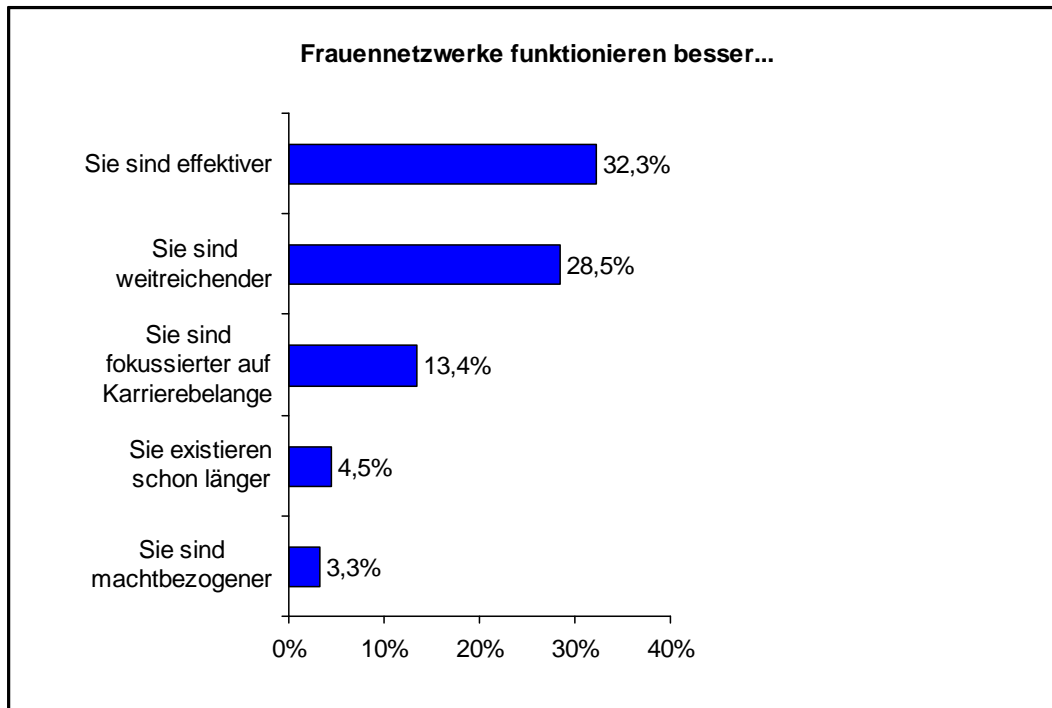


Zwei von drei Netzwerkerinnen (69,5 Prozent) engagieren sich in Frauennetzwerken. 30,5 Prozent sind Mitglied in einem Netzwerk mit Schwerpunkt Management und 40,2 Prozent geben an, dass sie in einem Netzwerk ihres Berufszweiges aktiv sind.

Netzwerke sind ein wichtiger Karrierefaktor, meinen 90 Prozent der Teilnehmerinnen. Da die beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten nach wie vor von überwiegend männlichen Vorgesetzten bestimmt werden, stellt sich die Frage, welche Art von Netzwerken wirksamer ist: Frauen- oder Männernetzwerke. 64,6 Prozent der Befragten sind sich sicher, dass Männernetzwerke besser funktionieren. Als wichtigsten Grund führen sie dabei an, dass männlich dominierte Netzwerke machbezogener agieren (76,7 Prozent). An zweiter Stelle steht mit 76 Prozent Zustimmung, dass in Männernetzwerken die Förderung der Karriere stärker im Fokus steht. Der dritte wichtige Faktor für die größere Wirksamkeit von Männernetzwerken ist die Tatsache, dass sie länger existieren als Frauennetzwerke (65,9 Prozent Zustimmung).



Dass Frauennetzwerke besser funktionieren, meinen dagegen lediglich 11,4 Prozent. Zur Begründung wurde angeführt, sie seien effektiver (32,3 Prozent) und weitreichender (28,5 Prozent). Der Aussage, dass Frauennetzwerke stärker als Männernetzwerke auf die Karriere fokussiert seien, mochten dagegen lediglich 13,4 Prozent der Teilnehmerinnen zustimmen. Die geringste Zustimmung erhielt mit 3,3 Prozent die Feststellung, Frauennetzwerke seien machbezogener.



Aus diesen Aussagen wird deutlich, dass die Teilnehmerinnen der Befragung Männer- und Frauennetzwerken unterschiedliche Kompetenzen zuweisen. Wenn es darum geht, Netzwerke zu nutzen, um im Beruf vorwärts zu kommen, trauen die Befragten Männernetzwerken deutlich mehr zu als weiblich dominierten. Gerade der Grund der Fokussiertheit auf die Karriere von Frauen sollte doch eigentlich ein Hauptargument sein für die Mitgliedschaft in einem Frauennetzwerk. Die Frage drängt sich auf, ob Frauennetzwerke als Karriereinstrument abgedankt haben.

Diese Feststellung bedeutet aber nicht, dass Frauennetzwerken ganz allgemein abgesprochen wird, wichtige Funktionen zu erfüllen. 40,8 Prozent der Befragten sind der Ansicht, dass Männer- und Frauennetzwerke gut funktionieren.

Ein wichtiges Instrument zur Entwicklung der professionellen Potenziale weiblicher Fach- und Führungskräfte ist das Mentoring. Die Hamburger Professorin für Betriebswirtschaftslehre, Sonja Bischoff, untersucht seit mehr als 20 Jahren das weibliche Fortkommen in den Führungsetagen und versorgt die Wirtschaftswelt mit Zahlen und Fakten zu Einstellungen und Verhalten von Managerinnen und Managern. Sie ist überzeugt: „Mentoring ist das einzig wirksame Mittel, um Frauen in Führungspositionen gelangen zu lassen“.

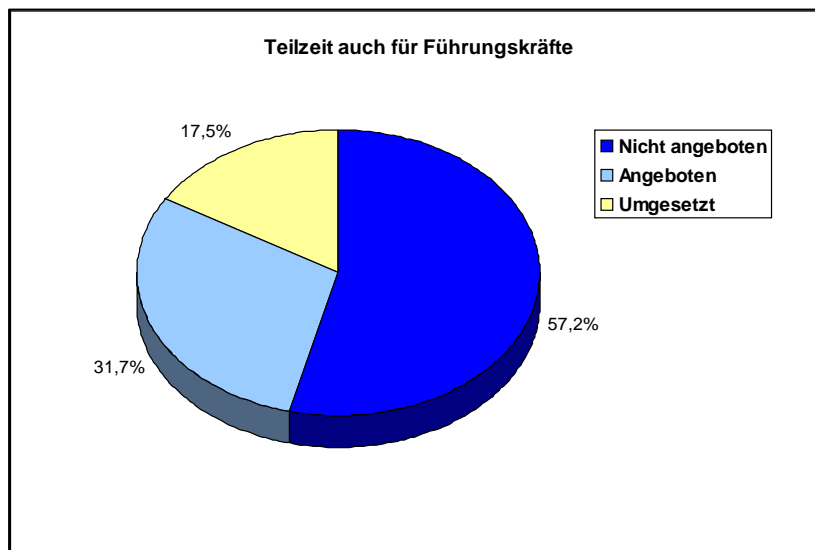
In unserer Studie wurde deshalb danach gefragt, wie verbreitet dieses Instrument ist. Lediglich 15,4 Prozent der Teilnehmerinnen haben Erfahrungen mit Mentoring. Davon waren 46,4 Prozent der Meinung, dass ein Mentoring-Programm sie in ihrer Karriereplanung vorangebracht hat. 30 Prozent würden dieser Aussage nur mit Einschränkungen zustimmen und immerhin 23,2 Prozent gar nicht. Zwar wurden Gründe für Erfolg oder Misserfolg des Mentoring nicht abgefragt. Die Befragung lässt dennoch die Aussage zu, das Mentoring

entweder zu wenig bekannt ist oder angeboten wird und dass das Mentoring deutlich zu wenig erfolgsorientiert ist.

2.5 Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Bereits im vergangenen Jahr fragte die Studie von WoMenPower zur Führungskultur nach der Balance zwischen Berufs- und Privatleben. Dieser Themenkomplex wurde bei der diesjährigen Studie noch detaillierter erhoben. Dabei ging es sowohl um Fragen des Zeit- und Gesundheitsmanagements als auch um die Akzeptanz und Unterstützung von Eltern im Betrieb sowie die Förderung gesellschaftlichen Engagements.

Die Mehrheit der in der Studie erfassten Unternehmen (57,1 Prozent) bieten ihren Mitarbeitern die Möglichkeit in Teilzeitarbeit zu arbeiten. Diese Möglichkeit wird auch in nahezu allen Fällen genutzt. Anders verhält es sich allerdings bei Führungskräften. Lediglich 17,5 Prozent der Teilnehmerinnen geben an, dass in ihrem Unternehmen auch Führungskräfte in Teilzeit arbeiten. 31 Prozent waren jedoch der Meinung Teilzeit für Führungskräfte sei theoretisch möglich.



Dass dieses Angebot nur in etwa der Hälfte der Fälle genutzt wird, könnte darauf hindeuten, dass eine reduzierte Arbeitszeit weiterhin mit reduziertem Arbeitseinsatz assoziiert wird und deshalb als hinderlich für das eigene Fortkommen angesehen wird. Der geringe Grad der Umsetzung könnte aber auch darin begründet sein, dass die Aufgabengebiete der

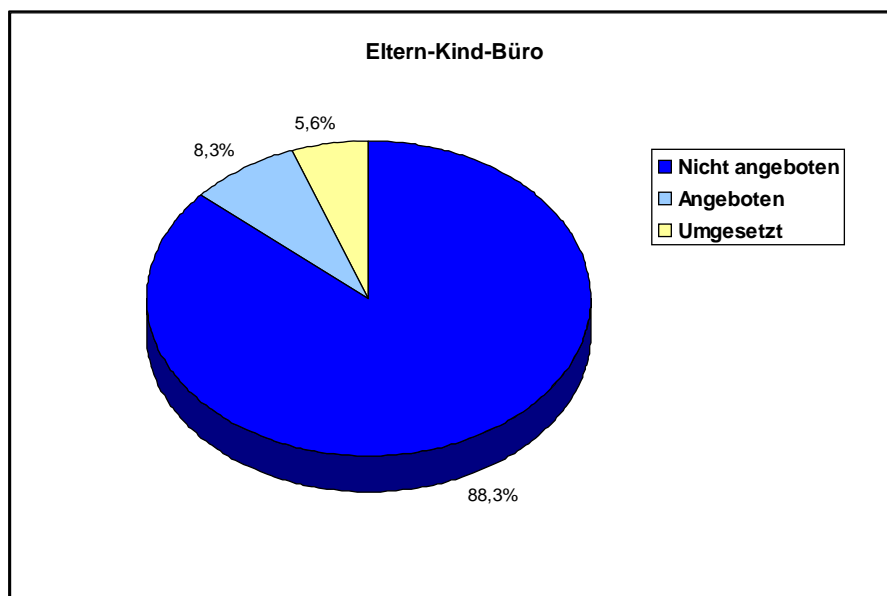
Führungskräfte so zugeschnitten sind, dass sie sich nicht vorstellen können, ihrer Verantwortung bei reduzierter Arbeitszeit noch gerecht werden zu können.

Eine weitere Möglichkeit Mitarbeitern mehr Souveränität im Umgang mit ihrer Zeit zu geben ist selbstverantwortliches, ergebnisorientiertes Arbeiten, das 67 Prozent der Unternehmen anbieten. Allerdings wird dieses Instrument in deutlich geringerem Umfang umgesetzt. Lediglich in 45,7 Prozent der Unternehmen gehört es zum betrieblichen Alltag.

Das Maß an Zeitsouveränität lässt sich für Mitarbeiter auch dadurch erhöhen, dass ihnen die Möglichkeit geboten wird ihre Arbeit an verschiedenen Orten zu erledigen, beispielsweise in Tele-Heimarbeit. Dieses Modell wird allerdings in lediglich 26,2 Prozent der erfassten Betriebe verwirklicht. In 54 Prozent der Unternehmen ist diese Möglichkeit dagegen nicht vorgesehen.

Deutlich geringer fällt die Unterstützung der Mitarbeiter in deutschen Unternehmen aus, wenn es um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf geht. 58,8 Prozent der Befragten erklärten in ihrem Betrieb gäbe es keine Hilfestellung der Mitarbeiter bei der Organisation der Kinderbetreuung. In knapp 20 Prozent der Unternehmen gehören dagegen unterstützende Angebote zur Betreuung von Kindern oder anderen Angehörigen bereits zum Betriebsalltag. Immerhin ein Drittel der Unternehmen bietet grundsätzlich Hilfe an.

Ein Eltern-Kind-Büro, in das Eltern ihr Kind im Notfall (beispielsweise bei einer ansteckenden Kinderkrankheit) mitnehmen können, existiert bisher lediglich in 5,5 Prozent der hier erfassten Unternehmen. In 8,3 Prozent der Betriebe existiert diese Möglichkeit zumindest als theoretisches Angebot. Dennoch ist es auch nach Jahren der Diskussion um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in 88 Prozent der deutschen Unternehmen selbst im Ausnahmefall nicht möglich ein Kind mit in den Betrieb zu nehmen.



Positiv ist hingegen, dass rund zwei Drittel der Teilnehmerinnen angeben in ihrem Unternehmen würden bei der Organisation der Arbeit die Bedürfnisse von Eltern oder pflegenden Angehörigen prinzipiell berücksichtigt. In 29,3 Prozent der Fälle bleibt es nicht bei der guten Absicht, in diesen Unternehmen wird diese Rücksicht auch gelebt.

In der Berücksichtigung der besonderen Bedürfnisse von Mitarbeitern, die Kinder erziehen oder Angehörige pflegen, zeichnet sich ein Wandel in der Einstellung ab. Diese positivere Einstellung zur Übernahme von Erziehungsaufgaben durch Mitarbeiter wird auch deutlich bei der Frage, ob die Elternzeit notwendigerweise zu einem Karriereknick führe. Erfreuliche 47 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass Elternzeit in ihrem Betrieb keinen negativen Einfluss auf das berufliche Fortkommen hat. 45 Prozent sehen jedoch immer noch einen Zusammenhang zwischen Elternzeit und gebremster beruflicher Entwicklung.

Zu den weiteren Instrumenten, mit denen Firmen die Integration von Arbeits- und Privatleben fördern können, gehören betriebliches Gesundheitsmanagement, das von 44,3 Prozent der Unternehmen angeboten wird, ebenso wie Anerkennung von sozialem und gesellschaftlichem Engagement, die in 24 Prozent der Betriebe praktiziert wird.

Hier ist also ein Umdenken in den Unternehmen zu beobachten. Wertschätzung erfahren nicht mehr ausschließlich berufliche Aktivitäten. In zunehmendem Maße finden auch andere, gesellschaftlich wichtige Aufgaben Anerkennung bei Vorgesetzten und Kollegen. Trotzdem stimmen 83,8 Prozent der Teilnehmerinnen ganz oder zum Teil der Aussage zu, dass eine konsequent verfolgte Karriere keinen Spielraum für einen Ausgleich zwischen Beruf und Privatleben lässt. Lediglich 16,2 Prozent halten diese Aussage für falsch.

Die Politik sehen die Befragten bei der Integration von Beruf und Familienleben vor allem im Bereich der Kinderbetreuung gefordert. 32,2 Prozent sehen Mängel in der Kinderbetreuung allgemein. 22 Prozent sprechen sich für mehr Ganztagschulen aus und knapp 17 Prozent sehen weiterhin ungedeckten Bedarf bei der Betreuung jüngerer Kinder. Die Förderung von Vätern in Elternzeit betrachten dagegen lediglich 1,7 Prozent als Aufgabe des Staates.

Das bedeutet aber nicht, dass die Teilnehmerinnen das Engagement der Väter für ausreichend halten. Sie beteiligen sich nach wie vor nicht ausreichend an der Familienarbeit, meinen 75,5 Prozent der Befragten. 23,3 Prozent wünschen sich zumindest eine etwas stärkere Beteiligung der Männer an den Familienpflichten, während nur 1,5 Prozent der Meinung sind, Männer seien in der Familie hinreichend engagiert. Zu diesem Ergebnis passt, dass beinahe ebenso viele Teilnehmerinnen überzeugt sind, dass eine gerechte Verteilung der Familienpflichten zwischen Männern und Frauen die Voraussetzung für

Chancengleichheit im Beruf ist. 96 Prozent stimmen dieser Aussage ganz oder teilweise zu. Oder positiv gewendet: Wenn Väter sich stärker an der Familienarbeit beteiligen, dann erweitert das die Handlungsoptionen in der Lebensplanung beider Geschlechter. Das meinen 97 Prozent der Befragten.

Unternehmen können nach Meinung der Teilnehmerinnen eine ganze Reihe von Maßnahmen ergreifen, um Männer stärker für die Familienarbeit zu aktivieren. An erster Stelle steht für 32,2 Prozent die Kommunikation über aktive Vaterschaft im Unternehmen. Aber auch positive Unterstützung (17 Prozent), flexiblere Arbeitszeiten (15 Prozent) und die Wertschätzung der Väterzeit (13,6 Prozent) werden als Fördermaßnahmen genannt. Bei den staatlichen Maßnahmen zur Förderung aktiver Vaterschaft werden vorrangig Öffentlichkeitsarbeit (18,4 Prozent), mehr Gleichberechtigung (16 Prozent) und eine Ausweitung des Elterngeldes (10,5 Prozent) angeführt.

Interessant ist, dass nahezu alle Teilnehmerinnen der Studie (rund 92 Prozent) der aktiven Elternschaft positive Impulse sowohl für die Persönlichkeitsentwicklung als auch auf die Managementkompetenz von Frauen und Männern zuschreibt. Dabei wird der positive Einfluss auf Väter mit 65,5 Prozent ungeteilter Zustimmung eher noch höher bewertet als auf Mütter (60,3 Prozent uneingeschränkte Zustimmung).

Zusammenfassend kann man feststellen, dass sich in der Unternehmenspraxis die Bedingungen für Mütter und Väter nur langsam verbessern. In der Bewertung von Elternschaft bei Mitarbeitern scheint sich jedoch ein Umdenken durchzusetzen. Die positiven Effekte werden zunehmend gesehen und die besonderen Anforderungen durch Familienpflichten werden stärker in ihrer Berechtigung anerkannt und nicht mehr wie in der Vergangenheit ausschließlich als persönliches Handicap der jeweiligen Mitarbeiterin betrachtet. Damit steigen für weibliche Fach- und Führungskräfte die Chancen, auf dem Weg der besseren Integration zwischen privaten und beruflichen Anforderungen ein Stück voran zu kommen.

3 Fazit und Ausblick

Schon wieder eine Studie zum Thema Frauen in Führungspositionen? Ja! Deutschland braucht nach wie vor die Aufmerksamkeit für dieses Thema, da – wie seit Jahrzehnten, in denen Gleichberechtigung thematisiert wird – die Zahlen unverändert eine klare Sprache sprechen. In den 100 umsatzstärksten Unternehmen unseres Landes gibt es 1% Frauen im Vorstand. Dass der Anteil von Topmanagerinnen in größeren deutschen Unternehmen in jüngster Zeit sogar zurückgegangen ist, belegt die Hoppenstedt-Studie 2008 mit einem Anteil von 5,5 Prozent (2007: 7,5 Prozent). Je größer die Unternehmen sind, desto geringer fällt der Anteil von Managerinnen aus. Und nach wie vor verdienen Frauen deutlich weniger: europaweit haben Frauen 15 Prozent weniger als Männer, Deutschland liegt mit 22 Prozent Unterschied auf dem viertletzten Platz in Europa. Zwar wurde in den Medien berichtet, aber nirgends gab es einen Aufschrei!

Zahlen gibt es seit Jahrzehnten genug, Gründe sind auch genügend erforscht, aber viel passiert ist in Deutschland und anderen Ländern nicht. Das bestätigt unsere Studie mit fast 500 Befragten. 83 Prozent davon sind überzeugt, dass Frauen häufiger als Männer in der Karriere ausgebremst werden. Eine zu geringe Karriereförderung, zu wenige Firmenwechsel und die berühmte „Gläserne Decke“ sind Schuld.

Die vielen Studien haben uns z.B. die Erkenntnis gebracht, dass der Metapher „Gläserne Decke“ nicht ganz den Punkt trifft. Daher wird immer häufiger zu Recht das Wort „Labyrinth“ eingebracht (Alice H. Eagly and Linda L. Carli, 2007). Frauen werden in einer zumeist von Männern dominierten Berufswelt mit zahlreichen Hindernissen und komplexen Herausforderungen für einen Aufstieg bereits vom ersten Arbeitstag an konfrontiert, wie z.B. Stereotypen und Geschlechterklischees. Der Alltag einer Karriere suchenden Frau ist zumeist deutlich vielschichtiger.

Da wundert es nicht, dass fast jede fünfte Teilnehmerin in unserer Studie ihre Qualifikation als zu hoch und somit als Karrierehindernis erlebt. Immer noch gibt es in Unternehmen einen Hemmschuh bei der Nutzung der professionellen Potenziale von Frauen! Nicht zu verschweigen ist allerdings, dass sich jede vierte Befragte mangelnde Zielstrebigkeit vorwirft. Wie wir aus der langjährigen Erfahrung der Helga Stödter-Stiftung wissen, würden Männer sich diesem Vorwurf nie aussetzen. Wie die zunehmende Inanspruchnahme der Elterzeit auch durch die Väter zeigt, bewegen sich die Geschlechter hier aufeinander zu. Ob und wie gross die Unterschiede bei der Zielstrebigkeit zwischen den Geschlechtern tatsächlich noch

sind und welche Gründe es hierfür gibt, ist einer zukünftigen näheren Betrachtung vorbehalten.

Mit der großen Mär „Kinder als Karriereknick“ bei Frauen in Führungspositionen als Haupthindernis für die berufliche Weiterentwicklung wird auch in unserer Studie aufgeräumt: 47 Prozent der Frauen mit Kindern fühlen sich nicht ausgebremst, und zwei Drittel geben an, dass in ihrem Unternehmen bei der Organisation der Arbeit die Bedürfnisse von Eltern oder pflegenden Angehörigen berücksichtigt werden. Immerhin haben 53% der Befragten Kinder.

Zusammenfassend haben sich folgende Hindernisse als Hauptargumente für die nach wie vor geringe Zahl von Frauen in Führungspositionen ergeben – und es sind nicht die Frauen, die nicht wollen!¹

- Vorurteile und mangelnde Chancengleichheit: Bei gleicher Qualifikation werden Männer rascher befördert als Frauen; Hierarchien sind für Frauen weniger durchlässig, Karriere fördernden Vorgänge weniger transparent.
- Widerstand gegen Frauen in Führungspositionen: Erfolgreiche Managerinnen werden als rücksichtsloser und ehrgeiziger angesehen als erfolgreiche Manager.
- Art der Führung: Managerinnen finden es schwierig, die von Frauen erwarteten Eigenschaften (Mitgefühl, langfristig orientierte Planung, Hinterfragen von Geschäftsabläufen) mit denen zu vereinbaren, die nach wie vor als für den Erfolg erforderlich angesehen werden (Durchsetzungsstärke, Kontrolle, Einflussnahme).
- Familiäre Anforderungen & Netzwerkengagement: Immer noch sind es Frauen, die ihre Karriere wegen Kinder oder Angehörigenbetreuung unterbrechen. Dadurch fehlt es auch an Zeit, für die Karriere zu netzwerken.

In den letzten Jahren haben sich in Unternehmen verschiedene Mixed-Leadership-Instrumente in unterschiedlichem Implementierungsniveau etabliert. Neben Engagements in Netzwerken, individuellem Mentoring, frauenspezifischen Leadership-Trainings, Sichtbarmachung von Rollenmodellen, Work-Life-Integrationskultur (Zeitsouveränität, Karrierereflexibilität) haben sich insbesondere Mixed Leadership-Zielsetzungsvereinbarungen und angepasste Personalmanagementprozesse (z.B. Recruiting, Leistungsbewertung, Förderung, Karriereplanung) für die Auswahl und Förderung von Frauen durchgesetzt. Drei dieser Instrumente, Karriereplanung, Netzwerke und Mentoring standen im weiteren Fokus der Studie.

¹ Quellen: Eagly und Carli, 2007: „Women and the Labyrinth of Leadership“; Accenture Studie 2006: „Atonomy of Glass Ceiling“, BMFSFJ & EAF & Bertelsmann: „Karriereknick Kinder“; Deutsche Bank Research, Mai 2008: „Frauen auf Expedition – in das Jahr 2020“.

Karriereplanung zahlt sich aus. Dies hat Frau Dr. Helga Stödter, die ihre Stiftung 1988 zur Förderung von Frauen für Führungspositionen gegründet hat, bereits vor 20 Jahren postuliert. Weitere Studien bestätigen dies, so auch 68,5 Prozent der Teilnehmerinnen in unserer Studie. Warum nur 30 Prozent die Karriereplanung auch wirklich aktiv gestalten, ist nach wie vor sträflich und nicht nachvollziehbar. Um so wichtiger ist diese Karriereplanung, da die Hälfte der Befragten meinen, dass die Unternehmen die systematische Entwicklung der Mitarbeiter vernachlässigen.

Überraschend klar ist die Aussage der Befragten (88,6 Prozent), dass Männernetzwerke besser funktionieren als Frauennetzwerke, welche nicht auf Karrierebelange fokussiert (86,6% Prozent) und nicht machtbezogen (96,7 Prozent) sind. Damit haben speziell Frauennetzwerke ihre ursprüngliche Zielsetzung verloren: Förderung von Frauen in Führungspositionen! Frauennetzwerke müssen sich wieder stärker auf diese Zielsetzung konzentrieren, auch und gerade weil der Anteil der Frauen in Führungspositionen nach wie vor so gering ist!

Ein weiteres Ergebnis der Studie ist, dass der Nutzen des Mentorings von jeder fünften Teilnehmerin hinterfragt wird. Nur 15,4 Prozent haben an einem Mentoring-Programm teilgenommen. Auch die Accenture-Studie 2006², bei der 31 Prozent bei Mentoring-Programmen teilgenommen haben, kommt zu ähnlichen Ergebnissen. Der „One Size fits all“-Ansatz dieser Programme für Frauen in Führungspositionen wird als nicht karriere- und zielorientiert genug gesehen.

Unternehmen sollten in Zukunft also die bisher bekannten Mixed Leadership-Instrumente genau analysieren und auf die Bedürfnisse ihrer MitarbeiterInnen anpassen. Nur wenn die Unternehmenskultur offen und reif genug ist für eine Mixed Leadershipstrategie, gekoppelt mit bonus-relevanten Gender-Zielsetzungsvereinbarungen, kann und wird sich eine größere Diversität an der Führungsspitze von Unternehmen auszahlen.

² Accenture Studie 2006: „Anatomy of Glass Ceiling“

4 Anhang

4.1 Fragebogen

I. Persönliche Daten

1. Alter: <input type="text"/> Jahre		
2. Geschlecht: <input type="checkbox"/> weiblich		<input type="checkbox"/> männlich
3. Familienstand: <input type="checkbox"/> in Partnerschaft/Ehe		<input type="checkbox"/> allein stehend / Single
4. Kinder: <input type="checkbox"/> nein		<input type="checkbox"/> ja, Anzahl: <input type="text"/> , Alter (z.B. 3, 7): <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
5. Wenn Kinder vorhanden: Wiedereinstieg in den Beruf nach...		
<input type="checkbox"/> 8 Wochen <input type="checkbox"/> bis zu 6 Monaten <input type="checkbox"/> bis zu 3 Jahren		
<input type="checkbox"/> bis zu 3 Monaten <input type="checkbox"/> bis zu 12 Monaten <input type="checkbox"/> 3 Jahren und länger		
6. Wie viele Jahre Berufserfahrung haben Sie?		
<input type="checkbox"/> keine <input type="checkbox"/> bis zu 5 Jahre <input type="checkbox"/> 6-10 Jahre <input type="checkbox"/> 11-20 Jahre <input type="checkbox"/> über 20 Jahre		
Davon im Ausland: <input type="text"/> Jahre		
7. Ihre Position:		
<input type="checkbox"/> Nachwuchskraft <input type="checkbox"/> Abteilungsleiter/in <input type="checkbox"/> Vorstand		
<input type="checkbox"/> Assistenz/Office Management <input type="checkbox"/> Bereichsleiter/in <input type="checkbox"/> Unternehmer/in		
<input type="checkbox"/> Projektleiter/in, Teamleiter/in <input type="checkbox"/> Geschäftsführer/in (selbständig)		
8. Ihre Branche:		
<input type="checkbox"/> Bank/Versicherung <input type="checkbox"/> Bauwirtschaft <input type="checkbox"/> Dienstleistungen		
<input type="checkbox"/> Handel <input type="checkbox"/> Industrie <input type="checkbox"/> Informationstechnologie		
<input type="checkbox"/> Öffentlicher Bereich <input type="checkbox"/> Forschungseinrichtung/Universität		
<input type="checkbox"/> Sonstige (bitte notieren): _____		
9. Unternehmensgröße:		
<input type="checkbox"/> Kleinstunternehmen (<10 Mitarbeiter)		
<input type="checkbox"/> Kleinunternehmen (10-99 Mitarbeiter)		
<input type="checkbox"/> Mittelstand (100-2.499 Mitarbeiter)		
<input type="checkbox"/> Großunternehmen (2.500 Mitarbeiter und mehr)		

10. Nationalität des Unternehmens:

- Deutschland
- Großbritannien
- USA
- Anderes Land (*bitte notieren*): _____

+

II. Themenkomplex: Karriere/Netzwerke/Internationales Arbeitsumfeld

1. Hatten Sie beim Berufseinstieg bereits eine Lebens- u. Berufsplanung gemacht?

Ja Nein

Wenn „Ja“: Meine Lebensplanung verlief bisher in den gewünschten Bahnen.

Ja Nein

2. Haben Sie bei der Berufsplanung professionelle Hilfe in Anspruch genommen?

Ja Nein

3. Wie wichtig waren folgende Faktoren bei der Auswahl Ihres Arbeitsplatzes?

	Sehr wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig
1) Angemessene Bezahlung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) Attraktive zusätzliche Leistungen (z.B. Firmenwagen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) Interessante Tätigkeit oder neue Herausforderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) Berufliche Verbesserung und Weiterentwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Übernahme eines größeren Verantwortungsbereiches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens sind für Sie attraktiv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Der Arbeits-/Führungsstil des Unternehmens ist Ihnen sympathisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) Integration von Beruf und Familie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9) Wechsel des Wohnortes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10) Familiäre Gründe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11) Persönliche Gründe (Wunsch nach Teamarbeit, Branchenwechsel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Wo haben Sie sich vor dem Eintritt in Ihr Unternehmens darüber informiert, ob im Unternehmen die oben genannten Faktoren einen besonderen Stellenwert einnehmen?

- Internet TV Messe/Karrieremesse Eltern/ Bekannte
 Presse Imagebroschüre Gender Dax (www.genderdax.de) Kollegen

5. Sind Ihre Erwartungen nach Eintritt in das Unternehmen erfüllt worden?

- erfüllt überwiegend erfüllt gar nicht erfüllt

6. Wurden Ihnen beim Berufseinstieg Karriereperspektiven aufgezeigt?

- Ja Nein

7. Wenn „ja“, welche?

- Fortbildungsmöglichkeiten Aufstiegsmöglichkeiten
 Leistungsgerechte Vergütung Existenzgründung
 Auslandsaufenthalte
 Sonstiges (bitte notieren): _____

8. Welche Hürden gab es im Laufe Ihrer Berufstätigkeit?

- Zu langsamer Aufstieg Ungenügende Ausbildung Glass-Ceiling
 Überqualifikation Nicht ausreichende Zielstrebigkeit Mobbing
 Sonstiges (bitte notieren): _____

9. Wer ist von dem Phänomen, in der Karriere ausgebremst zu werden, mehr betroffen?

- Frauen Männer Beide Geschlechter

10. Haben Sie ein internationales Arbeitsumfeld?

- Ja Nein

11. Wenn „Ja“: Welche Maßnahmen bietet Ihr Unternehmen zur Unterstützung im Umgang mit internationalen Kunden/Kollegen/Repräsentanten an?

- Interkulturelle Trainings
 Auslandseinsatz
 Sprachschulung

keine
 Weitere (bitte notieren): _____

12. Sind Sie Mitglied in einem Netzwerk?
 deutsches Netzwerk internationales Netzwerk nicht Mitglied
13. Wenn Mitglied, Schwerpunkt des Netzwerkes:
 branchenbezogen Management frauenorientiert

14. Haben Sie an einem Mentoring-Programm teilgenommen?
Ja Nein
15. Wenn „Ja“: Glauben Sie, dass das Programm Sie in Ihrer Karriereplanung vorangebracht hat?
 trifft voll zu trifft weniger zu trifft nicht zu

20. Welche Aussagen treffen Ihrer Ansicht nach zu?	trifft voll zu	trifft weniger zu	trifft nicht zu
1) Eine Planung für den Berufsein- und -aufstieg zahlt sich aus..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) Auslandserfahrung erleichtert die Karriere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) In einem internationalen Team spielt das Geschlecht eine geringe Rolle.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) Netzwerke sind für die Karriere wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Männer-Netzwerke funktionieren besser, weil.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- fokussierter auf Karrierebelange	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- machtbezogener.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- weitreichender	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- effektiver	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weil sie schon länger existieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Frauen-Netzwerke funktionieren besser, weil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- fokussierter auf Karrierebelange	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- machtbezogener.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- weitreichender	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- effektiver	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- weil sie schon länger existieren.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Männer- und Frauen-Netzwerke funktionieren gut!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Andere Gründe für die gute Funktionsweise von Frauen- oder Männernetzwerken (*bitte notieren*):

III. Themenkomplex: Integration von Berufs- und Privatleben

1. Welche Instrumente werden für die Integration von Berufs- und Privatleben in Ihrem Unternehmen angeboten und in der Praxis auch umgesetzt?

	wird im Unternehmen nicht angeboten	wird im Unternehmen angeboten	wird in der Praxis umgesetzt
1) Zeitsouveränität: Möglichkeit, in Teilzeit zu arbeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) Zeitsouveränität: Möglichkeit der flexiblen Ortswahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) selbstverantwortliches, ergebnisorientiertes Arbeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) Angebote/Beratung des Arbeitgebers bei der Kinderbetreuung/Angehörigenpflege	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Rücksichtnahme bei der Arbeitsorganisation auf die Bedürfnisse in Bezug auf Kinderbetreuung/ Angehörigenpflege	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Möglichkeit zur Elternzeit als Vater oder Mutter OHNE Karriereknick	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Eltern-Kind-Büro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) Betriebliches Gesundheitsmanagement/Angebote zur Gesundheitsförderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9) Teilzeit auch für Führungskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10) Akzeptanz beim Arbeitgeber für soziales und gesellschaftliches Engagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11) Sonstiges (<i>bitte notieren</i>): _____			

2. Was muss die Politik tun, um eine Integration von Beruf und Privatleben sicherzustellen?

3. Welche Maßnahmen können Unternehmen ergreifen, um aktive Vaterschaft zu fördern?

4. Was kann die Politik tun, um aktive Vaterschaft zu fördern?

5. Welche Aussagen treffen Ihrer Ansicht nach zu?

	voll	teilweise	gar nicht
1) Die Integration von Berufs- und Privatleben schließt eine konsequente Verfolgung der Karriere aus.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) Männer sollen sich stärker in die Familienarbeit einbringen..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) Erst wenn die Familienpflichten zwischen Vätern und Müttern gerecht verteilt sind, haben Frauen die gleichen Chancen im Berufsleben ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) Aktive Vaterschaft fördert die Persönlichkeitsentwicklung von Männern.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Aktive Mutterschaft fördert die Persönlichkeitsentwicklung von Frauen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Aktive Vaterschaft erweitert Handlungsoptionen für die Lebensplanung beider Geschlechter.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Aktive Vaterschaft erweitert die Managementkompetenz für Männer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) Aktive Mutterschaft erweitert die Managementkompetenz für Frauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vielen Dank und auf Wiedersehen bei WoMenPower 2009 am 24. April 2009!

+

+

4.2 Deutsche Messe

Deutsche Messe Hannover

Seit ihrem Gründungsjahr 1947 hält die Deutsche Messe in Hannover eine Spitzenposition unter den weltweit führenden Messeveranstaltern. Sie behauptet sich seitdem in einem immer rasanter wachsenden Wettbewerbsumfeld mit ihren international ausgerichteten Fachmessen am weltgrößten Messeplatz in Hannover, aber auch in Shanghai, Istanbul und Bangalore. Pro Jahr beläuft sich das Veranstaltungsvolumen auf rund 100 Messen und Ausstellungen im In- und Ausland mit rund 27.000 Ausstellern und zwei Millionen Besuchern. Die bekanntesten Leitmessen sind CeBIT, HANNOVER MESSE, DOMOTEX und LIGNA HANNOVER – jeweils marktführend in ihrer Branche.

HANNOVER MESSE

Die HANNOVER MESSE ist das weltweit bedeutendste Technologieereignis. Einmal im Jahr finden unter dem Dach der HANNOVER MESSE eine Reihe internationaler Leitmessen statt, die Trends, Entwicklungen und Innovationen aus sämtlichen Schlüsselbranchen der Industrie abbilden. Schwerpunkte der HANNOVER MESSE sind die Bereiche Automatisierung, Energietechnologien, Antriebs- und Fluidtechnik, Zulieferung, Zukunftstechnologien und Nachwuchs.

Fachkongress WoMenPower

Seit 2004 findet im Rahmen der HANNOVER MESSE der Fachkongress **WoMenPower** statt, der sich seitdem zu einem der wichtigsten Foren und Diskussionsplattform für zukunftsorientierten Wissenstransfer zu arbeits- und gesellschaftspolitischen Trends für Frauen im Beruf und Themen rund um Karrierestrategien, Vereinbarkeit von Beruf und Familie und Netzwerke etabliert hat. Das Kongressprogramm gibt Einblicke in Erfolgsstrategien und innovative Konzepte der Wirtschaft zur besseren Integration von Arbeitswelt und Familie und vermittelt praxisnah Informationen für alle Berufsphasen: vom Berufseinstieg bis zur Karriereförderung, wie z.B. Karriereperspektiven für Ingenieurinnen, Mentoring-Programme, Trainings zum Umgang mit verdeckten Hemmnissen im beruflichen Alltag u. v. m.

4.3 Helga-Stödter-Stiftung

Die **Helga Stödter Stiftung – Frauen für Führungspositionen** – wurde 1988 errichtet. Sie ist unverändert die einzige Stiftung in der Bundesrepublik zum Thema der Frauen in und für Führungspositionen. Die Stiftung will der Gesellschaft Impulse geben, um die Möglichkeiten der Mitgestaltung und Beteiligung von Frauen an unternehmerischen Entscheidungsprozessen zu erweitern – all dies nicht nur zum Wohle der Frauen, sondern des Interesse von gesellschaftlichen Fortschrittes und Unternehmenserfolgen. Zu ihren Zielen gehört eine ausgewogene Repräsentanz von Frauen und Männern im Management und die Etablierung von Mixed Leadership als Standard in Unternehmen und Institutionen. Der Stiftungsrat besteht aktuell aus Frau Dr. Helga Stödter (Vorsitz), Prof. Sonja Bischoff, Prof. Michel E. Domsch und Gabriele Eick. Den Vorstand bilden Gabriele A. Hantschel (Vorsitz) Services Managerin IBM Deutschland GmbH, Christina Framke, Interim Managerin, Hamburg, und Yvonne Molek, geschäftsführende Gesellschafterin w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH, München.

„Wenn Du etwas bewegen kannst, dann tue es!“ – nach diesem Grundsatz arbeitet die Stifterin **Dr. Helga Stödter** in vielen Organisationen und Initiativen mit. So war sie als Mitglied des Juristinnenbundes Präsidentin der internationalen Juristinnenvereinigung FIDA. Sie war Gründerin und Präsidentin von EWMD International (European Women's Management Development Network 1986-1988), Gründerin und Ehrenvorsitzende von FIM – Frauen im Management. Sie erhielt mehrere Auszeichnungen, unter anderen das Bundesverdienstkreuz am Bande. Helga Stödter ist verwitwet, Mutter von drei Töchtern und 14 Enkeln und lebt in Wentorf bei Hamburg. Frau Dr. Stödter ist Vorsitzende des Stiftungsrates.

Vorstandsvorsitzende ist **Gabriele A. Hantschel**. Frau Hantschel ist Wirtschaftsingenieurin (TU Karlsruhe) und arbeitete u.a. am Fraunhofer Institut. Acht Jahre war sie Managerin bei der KPMG Unternehmensberatung und vier Jahre bei Cambridge Technology Partners (heute Novell). 2000 wechselte sie zu Microsoft in die Zentrale nach München, wo sie u.a. eine der beiden Consultingsparten verantwortete. Seit 2007 ist sie als Service Managerin bei IBM in Köln tätig. Zahlreiche Vorträge, Publikationen und Interviews sind von ihr erschienen. Auch Frau Hantschel hat mehrere ehrenamtliche Aufgaben übernommen. Sie ist Mitglied von EWMD (European Women's Management Development Network) seit 1990, Country Representative Germany (1992-1996) und EWMD Internationale Präsidentin (2003-2005). Sie ist im Beirat der WoMenPower/ Hannover Messe und Mitglied der Gesellschaft für Informatik seit 1982. Frau Hantschel ist verheiratet und hat eine Tochter.

Publikationen zu verschiedenen Mixed Leadership-Themen sind auf Anfrage erhältlich.

Der Sitz der Stiftung ist:

Golfstraße 7. 21465 Wentorf

Telefon 040/7201099, Fax 040/49219392

Email: info@helga-stoedter-stiftung.de

Bankverbindung: Kto 1394123333 – Haspa BLZ 20050550

4.4 Fraunhofer Gesellschaft

Forschen für die Praxis ist die zentrale Aufgabe der Fraunhofer-Gesellschaft. Die 1949 gegründete Forschungsorganisation betreibt anwendungsorientierte Forschung zum Nutzen der Wirtschaft und zum Vorteil der Gesellschaft. Vertragspartner und Auftraggeber sind Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie die öffentliche Hand.

Die Fraunhofer-Gesellschaft betreibt in Deutschland derzeit mehr als 80 Forschungseinrichtungen, davon 57 Institute. 14 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, überwiegend mit natur- oder ingenieurwissenschaftlicher Ausbildung, bearbeiten das jährliche Forschungsvolumen von 1,4 Milliarden Euro. Davon fallen 1,2 Milliarden Euro auf den Leistungsbereich Vertragsforschung. Zwei Drittel dieses Leistungsbereichs erwirtschaftet die Fraunhofer-Gesellschaft mit Aufträgen aus der Industrie und mit öffentlich finanzierten Forschungsprojekten. Nur ein Drittel wird von Bund und Ländern als Grundfinanzierung beigesteuert.

Niederlassungen in Europa, in den USA und in Asien sorgen für Kontakt zu den wichtigsten gegenwärtigen und zukünftigen Wissenschafts- und Wirtschaftsräumen.

Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bietet die Fraunhofer-Gesellschaft die Möglichkeit zur fachlichen und persönlichen Entwicklung für anspruchsvolle Positionen in ihren Instituten, an Hochschulen, in Wirtschaft und Gesellschaft. Studentinnen und Studenten eröffnen sich an Fraunhofer-Instituten wegen der praxisnahen Ausbildung und Erfahrung hervorragende Einstiegs- und Entwicklungschancen in Unternehmen.

4.5 Impressum – Kontakt

Deutsche Messe AG

Messegelände

D - 30521 Hannover

www.messe.de

Fachkongress WoMenPower

Kontakt:

Cristina Festerling

Tel: +49 511 89-32003

Fax: +49 511 89-31002

cristina.festerling@messe.de

www.womenpower-kongress.de

Helga-Stödter-Stiftung

Golfstr. 7

21456 Wentorf

Tel: +49 40 720 10 99

Fax: +49 40 492 19 392

info@helga-stoedter-stiftung.de

Text und Redaktion: Dr. Iris Schneider, Textkontor

Dr. Iris Schneider ist freie Journalistin, Autorin und Dozentin. Mit ihrer Agentur Textkontor berät sie Unternehmen und Organisationen in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Sie ist Expertin für interkulturelle und mehrsprachige Kommunikation. Dr. Schneider ist verheiratet und hat drei Kinder. Sie lebt und arbeitet in Bonn.