

ZUSAMMENFASSUNG DER BEDARFSANALYSE

Ein kurzer Überblick über die Methode und die Ergebnisse der Bedarfsanalyse.

Das Erasmus+ Projekt DIGIGEN entwickelt ein Weiterbildungsprogramm für Beratungsfachkräfte. Beratungsfachkräfte (Karriereberater*innen und HR-Praktiker*innen) sollen qualifiziert werden, einen eigenen Beratungsansatz zu entwickeln, der Frauen bei der Planung ihres Einstiegs, beim Eintreten oder beim Verbleib in Führungspositionen unterstützt und dabei die digitale Transformation berücksichtigt. Die Bedarfsanalyse erhebt daher in der ersten Projektphase Daten in halbstrukturierten Interviews mit Beratungsfachkräften und halbstrukturierten Fragebögen mit weiblichen Führungskräften. Die Ergebnisse geben einerseits Einblicke in die Bedürfnisse der Beratungsfachkräfte (*direkte Zielgruppe*) und andererseits in die der (zukünftigen) weiblichen Führungskräfte (*indirekte Zielgruppe*).

METHODE

Daten wurden zu folgenden Aspekten erhoben: Digitale Führung, weibliches Empowerment sowie spezifische Beratungsansätze. Im Fokus standen insbesondere Aspekte wie Veränderungen in der Führung durch die Digitalisierung, Gesetze/Programme zur Förderung weiblicher Führung, digitale Kompetenzen für Führungskräfte, Qualifizierungsmaßnahmen zum Erlernen digitaler Fähigkeiten und Beratungsansätze für digitale weibliche Führungskräfte.

Die Daten der direkten Zielgruppe (Beratungsfachkräfte) wurden in 20–30-minütigen, halbstrukturierten Interviews erhoben. Die indirekte Zielgruppe (weibliche Führungskräfte) wurde in offenen und explorativen, 5–10-minütigen Fragebögen zu ihren Ansichten befragt. Die Antworten konnten entweder auf Englisch oder in der Muttersprache der Befragten gegeben werden. In letzterem Fall erfolgten eine Übersetzung und Transkription ins Englische, sodass die weitere Analyse einheitlich möglich war.

Die für die Interview- und Fragebogenauswertung verwendete Methode ist die qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2018). Die inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse entwickelt entlang des erhobenen Materials Kategorien und Unterkategorien, um das Datenmaterial systematisch auszuwerten. Insgesamt konnten 1229 Textpassagen identifiziert und kodiert werden.

Bei den Interviews gaben 401 Textpassagen (c) aus 51 Interviews (n) Einblicke in die Meinungen der Beratungsfachkräfte (*Deutschland: n=18/c=122; Ungarn: n=11/c=124; Niederlande: n=22/c=155*). Bei den Fragebögen spiegeln 828 Textpassagen (c) aus 104 Interviews (n) die Aussagen der weiblichen Führungskräfte wieder (*Deutschland: n=25 / c=186; Ungarn: n=43 / c=398; Niederlande: n=36 / c=246*).

Kuckartz, U. (2018): *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. 4. Auflage. Weinheim.

ERGEBNISSE

Zusammenfassend liefert die Bedarfsanalyse die folgenden Ergebnisse:

DIGITALE FÜHRUNG: Die Auswirkungen der Digitalisierung auf Führung und Führungsaufgaben sind bewusst. Auswirkungen wie eine erhöhte Komplexität, verbesserte und beschleunigte Prozesse und eine erhöhte Effizienz wurden berichtet (*beide*). *Weibliche Führungskräfte* konzentrieren sich in erster Linie auf digitale Werkzeuge/Anwendungen und weisen auf ein erhöhtes Stresspotenzial hin. *Beratungsfachkräfte* fokussieren hingegen vorrangig Fähigkeiten und Kompetenzen. Die genannten Kompetenzen sind digitale Affinität, sicherer Umgang mit der Technologie, digitale Koordination und Interaktion sowie Mediationsfähigkeiten. *Beide* Gruppen sehen bei den digitalen Fähigkeiten mehr Unterschiede im Alter als im Geschlecht.

WEIBLICHES EMPOWERMENT: Die meisten Teilnehmenden kennen die Gesetze zur Förderung von Frauen in Führungspositionen und von Frauenkarrieren im jeweiligen Land (*beide*). Das Bewusstsein für spezifische Förderprogramme ist jedoch gering. Wurden solche Programme genannt, waren sie meist lokal oder unternehmensspezifisch (*beide*). *Beratungsfachkräfte* sehen keine Unterschiede zwischen Männern und Frauen, stellen aber fest, dass häufig Vorurteile zu diesen Themen geäußert werden. *Weibliche Führungskräfte* berichten gelegentlich von geschlechtsspezifischen Unterschieden: weibliche Führungskräfte konzentrieren sich auf zwischenmenschliche Interaktionen und Hilfestellungen für Mitarbeitende, während männliche Führungskräfte offener für digitale Lösungen/Techniken sind.

BERATUNGSANSATZ: Die Teilnehmenden wünschen sich einen individuellen, tool-spezifischen und praxisorientierten Beratungsansatz (*beide*). Darüber hinaus bevorzugen *weibliche Führungskräfte* ein Mentoring von Frau zu Frau, während *Beratungsfachkräfte* ein großes Potenzial in der Anwendung von Methoden der positiven Psychologie sehen. Die Beratung sollte Schulungen für Selbstmanagement und Soft-Skills (*weibliche Führungskräfte*) sowie Softwareanwendungen und digitale Tools (*beide*) anbieten.

SCHLUSSFOLGERUNG

Beratungsfachkräfte und weibliche Führungskräfte sehen Chancen in der Digitalisierung, aber auch zunehmend Herausforderungen, mit den raschen Veränderungen Schritt zu halten. Konkrete Hinweise zur Förderung weiblicher Führungskräfte, insbesondere im Bereich der Digitalisierung, sind bisher vage und unspezifisch. Dennoch sind die Erwartungen an ein Weiterbildungsprogramm für Beratungsfachkräfte klar formuliert: Elemente der individuellen und persönlichen (online und/oder offline) Interaktion sind auf beiden Seiten gewünscht. Ein Mix aus Organisationsverständnis, digitaler Kommunikation und zwischenmenschlicher Interaktion ist wesentlich; weniger das IT-spezifische Wissen über ein spezifisches Softwareprogramm oder eine IT-Plattform. Die Ergebnisse deuten zusammenfassend darauf hin, dass Unterstützungsprogramme für Frauen in Führungspositionen den Erwerb von digitalen Fähigkeiten und digitalen Kompetenzen behandeln sollten.