

Frauen-Karriere-Index (FKi) – Zweite Erhebungswelle

Mit der zweiten Erhebungswelle haben sich 101 Unternehmen vom kleinen Familienunternehmen bis zum Konzern mit mehr als 100.000 Mitarbeitern, von der Non-Profit-Organisation bis zu einer Gewerkschaft, am Frauen-Karriere-Index beteiligt.

Die Erhebung beschränkt sich auf Tatsachen und verzichtet auf Beurteilung und Meinungen oder auf die Einstellung zu Quotierungen. Sie gibt ein Bild der unterschiedlichen Realitäten in Unternehmen und Organisationen in Deutschland wieder. Wichtig ist, dass viele der erfragten Tatsachen durch Materialien belegt und Fortschritte mit Zahlen dokumentiert werden sollten. Die Teilnehmer haben dies ausdrücklich gelobt und ein Großteil der befragten Unternehmen hat davon auch Gebrauch gemacht.

Mehrere Unternehmen haben bestätigt, wie anregend bereits das Ausfüllen des Fragebogens für ihre eigenen Vorhaben ist, da eine sehr bewusste Reflektion der eigenen Tätigkeiten stattfindet und neue Ideen und Pläne entstehen. Ideen und neue Maßnahmen (offene Antwortfelder), die noch nicht im Fragebogen enthalten waren, sind einerseits Anregungen für alle Teilnehmer, zum anderen werden sie bei Allgemeingültigkeit in den Fragebogen für folgende Erhebungswellen aufgenommen. Der Erhebungsbogen ist ein lernendes Instrument. Nach der dritten Welle, die demnächst ausgewertet und veröffentlicht wird, soll das Instrument um zahlreiche neue Ideen, die von den Teilnehmern eingebracht wurden, erweitert werden. Schon heute ist die Liste mit den im Fragebogen noch nicht abgefragten Items eine Fundgrube für alle an dem Thema Interessierten. Mehr als die Hälfte (54) der Teilnehmer sind am weiteren Erfahrungsaustausch interessiert. Dies zeigt die Neugierde und Aufgeschlossenheit der Befragten für Neues.

Jedes Unternehmen, das sich der Herausforderung gestellt hat, an der Untersuchung mit der Preisgabe von Daten über die eigene Situation teilzunehmen, dokumentiert, wie wichtig ihm die Thematik ist. Ein Teil der Unternehmen spricht sich trotz eines Commitments für Frauen in Führungspositionen bewusst gegen jede quantitative Zielsetzung in der Frauenförderung aus. Dies schlägt sich zwar in einem niedrigerem Indexwert nieder, die Ideen dieser Unternehmen zur Gestaltung der Arbeitswelt beider Geschlechter und damit auch der Frauen finden sich aber in den Ergebnissen wieder. Auf den Punkt bringt diese Einstellung exemplarisch ein Ausschnitt aus dem Nachhaltigkeitsberichts der Firma Miele (S. 50) – übrigens Unterzeichner der Charta der Vielfalt:

„Es ist erklärtes Ziel der Personalpolitik, die Anzahl von Frauen in Führungspositionen zu erhöhen. Eine Frauenquote zur Umsetzung hält Miele nicht für förderlich. Zur Wahrung förmlicher Chancengleichheit folgt Miele dem Ziel, für jede zu besetzende Führungsposition den am besten geeigneten Kandidaten zu gewinnen und zwar unabhängig vom Geschlecht. Eine verbindlich formulierte Frauenquote würde dagegen umgekehrte Diskriminierung sowie Verunglimpfung erfolgreicher Frauen als „Quotenfrauen“ begünstigen. Fortschritte auf diesem Weg werden mit KPIs (Key Performance Indikatoren) gezeigt.“

Um in diesen immer wieder aufflammenden Konflikt über Zielvereinbarungen Fakten zu bringen, wurde die Nutzung von Zielvereinbarungen mit den erreichten Indices betrachtet. Es zeigt sich, dass Zielvereinbarungen ein nützliches Instrument sind, es aber auch ohne solche Zielvereinbarungen in der Frauenförderung erfolgreiche Unternehmen gibt und Zielvereinbarungen allein noch keine Garantie für erfolgreiche Frauenförderung sind.

Die Unternehmen kommen aus sehr unterschiedlichen Branchen (von der herstellenden Industrie über Banken, Dienstleistern, aus dem Gesundheitswesen, Schulen sowie einer Industriegewerkschaft), den unterschiedlichen Größenklassen (von Unternehmen mit weniger als hundert Beschäftigten bis zu solchen mit 100 Tausend und mehr) und sowohl solchen, deren Hauptsitz in Deutschland liegt als auch solchen, die Niederlassungen ausländischer Unternehmen in Deutschland sind. Es handelt sich sowohl um Unternehmen, die kaum weibliche Beschäftigte haben als auch um solche, die überwiegend Frauen beschäftigen. Das Gleiche gilt auch für die Beschäftigung weiblicher Führungskräfte. In den befragten Unternehmen arbeiten in Summe rund 500.000 Mitarbeiter und an die 30.000 Führungskräfte. Eine Analyse der Struktur der teilnehmenden Unternehmen befindet sich im Anhang. Sie zeigt, wie breit das Interesse an der Thematik zur Förderung von Frauen und Karriere ist.

Das größte Interesse an der Förderung von Frauenkarrieren haben Unternehmen, die mit dem Mangel von "MINT"-Bewerbern kämpfen. Hier ist in den meisten Firmen die Frauenförderung etabliert und bisher von dem akuten Mangel noch verschonte Unternehmen erkennen zunehmend die Notwendigkeit, auf diesem Feld etwas zu tun.

Eine zweite Gruppe sind Unternehmen mit einem hohen Beschäftigtenanteil von Frauen aber einem wesentlich geringeren Anteil von Frauen in den Führungspositionen. Zunehmend erkennen diese Unternehmen, dass sie in der Konkurrenz um die fähigsten Bewerber nur

Chancen haben, wenn sie den Frauen "ernsthafte" Aufstiegschancen auch in die obersten Führungsebenen ermöglichen und sie dabei fördern.

Eine Sondergruppe sind Unternehmen, die darunter leiden, dass sie kaum männliche Bewerber finden. Sie entdecken den Weg, dass viele in der Frauenförderung entwickelte Instrumente – vor allem im Familienbereich – auch zur Förderung von Männern in „traditionell unmännlichen“ Berufen genutzt werden können.

Der vergleichende Index, der für Aktivitäten und erreichte Umsetzungen Punkte vergibt, kann Werte von 0 bis 100 erreichen. Der höchste bisher erreichte Wert liegt bei 84. Knapp die Hälfte (45%) der Unternehmen bzw. Organisationen erreichen Indexwerte bis zu 54, 16% von 55 bis 64, 24% von 65 bis 74 sowie 16% von 75 und mehr. Ein Indexwert wird auch für die drei Teilbereiche „Status / Dynamik“, „Commitment“ und „Rahmenbedingungen“ errechnet. Der Teilindex „Struktur“ sagt viel über das Gegebene, das „Commitment“ über das Gewünschte und die „Rahmenbedingungen“ über das kurzfristig Machbare aus.

Der Index dient nicht nur zum Vergleich zwischen den Unternehmen, sondern er soll dem teilnehmenden Unternehmen auch das Controlling beim Erreichen seines Ziels ermöglichen, für Frauen attraktiver zu werden und bessere Aufstiegsmöglichkeiten zu eröffnen. Hierzu erhält jedes Unternehmen für 8 Bereiche vertrauliche Informationen, ob in diesem oder jenem Bereich seine spezifischen Stärken und Schwächen liegen. Diese Bereiche sind: Beschäftigtenstruktur + Führungskräfte (=Teilindex Status / Dynamik), Personalentwicklung + Externe Kommunikation + Maßnahmen (=Teilindex Commitment), Arbeitszeit + Mission und Ziele + Transparenz (=Teilindex Rahmenbedingungen). Damit kann es sich bei seinen weiteren Aktivitäten auf die größten Defizite oder den Ausbau seiner Stärken konzentrieren. Die Ergebnisse werden umsetzungsfähig.

An der Spitze stehen die Deutsche Telekom und Hewlett Packard mit einem Index von 84 aus der Branche der „Neuen Technologien“. Beide schneiden überragend bei *Commitment* und führend bei *Rahmenbedingungen* ab und sind auch gut beim Teilbereich *Status / Dynamik*.

Den zweithöchsten Indexwert erreicht die Airbus Operations GmbH (Index 82). Sie ist wie die beiden Unternehmen an der Spitze hervorragend bei *Commitment*, sehr gut bei den *Rahmenbedingungen* und noch gut im Teilbereich *Status / Dynamik*.

Auf Rang 3 folgen drei Unternehmen mit einem Index von 81: die Charité aus dem Bereich "Gesundheit/Soziales und Bildung" und die beiden besten Unternehmen aus dem Bereich Banken und Versicherungen: die HypoVereinsbank und die Siemens Betriebskrankenkasse. Während die ersten drei Unternehmen nicht nur ein Defizit an weiblichen Führungskräften sondern insgesamt an weiblichen Beschäftigten haben, ist der Anteil der Frauen an allen Beschäftigten bei den drei letzteren deutlich über 50%. Sie wollen und brauchen aber mehr Frauen für Führungspositionen. Es zeigt sich hier sehr deutlich die Stärke des Index, dass beide Unternehmenstypen branchenunabhängig Spitzenwerte erreichen.

An der Spitze der eingesetzten Instrumente stehen hinsichtlich ihrer Wirkung auf Erfolge in der Förderung von Frauen flexible Arbeitszeiten, Sabbaticals, die Anrechnung von Teilzeit als Berufserfahrungsjahre und vor allem die interne und externe Kommunikation und Frauennetzwerke.

Nicht alle Unternehmen sind in der Lage, alle gestellten Fragen Gender-spezifisch zu beantworten. Der Aufbau einer entsprechenden Personalstatistik und eines Monitoring-Instruments ist für Unternehmen eine Herausforderung, der sie sich künftig stellen müssen. Die Einführung von geeigneten Key Performance Indikatoren (KPI), die die Frauenförderung auf die gleiche Ebene bringen wie wirtschaftliche Indikatoren, steht noch am Anfang.

Im Anhang zu diesem Bericht befindet sich neben der Analyse der Struktur der teilnehmenden Unternehmen:

- *Eine Statistik der durchgeführten Maßnahmen, die im Fragebogen abgefragt wurden. Es zeigt sich, wie erfolgreich und notwendig die bereits oben angesprochenen Rollenvorbilder oder Frauennetzwerke sind.*
- *Eine Liste neuer Ideen und Maßnahmen, die von den Unternehmen vorgestellt wurden. Besonders interessant sind hier Beispiele wie die Wahlarbeitszeit, die Einführung eines „Frauenbeirats“ oder auch die Idee, Elternzeit als natürlichen Bestandteil einer Berufsbiographie zu betrachten.*
- *Eine Aufstellung von Indexgruppen und weiblichen Führungskräften nach statistischen Merkmalen sowie die Durchschlagskraft von Zielvorgaben.*

Die dritte Erhebungswelle findet im Frühjahr 2014 statt. Sie dient zum einen dazu, weitere Teilnehmer, allerdings jetzt mit den Daten für 2013, für das kontinuierliche Controlling und den Wettbewerb zwischen den Unternehmen zu gewinnen, und zum anderen dazu, Veränderungen bei den Teilnehmern aus Welle 1 und 2 von 2012 auf 2013 aufzuzeigen. Die Ergebnisse werden demnächst vorgestellt.

