

Inhalt

Vorwort	5
1. Einleitung	11
2. Theoretischer Rahmen des Projekts	
Future is Female	13
2.1 Organisationales Lernen in Unternehmen mit der Gender- und Diversity-Strategie	15
2.1.1 Operationalisierung Stufe 1: Operationalisierung des Modells des Transformativen Organisationalen Lernens aus der Theorie	17
2.1.2 Operationalisierung Stufe 2: Operationalisierung der Theorie der Transformativen Organisationsforschung für die Evaluation	18
2.2 Gender- und Diversityforschung	18
2.2.1 Ebene I: Makro-/Mesoebene	21
2.2.2 Ebene II: Mikroebene	22
2.3 Gleichstellungsforschung	24
2.3.1 Anteil von Frauen in Führungspositionen	26
2.3.2 Migrations- und Integrationsforschung	29
2.3. Die Strategie Gender und Diversity	32
2.4 Organisationsforschung	35
2.4.1 Organisationales Lernen	36
2.4.2 Transformatives Lernen	41
2.4.3 Der Kontext der Unternehmen als zentrale Größe bei der Umsetzung des TOL-Modells	46
2.5 Die Theorie der Transformativen Organisationsforschung	48
2.5.1 Intervention mit der Methode des Transformativen Organisationalen Lernens	51
3. Entwicklung des Interventionsdesigns der	
Studie Future is Female	63
3.1 Die Projektstrategie	64
3.1.1 Phase I:	66
3.1.2 Phase II:	66
3.1.3 Phase III:	66
3.1.4 Die teilnehmenden Unternehmen	68
3.1.5 Am Projekt beteiligte Akteur_innen	69

3.2 Die didaktisch-methodische Planung der Intervention	75
3.2.1 Kick-off-Workshops	76
3.2.2 Vorbereitung der Workshops	77
3.2.3 Aufbau der Workshops unter Anwendung des Lernmodells TOL	78
3.2.4 Didaktisch-methodische Planung der Workshops – Umsetzung des Lernmodells TOL in der Weiterbildungspraxis	79
3.2.5 Programmworkshops	83
3.2.6 Konferenzen	88
3.2.7 Coaching	90
3.2.8 Fördermaßnahmen für Frauen	90
3.2.9 Kollegiale Beratung zum Gender- und Diversity-Change-Prozess.	91
4. Design und Ergebnisse der Partizipativen Evaluation	93
4.1 Ziele der Evaluation und Forschungsfragen	93
4.1.1 Ergebnisse für Unternehmen in Hinblick auf vorher definierte Ziele.	99
4.1.2 Bestimmung von Indikatoren zur Überprüfung der Wirksamkeit des TOL mit Gender und Diversity	101
4.1.3 Phasen der Evaluation und Instrumente der Erhebung.	102
4.1.4 Phase 1. Erhebung des Ist- und Sollstandes der Gleichstellung in den Unternehmen vor Projektbeginn.	103
4.1.5 Phase 2: Untersuchung der Wirksamkeit der Interventionsmaßnahmen	103
4.1.6 Phase 3: Die Erhebung des Status quo post zum Stand der Gender- und Diversity-Maßnahmen in den Unternehmen nach der Intervention wird mit zwei qualitativen Instrumenten durchgeführt:	104
4.2 Ergebnisse der Evaluation	104
4.2.1 Gender-Daten-Analyse zum Ist- und Sollstand des Status quo ante	104
4.2.2 Ergebnisse der Online-Fragebogen I und II zum Ist-Stand der Unternehmen	105
4.2.4 Zusammenfassende Interpretation der Ergebnisse der Online-Fragebogenerhebung.	116
4.3 Dokumentenanalyse	117
4.3.1 Datenmaterial	118

4.3.2 Auswertungsstrategie: Qualitative Inhaltsanalyse des Datenmaterials	118
4.3.3 Auswertung der Ergebnisse	121
4.3.4 Fazit	125
4.4 Erhebungen zur Organisationsstruktur und den Zielen der Unternehmen zu Gender und Diversity	127
4.4.1 Erhebung der Unternehmensziele im Rahmen des Projekts	130
4.4.2 Die Planung der Weiterbildung hinsichtlich der unternehmerischen Ziele	131
5. Ergebnisse zur Wirksamkeit der Intervention mit der Gender- und Diversity-Strategie	133
5.1 Analyse zur Wirksamkeit der Intervention zu Inhalten von Gender und Diversity	137
5.1.1 Ergebnisse der quantitativen Daten aus den Feedbackbögen	143
5.1.2 Zusammenfassende Würdigung der Ergebnisse	152
5.2 Empirische Analyse der Wirksamkeit des Projekts durch Expert_inneninterviews	153
5.2.1 Methodik	154
5.2.2 Ergebnisse der Expert_inneninterviews	154
5.2.3 Interpretation der Interviewdaten: Die Bildung von „Keimzellen“ eines langfristigen Kulturwandels in Unternehmen.	155
5.2.4 Das Change Team: Zentraler Akteur für einen erfolgreichen Transformationsprozess	169
5.2.5 Fazit	174
6. Ergebnisse zum Status quo post der Wirksamkeit der Intervention	177
6.1 Gruppendiskussion mit Unternehmensvertreter_innen	177
6.1.1 Methode	177
6.1.2 Interpretation der Ergebnisse	183
6.1.3 Zusammenfassung	185
6.2 Artefaktanalyse	186
6.2.1 Methodik	187
6.2.2 Datenerhebung und Datenauswahl der visuellen Materialien: Korpusbildung.	189
6.2.3 Auswertungsstrategie	191
6.2.4 Dateninterpretation	191

6.2.5 1. Materialsorte; Artefakt 1: Unternehmens-Homepage: „Aktuelles – Testsieger Unternehmen NN“	192
6.2.6 1. Materialsorte; Artefakt 2: Unternehmens-Homepage: Unternehmen NN „Was wir bieten“	202
6.2.7 1. Materialsorte; Artefakt 3: Unternehmens-Homepage: Unternehmen NN	206
6.2.8 2. Materialsorte: Artefakte der internen und externen Unternehmenskommunikation	209
6.2.9 Zusammenfassende Auswertung der Artefaktanalyse	219
7. Bewertung der Kulturveränderung in den Unternehmen und der Wirksamkeit des Programms	221
7.1 Auswertung zum empirischen Prozess während der Intervention	223
7.1.1 Resümee der Evaluation zur Wirksamkeit der Weiterbildung zu Gender und Diversity im Prozess.....	223
7.1.2 Resümee zu der Qualität der Lernprozesse.....	225
7.1.3 Überprüfung der ProgrammWirksamkeit in Bezug auf die Multiplikator_innenfunktion der Gruppen	226
7.1.4 Resümee zur Transformation der Unternehmenskultur	227
7.1.5 Resümee zur Zielerreichung der Projektziele.....	228
7.2 Die Theorie der Transformativen Organisationsforschung als Fundierung der Intervention mit Gender und Diversity	229
8. Literaturverzeichnis	231