

Inhalt

Vorwort von <i>Rita Süßmuth</i>	7
Einleitung: Frauen – die neuen Lieblinge der Wirtschaft? von <i>Christa van Winsen</i>	9
Ein gemeinsamer Weg, doch unterschiedliche Ziele (Die Leonberger Bausparkasse) von <i>Sibylle Thelen</i>	33
Workshops als Keimzelle der Bewegung (Die Zigarettenfabrik Reemtsma) von <i>Ulla Plog</i>	39
Frauenförderung in Massen – Wir wollen die Frauen nicht zu ihrem Glück zwingen (Die Firma Ludwig-Schokolade) von <i>Sigrid Latka-Jöhring</i>	47
Selbstbewußtsein vor und hinter dem Bankschalter (Die Deutsche Bank Berlin) von <i>Suse Weidenbach-Janositz</i>	55
Erfolgreich mit dem Programm „Eltern und Kind“ (Die BASF-Ludwigshafen) von <i>Christa van Winsen</i>	67
Konsequente, familienfreundliche Personalpolitik (Das Kaufhaus Ludwig Beck, München) von <i>Annemarie Gerzer</i>	79

Die Mädchen im Blaumann (Die Automobilfirma Audi AG, Ingolstadt) <i>von Lilo Solcher</i>	92
Eine der besten Frauenbeauftragten ist ein Mann (Die Firma Messerschmidt-Bölkow-Blohm, Ottobrunn b. München) <i>von Dagmar Deckstein</i>	103
Eine Zeitschrift auf der Suche nach kleinen Firmen mit Sinn für Familie (Brigitte und die Initiative „Kind und Beruf“) <i>von Kirsten Hartmann</i>	116
Der Glanz der Gleichheit ist noch nicht makellos (Frauenförderpolitik in Schweden) <i>von Gisela Pettersson</i>	124
So schnell wird Dornröschen nicht wachgeküßt (Die Schweizer Initiative, „Taten statt Worte“) <i>von Irmgard Locher</i>	132
Baby im Arm, Aktentasche in der Hand (Die lautlose Familien- und Firmenrevolution in den Vereinigten Staaten) <i>von Ingrid Sulich</i>	139

Anhang

Lesenswertes zum Thema: Eine Auswahlbibliographie . . .	145
Kurzbiographien der Autorinnen	148
Adressenliste	151