

Inhaltsverzeichnis

1. Einführende Orientierung	13
2. Lebensentwürfe, Präferenzmodelle und komplexe Lebensrealitäten von Frauen.....	19
2.1. Rollen- und Wertorientierung	20
2.1.1. Geschlechterrollen im Wandel.....	21
2.1.2. Auswirkungen von Rollen und Wertorientierung auf die Frau	23
2.1.3. Individualisierung der Lebensentwürfe und fehlende Modelle	25
2.2. Familienmodelle	26
2.2.1. Bedeutungsverlust traditioneller Familienformen	26
2.2.2. Favorisierte Erwerbsorientierung von Frauen vor dem Hintergrund pluralistischer Familien- und Lebensformen	28
2.2.3. Auswirkungen der aktuellen Situation vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung und Perspektivenwechsel....	30
2.3. Zusammenfassung	33
3. Erwerbsorientierung und Erwerbstätigkeit von Frauen in Deutschland.....	37
3.1. Gegenwärtiges Bildungsniveau von Frauen.....	37
3.1.1. Bildungs- und Ausbildungshintergrund von Mädchen und Frauen	38
3.1.2. Qualifikation hinein in geschlechtstypische Frauen- und Männerberufe.....	40
3.1.3. Weiterbildungsbeteiligung von Frauen	41
3.2. Frauen im Erwerbsleben.....	43
3.2.1. Beschäftigungsformen - Teilzeitarbeit ist weiblich.....	44
3.2.2. Familienbedingte Erwerbsunterbrechungen und Wiedereinstieg in den Beruf	45
3.2.3. Branchentätigkeit von Frauen.....	47
3.3. Benachteiligung von Frauen auf dem Arbeitsmarkt als Folge von horizontaler bzw. vertikaler Segregation, Teilzeitarbeit und Erwerbsunterbrechungen	48
3.3.1. Entgeltungleichheit und ihre Gründe	49
3.3.2. Mangel an Frauen in Führungspositionen - erste, allgemeine Befunde.....	56

3.3.3. Schlechte soziale Sicherung von Frauen	59
3.4. Zusammenfassung	60
4. Frauen in Führungspositionen.....	63
4.1. Verständnis von Karriere und Führung	64
4.2. Repräsentanz von Frauen in Führungsetagen.....	65
4.3. Dimensionen und Gründe für die Unterrepräsentanz von Frauen in hohen Leitungsebenen	70
4.3.1 Allgemein begünstigende Rahmenbedingungen für das Erreichen gehobener Positionen	70
4.3.2. Organisationale Faktoren auf betrieblicher Ebene	78
4.3.3. Organisationale Faktoren auf politischer und gesellschaftlicher Ebene	84
4.3.4. Modell karriereorientiertes Handeln - individuelle, personenbezogene Dimensionen	90
4.4. Zusammenfassung	96
5. Maßnahmen zur Förderung von Chancengleichheit in Unternehmen	101
5.1. Motive von Frauenförderung und Paradigmenwechsel	102
5.2. Strukturelle Frauenförderungskonzepte.....	107
5.2.1. Geschlechtergerechtigkeit - Betriebliche Vereinbarungen gemäß dem Chancengleichheitsprinzip	107
5.2.2. Familienfreundliche Unternehmenskultur als Bestandteil der Personalpolitik	109
5.3. Frauenförderung durch Personalentwicklung	112
5.3.1. Personalentwicklungsmaßnahmen für Frauen - eine kritische Bestandsaufnahme	113
5.4. Zusammenfassung	117
6. Mentoring - ein vielseitiges und personenbezogenes Frauenförderinstrument.....	121
6.1. Historischer Kontext.....	122
6.2. Begriffsbestimmung und Definition von Mentoring	125
6.2.1. Vorschläge zur Begriffsbestimmung	125
6.2.2. Charakteristika von Mentoring	128

6.3. Formen von Mentoring	130
6.3.1. Informelles Mentoring	131
6.3.2. Formelles Mentoring.....	132
6.4. Organisation und Gestaltung des klassischen formellen Mentoring	134
6.4.1. Auswahl- und Matchingprozess	134
6.4.2. Förderinstrumente im Mentoringprozess.....	137
6.4.3. Evaluationsprozess.....	141
6.5. Funktionen von Mentoring	142
6.5.1. Karrierebezogene Funktion	143
6.5.2. Psychosoziale Funktion	144
6.5.3. Role Modelling	146
6.5.4. Netzwerkperspektive	147
6.6. Auswirkungen von Mentoring.....	150
6.6.1. Zielsetzung von Mentoringprogrammen	150
6.6.2. Mentoring und Evaluation	154
6.6.2.1. Forschungsstand.....	154
6.6.2.2. Allgemeine Quellenlage im deutschsprachigen Raum	157
6.6.2.3. Besonderheiten der Erfolgsmessung von Mentoringprogrammen	158
6.6.3. Effekte des formellen Mentoring für Mentee, Mentorin und Unternehmen.....	162
6.6.3.1. Effekte für die Mentee	165
6.6.3.2. Effekte für die Mentorinnen und Mentoren.....	168
6.6.3.3. Effekte für das Unternehmen.....	171
6.6.4. Ertrag formeller und informeller Konzepte	173
6.7. Rollen, Anforderungen und persönliche Voraussetzungen im Mentoring	175
6.7.1. Mentorinnen- und Mentorenrolle	175
6.7.2. Rolle der Mentee.....	180
6.7.3. Zentrale Aufgaben der Steuerungsgruppe	183
6.8. Mentoringprozess.....	185
6.8.1. Vier-Phasen-Modell nach Kram	185
6.8.2. Drei-Phasen-Modell nach Heinze.....	187

6.8.3. Bewertung und Diskussion	188
6.9. Theorien zur Klärung zwischenmenschlicher Interaktion innerhalb des Mentoring	189
6.9.1. Social exchange theory	190
6.9.2. Theorien zum sozialpsychologischen Einfluss auf die Dynamik der Tandem-Beziehung.....	191
6.9.2.1. Entwicklungspsychologischer Ansatz nach Kram	192
6.9.2.2. Soziobiologischer Ansatz nach Bushardt, Fretwell und Holdnak.....	193
6.9.2.3. Psychoanalytischer Ansatz nach Baum	194
6.10. Mentoring in der Praxis: Formen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede	195
6.11. Abgrenzung zur Personalentwicklungsmaßnahme Coaching ...	205
6.12. Erfolg begünstigende Faktoren und Qualitätsentwicklung	211
6.13. Zusammenfassung	217
7. Neue Herausforderungen und Bedürfnisse der Menschen fordern ein neues Mentoring	221
7.1. Kleine elitäre Zielgruppe.....	221
7.2. Stark eindimensionale karrierezentrierte Ausrichtung bei bisherigen Zielgruppen.....	223
7.3. Zusammenfassung.....	226
8. Ethische, anthropologische und pädagogische Kategorien als Ausgangs- und Bezugspunkte für ein multidimensionales ganzheitliches Mentoring	229
8.1. Wirtschaft und ethische Verantwortung	231
8.1.1. Grundlagen der Wirtschaftsethik. Begriffs- und Verhältnisbestimmung	234
8.1.2. Legitimation der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Legitimation für ein multidimensionales ganzheitliches Mentoring	241
8.2. Pädagogische und anthropologische Perspektiven nach Josef Derbolav.....	247
8.2.1. Praxeologie	249
8.2.2. Bildungstheorie	250

Inhaltsverzeichnis	11
8.2.3. Anthropologie	253
8.3. Zusammenfassung.....	256
9. Konsequenzen für ein multidimensionales ganzheitliches Mentoring.....	261
9.1. Zusammenfassende Thesen.....	261
9.2. Forderungen an ein multidimensionales ganzheitliches Mentoring	264
9.3. Ertrag ganzheitlicher Mentoringkonzepte für Arbeitgeber.....	268
9.4. Organisation und Gestaltung neuer ganzheitlicher Mentoringprogramme	274
9.4.1. Strukturelle Einbettung	274
9.4.2. Auswahl- und Matchingprozess	277
9.4.3. Förderelemente im Mentoringprozess	281
9.4.3.1. Sechs-Schritte-Modell ganzheitlicher Konzeptionen	281
9.4.3.2. Weitere Erfolg begünstigende Faktoren bei ganzheitlichem Mentoring	288
10. Ausblick	297
Literaturverzeichnis	301