

BUNDESMINISTERIUM FÜR  
GESUNDHEIT UND FRAUEN



## **EVALUIERUNG 2004/05**

### **Frauen-Business-Mentoring- Programm**



## Inhaltsverzeichnis

VORWORT	4
PRÄAMBEL	5
1. BEFRAGUNG UND EVALUIERUNGSDESIGN	6
1.1 Methode	6
1.2 Zeitraum der Evaluierung	6
1.3 Rücklauf	6
1.3.1 Anzahl der retournierten Fragebögen	6
1.3.2 Rückläufe nach Standort	7
2. ENTWICKLUNG DES FRAUEN-BUSINESS-MENTORING-PROGRAMMS 2004/2005	8
2.1 Aktivitäten im Überblick	8
2.2 Ergebnisse 2004/2005	9
2.2.1 Anzahl registrierter Mentoring-Points	9
2.2.2 Regionale Verteilung der registrierten Mentoring-Points	10
2.2.3 Anzahl der Mentoring-Paare	10
2.2.4 Anzahl der Mentorinnen und Mentees	11
2.2.5 Frauen-Business-Mentoring-Messe	11
2.2.6 Verleihung der Mentora	12
2.2.7 Vernetzungstreffen der Mentoring-Points	13
2.2.8 Öffentlichkeitsarbeit	13
2.2.9 Interne und externe Auswirkungen	14
3. ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG	16
3.1 Mitarbeiter/innen der Mentoring-Points	16
3.2 Kosten und Finanzierung der Mentoring-Programme	16
3.2.1 Kosten	16
3.2.2 Finanzierung	17
3.3 Anzahl der betreuten Mentoring-Paare	17
3.4 Mentorinnen und Mentees in Evidenz	18
3.5 Zielgruppen und Schwerpunktsetzung	19
3.6 Verteilung der Mentees	20
3.7 Branchen der Mentees	20
3.8 Branchen der Mentorinnen	21

3.9 Reichweite der Mentoring-Points	22
3.10 Leistungen der Mentoring-Points	23
3.11 Dokumentation und Evaluierung der Mentoring-Programme	25
3.12 Vernetzung	25
3.13 Auswirkungen	26
3.14 Öffentlichkeitsarbeit	27
3.15 Erfolge der Mentoring-Programme	28
3.15.1 Übernahme durch andere Institutionen	28
3.15.2 Öffentliche Anerkennung	28
3.15.3 Umsetzung von Ergebnissen	28
4. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE	29
ANHANG	32
Fragebogen 2004/2005	32
Abbildungsverzeichnis	35
Tabellenverzeichnis	35

## Vorwort



Als Frauenministerin ist es mir ein großes Anliegen, die Position von Frauen im Berufsleben zu stärken. In den letzten Jahren haben Frauen im Bereich Bildung und Qualifikation stark aufgeholt, ebenso sind Führungspositionen zunehmend weiblich besetzt. Dennoch haben viele Frauen trotz fachlicher Qualifikation immer noch geringere berufliche Chancen und Aufstiegsmöglichkeiten. Häufig ist der Grund dafür das Fehlen von Netzwerken oder entsprechenden Mentor/innen. Das Frauen-Business-Mentoring-Programm des

Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen bietet ein großes Angebot an Unterstützung beim Aufbau von Netzwerken.

Berufliches Fortkommen verlangt Planung, Ausdauer und nicht zuletzt Methode. Mentoring von Frauen für Frauen hat sich dabei als effiziente Methode herausgestellt. Ziel des Frauen-Business-Mentoring-Programms war es von Beginn an, ein österreichweites Netzwerk von Mentoring-Points, Mentorinnen und Mentees aufzubauen, die sich über Altersgruppen, Branchen und Grenzen hinweg austauschen und unterstützen.

Dass dieser Weg richtig ist, zeigt uns die rege Teilnahme am Mentoring-Programm und die ständig wachsende Anzahl von Mentorinnen und Mentees: 2005 beteiligten sich am Frauen-Business-Mentoring-Programm bereits mehr als 50 Mentoring-Initiativen. Zudem ist der Schritt über die Grenzen mit der Einbeziehung von rund zehn internationalen Mentoring-Initiativen aus Deutschland, Italien, Ungarn und Slowenien gelungen. Ein Ergebnis, das sich mit derzeit über 1.500 Mentorinnen und Mentees sehen lassen kann.

Es freut mich sehr, diese Evaluierung vorlegen zu können, die in vielen Punkten bestätigt, dass Mentoring eine äußerst effiziente Methode der Karriereförderung ist. Die Ergebnisse stellen weiters eine gute Basis für zukünftige Weiterentwicklungen dar.

All das funktioniert allerdings nur Dank der vielen Frauen, die Mentoring-Points initiieren, und Dank der vielen professionellen Frauen, die als Mentorinnen ihr Know-how und ihre Netzwerke den zahlreichen engagierten und interessierten Mentees zur Verfügung stellen. Mein besonderer Dank gilt daher all jenen, die sich am Frauen-Business-Mentoring-Programm beteiligen, und all jenen, die es für sich nutzen.

A handwritten signature in black ink that reads "Maria Rauch-Kallat". The signature is written in a cursive, flowing style.

Maria Rauch-Kallat  
Bundesministerin für Gesundheit und Frauen

## Präambel

Im Jänner 2004 startete das „Frauen-Business-Mentoring-Programm“ des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen. Intention dieses Projekts war der Aufbau eines österreichweiten Netzwerks von Mentoring-Points sowie die gezielte Unterstützung und Förderung von Frauen im beruflichen Leben. Das Programm soll kontinuierlich erweitert und verbessert werden.

Zielgruppen des Projekts sind insbesondere Wiedereinsteigerinnen, berufliche Neueinsteigerinnen nach abgeschlossener Ausbildung und alle Frauen, die beruflich Karriere machen wollen – unselbstständig ebenso wie selbstständig Beschäftigte. Die Ziele des Programms wurden wie folgt definiert:

- Verbesserung der beruflichen Situation für Frauen, vor allem auch in technischen Arbeitsbereichen
- Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen
- Verbesserung von Verdienstchancen für Frauen
- Leistung eines Beitrags zur Verringerung der Einkommensschere zwischen Männern und Frauen

Die Kernveranstaltungen „Frauen-Business-Mentoring-Messe“ und die „Verleihung der Mentora“ fanden im ersten Jahr in Wien statt. 2005 wurden diese Highlights im Sinne der angestrebten Regionalisierung vom Land Steiermark in Graz durchgeführt.

Der vorliegende Evaluierungsbericht beschreibt den Verlauf des Projekts in den Jahren 2004 und 2005 und fasst die Ergebnisse der Befragung der Mentoring-Points zusammen. Die Leistungen und Aktivitäten sowohl seitens der Projektträgerinnen als auch seitens der Mentoring-Points werden dargestellt und analysiert.

Die Evaluierung soll auch als Basis für die Qualitätssicherung und für die Planung und Durchführung weiterer gezielter Maßnahmen dienen. Ziel der Evaluierung ist nicht zuletzt die Identifikation möglicher Entwicklungs- und Optimierungspotenziale.

Insgesamt zeigt die Evaluierung ein sehr positives Bild über den bisherigen Verlauf und die Entwicklung des Frauen-Business-Mentoring-Programms.

# 1. Befragung und Evaluierungsdesign

## 1.1 Methode

Die Evaluierung des Frauen-Business-Mentoring-Programms wurde auf Basis einer Befragung der Mentoring-Points durchgeführt. Evaluierungsbögen (siehe Anhang) für die Jahre 2004 und 2005 wurden an alle registrierten Mentoring-Points gesendet. Die Fragebögen umfassten je 20 Fragen und enthielten neben quantitativen auch qualitative Aspekte. Für die Auswertung wurde ein Excel-Sheet erstellt, in welches alle Daten eingegeben wurden.

Weiters wurden für die Beschreibung der Gesamtentwicklung 2004 und 2005 bestehende Projektunterlagen und Ergebnisberichte der letzten beiden Jahre herangezogen.

## 1.2 Zeitraum der Evaluierung

Die Fragebögen wurden ab Mitte 2005 an alle registrierten Mentoring-Points übermittelt. Eingang in die Evaluierung fanden all jene Fragebögen, die bis 06.02.2006 retourniert wurden. Im Dezember 2005 sowie im Jänner und Februar 2006 wurde mehrmals per E-Mail und teilweise auch telefonisch urgiert. Anzumerken ist weiters, dass nicht alle registrierten Mentoring-Points Evaluierungen durchführen.

## 1.3 Rücklauf

### 1.3.1 Anzahl der retournierten Fragebögen

Von den 35 registrierten Mentoring-Points im Jahr 2004 und den 48 registrierten Mentoring-Points im Jahr 2005 wurden insgesamt 29 Fragebögen retourniert. Davon betrafen 12 Evaluierungen das Jahr 2004 und 17 das Jahr 2005. Die überwiegende Mehrheit der Mentoring-Points übermittelte Fragebögen für ein Evaluierungsjahr, beide Jahre wurden von sechs Mentoring-Points evaluiert. Die Rücklaufquote von 60% ermöglichte eine repräsentative Evaluierung.

**Tabelle 1: Anzahl der retournierten Fragebögen**

<b>Jahr der Evaluierung</b>	<b>Anzahl der Fragebögen</b>
2004	12
2005	17
gesamt	29

### 1.3.2 Rückläufe nach Standort

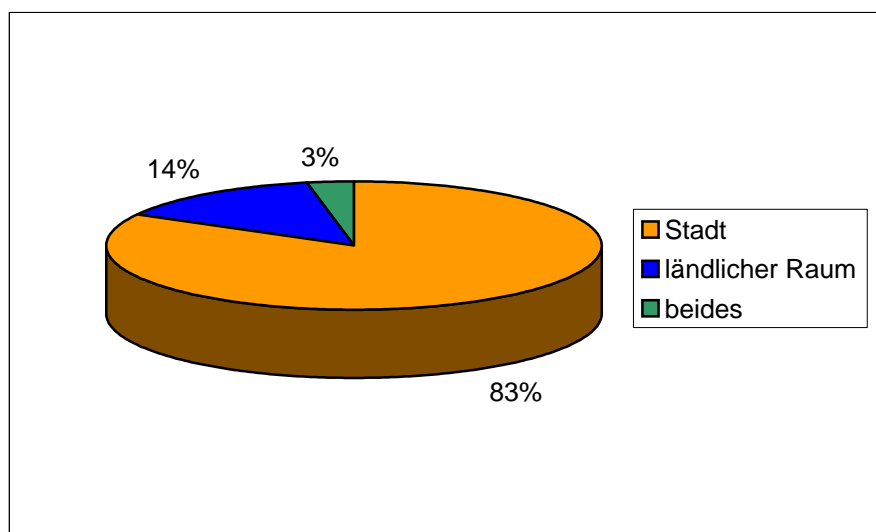
Der größte Rücklauf an Fragebögen kam von Mentoring-Points aus der Steiermark (8 Fragebögen) und aus Wien (7 Fragebögen). Zwei befragte Mentoring-Points sind bundesweit tätig und zwei haben ihren Sitz im Ausland (Deutschland und Italien). Folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Rückläufe auf die Bundesländer.

**Tabelle 2: Rückläufe nach Standort**

Standort	Anzahl der Rückläufe		
	2004	2005	Gesamt
bundesweit	0	2	2
Burgenland	0	0	0
Kärnten	1	0	1
Niederösterreich	1	1	2
Oberösterreich	1	0	1
Salzburg	1	0	1
Steiermark	3	5	8
Tirol	1	1	2
Vorarlberg	1	2	3
Wien	3	4	7
Ausland	0	2	2
gesamt	12	17	29

Was die regionale Verteilung der befragten Mentoring-Points betrifft, so sind insgesamt 83% im städtischen und 14% im ländlichen Raum angesiedelt. Ein Mentoring-Point befindet sich sowohl in der Stadt als auch im ländlichen Raum.

**Abbildung 1: Verteilung der Mentoring-Points Stadt/Land**



## 2. Entwicklung des Frauen-Business-Mentoring-Programms 2004/2005

Für die folgenden Ausführungen wurden als Datenbasis primär vorhandene allgemeine Projektunterlagen und Zwischenberichte der beiden Projektjahre herangezogen.

### 2.1 Aktivitäten im Überblick

Im Projektjahr 2004 ist es gelungen, das Frauen-Business-Mentoring-Programm erfolgreich aufzubauen und zu etablieren. In Anknüpfung an das erste Jahr konnte das Programm im Projektjahr 2005 ausgebaut und erweitert werden. In beiden Jahren wurden folgende Kernaktivitäten erfolgreich umgesetzt:

#### **Aufbau und Erweiterung der Mentoring-Plattform**

- Zusammenschluss der Mentoring-Initiativen aus allen Bundesländern und Aufbau eines offiziellen Netzwerks durch die Registrierung beim Bundesministerium für Gesundheit und Frauen.
- Im Jahr 2005 Erweiterung und Ausbau um den internationalen Bereich durch die Beteiligung von Mentoring-Initiativen aus Deutschland (5), Italien (1), Slowenien (1) und Ungarn (1).

#### **Aufbau dauerhafter Kommunikationsschienen**

- Aufbau von Kommunikationsschienen, die einen laufenden Informationsfluss zwischen den Mentoring-Points sowie zwischen den Points und dem Bundesministerium für Gesundheit und Frauen gewährleisten.

#### **Frauen-Business-Mentoring-Messen**

- 12. März 2004 in Wien
- 10. März 2005 in Graz

#### **Verleihung der Auszeichnung „Mentora“**

- 26. November 2004 in Wien
- 16. September 2005 in Graz

#### **Vernetzungstreffen der Mentoring-Points**

- 26. Mai 2004 in Wien
- 26. November 2004 in Wien
- 03. Juni 2005 in Wien
- 16. September 2005 in Graz

#### **Öffentlichkeitsarbeit und Website**

- Herausgabe diverser Informationsbroschüren, Download unter [www.frauenmentoring.at](http://www.frauenmentoring.at)
- Bewerbung des Projekts durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Die projekteigene Website <http://www.frauenmentoring.at> wurde eingerichtet und wird laufend ergänzt, erweitert und aktualisiert.



## 2.2 Ergebnisse 2004/2005

### 2.2.1 Anzahl registrierter Mentoring-Points

Im ersten Jahr des Frauen-Business-Mentoring-Programms waren insgesamt 35 Mentoring-Points beim Bundesministerium für Gesundheit und Frauen registriert. Die Zahl der registrierten Mentoring-Points konnte im Jahr 2005 erhöht werden. Weitere 13 Organisationen beteiligten sich an der Initiative, sodass Ende 2005 insgesamt 48 Mentoring-Points registriert waren.

Zudem ist 2005 mit der Beteiligung von acht internationalen Mentoring-Points der Schritt über die Grenzen gelungen. Von den acht Initiativen haben fünf ihren Standort in Deutschland und jeweils eine in Italien, Slowenien und Ungarn.

**Tabelle 3: Anzahl der registrierten Mentoring-Points**

Projektjahr	Anzahl der Mentoring-Points
2004	35
2005	48

Die Zunahme der Mentoring-Points um 37% unterstreicht, dass das Bundesministerium für Gesundheit und Frauen 2004 und 2005 erfolgreich als Plattform für die Vernetzung der Mentoring-Initiativen fungierte.

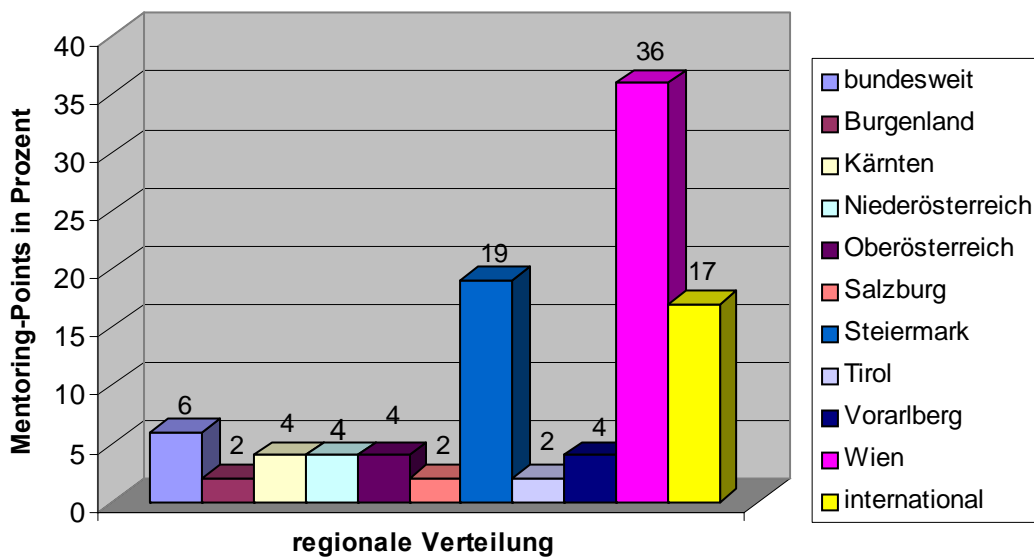
Die registrierten österreichischen und internationalen Mentoring-Initiativen stammen aus unterschiedlichen Bereichen, von der öffentlichen Verwaltung über gemeinnützige Organisationen bis hin zu weltweit agierenden Konzernen, die firmeninternes Mentoring anbieten.

### 2.2.2 Regionale Verteilung der registrierten Mentoring-Points

Im Frauen-Business-Mentoring-Programm ist jedes Bundesland mit Mentoring-Initiativen vertreten. Die meisten Initiativen gibt es in Wien (36%), gefolgt von der Steiermark (19%).

Ende 2005 stellte sich die regionale Verteilung der Mentoring-Points wie folgt dar:

**Abbildung 2: Regionale Verteilung der Mentoring-Points**



### 2.2.3 Anzahl der Mentoring-Paare

Die Anzahl der von den Mentoring-Points betreuten Mentoring-Paare ist in den Jahren 2004 und 2005 permanent angestiegen. Im Herbst 2004 waren es – basierend auf Angaben einer Fragebogenerhebung seitens des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen – insgesamt mindestens 850 Mentoring-Paare. Für 2005 kann derzeit noch keine exakte Aussage getroffen werden. Auf Grundlage der bekannten Daten, ergänzt durch realistische Schätzungen, ist aber von rund 1.200 Mentoring-Paaren auszugehen.

**Tabelle 4: Anzahl der Mentoring-Paare**

Projektjahr	Anzahl der Mentoring-Paare
2004 (mindestens)	850
2005 (geschätzt)	1.200

## 2.2.4 Anzahl der Mentorinnen und Mentees

2004 wurden – basierend auf Angaben einer Fragebogenerhebung seitens des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen – rund 1.050 Mentorinnen und Mentees von den registrierten Mentoring-Points betreut, 2005 stieg die Zahl auf rund 1.650. Diese Gesamtzahlen sowie der Anstieg im Ausmaß von rund 60% beweisen den Bedarf an Mentoring-Initiativen.

**Tabelle 5: Anzahl der Mentorinnen und Mentees**

Projektjahr	Anzahl der Mentorinnen und Mentees
2004	1.050
2005	1.650

Die Zahlen in Tabelle 5 beinhalten auch die in Evidenz gehaltenen Personen. Fast alle Mentoring-Points halten Mentorinnen und Mentees in Evidenz, wobei die Anzahl der in Evidenz gehaltenen Personen variiert. Grundsätzlich lässt diese Tatsache auf Weiterentwicklungspotenzial der Initiativen schließen.

## 2.2.5 Frauen-Business-Mentoring-Messe

Einmal jährlich wird die Frauen-Business-Mentoring-Messe veranstaltet. Im Rahmen der Messen präsentieren österreichische und internationale Mentoring-Initiativen aus den unterschiedlichsten Bereichen – von der öffentlichen Verwaltung bis hin zu weltweit agierenden Unternehmen – ihre Aktivitäten im Bereich Mentoring einer breiten Öffentlichkeit.

Die Frauen-Business-Mentoring-Messen bieten den Besucher/innen die Möglichkeit, sich allgemein zum Thema Mentoring sowie zu den laufenden Mentoring-Programmen zu informieren und sich beraten zu lassen. Weiters können Kontakte für die eigene berufliche Karriere geknüpft werden.

Die zahlreichen Mentoring-Points präsentieren sich und haben die Gelegenheit, sich zu vernetzen und aus zu tauschen. Im Rahmen der Podiumsprogramme stehen interessante Impulsreferate und moderierte Talk-Runden mit erfolgreichen Frauen auf der Tagesordnung. Im Rahmen von Gewinnspielen werden Mentoring-Schnuppertage mit hochkarätigen Mentorinnen verlost.

Mit der österreichweit ersten Mentoring-Messe im März 2004 in Wien wurde der Grundstein für die künftige Vernetzung der Mentoring-Points gelegt. In Anknüpfung daran konnten im Jahr 2005, wie folgende Tabelle zeigt, sowohl die Besucher/innen- wie auch die Aussteller/innenzahlen gesteigert werden.

**Tabelle 6: Aussteller/innen und Besucher/innen bei den Mentoring-Messen**

Projektjahr	Anzahl der Aussteller/innen	Anzahl der Besucher/innen (gerundet)
2004	42	1.000
2005	50	1.500

Das Interesse an den Messen und die zahlreichen positiven Rückmeldungen (Fragebogenerhebung im Anschluss an die Mentoring-Messe 2005) unterstreichen den Erfolg der Veranstaltungen.

### 2.2.6 Verleihung der Mentora

Die Verleihung der Mentora durch Bundesministerin Maria Rauch-Kallat fand erstmals im November 2004 in Wien statt. 7 Mentoring-Points, 11 Mentoring-Paare und eine Firmen-Initiative reichten ihre Bewerbungen ein. Ausgezeichnet wurden Mentoring-Points und Mentoring-Paare in folgenden Kategorien:

- Erfolgreichstes Mentoring-Paar (3 Preise)
- Aktivster Mentoring-Point (3 Preise)
- Bestes Firmen-Mentoring (1 Preis)

Im September 2005 fand die Verleihung unter der Schirmherrschaft von Landeshauptmann Waltraud Klasnic und der organisatorischen Leitung des Landes Steiermark in Graz statt. 8 Mentoring-Points, 10 Mentoring-Paare und zwei Firmen-Initiativen bewarben sich für die Mentora 2005. Folgende Kategorien wurden vergeben:

- Erfolgreichstes Mentoring-Paar (3 Preise)
- Aktivster Mentoring-Point (4 Preise, 1 davon ex aequo)
- Bestes Firmen-Mentoring (2 Preise)
- Sonderpreis: Bester internationaler Mentoring-Point (1 Preis)

„Die Mentora“ wird von einer Jury verliehen. Diese wird von der Bundesministerin für Gesundheit und Frauen eingesetzt. Die Entscheidung der Jury wird unter Ausschluss des Rechtsweges getroffen. Alle Jurorinnen sind hinsichtlich der Beratungen der Jury zur Verschwiegenheit verpflichtet. Die Jury setzt sich aus Frauen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Medien zusammen. Den Vorsitz in der Jury führt die Bundesministerin für Gesundheit und Frauen oder die von ihr benannte Vertreterin.

#### Jurymitglieder 2004:

1. Mag. Anna Maria Hochhauser, Generalsekretär-Stellvertreterin  
Wirtschaftskammer Österreich
2. Direktorin Dr. Gabriele Zuna-Kratky, Direktorin des Technischen Museums  
Wien
3. Dr. Vera Russwurm, ORF-Moderatorin

4. Ursula Fellner, Herausgeberin WOMAN-Verlagsgruppe NEWS
5. Christine Marek, Nationalratsabgeordnete, ÖVP
6. Gabriele Spiegelfeld-Quester, Unternehmerin
7. Dr. Susanne Riess-Passer, Generaldirektorin Wüstenrot
8. Dr. Gertrude Tumpel-Gugerell, Mitglied des Direktoriums der Europäischen Zentralbank

Jury-Mitglieder 2005:

1. Mag. Regina Friedrich, Vizepräsidentin der Wirtschaftskammer Steiermark
2. Claudia Gigler, Journalistin bei der Kleinen Zeitung
3. Bettina T. Kölbl, Bundesministerium für Gesundheit und Frauen
4. Dr. Helga Ranner, Präsidentin des Messecenters Graz
5. Ridi M. Steibl, Leiterin des Referates Frau-Familie-Gesellschaft beim Amt der Steiermärkischen Landesregierung
6. Dr. Christa Steinle, Leiterin der Neuen Galerie am Landesmuseum Joanneum
7. Mag. Monika Wäg, Unternehmerin MWM-Consulting
8. Dr. Monika Wogrolly, Künstlerin

**Tabelle 7: Anzahl der Mentora-Preisträgerinnen**

Projektjahr	Anzahl der Mentora-Preisträgerinnen
2004	7
2005	11

Im Rahmen von Festveranstaltungen, bei denen jeweils rund 300 Gäste anwesend waren, wurden die Auszeichnungen verliehen.

### **2.2.7 Vernetzungstreffen der Mentoring-Points**

In den Jahren 2004 und 2005 fanden jeweils zwei Vernetzungstreffen statt. Diese wurden von den registrierten Mentoring-Points gut angenommen und als Austausch-, Informations- und Vernetzungsplattform genutzt.

Bei allen Treffen wurden aktuelle Themen diskutiert, Erfahrungen ausgetauscht, Feedbacks zu Rahmenbedingungen und zu bisherigen Aktivitäten eingeholt und Beschlüsse für weitere Maßnahmen oder auch künftige Themen und Schwerpunktsetzungen gefasst.

### **2.2.8 Öffentlichkeitsarbeit**

Im Sinne eines nachhaltigen Erfolgs des Mentoring-Programms ist die gezielte Verbreitung der Aktivitäten, Konzepte und Projekte in der interessierten Öffentlichkeit von Bedeutung. Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit wurden primär folgende Aktivitäten gesetzt:

- Presseberichte
- allgemeine PR und Öffentlichkeitsarbeit im In- und Ausland

- aktive Kontaktierung und Information der Zielgruppen sowie potenzieller Multiplikator/innen (Mailings etc.)
- Herausgabe von Publikationen: „Mehr Zukunft. Mehr Chancen.“, Ergebnisberichte: z.B. „Frauen-Business-Mentoring-Programm, Ergebnisse 2004/2005“ und Flyer: Mentoring-Flyer für Unternehmen
- Veranstaltungsbegleitende Werbemittel (z.B. Messeguide, Plakate)
- Projekteigene Website <http://www.frauenmentoring.net> mit aktuellen Texten, allgemeinen Informationen und Begleitunterlagen, Formularen, Erfolgsgeschichten, Publikationen, Links etc.

Alle Informationsmaterialien und Broschüren stehen auf der projekteigenen Website als Download zur Verfügung: <http://www.frauenmentoring.net>

### 2.2.9 Interne und externe Auswirkungen

Bei der Analyse der internen und externen Auswirkungen des Frauen-Business-Mentoring-Programms standen folgende Fragestellungen im Vordergrund: Wie hat sich die Teilnahme am Programm auf die ursprüngliche Mentoring-Initiative ausgewirkt? Welchen Nutzen hatten die Mentoring-Points aufgrund ihrer Teilnahme?

Herangezogen wurden hier insbesondere Aussagen von Vertreter/innen der Mentoring-Points, die im Folgenden exemplarisch festgehalten werden:

- Durch die Teilnahme am Frauen-Business-Mentoring-Programm sind wir in eine **österreichweite Vernetzungsstruktur** eingebunden, was den **Austausch von Informationen, Erfahrungen und neuen Modellen** wesentlich erleichtert.
- Aufgrund der Beteiligung an der Mentora und des erzielten Preises haben wir **medial sehr profitiert**.
- Die **öffentliche Anerkennung** im Rahmen der Mentora hatte **positive Auswirkungen auf das Image** unseres Mentoring-Points, auch einige Mentorinnen und Mentees profitierten aufgrund der **Bekanntheitssteigerung** davon.
- Für uns waren schon immer Mentoring-Projekte im Ausland ein Vorbild. Der **Erfahrungs- und Arbeitsaustausch über die Grenzen** bringt neue Ideen, Verbesserungsvorschläge und vor allem viel Motivation für die Projektteilnehmerinnen und Organisator/innen.
- Jährlich durchlaufen rund 50 Mentees das angebotene Programm und nutzen darüber hinaus die Möglichkeit zum Networking. Hochrangige Mentorinnen geben ihren Erfahrungsschatz und ihr Wissen weiter und profitieren ebenfalls von dem Programm. Dadurch hat parallel zu den Personalentwicklungsinstrumenten und sonstigen Programmen **gezieltes Erfahrungs- und Wissensmanagement** einen hohen Stellenwert.
- Rückmeldungen zeigen uns, dass mit einer vernetzten Öffentlichkeitsarbeit eine **gesteigerte Bewusstseinsbildung** erreicht werden kann.

- Durch Zeitungsberichte kam es zu einer **größeren Nachfrage von Mentorinnen und Mentees**.
- Durch die Vernetzung und die gemeinsame Bewerbung wird das **Thema Mentoring aufgewertet**.
- Viele Anfragen ergaben sich auch aufgrund der **Präsenz auf der projekteigenen Website des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen**.

[www.bmgf.gv.at](http://www.bmgf.gv.at)

[www.frauenmentoring.net](http://www.frauenmentoring.net)

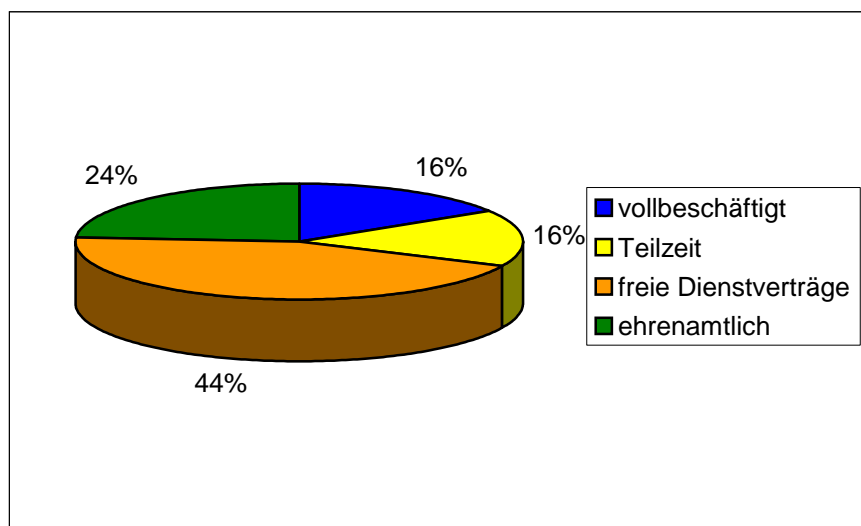
### 3. Ergebnisse der Befragung

Die folgenden Ausführungen fassen die Ergebnisse der von den Mentoring-Points übermittelten Fragebögen zur Evaluierung 2004 und 2005 zusammen.

#### 3.1 Mitarbeiter/innen der Mentoring-Points

In den Jahren 2004 und 2005 waren bei allen befragten Mentoring-Points 16% der Mitarbeiter/innen, die für die Durchführung des Mentoring-Programms verantwortlich waren, vollbeschäftigt, weitere 16% waren in Teilzeit beschäftigt. Ein Großteil der Mitarbeiter/innen (44%) hatte freie Dienstverträge und rund ein Viertel war ehrenamtlich tätig.

**Abbildung 3: Beschäftigungsverhältnisse der Mitarbeiter/innen**



#### 3.2 Kosten und Finanzierung der Mentoring-Programme

##### 3.2.1 Kosten

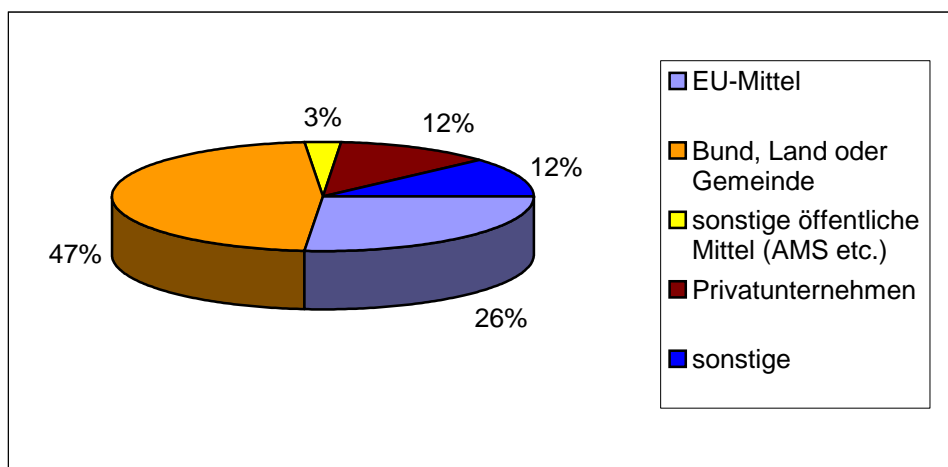
Die Frage nach den Kosten der Mentoring-Programme wurde nur von 12 der befragten Mentoring-Points beantwortet. Bei jenen, die Auskunft darüber gaben, variieren die Kosten für die Durchführung der Mentoring-Programme sehr stark und reichen von 2.000 Euro bis zu über eine Million Euro. Die Mehrheit der Mentoring-Points (7) gibt Kosten in Höhe von bis zu 10.000 Euro an.



### 3.2.2 Finanzierung

Rund ein Drittel der befragten Mentoring-Points gibt an, dass ihr Mentoring-Programm aus Eigenmitteln finanziert wird. Jene, die für die Durchführung der Programme Kofinanzierungen in Anspruch nehmen, erhalten diese mehrheitlich (47%) von Bund, Land oder Gemeinden. 26% der Kofinanzierungen stammen aus EU-Mitteln, 12% von Privatunternehmen und weitere 12% aus sonstigen Mitteln. Hierzu zählen beispielsweise Mitgliedsbeiträge. 3% der Kofinanzierungen stammen von sonstigen Institutionen wie z.B. dem Arbeitsmarktservice.

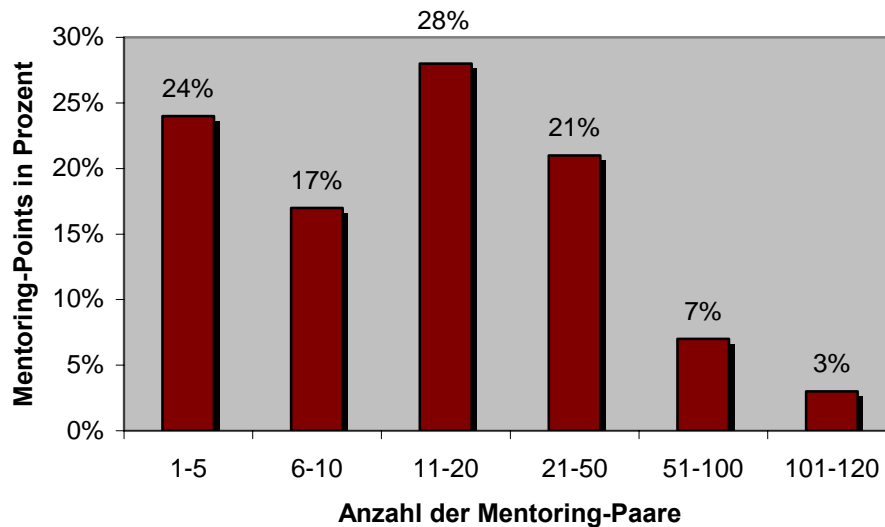
**Abbildung 4: Kofinanzierung der Mentoring-Programme**



### 3.3 Anzahl der betreuten Mentoring-Paare

Bei der Anzahl der 2005 betreuten Mentoring-Paare lässt sich ein Anstieg im Vergleich zu 2004 feststellen. Insgesamt betreuen die meisten der befragten Mentoring-Points (28%) zwischen 11 und 20 Mentoring-Paare, rund ein Viertel der Points betreut bis zu 5 und nur wenige (10%) betreuen mehr als 50 Paare.

**Abbildung 5: Anzahl der betreuten Mentoring-Paare**



### 3.4 Mentorinnen und Mentees in Evidenz

Zu den von den Mentoring-Points in Evidenz gehaltenen Mentees und Mentorinnen lassen sich folgende Aussagen treffen:

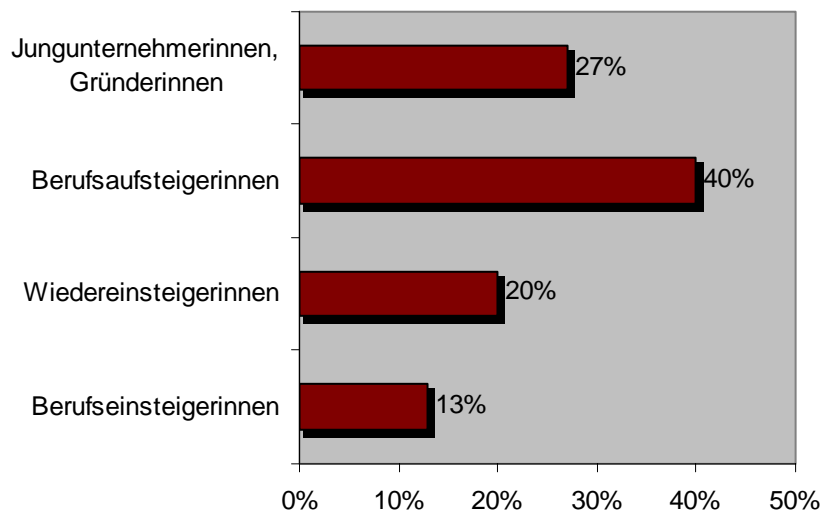
- Sowohl die Anzahl der in Evidenz gehaltenen Mentees als auch die Anzahl der in Evidenz gehaltenen Mentorinnen ist im Jahr 2005 im Vergleich zu 2004 gestiegen (Anstieg durchschnittlich rund 30%).
- Die Anzahl der in Evidenz gehaltenen Mentees ist größer als die Anzahl der in Evidenz gehaltenen Mentorinnen.
- Die Mehrheit der befragten Mentoring-Points hat bis zu 10 Mentorinnen in Evidenz.
- Die Mehrheit der befragten Mentoring-Points hat bis zu 20 Mentees in Evidenz.

### 3.5 Zielgruppen und Schwerpunktsetzung

Viele der befragten Mentoring-Points betreuen verschiedene Zielgruppen. Genannt werden als Zielgruppen Berufseinsteigerinnen, Wiedereinsteigerinnen, Berufsaufsteigerinnen und Gründerinnen bzw. Jungunternehmerinnen.

Wie folgende Abbildung zeigt, ist innerhalb der Zielgruppen die Gruppe der Frauen, die einen Berufsaufstieg anstreben, mit 40% am größten, gefolgt von den Gründerinnen bzw. Jungunternehmerinnen mit 27%. Die Zielgruppe der Berufseinsteigerinnen hingegen geben nur 13% der befragten Mentoring-Points als ihren Schwerpunkt an; Wiedereinsteigerinnen als Zielgruppe geben 20% an.

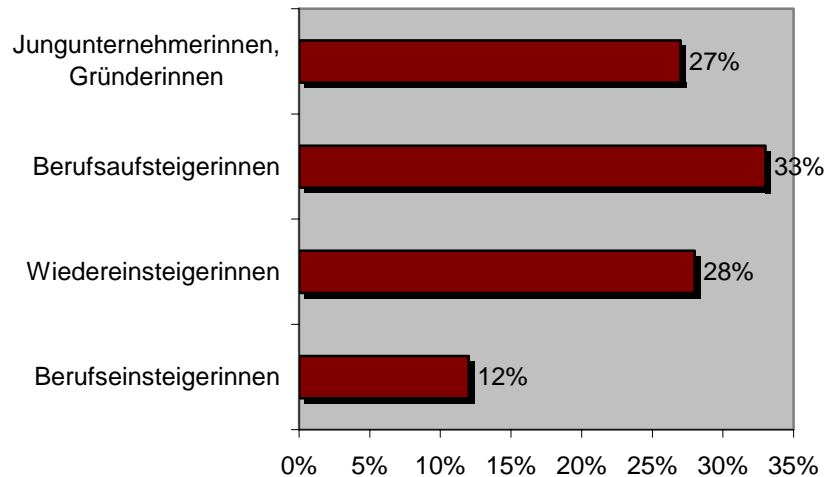
**Abbildung 6: Schwerpunktsetzung innerhalb der Zielgruppen**



### 3.6 Verteilung der Mentees

Die Verteilung der Mentees, auf die verschiedenen Zielgruppen, die an den Mentoring-Programmen teilgenommen haben, stellt sich wie folgt dar:

**Abbildung 7: Zusammensetzung der Mentees**



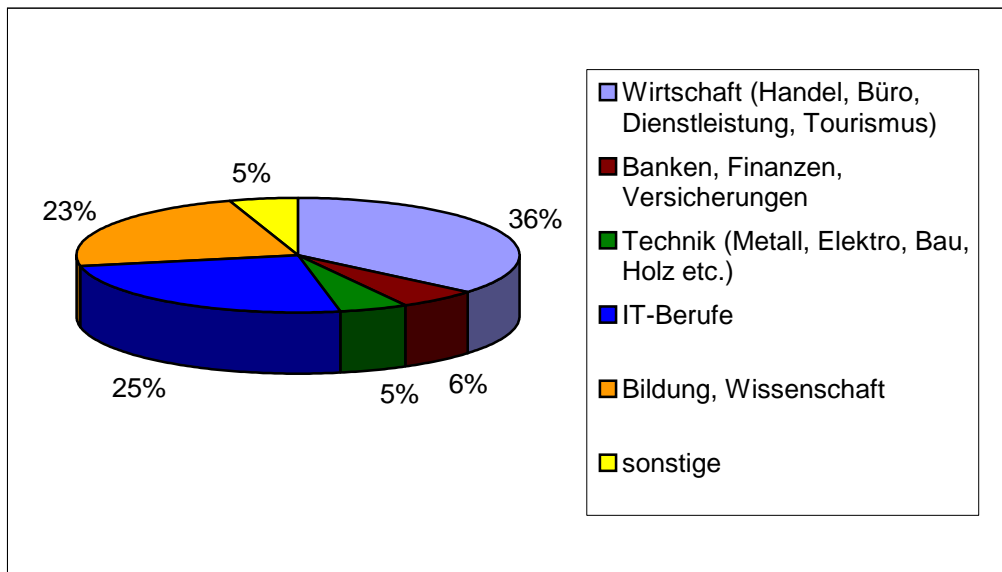
Ein Drittel der Mentees stammt aus der Gruppe „Berufsaufstieg“, 28% sind Wiedereinsteigerinnen, knapp gefolgt von 27% Jungunternehmerinnen bzw. Gründerinnen. Ähnlich wie bei der Schwerpunktsetzung der Mentoring-Points ist auch bei den Mentees die Gruppe der Berufseinsteigerinnen sehr gering vertreten.

### 3.7 Branchen der Mentees

Die Mehrheit der Mentees (36%) in den evaluierten Mentoring-Programmen stammt aus der Wirtschaft (Handel, Büro, Dienstleistung, Tourismus). Ein Viertel kommt aus dem IT-Bereich, wobei dieser relativ hohe Anteil auf einen an der Evaluierung teilnehmenden Mentoring-Point zurückzuführen ist, der sich auf IT-Berufe spezialisiert hat.

23% der Mentees stammen aus dem Bereich Bildung und Wissenschaft. Der Anteil der Mentees aus eher nicht traditionellen bzw. eher „frauenuntypischen“ Berufen ist gering: 6% aus der Branche Bank, Finanzen und Versicherungen und jeweils 5% aus der Technik und sonstigen Bereichen.

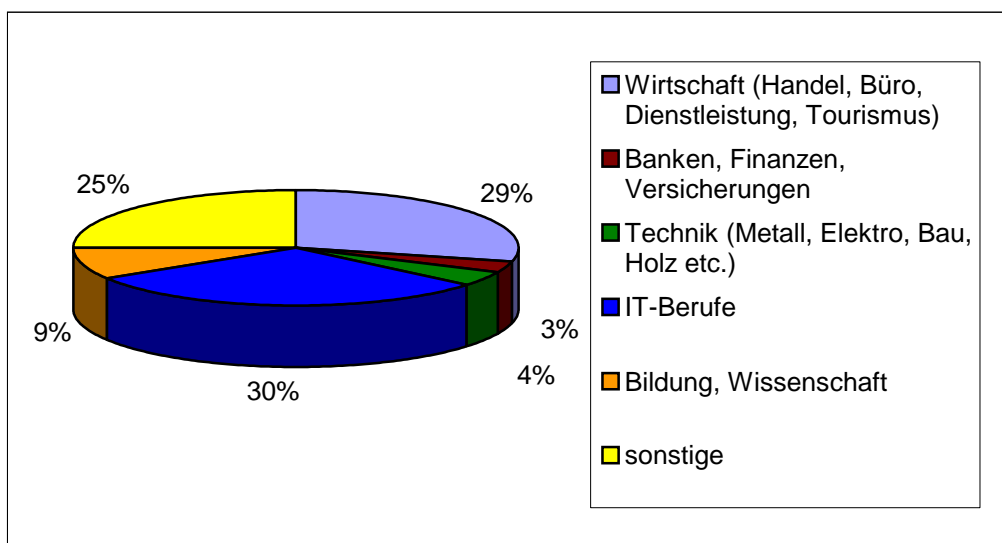
**Abbildung 8: Branchen der Mentees**



### 3.8 Branchen der Mentorinnen

Wie bei den Mentees stammt auch bei den Mentorinnen ein Großteil aus dem Bereich Wirtschaft (29%). Der hohe Anteil von 30% aus IT-Berufen lässt sich hier ebenfalls durch einen auf den IT-Bereich ausgerichteten und an der Evaluierung teilnehmenden Mentoring-Point erklären. Ein Viertel der Mentorinnen ist in sonstigen Branchen tätig, hierzu zählen die Politik, die öffentliche Verwaltung, die Medien und der Bereich Soziales. Der Rest teilt sich auf die Bereiche Technik (4%) sowie Bank-, Finanz- und Versicherungswesen (3%) auf.

**Abbildung 9: Branchen der Mentorinnen**

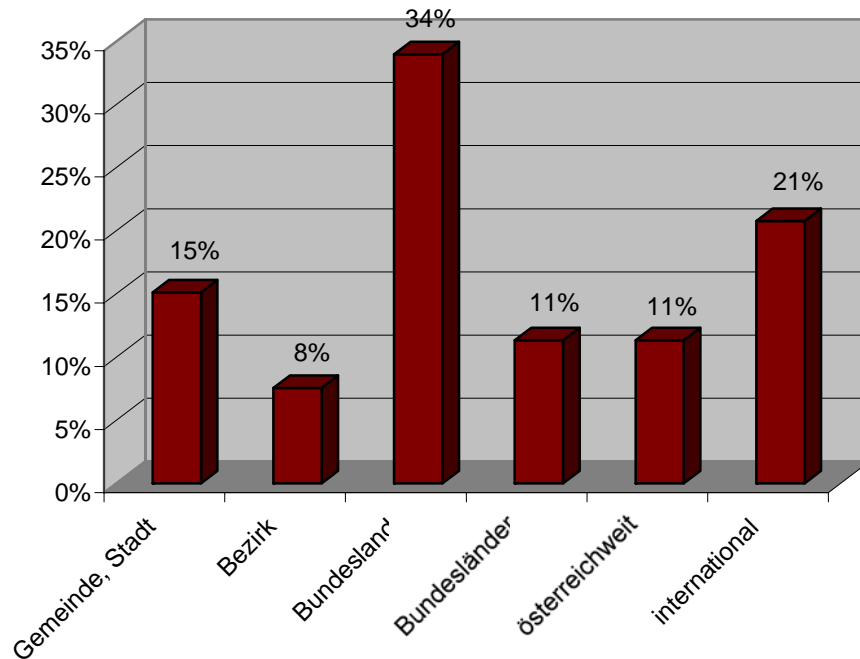


### 3.9 Reichweite der Mentoring-Points

Die Mehrheit der Mentoring-Points gibt an, sowohl auf Gemeinde- und Bezirksebene als auch auf Bundesländer-Ebene tätig zu sein. Wie folgende Abbildung zeigt, agieren die befragten Mentoring-Points in erster Linie in ihrem Bundesland. Nur wenige sind ausschließlich auf Bezirks- oder Gemeindeebene tätig.

Immerhin 21% geben im Bereich der Reichweite auch das Ausland an. Genannt werden vor allem benachbarte Länder wie Deutschland, Ungarn oder Italien, aber auch Großbritannien und die USA (innerhalb des Konzerns).

**Abbildung 10: Reichweite der Mentoring-Points**



### 3.10 Leistungen der Mentoring-Points

#### ► Matching<sup>1</sup> der Mentoring-Paare

83% der befragten Mentoring-Points bieten in ihrem Leistungskatalog das Matchen von Mentoring-Paaren an.

#### ► Erarbeitung von Zieldefinitionen

72% der befragten Mentoring-Points nennen die Erarbeitung von Zieldefinitionen gemeinsam mit den Mentoring-Paaren als Leistung ihres Mentoring-Points.

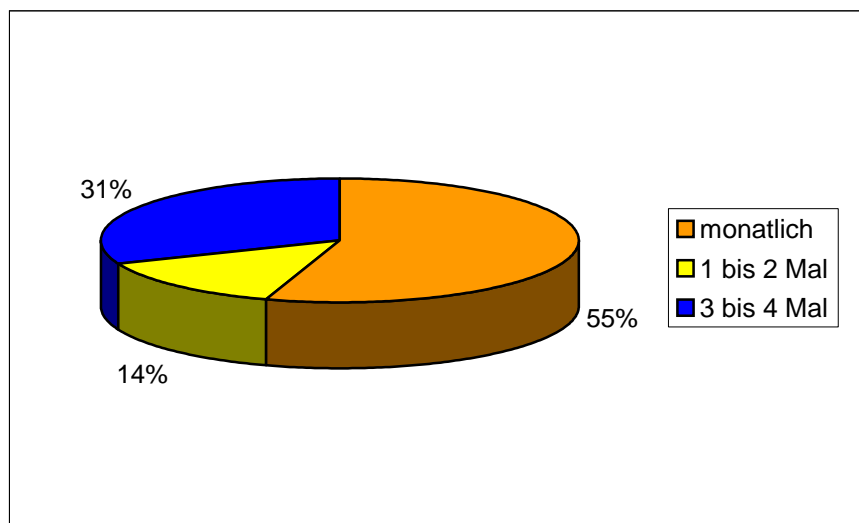
#### ► Regelmäßiger Austausch

Für 86% der befragten Mentoring-Points zählt der regelmäßige Austausch mit den Mentoring-Paaren bzw. mit den Mentorinnen und Mentees zu einem fixen Bestandteil im Rahmen des Mentoring-Programms. Die Häufigkeit der Treffen ist in Tabelle 8 ersichtlich.

**Tabelle 8: Regelmäßiger Austausch**

Regelmäßiger Austausch	in Prozent
monatlich	55%
1 bis 2 Mal während der Mentoring-Beziehung	14%
3 bis 4 Mal während der Mentoring-Beziehung	31%

**Abbildung 11: Regelmäßiger Austausch**



<sup>1</sup> Unter Matching versteht man die Paarbildung von Mentorin und Mentee. Dabei werden die Kompetenzen der Mentorin und der Mentee abgestimmt.

Bei mehr als der Hälfte der Mentoring-Points (55%), die einen regelmäßigen Austausch anbieten, kommt es zu monatlichen Treffen. Weitere 31% der Mentoring-Points tauschen sich drei bis vier Mal während der Mentoring-Beziehung mit den Mentoring-Paaren aus und 14% ein bis zwei Mal. Bei keinem der befragten Mentoring-Points gibt es einen regelmäßigen wöchentlichen Austausch.

#### ► Angebote zur Qualifizierung

79% der befragten Mentoring-Points bieten Qualifizierungen für Mentorinnen und Mentees in Form von Seminaren oder anderen Veranstaltungen an.

Beispiele für Qualifizierungsangebote:

- Einführung in das Thema Mentoring
- Coaching von Mentorinnen
- Veranstaltungen zu wirtschaftsrelevanten Themen
- Kompetenzbilanzierung
- Hilfe zur Selbsthilfe
- Unterstützung von Betrieben bei internen Mentoring-Programmen
- Politiklehrgang für Frauen

#### ► Vernetzungstreffen

79% der befragten Mentoring-Points haben Vernetzungstreffen wie z.B. Kamingespräche, Kongresse oder business to business-Meetings in ihrem Angebotskatalog.

#### ► sonstige Angebote

Mehr als die Hälfte (55%) der evaluierten Mentoring-Points hat über die bereits genannten Leistungen hinaus noch zusätzliche Angebote für Mentees und Mentorinnen.

Dazu wurden beispielsweise angegeben:

- Cross-Mentoring-Veranstaltungen
- Multimediales eMentoring<sup>2</sup>
- Telefon-Hotline bei persönlichen Fragen
- Datenbank
- Handbücher, Publikationen, Checklisten
- Mentoring-Broschüre für Politiker/innen

---

<sup>2</sup> Die Mentoring-Beziehung wird primär unter Nutzung moderner Kommunikationsmedien wie E-Mail und projekteigene Websites gestaltet.



### 3.11 Dokumentation und Evaluierung der Mentoring-Programme

Die Mehrheit der Mentoring-Points (79%), die an der Befragung teilgenommen haben, hat ihr Mentoring-Programm dokumentiert.

**Tabelle 9: Dokumentation der Mentoring-Programme**

Dokumentation	in Prozent
ja	79%
nein	21%

Rund 70% der Mentoring-Points führten zusätzlich eine Evaluierung ihres Mentoring-Programms durch. 40% der Mentoring-Points gaben an, dass die Evaluierungsergebnisse abrufbar sind.

**Tabelle 10: Evaluierung der Mentoring-Programme**

Evaluierung	in Prozent
ja	69%
nein	31%

### 3.12 Vernetzung

Mit Ausnahme eines Mentoring-Points geben alle an, dass eine Vernetzung mit anderen Mentoring-Initiativen existiert. Die Vernetzung findet mehrheitlich in Form von Informationsaustausch statt. Weiters werden aber auch regelmäßige Vernetzungstreffen, gemeinsame Veranstaltungen, gemeinsame Infrastrukturnutzung, Kontaktvermittlung und Beratungen genannt.

Für den Großteil der befragten Mentoring-Points (86%) ist die Mitgliedschaft der Mentorinnen in einem Netzwerk keine zwingende Voraussetzung.

83% der Mentoring-Points haben die Einführung der Mentees in Netzwerke im Laufe des Mentoring-Jahres vorgesehen.

### 3.13 Auswirkungen

Die Mentoring-Points wurden gefragt, ob die Rückmeldungen der Mentorinnen und Mentees sowie die Evaluierungsergebnisse beim nächsten Durchgang des Mentoring-Programms berücksichtigt werden. Mit Ausnahme eines Mentoring-Points berücksichtigen alle die Rückmeldungen und die Ergebnisse von Evaluierungen (wenn vorhanden) bei der Planung weiterer Programme.

Weiters werden relevante Rückmeldungen von Mentorinnen und Mentees bezüglich notwendiger Rahmenbedingungen von Mentoring-Programmen an die dafür zuständigen Stellen (z.B. AMS) weiter geleitet.

Auf die Frage, ob es aufgrund der Ergebnisse aus dem Mentoring-Programm weiterführende Aktivitäten gab, antworten 83% der Befragten mit „ja“. Die angeführten Aktivitäten sind sehr unterschiedlich:

- Weiterentwicklung und Fortführung von Mentoring-Programmen
- Initiierung grenzübergreifender Projekte
- Verwertung von Programmsergebnissen in Equal-Projekten
- neue Initiativen mit Fokussierung auf bestimmte Zielgruppen von Mentees und Branchen (z.B. "Teens treffen Technik"<sup>3</sup>)
- Mentoring wurde als Personalentwicklungsmaßnahme im Regelbetrieb etabliert
- neue Mentoring-Module
- spezifische Angebote für Berufsaufsteigerinnen (z.B. Management-Trainings)
- Wettbewerbe "Frauen- und familienfreundlichste Betriebe" in den Bundesländern [www.tatenstattworte.at](http://www.tatenstattworte.at)
- gemeinsame Veranstaltungen von Mentorinnen und Mentees

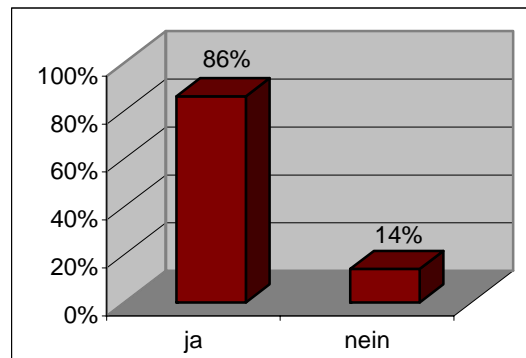
---

<sup>3</sup> Im Rahmen von vierwöchigen Ferialpraktika haben Schülerinnen von 16 bis 18 Jahren die Möglichkeit, Technik-Luft an unterschiedlichen Instituten aller Fakultäten der TU Graz zu schnuppern. Die Schülerinnen werden in den wissenschaftlichen Alltag der Institute eingebunden und erhalten eine Aufwandsentschädigung von etwa 500 Euro. Die Mädchen werden – nach Maßgabe der Möglichkeiten – von einer weiblichen wissenschaftlichen Mitarbeiterin betreut, bei Bedarf auch über die Ferialpraxis hinaus.

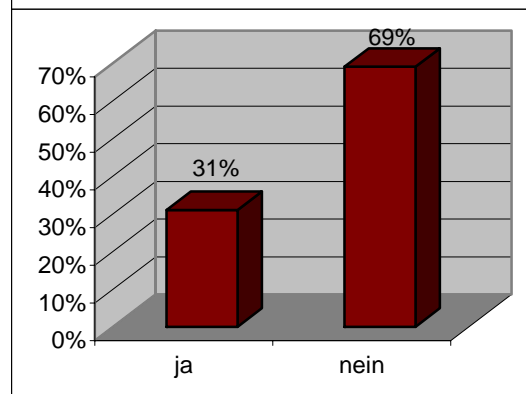
### 3.14 Öffentlichkeitsarbeit

86% der befragten Mentoring-Points besitzen eine projekteigene Website und haben Pressekontakte. Einen regelmäßigen Newsletter bieten 31% der evaluierten Mentoring-Points an. Von der Mehrheit der Mentoring-Programme (79%) wurde bereits in den Medien berichtet. Folgende Diagramme zeigen die Ergebnisse im Bereich Öffentlichkeitsarbeit:

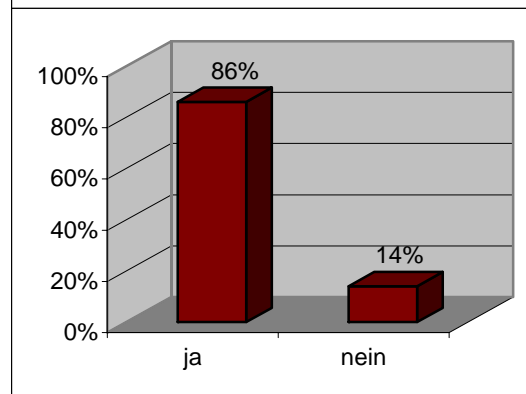
**Abbildung 12: Projekteigene Website**



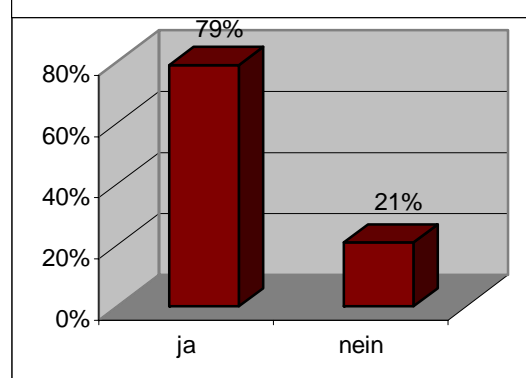
**Abbildung 13: Regelmäßige Newsletter**



**Abbildung 14: Pressekontakte**



**Abbildung 15: Berichte in den Medien**



## 3.15 Erfolge der Mentoring-Programme

### 3.15.1 Übernahme durch andere Institutionen

Rund die Hälfte der Mentoring-Points gibt an, dass ihr Mentoring-Programm bzw. wesentliche Teile des Konzepts von anderen Institutionen übernommen wurden. Als Institutionen, die das Programm übernommen haben, werden Banken, Universitäten, Öffentliche Einrichtungen, katholische Verbände, Gründungsprogramme, Privatunternehmen und Bildungseinrichtungen genannt.

**Tabelle 11: Übernahme durch andere Institutionen**

Übernahme	in Prozent
ja	52%
nein	48%

### 3.15.2 Öffentliche Anerkennung

Rund ein Viertel der befragten Mentoring-Points erhielt für seine Mentoring-Programme bereits öffentliche Anerkennung – insbesondere im Rahmen der Mentora-Verleihungen durch das Bundesministerium für Gesundheit und Frauen, aber auch weitere Auszeichnungen wie der „Woman Award“ oder „Taten statt Worte“ werden genannt.

**Tabelle 12: Öffentliche Anerkennung**

Anerkennung	in Prozent
ja	24%
nein	76%

### 3.15.3 Umsetzung von Ergebnissen

Die Mentoring-Points wurden gefragt, ob Ergebnisse der Mentoring-Programme bezüglich erforderlicher Rahmenbedingungen wie z.B.: entsprechende Angebote des AMS, staatliche Regelungen, Einrichtung von Anlaufstellen, Bildung von Plattformen etc. bereits umgesetzt wurden. 45% der Befragten bejahen diese Frage.

**Tabelle 13: Umsetzung von Ergebnissen**

Umsetzung von Ergebnissen	in Prozent
ja	45%
nein	55%

## 4. Zusammenfassung der Ergebnisse

Das „Frauen-Business-Mentoring-Programm“ des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen startete im Jänner 2004 mit der Intention, ein österreichweites Netzwerk von Mentoring-Points aufzubauen und Frauen im beruflichen Leben gezielt zu unterstützen und zu fördern. Die Evaluierung bestätigt in vielen Punkten, dass Mentoring eine äußerst effiziente Methode der Karriereförderung ist.

Die Evaluierung des Frauen-Business-Mentoring-Programms wurde auf Basis einer Befragung der Mentoring-Points durchgeführt. Von den 35 registrierten Mentoring-Points im Jahr 2004 und den 48 registrierten Mentoring-Points im Jahr 2005 wurden insgesamt 29 Fragebögen retourniert. Im Vergleich kam der größte Rücklauf an Fragebögen von Mentoring-Points aus der Steiermark (8 Fragebögen) und aus Wien (7 Fragebögen).

### **Kernaktivitäten**

Im Projektjahr 2004 ist es gelungen das Frauen-Business-Mentoring-Programm erfolgreich aufzubauen und zu etablieren. In Anknüpfung an das erste Jahr konnte das Programm im Projektjahr 2005 ausgebaut und erweitert werden. Die Kernaktivitäten sind:

1. Aufbau und Erweiterung der Mentoring-Plattform
2. Aufbau einer dauerhaften Kommunikationsschiene
3. Frauen-Business-Mentoring-Messen 2004 und 2005
4. Verleihung der Auszeichnung „Die Mentora 2004 und 2005“
5. Jeweils zwei Vernetzungstreffen 2004 und 2005
6. Öffentlichkeitsarbeit

### **Registrierte Mentoring-Points**

Ende 2005 waren insgesamt 48 Mentoring-Points beim Bundesministerium für Gesundheit und Frauen registriert. Mit der Beteiligung von acht internationalen Mentoring-Points ist der Schritt über die Grenzen gelungen.

### **Anzahl der Mentoring-Paare**

Die Anzahl der von den Mentoring-Points betreuten Mentoring-Paare ist in den Jahren 2004 und 2005 permanent angestiegen und erreichte Ende 2005 eine beachtliche Zahl von rund 1.200 Mentoring-Paaren.

### **Anzahl der Mentorinnen und Mentees**

2004 wurden – basierend auf Angaben einer Fragebogenerhebung seitens des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen – rund 1.050 Mentorinnen und Mentees von den registrierten Mentoring-Points betreut, 2005 stieg die Zahl auf rund 1.650. Diese Gesamtzahlen sowie der Anstieg im Ausmaß von rund 60% beweisen den Bedarf an Mentoring-Initiativen.

### **Zielgruppen und Schwerpunktsetzung**

Viele der befragten Mentoring-Points betreuen verschiedene Zielgruppen. Zu den Zielgruppen zählen Berufseinsteigerinnen, Wiedereinsteigerinnen, Berufsaufsteigerinnen und Gründerinnen bzw. Jungunternehmerinnen. Innerhalb der Zielgruppen ist die Gruppe der Frauen, die einen Berufsaufstieg anstreben, mit 40% am größten, gefolgt von den Gründerinnen bzw. Jungunternehmerinnen mit 27%. Berufseinsteigerinnen sind mit 13% vertreten und Wiedereinsteigerinnen mit 20%.

### **Branchen der Mentees**

Die Mehrheit der Mentees (36%) in den evaluierten Mentoring-Programmen stammt aus der Wirtschaft (Handel, Büro, Dienstleistung, Tourismus). Ein Viertel kommt aus dem IT-Bereich, 23% der Mentees stammen aus dem Bereich Bildung und Wissenschaft. Der Anteil der Mentees aus eher nicht traditionellen bzw. eher „frauenuntypischen“ Berufen ist gering: 6% aus der Branche Bank, Finanzen und Versicherungen und jeweils 5% aus der Technik und sonstigen Bereichen.

### **Branchen der Mentorinnen**

Wie bei den Mentees stammt auch bei den Mentorinnen ein Großteil aus dem Bereich Wirtschaft (29%), 30% stammen aus dem IT-Bereich. Ein Viertel der Mentorinnen ist in sonstigen Branchen tätig, hierzu zählen die Politik, die öffentliche Verwaltung, die Medien und der Bereich Soziales. Der Rest teilt sich auf die Bereiche Technik (4%) sowie Bank-, Finanz- und Versicherungswesen (3%) auf.

### **Reichweite der Mentoring-Points**

Die Mehrheit der Mentoring-Points ist sowohl auf Gemeinde- und Bezirksebene als auch auf Bundesländer-Ebene tätig. 21% sind auch im Ausland tätig. Genannt werden vor allem benachbarte Länder wie Deutschland, Ungarn oder Italien, aber auch Großbritannien und die USA (innerhalb des Konzerns).

### **Frauen-Business-Mentoring-Messen**

Das große Interesse an den Messen und die zahlreichen positiven Rückmeldungen unterstreichen den Erfolg der Veranstaltungen. Im Jahr 2004 nahmen 42 Aussteller/innen und 1.000 Besucher/innen teil, im Jahr 2005 beteiligten sich 50 Aussteller/innen und rund 1.500 Besucher/innen.

### **Verleihung der Auszeichnung Mentora**

Die Verleihung der Mentora durch Bundesministerin Maria Rauch-Kallat fand erstmals im November 2004 in Wien statt. Ausgezeichnet wurden 4 Mentoring-Points und 3 Mentoring-Paare. Im September 2005 fand die Verleihung unter der Schirmherrschaft von Landeshauptmann Waltraud Klasnic und der organisatorischen Leitung des Landes Steiermark in Graz statt. Dabei erhielten drei Mentoring-Paare und 7 Mentoring-Points, davon ein internationaler Mentoring-Point, eine Auszeichnung.

### **Vernetzungstreffen der Mentoring-Points**

In den Jahren 2004 und 2005 fanden jeweils zwei Vernetzungstreffen statt. Diese wurden von den registrierten Mentoring-Points gut angenommen und als Austausch-, Informations- und Vernetzungsplattform genutzt.

# Anhang

## Fragebogen 2004/2005

### Mentoring Point

Name des Mentoring Points:	
Straße, PLZ, Ort:	
Telefon:	
E-Mail:	Internet:

### Standort (Bitte ankreuzen)

<input type="checkbox"/>	Stadt
<input type="checkbox"/>	ländlicher Raum

### Mitarbeiter/innen (abgestellt für die Durchführung des Mentoring-Programms)

Anzahl	
vollbeschäftigt	
Teilzeit	
fest angestellt	
freie Dienstverträge	
ehrenamtlich	

### Kosten des Mentoring Programms:

#### Finanzierung des Mentoring Programms (Bitte ankreuzen und ausfüllen)

<input type="checkbox"/>	100%ige Finanzierung aus Eigenmitteln	
	<b>Kofinanzierungen:</b>	<b>Höhe in Prozent:</b>
<input type="checkbox"/>	EU-Mittel	
<input type="checkbox"/>	Bund, Land oder Gemeinde	
<input type="checkbox"/>	sonstige öffentliche Mittel (AMS etc.)	
<input type="checkbox"/>	Privatunternehmen	
Sonstige:		

### Fragen zum Mentoring Programm 2004/2005

Name des/r Mentoringprogramme/s:

Anzahl der in Evidenz gehaltenen Mentees 2004/2005:

Anzahl der in Evidenz gehaltenen Mentorinnen 2004/2005:

Anzahl der Mentoringpaare 2004/2005<sup>4</sup>:

#### Zielgruppe(n) 2004/2005 (Bitte ankreuzen)

<input type="checkbox"/>	Berufseinsteigerinnen
<input type="checkbox"/>	Wiedereinsteigerinnen
<input type="checkbox"/>	Berufsaufstieg
<input type="checkbox"/>	Jungunternehmerinnen, Gründerinnen

Gab es für 2004/2005 eine Schwerpunktsetzung innerhalb der Zielgruppe(n) (Bei mehr als einer Zielgruppe bitte ankreuzen)

<input type="checkbox"/>	Berufseinsteigerinnen
<input type="checkbox"/>	Wiedereinsteigerinnen
<input type="checkbox"/>	Berufsaufstieg
<input type="checkbox"/>	Jungunternehmerinnen, Gründerinnen

<sup>4</sup> Falls eine Mentorin mehrere Mentees betreut bitte angeben.



**Mentees 2004/2005**

Anzahl: ; Prozent:	Berufseinsteigerinnen
Anzahl: ; Prozent:	Wiedereinsteigerinnen
Anzahl: ; Prozent:	Berufsaufstieg
Anzahl: ; Prozent:	Jungunternehmerinnen, Gründerinnen

**Branche/Mentee**

Anzahl: ; Prozent:	Wirtschaft (Handel, Büro, Dienstleistung, Tourismus etc.)
Anzahl: ; Prozent:	Banken, Finanzen, Versicherung
Anzahl: ; Prozent:	Technik (Metall, Elektro, Bau, Holz etc.)
Anzahl: ; Prozent:	IT-Berufe
Anzahl: ; Prozent:	Bildung, Wissenschaft (Schulen/ Universitäten/Aus- und Fortbildung etc.)
Sonstige:	

**Branche/Mentorin**

Anzahl: ; Prozent:	Wirtschaft (Handel, Büro, Dienstleistung, Tourismus etc.)
Anzahl: ; Prozent:	Banken, Finanzen, Versicherung
Anzahl: ; Prozent:	Technik (Metall, Elektro, Bau, Holz etc.)
Anzahl: ; Prozent:	IT-Berufe
Anzahl: ; Prozent:	Bildung, Wissenschaft (Schulen/ Universitäten/Aus- und Fortbildung etc.)
Sonstige:	

**Reichweite** (Bitte ankreuzen)

<input type="checkbox"/>	Gemeinde, Stadt
<input type="checkbox"/>	Bezirk
<input type="checkbox"/>	Bundesland
<input type="checkbox"/>	Bundesländer (bitte die Namen angeben)
<input type="checkbox"/>	Österreichweit
<input type="checkbox"/>	Ausland Wenn ja, welche Länder:

**Ausgestaltung des Mentoringprogramms bzw. der Leistungen des Mentoring Points 2004/2005** (Bitte ankreuzen bzw. ausfüllen)

<input type="checkbox"/>	Matchen der Mentoringpaare
<input type="checkbox"/>	Erarbeitung einer Zieldefinition für das Mentoringjahr mit den Mentoringpaaren
<input type="checkbox"/>	regelmäßiger Austausch mit den Mentoringpaaren bzw. Mentorinnen und Mentees <input type="checkbox"/> wöchentlich <input type="checkbox"/> monatlich <input type="checkbox"/> 1 bis 2 Mal während der Mentoringbeziehung <input type="checkbox"/> 3 bis 4 Mal während der Mentoringbeziehung
ja	Angebote zur Qualifizierung der Mentorinnen und Mentees Wenn ja, welche Qualifizierungsangebote:
<input type="checkbox"/>	Vernetzungstreffen
Sonstiges:	

**Dokumentation und Evaluierung des Mentoringprogramms 2004/2005** (Bitte ankreuzen bzw. ausfüllen)

Wurde eine Dokumentation des Mentoringprogramms durchgeführt?	ja
Wurde eine Evaluierung des Mentoringprogramms durchgeführt?	ja
Sind die Evaluierungsergebnisse abrufbar? Wenn ja, bitte um Angabe bei welcher Stelle die Evaluierungsergebnisse abrufbar sind:	ja

**Vernetzung 2004/2005** (Bitte ankreuzen bzw. ausfüllen)

Existiert eine Vernetzung mit anderen Mentoring Points bzw. Mentoringinitiativen? Wenn ja, in welcher Form (z.B.: Informationsaustausch, Kooperation etc.):	ja
--	----

Ist die Mitgliedschaft der Mentorinnen in einem/Ihrem Netzwerk eine zwingende Voraussetzung?	ja
Ist die Einführung der Mentees in Netzwerke im Laufe des Mentoringjahres vorgesehen?	ja

**Auswirkungen 2004/2005** (Bitte ankreuzen bzw. ausfüllen)

Werden die Rückmeldungen der Mentorinnen und Mentees bzw. der Evaluierungsergebnisse (falls vorhanden) beim nächsten Durchgang des Mentoringsprogramms berücksichtigt?	ja
Werden relevante Rückmeldungen der Mentorinnen und Mentees bezüglich notwendiger Rahmenbedingungen an die dafür zuständigen Stellen weitergeleitet?	ja
Gab es auf Grund der Ergebnisse aus dem Mentoringprogramm weiterführende Aktivitäten? Wenn ja, welche:	ja

**Öffentlichkeitsarbeit 2004/2005** (Bitte ankreuzen bzw. ausfüllen)

Gibt es eine projekteigene Website? Wenn ja, bitte um Angabe der Internetadresse:	ja
Gibt es regelmäßige Newsletter? Wenn ja, bitte um Beilage der Newsletters 2005	ja
Gibt es Pressekontakte?	ja
Wurde über das Mentoringprogramm 2005 in den Medien berichtet? Wenn ja, bitte um Beilage der Artikel 2005	ja

**Erfolge des MentoringProgramms 2004/ 2005** (Bitte ankreuzen bzw. ausfüllen)

Wurde Ihr Mentoringprogramm bzw. wurden wesentliche Inhalte des Konzepts von anderen Organisationen/Institutionen übernommen? Wenn ja, von welchen Organisationen:	ja
Erhielt das Mentoringprogramm bereits öffentliche Anerkennung? Wenn ja, in welcher Form (z.B.: Preise, Auszeichnungen etc.):	ja
Wurden Ergebnisse des MentoringProgramms bezüglich erforderlicher Rahmenbedingungen bereits umgesetzt (z.B.: entsprechende Angebote des AMS, staatliche Regelungen, Einrichtung von Anlaufstellen, Bildung von Plattformen etc.)? Wenn ja, welche Ergebnisse:	ja

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verteilung der Mentoring-Points Stadt/Land	7
Abbildung 2: Regionale Verteilung der Mentoring-Points	10
Abbildung 3: Beschäftigungsverhältnisse der Mitarbeiter/innen	16
Abbildung 4: Kofinanzierung der Mentoring-Programme	17
Abbildung 5: Anzahl der betreuten Mentoring-Paare	18
Abbildung 6: Schwerpunktsetzung innerhalb der Zielgruppen	19
Abbildung 7: Zusammensetzung der Mentees	20
Abbildung 8: Branchen der Mentees	21
Abbildung 9: Branchen der Mentorinnen	21
Abbildung 10: Reichweite der Mentoring-Points	22
Abbildung 11: Regelmäßiger Austausch	23
Abbildung 12: Projekteigene Website	27
Abbildung 13: Regelmäßige Newsletter	27
Abbildung 14: Pressekontakte	27
Abbildung 15: Berichte in den Medien	27

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anzahl der retournierten Fragebögen	6
Tabelle 2: Rückläufe nach Standort	7
Tabelle 3: Anzahl der registrierten Mentoring-Points	9
Tabelle 4: Anzahl der Mentoring-Paare	10
Tabelle 5: Anzahl der Mentorinnen und Mentees	11
Tabelle 6: Aussteller/innen und Besucher/innen bei den Mentoring-Messen	12
Tabelle 7: Anzahl der Mentora-Preisträgerinnen	13
Tabelle 8: Regelmäßiger Austausch	23
Tabelle 9: Dokumentation der Mentoring-Programme	25
Tabelle 10: Evaluierung der Mentoring-Programme	25
Tabelle 11: Übernahme durch andere Institutionen	28
Tabelle 12: Öffentliche Anerkennung	28
Tabelle 13: Umsetzung von Ergebnissen	28

## **Impressum:**

### **Herausgeber, Medieninhaber und Hersteller:**

Bundesministerium für Gesundheit und Frauen, Abteilung II/1  
Franz Josefs-Kai 51, A-1010 Wien

**Für den Inhalt verantwortlich:** Dr. Vera Jauk

### **Autorin:**

Mag. Nadja Schönherr, Fa. Schönherr Management

E-Mail: [office@schoenherr-management.at](mailto:office@schoenherr-management.at)

Web: <http://www.schoenherr-management.at>

**Redaktion:** Bettina T. Kölbl

**Druck:** Bundesministerium für Gesundheit und Frauen,  
Radetzkystraße 2, A-1031 Wien

Diese Broschüre ist kostenlos beim Bundesministerium für  
Gesundheit und Frauen, Radetzkystraße 2, A-1031 Wien,  
erhältlich.

### **Bestellmöglichkeiten:**

Telefon: +43-1/711 00-4700, Fax: +43-1/715 58 30

E-Mail: [broschuerenservice.bmgf@bmgf.gv.at](mailto:broschuerenservice.bmgf@bmgf.gv.at)

Internet: <http://www.bmgf.gv.at>

**Bestelltelefon:  
01/711 00-4700**