Hildegard Macha • Hildrun Brendler •
Catarina Römer

Gender und Diversity im Unternehmen

Transformatives Organisationales Lernen als Strategie

Budrich UniPress Ltd.
Opladen • Berlin • Toronto 2017

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 Zusammenfasende 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