

Abschlussbericht „M.I.P. – Mentoring In Practice“

Eckdaten

Trägerin

Trägerin von „M.I.P.-Mentoring In Practice“ (= Modul 2 in der EQUAL-Entwicklungspartnerschaft „F&Mpower“) ist das FrauenInformationszentrum Vorarlberg e. V.. FEMAIL ist eine Informations- und Beratungsstelle für Frauen. Die Dienstleistungen sind vielseitig, kostenlos, anonym und orientieren sich an den Bedürfnissen der Kundinnen. FEMAIL unterstützt die eigenständige Lebensgestaltung.

Das FrauenInformationszentrum FEMAIL hat den Sitz in Feldkirch. Allerdings fand die Durchführung der Modulaktivitäten im gesamten Raum Vorarlbergs statt.

Kurzbeschreibung

Die Zielsetzung von „M.I.P. - Mentoring In Practice“ ist, Mentoring als ein Förderungs- und Unterstützungskonzept weiterzuentwickeln und es an die Lebenssituationen und Bedürfnisse von Frauen und Männern in der Phase der Vereinbarkeit von Beruf und Familie anzupassen. Frauen und Männer in Familienpausen werden durch „vereinbarkeitserprobte“, erfahrene MentorInnen motiviert und unterstützt, frühzeitig (am besten vor dem Ausstieg, vor Antritt der Karenz) die Rückkehr bzw. den Wiedereinstieg zu planen und vorzubereiten.

Bei der Projektumsetzung stand die konsequente und kontinuierliche Auseinandersetzung mit den Bedürfnissen von Frauen und Männern in familienbedingten Erwerbspausen im Vordergrund. Dies hat zur die Entwicklung von drei Mentoringmodellen geführt. Aus diesen drei entwickelten Modellen wählen InteressentInnen das geeignete Programm für sich aus.

1. Modell „Mentoring in Unternehmen“

Dieses Programm ist zugeschnitten auf karenzierte ArbeitnehmerInnen und deren ArbeitgeberInnen. Es werden Möglichkeiten des regelmäßigen Austauschs erarbeitet, sodass Frauen und Männer in Karenz über den betrieblichen Ablauf, personelle Veränderungen und Weiterbildungsmöglichkeiten informiert sind und auch in der Karenz beruflich am Ball bleiben. Karenzierte MitarbeiterInnen übernehmen die Rolle der Mentee bzw. des Mentees (= ratsuchende Person mit Veränderungswünschen in beruflicher und persönlicher Hinsicht) und eine geeignete Person aus dem jeweiligen Unternehmen wird zur Mentorin bzw. zum Mentor (=erfahrener bzw. erfahrene RatgeberIn).

2. Modell „Cross Mentoring“

Dieses Programm ist maßgeschneidert für WiedereinsteigerInnen und Frauen und Männer in Erwerbspausen, die sich beruflich verändern wollen. Frauen und Männer in Karenz- oder Familienzeiten werden von einer erfahrenen Person während einer Umorientierungsphase und/oder während des Wiedereinstieges begleitet und unterstützt, damit eine Rückkehr ins Berufsleben möglich wird. Entscheidend ist, dass als MentorInnen Frauen und Männer tätig sind, die bereits Erfahrung mit der Vereinbarkeit von Beruf und Familie haben. Sie berichten von ihren konkreten Erfahrungen und geben praktische Tipps. Im Rahmen von sechs abendlichen Reflexionstreffen der Mentees wird dieser Entwicklungsprozess unter Leitung einer Coach unterstützt. Die Mentees

bekommen zudem die Chance, sich mit Frauen in ähnlichen Lebensphasen auszutauschen und zu vernetzen.

3. Modell „Gruppenmentoring im Großen Walsertal“

Für Frauen in der Region "Großes Walsertal" ist ein regionales Mentoringkonzept in der Gruppe erarbeitet worden. In diesem Gruppenmentoring ging es zentral um das Thema der Vereinbarkeit von Beruf und Familie in einer sehr ländlichen Region Vorarlbergs. Im Gruppenmentoring trafen sich mehrere Mentees mit einer Mentorin, um durch Fragen, Erfahrungsberichte und Diskussionen Einblicke und Einsichten zu gewinnen. Die Mentorin berichtete von sich und ihrem Weg der Vereinbarkeit von Beruf und Familie und die Mentees erarbeiteten sich individuelle Ziele, Wege und Strategien für den Wiedereinstieg. Die abendlichen Treffen wurden von einer Coach begleitet.

Die getätigten Projektaktivitäten lassen sich in zwei Kernbereiche aufsplitten:

1. Sensibilisierung und Information der Öffentlichkeit und der Vorarlberger Betriebe

Die zentralen „Botschaften“ der Sensibilisierungsarbeit waren, dass

- für eine erfolgreiche Berufsrückkehr eine frühzeitig Auseinandersetzung mit der Thematik Vereinbarkeit von Beruf und Familie wichtig ist.
- das Vereinbarkeitsthema nicht nur ein Frauenthema ist, sondern beide Geschlechter betrifft.
- MitarbeiterInnen in Karenz wertvoll für das Unternehmen sind und somit für Unternehmen die Auseinandersetzung mit der Vereinbarkeitsthematik gewinnbringend ist.

Neben den klassischen WiedereinsteigerInnen wurden explizit auch Erwerbstätige in Karenz sowie Unternehmen mit dem Thema der Vereinbarkeit von Familie und Beruf „konfrontiert“.

Durchgeführt wurde diese Sensibilisierungsarbeit in Form von Verbreitung von Informationsmaterialien, Beratungsgesprächen und Workshops zum Thema Mentoring. So wurde z. B. für die Zielgruppen der Erwerbstätigen in Karenz eine spezifische Informationsbroschüre konzipiert und verbreitert.

2. Unterstützung und Beratung von Frauen und Männern in familienbedingten Erwerbspausen

- Mit InteressentInnen wurde mit in jedem Falle eine Erstberatung zur Klärung der Teilnahme durchgeführt.
- Es wurden mehrstündige Einführungsveranstaltungen ins Mentoring für Mentees und MentorInnen angeboten. In diesen wurden Mentees und MentorInnen in das Konzept „Mentoring“ eingeführt sowie insbesondere auf ihre Rollen und Aufgaben in dem „Mentoring-Tandem“ mittels praktischer Übungen vorbereitet.
- Die Mentorschaften wurden dann von einer konstanten Ansprechperson begleitet: Es fanden moderierte Erst- und Abschlussgespräche statt. Telefonate und Coachingstunden wurden bei Bedarf durchgeführt.
- Zudem wurden Arbeitsmaterialien (vgl. Handbuch) zur Verfügung gestellt.
- Als besonders hilfreich und motivierend stellten sich die zusätzlichen Reflexionstreffen für Mentees heraus. Inhalte dessen waren u. a. Standortbestimmung jeder einzelnen Mentee, die eigenen Fähigkeiten erkennen und benennen sowie Visionen und Möglichkeiten entwickeln.

Zielgruppen

Die Zielgruppen von M.I.P. – Mentoring In Practice sind zu spezifizieren in:

- Die Zielgruppe der Mentees umfasst einerseits Frauen und Männer in Familienpausen, die beabsichtigen zu ihrer karenzgebenden Arbeitsstelle wiederzurückzukehren und andererseits Frauen und Männer in Familienpause, die beabsichtigen wieder in den Arbeitsmarkt einzutreten.
- Die Zielgruppe der MentorInnen umfasst Frauen und Männer, die sich in Betrieben als MentorInnen zu Verfügung stellen, um karenzierte KollegInnen zu begleiten, sowie Frauen und Männer, die bereit sind ihre Erfahrungen bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf bzw. beim Wiedereinstieg an andere (d.h. auch an betriebsfremde Personen) weiterzugeben.
- Die Zielgruppe der Personalverantwortlichen in Unternehmen und Betrieben umfasst PersonalleiterInnen, PersonalentwicklerInnen sowie Geschäftsleitung und EigentümerInnen.

Projektnachfrage

- Im Projektzeitraum gab es 317 Anfragen von Einzelpersonen zu den Mentoringaktivitäten.
- 61 Mentees und 61 MentorInnen waren an diesem Projekt beteiligt.
- Im Modell „Mentoring in Unternehmen“ sind sechs Teilnehmerinnen auf ihre Rollen in der Mentorschaft vorbereitet worden. Ein Mentoringpaar hat dieses Modell erfolgreich abgeschlossen.
- 54 MentorInnen und 52 Mentees haben sich für Mentoringmodell „Cross Mentoring“ angemeldet. In Rahmen des „Cross Mentoring“ wurden 40 Mentorschaften im Modell Cross Mentoring abgeschlossen.
- Beim dritten Modell, dem regionalem Gruppenmentoring im Großen Walsertal, waren acht Mentees und zwei Mentorinnen aktiv, die alle erfolgreich abgeschlossen haben.
- Des Weiteren sind über 50 Betriebe beraten worden sowie 12 Betriebsrätinnen und 10 Personalverantwortliche als MultiplikatorInnen in Betrieben in das Mentoringkonzept eingeführt.

Beschreibung TeilnehmerInnen

Von den 122 Mentees und MentorInnen waren 117 Frauen (95,9%) und 5 (4,1%) Männer.

Die Verteilung bei den Teilnehmerinnen hinsichtlich der höchsten abgeschlossenen Ausbildung sieht folgendermaßen aus: 39,31 % Pflichtschule/Lehre/MeisterIn/Mittlere Schule, 29,6% Höhere Schule sowie 31,62 % Universität/Fachhochschule. Bei den Teilnehmern sieht diese Verteilung wie folgt aus: 20% Pflichtschule/Lehre/MeisterIn/Mittlere Schule, 20 % Höhere Schule sowie 60 % Universität/Fachhochschule.

Hinsichtlich dem Erwerbsstatus stellte sich die Verteilung vor der Mentorschaft bei der Frauen folgendermaßen dar: 5,98 % arbeitslos, 68,38 % beschäftigt (inkl. Karenz, geringfügige Beschäftigung) und 25,64 % andere (z. B. Hausfrau, in Ausbildung, selbstständig). Bei den Männern waren 80 % beschäftigt und 20 % andere.

Einen Migrationshintergrund hatten 4,27 % der Teilnehmerinnen und 20 % der Teilnehmer.

Die Altersverteilung bei den Frauen sieht folgendermaßen aus: 0,85 % unter 25 Jahren, 82,91 % zwischen 25 und 45 Jahren sowie 16,24 % über 45 Jahre. Bei den Männern waren 60 % im Alter von 25 bis 45 Jahren sowie 20 % über 45 Jahre.

Kooperationen

Mit Modul 1 wurde 2003 eine gemeinsame Bewerbung von potenziellen TeilnehmerInnen durchgeführt. Die in Kooperation konzipierte Broschüre „Schwanger-in Karenz-Und wie geht’s weiter?“ wurde laufend verbreitet. Zudem bewarb Modul 1 bei seinen TeilnehmerInnen die Aktivitäten von Modul 2 und umgekehrt.

Mit Modul 3 gab es während der Projektlaufzeit regelmäßig Besprechungen, um die Aktivitäten mit Betrieben (Mailings, Gespräche, Veranstaltungen etc.) abzustimmen und zu optimieren. Einen wichtigen Part in der Öffentlichkeitsarbeit und in der Bewerbung stellten die zahlreichen Präsentationen bei diversen Beratungs- und Bildungseinrichtungen in Vorarlberg sowie bei NetzwerkpartnerInnen dar. Ziel war es, diese als MultiplikatorInnen zu gewinnen, um die Bekanntheit dieses Mentoringprogrammes im ganzen Bundesland sicherzustellen.

Ergebnisse

Es wurden **drei Mentoringmodelle entwickelt**, aus denen TeilnehmerInnen das für sie Passende auswählten. Jedes dieser Modelle wurde auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten und abgestimmt. (vgl. Eckdaten, Kurzbeschreibung).

Im Projektverlauf kamen vereinzelt Rückmeldungen von kontaktierten **Betrieben**, dass auch wenn sie nicht am Mentoringprogramm teilgenommen haben, sie doch einige betriebliche Veränderungen durchgeführt haben. U. a. hat ein Betrieb ein „Merkblatt für MitarbeiterInnen, die in Karenz gehen“ erstellt. Dieses Merkblatt regt an, ob und welche Kontakthaltemaßnahmen in der Familiepause in Anspruch genommen werden können bzw. sollen. Ein „Produkt“ eines anderen Betriebes war, die Beratung und Betreuung von MitarbeiterInnen in Karenz (in Form von standardisierten Gesprächen vor und während der Karenz) zu intensivieren. Diese Veränderungen führten die Betriebe auf die Anregungen im Rahmen der Beratungstätigkeit von Modul 2 sowie die im Anschluss daran stattgefundene bewusste Auseinandersetzung mit den Bedürfnissen von MitarbeiterInnen mit Familienverantwortung zurück.

Bezüglich den **Mentorschaften** wurde eine Evaluierung mit folgenden Schwerpunkten durchgeführt:

1. Zufriedenheit mit dem Dienstleistungsangebot

- Die konstante Ansprechperson sowie die Reflexionstreffen wurden bei den Mentees von über 90 % der Befragten mit sehr bzw. ziemlich hilfreich bewertet. Von den MentorInnen wurde die Programmbegleiterin hingegen von knapp der Hälfte als sehr bzw. ziemlich hilfreich gesehen.
- Die Einführungsveranstaltung wurde von knapp 2/3 der Mentees und von 3/4 der MentorInnen als sehr bzw. ziemlich hilfreich bewertet.
- Der Informationsabend mit einer FEMAIL-Beraterin zum Thema Pension war für 3/4 der Mentees sehr bzw. ziemlich hilfreich.
- Sofern das Coaching (für Krisen und Konflikte in der Mentorschaft) von den Mentees beansprucht wurde, wurde es als sehr bzw. ziemlich hilfreich erachtet.
- Rund 40 % der Mentees und MentorInnen gaben an, dass das Handbuch sehr bzw. ziemlich hilfreich war.

2. Nutzen von Mentoring aus Sicht der Mentee

Der Nutzen im Sinne einer „Stärkung des Selbstbewusstseins“, „Gewinnung von Klarheit und Wissen über die nächsten Schritte in Richtung Rückkehr ins Erwerbsleben bzw. Neuorientierung“ sowie „Erhalt von Anregungen auf Grund der Erfahrungsberichte der Mentorin bzw. des Mentors“ wurde von 80 % bis 88 % der Mentees in jeder dieser drei Kategorien als „sehr bzw. ziemlich hilfreich“ bewertet.

Mentees gaben bei der Frage nach der Beurteilung von Mentoring zur Unterstützung beim Einstieg nach der Familienpause vier wesentliche Nutzenfaktoren an:

- Mentoring schafft Netzwerke einerseits durch Kontakte und Beziehungen durch die Mentorin bzw. den Mentor sowie andererseits durch die Gruppe der Mentees
- Mentoring bietet den Frauen Klarheit, einen realistischen Blick für die Zukunft
- Mentoring bedeutet Auseinandersetzung und bringt etwas in Bewegung
- Mentoring bedeutet auch Rückenstärkung und –deckung

3. Nutzen von Mentoring aus Sicht der Mentorin bzw. des Mentors

Für knapp 80 % der MentorInnen war die Reflexion der eigenen Erfahrungen ein Nutzenfaktor. Knapp über 53 % gaben an, dass die Erweiterung der sozialen Kompetenzen für sie ein Gewinn war.

Die MentorInnen gaben neben den oben genannten Nutzenfaktoren weitere Faktoren an:

- Frauen kennen lernen
- Fachliche Kompetenzerweiterung
- Gutes Tun, Freude

4. Erwerbstätigkeit der Mentee am Ende der Mentorschaft

Rund 56 % der Mentees waren am Ende der Mentorschaft erwerbstätig und 15,6 % waren in Ausbildung. Die Nicht-Erwerbstätigkeit (und auch keiner Ausbildung nachgehend) ging von 81,2 % auf 15,6 % retour.

Bei den Erwerbstätigen war eine Mentee in einer Vollbeschäftigung, knapp 22 % gehen einer Teilzeitbeschäftigung nach und 18,8 % sind selbstständig bzw. freiberuflich tätig.

Dieser Evaluierung basiert auf den Fragebögen von 32 Mentorschaften. Die restlichen Fragebögen konnten nicht berücksichtigt werden, da entweder nur eine Partnerin bzw. ein Partner den Bogen ausgefüllt hat oder weil einer der beiden Fragebögen ungültig war.

Vergleich mit der ursprünglichen Zielsetzung

Folgende Ergebnisse wurden hinsichtlich der geplanten **operationellen Zielen** erreicht:

- Es wurden insgesamt 61 Mentees und 61 MentorInnen beraten. Die Nachfrage nach dem Projekt, insbesondere nach dem Modell Cross Mentoring, übertraf sämtliche Erwartungen. Zudem wurden etwas mehr MentorInnen in den Modellen „Cross Mentoring“ und „Mentoring in Unternehmen“ eingeschult, damit die teilnehmenden Mentees eine größere Auswahl an MentorInnen hatten bzw. da Unternehmen ihr Interesse bekundeten, aber schlussendlich doch keine geeigneten Mentees fanden. (SOLL-Wert: Beratung von 50 MentorInnen und 50 Mentees)
- Es wurden fünf Workshops à 4 Stunden für Mentees durchgeführt. Dabei wurden 61 Mentees eingeschult. Um zu lange Wartezeiten von interessierten Mentees zu vermeiden,

- wurden mehrere Workshops verteilt über die Projektlaufzeit angeboten. (SOLL-Wert: Durchführung von 3 Workshops für Mentees)
- Des Weiteren wurden sechs Informationsabende für MentorInnen à 3,5 Stunden angeboten. Dabei wurden 58 MentorInnen eingeschult. Die restlichen MentorInnen haben eine individuelle Kurzeinführung durch eine Projektmitarbeiterin erhalten. (SOLL-Wert: Durchführung von 3 Workshops für MentorInnen)
 - Über 200 Unternehmen haben Mailings (E-Mail, Post) zu den Angebote von F&Mpower bzw. Modul 2 erhalten. Davon wurden über 50 persönlich beraten. (SOLL-Wert: Information und Beratungsgespräche in Unternehmen und Betrieben, um das Mentoring vorzustellen)

Folgende Ergebnisse hinsichtlich der angestrebten **Produkte** liegen nach Projektlaufzeit vor:

- Erstellung eines Handbuches für Mentoring: Das 2003 fertig gestellte Produkt „Handbuch für die Mentorschaft“ wurde mehrfach von anderen Organisationen/Institutionen im deutschsprachigen Raum angefragt. Primär diente dieses Handbuch den Mentees und MentorInnen im Projekt als Informations- und Arbeitsgrundlage.
- Die weiteren angestrebten Produkte „Schaffung eines Instrumentariums für die Personalentwicklung zum Thema Mentoring“, „Erarbeitung eines Strategiehandbuches für PersonalentwicklerInnen“ sowie „Fachtagung zum Thema „Mentoring“ wurden nicht realisiert. Die ersten beiden wurden bereits mit Dezember 2002 auf Grund von Überschneidungen mit Modul 3 als Produkte gestrichen. Auf die Fachtagung zum Thema Mentoring wurde in Absprache mit dem EP-Plenum verzichtet, da erstens eine Ressourcenumschichtung in Richtung begünstigte Einzelpersonen angesichts der hohen Nachfrage der Modelle „Cross Mentoring“ und „Gruppenmentoring“ angebracht erschien und zweitens sich während der Detailplanungsphase herausstellte, dass der Tagungsstandort Vorarlberg von VernetzungspartnerInnen in Ostösterreich als abschreckend („zu weite Anreise“) wahrgenommen wurde.

Zudem wurde ein neues Produkt entwickelt: Um InteressentInnen und MultiplikatorInnen das Förderungskonzept „Mentoring“ möglichst praktisch und persönlich vorzustellen, wurde das Video „MIP-Interviews“ geplant und umgesetzt. In diesem Video geben zwei Mentoringpaare in Form von Interviews Einblicke in konkrete Mentorschaften. Welche Chancen haben sich für sie aufgetan? Welche Veränderungsprozesse haben stattgefunden? Wie hat sich die Mentorschaften auf ihre berufliche Weiterentwicklung ausgewirkt?

Dieses Video ist auf der Website www.fmpower.at abrufbar (unter MIP, Aktivitäten) bzw. bei der Trägerorganisation bestellbar.

Nachhaltigkeit

In Folge der intensiven Vernetzung mit anderen Mentoringinitiativen wurde die Trägerorganisation dieses Modules zum „Mentoring Point“ durch das BMGF ernannt. Eine Weiterführung des sehr erfolgreichen Modelles „Cross Mentoring“ wird im Rahmen dessen möglich sein. Details zum Mentoring-Programm „FEMAIL-Jobmentoring“ sind auf der Webseite www.femail.at abrufbar. Zudem wurde für die zweite Antragsrunde im Rahmen einer erneuten Bewerbung das Mentoringkonzept in die Projektaktivitäten mitaufgenommen, so dass gewonnenes Know-How in der ersten Antragsrunde weiterhin angewendet und ausgebaut wird.



Produktliste

- Handbuch für die Mentorschaft (Broschüre)
- MIP-Interviews (Video)

Beide Produkte sind bestellbar bei:
FEMAIL FrauenInformationszentrum Vorarlberg e. V.
Neustadt 38
6800 Feldkirch
T 05522-31002-0
F 05522-31002-33
E mentoring@femail.at
www.femail.at

M.I.P.- Mentoring In Practice war Teil der EQUAL-Entwicklungspartnerschaft „F&Mpower“ und wurde durch das Land Vorarlberg/Frauen, das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit sowie den Europäischen Sozialfond gefördert:

