

„Frauen in Karriere“

Einladung zu einem gemeinsamen Forschungsprojekt

Kick-Off des Projekts „Frauen in Karriere“

München, 18. Juni 2009

Anja Bultemeier, Anne Hacket, Andreas Boes

Schnittpunktsituation für Karrierechancen von Frauen

- Frauen haben sich einen festen Platz in Hochschulen und im Berufsleben erobert – doch die Führungsetagen in den Unternehmen sind weiter männlich dominiert
- Dies könnte sich nun ändern: Mit dem Konzept des „Managing Diversity“ deutet sich ein Umdenken in den Chefetagen an
- Wir vermuten: Es geht um mehr als bloße Rhetorik. Es geht um eine grundlegende Umgestaltung der Wirtschaft – Unternehmen 2.0
- Schnittpunktsituation zwischen neuem Möglichkeitsraum und „roll back“ für Frauen
- Wo liegen die neuen Chancen? Wo die neuen Risiken?
- Projekt „Frauen in Karriere“ will mit Ihrer Unterstützung einen Beitrag zur Beantwortung dieser Fragen leisten

Widersprüchliche Ausgangslage

Karrierechancen von Frauen in drei Untersuchungsbranchen

Erklärungsfaktoren für ungleiche Karrierechancen

Forschungsprogramm Unternehmen 2.0

Forschungsdesign des Projekts „Frauen in Karriere“

Widersprüchliche Ausgangslage

- Seit den 1960er Jahren ist ein spektakuläres Wachstum der Frauenerwerbstätigkeit zu verzeichnen – „Feminisierung der Arbeitswelt“
- Fortschritt in der Gleichstellung von Frauen stößt immer dort an Grenzen, wo Unternehmen ins Spiel kommen – „glass-ceiling“ bzw. „gender-trouble“
- „Gender-trouble“ beschreibt zugleich einen Rückschritt und einen historischen Fortschritt für die beruflichen Chancen von Frauen
- Projekt „Frauen in Karriere“ lotet diese Entwicklung im Spannungsfeld von Risiken und Chancen aus

Situation von Frauen in den drei Kern-Branchen – Banken

- Frauenanteil in der Branche gesamt: 53 %
- Deutliche geschlechtsspezifische Segregation
 - Frauenanteil 1. Führungsebene: 8 % (West) und 18 % (Ost) laut IAB
- Beispiel Deutsche Bank AG
 - Frauenanteil gesamt: 51,5 %
 - Frauenanteil in allen Führungspositionen: 29 %
 - Frauenanteil im Top-Management: 14,6 %
- Besonderheit der Branche: Deutliche Zunahme des Frauenanteils im Management
 - Verhältnis Frauen/Männer unter den außertariflichen Angestellten: Im Jahr 1990 1:11 und im Jahr 2007 1:2,8 (AVG Banken)

Situation von Frauen in den drei Kern-Branchen – Elektroindustrie

- Frauenanteil in der Branche gesamt: 32 %
- Ingenieurinnen im Kernbereich Elektrotechnik: 5,4 %
- Beispiel Robert Bosch GmbH
 - Frauenanteil gesamt: 21 %
 - Frauenanteil im unteren Management: 7,3 %
 - Frauenanteil im mittleren Management: 3,8 %
 - Frauenanteil im Top-Management: 2 %

Situation von Frauen in den drei Kern-Branchen – IT-Industrie

- Frauenanteil in der Branche gesamt: < 20 % (BITKOM)
- Anteil Frauen an Studienanfängern Informatik fallend – Jahr 2000: 20 %, heute: 17 %
- Beispiel SAP AG
 - Frauenanteil gesamt: 30 %
 - Frauenanteil im unteren Management: 13,9 %
 - Frauenanteil im mittleren Management: 6,8 %
 - Frauenanteil im Top-Management: 7,4 %

Erklärungsfaktoren für ungleiche Karrierechancen

- Die in der Literatur genannten Faktoren lassen sich unterscheiden in ...
 - Strukturelle Faktoren
 - Kulturelle Faktoren
 - Personelle Faktoren

- Geschlechtsspezifische Arbeitsteilung – Einschränkung der Karrieremöglichkeiten von Frauen
 - Frauen leisten weiterhin den Großteil der Reproduktionsarbeiten
 - Paarkonstellationen von weiblichen und männlichen Führungskräften unterscheiden sich deutlich
 - Kinder und Karriere scheinen nach wie vor schwer vereinbar
- Im Unternehmen: Arbeitsplatzunterschiede begründen unterschiedliche Karrieremöglichkeiten
 - Die Ausstattung der Positionen mit Sichtbarkeit, Macht, Verantwortung und Marktnähe ist unterschiedlich
 - Das Karrierepotential der Positionen ist geschlechtsspezifisch verteilt

- Kulturellen Faktoren wird in der Literatur eine hervorgehobene Bedeutung beigemessen
- Statt mit einer offenen Diskriminierung sind Frauen meist mit einer „Informalisierung von Zugangsbarrieren“ oder verborgenen Geschlechterpraktiken und Stereotypen konfrontiert
- Bei Besetzungen von höheren Positionen wird oft eine Kultur der sozialen Ähnlichkeit praktiziert, die zu einer „homosozialen Selbstrekrutierung“ führt
- Wenn Frauen im Management nur eine Minderheit bilden, stehen sie unter Dauerbeobachtung – eine Double-Bind-Situation zwischen erhöhtem Leistungsdruck und Druck, sich unauffällig zu verhalten, ist oft die Folge für die Frauen

- Hinsichtlich der Karrieremotivation sind kaum noch Unterschiede zwischen Männern und Frauen zu erkennen – aber Frauen verfolgen häufig andere Karrierestrategien
- Beispiel Karrierestrategien von Männern und Frauen im Vertrieb
 - Frauen verfolgen „Geldkarrieren“ und versuchen, über abrechenbare Leistungen (Verkaufserfolge) ihre Karriere zu begründen
 - Männer verfolgen „Machtkarrieren“ und nutzen die Informationsmonopole des Vertriebs, um Machtpositionen aufzubauen und in der Unternehmenshierarchie aufzusteigen

- Komplexität geschlechtsspezifischer Zugangsbarrieren
 - Einfache, monokausale Erklärungen greifen zu kurz
 - Ein komplexes Zusammenspiel von strukturellen, kulturellen und personellen Faktoren führt zum Ausschluss von Frauen aus den Spitzenpositionen der Wirtschaft
- Die Veränderung der Unternehmen hin zu einem Unternehmen 2.0 verändert diese Bedingungen
- Wie verändert sich der Möglichkeitsraum für die Karrieren von Frauen in Unternehmen?

Unternehmen 2.0 als Forschungsperspektive

- Unternehmen 2.0 als forschungsleitendes Konzept und offenes Forschungsprogramm
- Unternehmen 2.0 bedeutet ...
 - Globale Ausrichtung
 - Prozesse zentral definiert – Standardisierung über Exzellenzcenter
 - Personalbereich leistet aktiven Wertschöpfungsbeitrag
 - Qualifikations- und Karrierestrukturen werden formalisiert
 - Karriereförderung konzentriert sich auf Top-Talente und Potentialträger
 - Leistungssteuerung über (quantitative) Ziele – Mitarbeiter hat Ergebnisverantwortung
 - Basis des Unternehmens 2.0 sind Informations- und Kommunikationstechnologien
- Ausgangsthese: Mit den Umwälzungen in den Unternehmen entsteht eine widersprüchliche Gemengelage von neuen Chancen und neuen Risiken für die Karrierechancen von Frauen
- Widersprüchliche Gemengelage soll im Projekt „Frauen in Karriere“ differenziert analysiert werden

Unternehmen 2.0 Neue Chancen und neue Risiken

- Diversität: Neue Chancen oder „Egalitätsmythos“?
- Neue Chancen für Frauen durch formalisierte Karrierestrukturen?
- Aktivierung „homosozialer Selbstrekrutierung“?
- Neue Zugangsbarrieren mittels exzessiver Zeitflexibilität und Verfügbarkeit?
- Über das Gesamtbild aus Chancen und Risiken wird in den Unternehmen entschieden
- Das Projekt „Frauen in Karriere“ will dieser Entwicklung auf die Spur kommen

▪ Zwei Ausgangsthesen

- Multifaktorielle Einflüsse auf Frauen und Karriere
 - Strukturelle, kulturelle und persönliche Faktoren bilden einen Wirkzusammenhang, der Frauen in ihren Karrieremöglichkeiten beeinflusst
 - Wirksam werden diese vor allem auf der Unternehmensebene
- Veränderung des Unternehmens zu „Unternehmen 2.0“
 - Die Veränderungen der Unternehmen beeinflussen diesen Wirkzusammenhang ...
 - ... mit noch offenem Ausgang für die Karrieremöglichkeiten von Frauen

→ **Gretchenfrage:** Wie lässt sich die Komplexität der Ausgangsthesen in ein Forschungsdesign überführen?

Forschungsdesign und -methoden

Das Unternehmen als der erste Ankerpunkt des Forschungsdesign

Der Mensch als der zweite Ankerpunkt des Forschungsdesign

Projektverlauf

Kick-off des Projekts

Das Unternehmen als Anker für das Forschungsdesign

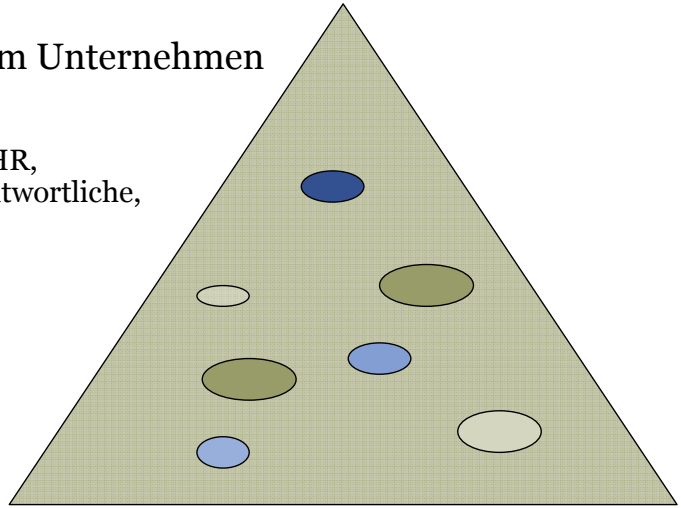
- Zwei Gründe
 - Jedes Unternehmen ist anders
 - Spezifität bezieht sich beispielsweise auf Größe, Globalisierungsgrad, Branche und dort vorherrschende Rollenbilder sowie der dort erreichte Stand der Frauenerwerbstätigkeit
 - Veränderungen des „Unternehmens 2.0“ fallen unternehmensspezifisch aus
 - In jedem Unternehmen gibt es andere Ausgangsbedingungen für Karrieren von Frauen
 - Wir müssen die einzelnen Unternehmen in ihrer spezifischen Situation und ihrer eigenen Logik verstehen, um die Karrierewege und -chancen von Frauen analysieren und verstehen zu können
 - Unternehmen sind wesentliche Strukturgeber von Karrieren
 - Karrieren finden in Unternehmen statt
 - Unternehmensinterne Strukturen und Hierarchien sowie der Zugang zu verschiedenen Positionen werden im Unternehmen festgelegt
 - Karrieren als Positionswechsel in einer – wie auch immer gearteten positionalen Struktur des Unternehmens

→ Analyse der unternehmensinternen Karrierestrukturen
als Forschungsziel

Analyse der Karrierestrukturen

Methodisches Vorgehen /1

- Die spezifische Karrierestruktur des Unternehmens verstehen
- Experteninterviews – Expertise im Unternehmen abholen
 - Geschäftsleitung, Personalabteilung/HR, Diversity Management, Personalverantwortliche, Betriebsrat usw.
 - Unternehmensdaten: „Sozialstruktur“ des Unternehmens, Personalstruktur, Arbeitszeitsituation, Angebote zur Karriereförderung, Weiterbildung, Vereinbarkeit von Arbeit und Leben, Zufriedenheit der Arbeitnehmer usw.

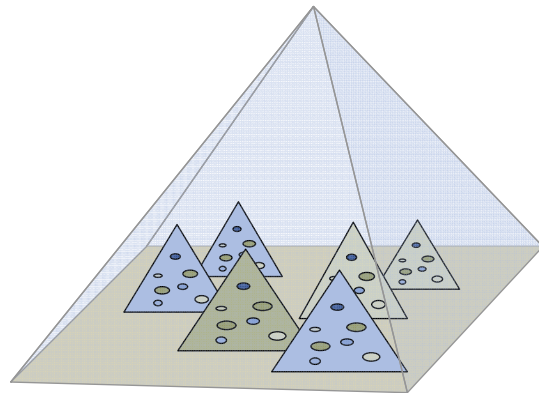


→ In die Tiefe gehen

Analyse der Karrierestrukturen

Methodisches Vorgehen /2

- Abstraktion der einzelnen Fälle und Vergleichbarkeit herstellen
 - Sekundärstatistische Auswertung von Unternehmens- und Branchendaten
 - Analyse von Erwerbs- und Karriereverläufen von Männern und Frauen in unterschiedlichen Branchen
 - Unternehmensvergleiche
 - Branchenvergleiche



→ In die Breite analysieren

Das Unternehmen als der erste Ankerpunkt des Forschungsdesign

Der Mensch als der zweite Ankerpunkt des Forschungsdesign

Projektverlauf

Kick-off des Projekts

Der Mensch als Anker für das Forschungsdesign

- Wie die Karrierestrukturen des Unternehmens sich letztlich auf Karrierechancen und -wege auswirken, hängt von den Menschen ab, die innerhalb dieser Struktur handeln
 - Zur Analyse von Karrieren benötigen wir neben den Karrieresystem die Perspektive auf den Mensch mit seinen Strategien, Zielen, Handlungen und Orientierungen
 - Karrieren sind Ergebnis individueller Handlungen innerhalb der Karrierestrukturen

→ Gegenstromverfahren

→ Vergleichende Perspektive: Einbezug von Männern und Frauen

Individuelle Karrierestrategien

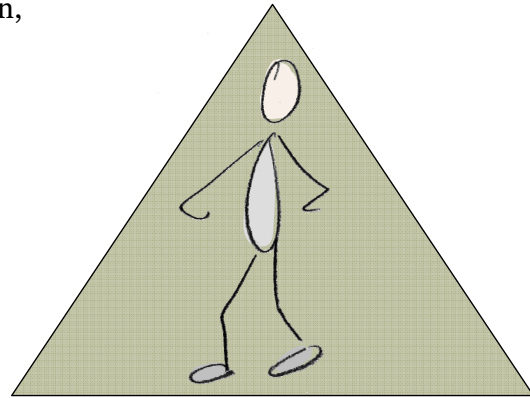
Methodisches Vorgehen

- **Erstens:** den Menschen in seiner individuellen Situation verstehen
 - Qualitative Tiefeninterviews mit Beschäftigten
 - Karrierestrategien und Arbeitsorientierungen,
 - Arbeit und Leben

→ In die Tiefe gehen

- **Zweitens:** Vergleichbarkeit und Abstraktion ermöglichen
 - Standardisierte Online-Befragung
 - Überführung der qualitativen Ergebnisse in standardisiertes Instrument

→ In die Breite analysieren



Inhalt

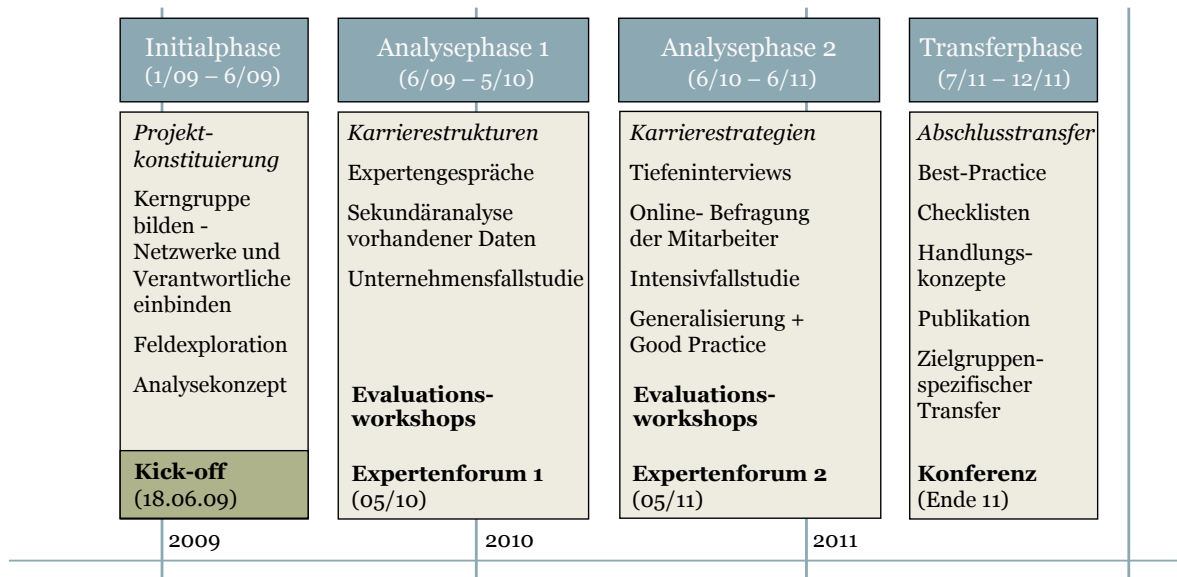
Das Unternehmen als der erste Ankerpunkt des Forschungsdesign

Der Mensch als der zweite Ankerpunkt des Forschungsdesign

Projektverlauf

Kick-off des Projekts

Übersicht: Projektverlauf „Frauen und Karriere“



Inhalt

Das Unternehmen als der erste Ankerpunkt des Forschungsdesign

Der Mensch als der zweite Ankerpunkt des Forschungsdesign

Projektverlauf

Kick-off des Projekts

Kick-off: Start eines gemeinsamen Forschungsprojekts

- Interne Veranstaltung der Projektpartner „Frauen in Karriere“
- Ziel: Kennenlernen, Erfahrungsaustausch, Vernetzung
- Statements aus Unternehmen und unterschiedlichen Perspektiven
- Dialog ermöglichen, um die unterschiedlichen Sichtweisen auf die Herausforderungen für die Förderung von Karrieremöglichkeiten von Frauen zu erörtern
- Grundlage für die zukünftige Zusammenarbeit legen

In diesem Sinne...

...wünschen wir uns allen einen guten Start und anregende Diskussionen

Weitere Informationen:

PD Dr. Andreas Boes, Dr. Anne Hacket, Dr. Kira Marrs

ISF München
Jakob-Klar-Str. 9
80796 München

+49 (0) 89 272921-0

andreas.boes@isf-muenchen.de

Prof. Dr. Rainer Trinczek, Dipl.-Pol. Anja Bultemeier

TU München / Lehrstuhl für Soziologie
Lothstraße 17

80335 München

+49 (0) 89 289-24366

anja.bultemeier@wi.tum.de