



Eva Heinetzberger

Macht Gender Mainstreaming Gleichstellung?

Eine Evaluierung eines Teilbereiches
des österreichischen Arbeitsmarktes
anhand der Beispiele Einkommen
und Führungspositionen



PETER LANG

Inhaltsverzeichnis

A. Teil 1: Ausgangslage und Forschungsgrundlagen	11
1. Einleitung	13
1.1. Problemstellung	14
1.2. Zielsetzung	16
1.3. Forschungsfrage	18
1.4. Aufbau der Arbeit	21
2. Grundlagen zu Gender Mainstreaming	25
2.1. Begriff, Entstehung und Definition von Gender Mainstreaming	26
2.2. Strategie / Konzept / Programm oder doch alles?	31
3. Gender Mainstreaming im österreichischen Arbeitsmarkt	37
3.1. Entwicklung und Status Quo von Gender Mainstreaming in Österreich	37
3.2. Bisher aufgrund von Gender Mainstreaming eingeleitete Maßnahmen in der österreichischen Arbeitsmarktpolitik	41
3.2.1. Bundesministerium für Frauen und Öffentlichen Dienst	43
3.2.2. Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz	45
3.2.3. Bundesregierung	47
3.2.4. Arbeitsmarktservice	49
3.2.5. Interministerielle Arbeitsgruppe Gender Mainstreaming ...	50
3.2.6. Gender Mainstreaming bei GeKo	51
3.3. Gender Mainstreaming und klassische Frauenförderpolitik	56
4. Ausgewählte Daten und Fakten zu geschlechtsbezogenen Unterschieden am österreichischen Arbeitsmarkt	63
4.1. Daten und Fakten zum Lohn- und Gehaltsgefälle	64
4.1.1. Daten und Fakten zum Lohn- und Gehaltsgefälle in Österreich	66
4.1.2. Daten und Fakten zum Lohn- und Gehaltsgefälle in Österreich im Vergleich zu anderen Mitgliedsländern der EU	73

4.1.3.	Daten und Fakten zum Lohn- und Gehaltsgefälle in Österreich und der EU im internationalen Vergleich	78
4.2.	Daten und Fakten zu Frauen in Entscheidungs- und Führungspositionen	81
4.2.1.	Daten und Fakten zu Frauen in Entscheidungs- und Führungspositionen im österreichischen Parlament	82
4.2.2.	Daten und Fakten zu Frauen in Entscheidungs- und Führungspositionen im österreichischen Parlament im EU Vergleich	84
4.2.3.	Daten und Fakten zu Frauen in Entscheidungs- und Führungspositionen in den Chefetagen von österreichischen und europäischen Unternehmen	89
4.2.4.	Daten und Fakten zu Frauen in Entscheidungs- und Führungspositionen in Österreich im internationalen Vergleich	94
5.	Theoretische Erklärungsansätze zur geschlechtsspezifischen Teilung des Arbeitsmarktes	97
5.1.	Ursachen der geschlechtsspezifischen Teilung des österreichischen Arbeitsmarktes aufgrund von Doing Gender	98
5.2.	Arbeitsmarktdiskriminierung und Segregationsansatz	101
5.2.1.	„Taste for Discrimination“-Ansatz	101
5.2.2.	Statistische Diskriminierung	102
5.2.3.	Horizontale und vertikale Segregation	103
5.3.	Mechanismen der Arbeitsmarktdiskriminierung	105
5.3.1.	Geschlechterstereotype und Vorurteile	105
5.3.2.	Arbeits- und Organisationskulturen	109
5.3.3.	Kulturelle Aspekte und das Dual-Earner/ DualCarer Modell	110
5.3.4.	Einstellungen der Männer zur Gleichstellung und die Kultur der Männerbünde	111
5.3.5.	Handlungen von Frauen	114
6.	Theoretisch-konzeptioneller Bezugsrahmen	117
6.1.	Gender Mainstreaming und seine Verbindungen zum Gender Diskurs	118
6.1.1.	Gleichheitsansatz (Liberale Feminismen)	120
6.1.2.	Differenzansatz	122
6.1.3.	Postmoderne/Post-Strukturalismus	124
6.1.4.	Die Einordnung von Gender Mainstreaming im Gender Diskurs	126

6.1.5. Der Einfluss von Gender Mainstreaming auf die soziale Konstruktion von Geschlecht	132
6.2. Der Zusammenhang von Gender Mainstreaming und die soziale Konstruktion von Organisationen	134
6.2.1. Der Begriff der Organisation	136
6.2.2. Ansätze in den Organisationstheorien	138
6.2.3. Makro- und Mikrotheoretische Ansätze	139
6.2.4. Objektivistische versus konstruktivistische Ansätze	143
6.2.5. Begründung für die Auswahl des konstruktivistischen Ansatzes	145
6.2.6. Organisationaler Wandel und Gender Mainstreaming	148
7. Bildung von fünf zentralen Thesen unter Berücksichtigung des bisherigen theoretischen Aufbaus	155
7.1. These 1: Die soziale Geschlechterkonstruktion wirkt sich auf die Umsetzung von Gender Mainstreaming Maßnahmen in der Arbeitsmarktpolitik aus	155
7.2. These 2: Die Wirksamkeit von Gender Mainstreaming Maßnahmen in der Arbeitsmarktpolitik hängt eng von der Gestaltung der Nachhaltigkeit in der Umsetzung ab	157
7.3. These 3: Die geschlechtsblinde Haltung von Organisationen verhindert eine Auseinandersetzung mit dem Thema Gleichstellung und die Nutzung eines ökonomischen Vorteils	160
7.4. These 4: Das Gleichstellungsziel bei Entlohnung und Aufstiegschancen setzt aufgrund der sozialen Konstruktion von Organisationen eine Änderung der herrschenden Rollenbilder voraus	162
7.5. These 5: Die Anwendung von Gender Mainstreaming kann über das Prinzip Reorganisation und Change Management Chancen-Gleichheit in Organisationen herbeiführen	164
B. Teil 2: Gleichstellung durch Gender Mainstreaming	167
8. Methodischer Rahmen	169
8.1. Qualitative Sozialforschung	169
8.1.1. Auswahl der Untersuchungsmethode	170
8.1.2. Die Problematik der qualitativen Methoden	171
8.1.3. Qualitative Evaluationsforschung	172
8.2. Daten	174
8.2.1. Auswahl der Interviewpartner/innen	174

8.2.2.	Das Sample	175
8.3.	Erhebung	175
8.3.1.	Leitfadengestütztes Expert/inn/en-Interview	176
8.3.2.	Konstruktion des Interviewleitfadens	177
8.3.3.	Durchführung der Interviews	179
8.4.	Auswertung	179
8.4.1.	Die qualitative Inhaltsanalyse	179
8.4.2.	Entwicklung des Kategoriensystems und des Kodierleitfadens	181
8.4.3.	Computergestützte Auswertung	182
9.	Darstellung der Ergebnisse	185
9.1.	Gleichstellung bei Entlohnung und Führungspositionen	185
9.1.1.	Gleichstellung bereits erreicht	185
9.1.2.	Gleichstellung noch nicht erreicht	186
9.1.3.	Zusammenfassung und Fazit	189
9.2.	Der Beitrag von Gender Mainstreaming zur Gleichstellung von Frauen und Männern bei Einkommen und Führungspositionen	190
9.2.1.	Die Bewusstseinsbildung	190
9.2.2.	Analyse zu Einkommen und Aufstiegschancen	191
9.2.3.	Die Qualität der Umsetzung	193
9.2.4.	Gender Mainstreaming Zielvereinbarungen	194
9.2.5.	Die Einkommenstransparenz	195
9.2.6.	Auswahlverfahren bei Führungspositionen	197
9.2.7.	Zusammenenspiel mit Frauenförderung	197
9.2.8.	Zusammenfassung und Fazit	198
9.3.	Maßnahmen von Gender Mainstreaming zur Gleichstellung von Frauen und Männern bei Einkommen und Führungspositionen	199
9.3.1.	Mittelbezogene Maßnahmen	200
9.3.1.1.	Mittelvergabe Arbeitsmarktpolitik	200
9.3.1.2.	Auftragsvergabe Öffentliche Hand	201
9.3.1.3.	Gender Budgeting	201
9.3.2.	Umsetzungsbezogene Maßnahmen	203
9.3.2.1.	Nationaler Aktionsplan für Gleichstellung	203
9.3.2.2.	Quotenregelung bei Führungspositionen	204
9.3.2.3.	Berichtspflicht und Prüfstelle	206
9.3.2.4.	Sanktionen	206
9.3.3.	Ausbildungs- und Arbeitsplatzbezogene Maßnahmen	207

9.3.3.1.	Ausbildungsmaßnahmen für Frauen	207
9.3.3.2.	F i T – Frauen in Handwerk und Technik	209
9.3.3.3.	Arbeitsplatzbewertung	209
9.3.4.	Familienbezogene Maßnahmen	210
9.3.4.1.	Vereinbarkeit von Beruf und Familie	210
9.3.4.2.	Papamonat, Väterkarenz, einkommensabhängiges Karenzgeld	212
9.3.4.3.	Qualifizierte Teilzeitarbeit	213
9.3.5.	Zusammenfassung und Fazit	213
9.4.	Das Potenzial der Gender Mainstreaming Maßnahmen, Gleichstellung hinsichtlich Einkommen und Führungspositionen herzustellen	216
9.4.1.	Die Gender Mainstreaming Maßnahmen sind geeignet, Gleichstellung für Frauen und Männer bei Einkommen und Führungspositionen herbeizuführen	216
9.4.2.	Die Gender Mainstreaming Maßnahmen sind nicht geeignet, Gleichstellung für Frauen und Männer bei Einkommen und Führungspositionen herbeizuführen	219
9.4.3.	Zusammenfassung und Fazit	220
9.5.	Geschlechtsblinde/Geschlechtergerechte Haltung von Organisationen	221
9.5.1.	Geschlechtergerechte Haltung von Organisationen	221
9.5.2.	Geschlechtsblinde Haltung von Organisationen	223
9.5.3.	Zusammenfassung und Fazit	225
9.6.	Geschlechterkonstruktion in Organisationen	226
9.6.1.	Gender Mainstreaming kann die Geschlechterkonstruktion in Organisationen aufbrechen	226
9.6.2.	Gender Mainstreaming kann die Geschlechterkonstruktion in Organisationen nicht aufbrechen	228
9.6.3.	Zusammenfassung und Fazit	230
9.7.	Ökonomischer Vorteil von Gleichstellung	231
9.7.1.	Gründe für den ökonomischen Vorteil von Gleichstellung ..	231
9.7.2.	Zusammenfassung und Fazit	234
9.8.	Rollenbilder in Organisationen	234
9.8.1.	Gender Mainstreaming beeinflusst die Rollenbilder	234
9.8.2.	Gender Mainstreaming beeinflusst nicht die Rollenbilder ...	236
9.8.3.	Zusammenfassung und Fazit	239
9.9.	Reorganisation und Change Management in Organisationen	239
9.9.1.	Gleichstellung wird über Reorganisation und Change Management erreicht	240

9.9.2. Gleichstellung wird über Reorganisation und Change Management nicht erreicht	242
9.9.3. Zusammenfassung und Fazit	243
9.10 Weitere Maßnahmen bzw. Ergänzungen zur Arbeitsmarktpolitik ..	244
10. Überprüfung der fünf zentralen Thesen und Beantwortung der Forschungsfrage	247
10.1. Überprüfung der fünf zentralen Thesen	247
10.1.1. These 1: Die soziale Geschlechterkonstruktion wirkt sich auf die Umsetzung von Gender Mainstreaming Maßnahmen in der Arbeitsmarktpolitik aus	247
10.1.2. These 2: Die Wirksamkeit von Gender Mainstreaming Maßnahmen in der Arbeitsmarktpolitik hängt eng von der Gestaltung der Nachhaltigkeit in der Umsetzung ab	250
10.1.3. These 3: Die geschlechtsblinde Haltung von Organisationen verhindert eine Auseinandersetzung mit dem Thema Gleichstellung und die Nutzung eines Ökonomischen Vorteils	253
10.1.4. These 4: Das Gleichstellungsziel bei Entlohnung und Aufstiegschancen setzt aufgrund der sozialen Konstruktion von Organisationen eine Änderung der herrschenden Rollenbilder voraus	256
10.1.5. These 5: Die Anwendung von Gender Mainstreaming kann über das Prinzip Reorganisation und Change Management Chancengleichheit in Organisationen herbeiführen	258
10.2. Beantwortung der Forschungsfrage	261
11. Zusammenfassung und Empfehlungen für die weitere Forschung und Gleichstellungspolitik	265
11.1. Zusammenfassung	265
11.2. Empfehlungen für die weitere Forschung	270
11.3. Empfehlungen für die Gleichstellungspolitik	271
12. Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	273
12.1. Abbildungen	273
12.2. Tabellen	274
13. Literaturverzeichnis	277