

Unternehmen für Mädchen

Angebot für technische Unternehmen, die mehr Mädchen für eine Lehrausbildung begeistern wollen.

Background für das Beratungsangebot für Unternehmen

Seit Jahren ein Thema: mehr Mädchen in technische Berufsausbildungen.

- Noch immer absolviert knapp die Hälfte aller Mädchen eine Lehre in den drei „üblichen“ Berufen.
- Es gibt eine Reihe von Studien, die das unterschiedliche Berufswahlverhalten von Mädchen und Burschen untersuchten, eine große Anzahl von Veröffentlichungen und Projekten beschreibt, was Mädchen bei der Berufswahl wichtig ist.
- Viele Einrichtungen, Organisationen, Bildungsstätten bemühen sich, Mädchen und Frauen für die sogenannten „nicht-traditionellen“ Berufe zu motivieren – der Erfolg zeigt sich in winzigen Schritten.

Warum? Weil rund um die Berufswahl eine ganze Reihe von Umweltdeterminanten, Selbst- und Fremdzuschreibungen, Lernerfahrungen wirksam sind. Weil Mädchen und Burschen daher (noch immer) andere Bedingungen vorfinden, falls sie sich für einen technischen Beruf interessieren.

Unser Zugang fokussiert auf die Unternehmen. Wie kann sich das Unternehmen nach außen darstellen, damit Mädchen, deren Eltern und LehrerInnen ihre Bilder verändern? In unserem Zugang konzentrieren wir uns nicht so sehr auf die vermeintliche Unterschiedlichkeit der Geschlechter, wir haben nicht so vordergründig Mädchen als Mädchen im Auge, sondern reflektieren gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden die eigenen (oft unbewussten) WahrnehmungsfILTER und Botschaften.

Was reproduziert in Worten und Bildern (unbewusst) die Vorstellung, dass Jugendliche männlichen Geschlechts per se mehr Eignung für alle technischen Berufe mitbringen?

Warum denken trotz Digitalisierungszeitalter und Industrie 4.0 so viele Menschen bei technischen Lehrberufen noch immer vorrangig an Berufe, die nur für schwerstarbeitende Muskelprotze geeignet sind?

Wir unterstützen dabei, eine Unternehmenskultur zu entwickeln, die längst überkommene „männliche“ Zuschreibungen an technische Lehrberufe nicht reproduziert und damit die Attraktivität nicht auf eine kleine Gruppe von jungen Menschen einschränkt.

Warum zeigt sich bei Mädchen, die eine technische Lehre absolvieren, die tiefe Überzeugung, besser sein zu müssen, „es“ beweisen zu müssen oder gar die Tendenz, sich möglichst „unweiblich“ darzustellen?

Wir unterstützen dabei, eine Unternehmenskultur zu entwickeln, die nicht das Geschlecht der MitarbeiterInnen im Auge hat sondern über die eigenen Annahmen bezüglich der Eignungen, Lebenskonzepte und Bedürfnisse der Geschlechter nachdenkt.

Was wirkt, dass so viele Mädchen, die bei einem Betriebsbesuch oder sogar schnuppern waren letztendlich entscheiden, sich nicht um eine Lehrstelle im technischen Unternehmen zu bewerben?

Wir unterstützen dabei, eine Unternehmenskultur zu entwickeln, die Mädchen und Burschen gleichermaßen zeigt, dass sie gewünscht sind und Eltern davon überzeugen kann, dass eine berufliche Zukunft im Unternehmen für ihre Töchter und Söhne gleichermaßen wünschenswert ist.

Welche Faktoren und Einflüsse die Mädchen lassen immer noch glauben, sie seien für geeigneter für Pflegeberufe als für technische Berufe, obwohl dort schwer gehoben, nachts gearbeitet wird und viel „Schmutz“ zum Berufsalltag gehört.

Wir unterstützen dabei, eine Unternehmenskultur zu entwickeln, die der Tatsache Rechnung trägt, dass Ausbilder in der Praxis längst wahrnehmen, dass bei ihren Auszubildenden weniger das Geschlecht als Engagement, Neugierde, Lernbereitschaft oder andere Eigenschaften für gute Leistungen ausschlaggebend sind.

Mädchenfreundliche Unternehmenskultur als Beitrag zum „guten Ruf“ des Unternehmens

Wer aus den besten LehrinteressentInnen wählen will, sollte als eines der besten Unternehmen gelten. Von einem Unternehmen mit einem „guten Ruf“ wird oftmals nicht nur eine gute Ausbildung erwartet, sondern auch das Eröffnen von zukünftigen beruflichen Möglichkeiten. Ob ein Unternehmen einen „guten Ruf“ hat oder nicht beeinflusst die Entscheidung, ob dort eine Lehrausbildung angestrebt wird ganz eindeutig.

Einen nachweislichen Vorteil haben Unternehmen, die bereits auf ein positives Image verweisen können. Da dieses nur auf der Basis einer tatsächlich vorhandenen Qualität und einer entsprechenden Kultur glaubwürdig vermittelt werden kann, ist es sinnvoll, die Qualitäten des Unternehmens und seine Kultur immer wieder zu überprüfen und gegebenenfalls weiterzuentwickeln.

Ein Angebot für mädchenfreundliche Technikunternehmen

Das Angebot „Unternehmen für Mädchen“ wendet sich an Unternehmen, die davon überzeugt sind, dass es sinnvoll ist, verstärkt Mädchen für eine Lehre anzusprechen und die auch bei Mädchen einen „guten Ruf“ haben wollen. Kurz gesagt: Unternehmen die aus 100% geeigneter BewerberInnen wählen wollen. Die Erfahrung zeigt, dass solche Unternehmen ohnehin einiges in die Entwicklung einer mädchenfreundlichen Unternehmenskultur investieren.

„Unternehmen für Mädchen“ ist ein Beratungsangebot, das diese Unternehmen einen Schritt weiter bringt. Die Kommunikation nach außen ist häufig ein sensibler Punkt. Auch sehr umsichtige MitarbeiterInnen können manche Wirkungen übersehen. „Unternehmen für Mädchen“ gibt Feedback zur Kommunikation nach außen und gibt Hinweise darauf, wie sich diese Kommunikation und die permanente interne Weiterentwicklung einer mädchenfreundlichen Unternehmenskultur gegenseitig befruchten können.

Was wir analysieren

Website

Wir analysieren die Bilder und die Sprache auf Ihrer Website, Ihre Blogartikel, die Art und Weise, wie die Berufe, die in Ihrem Unternehmen erlernt werden können, dargestellt werden. Wie werden die Voraussetzungen dargestellt? Worauf kommt es an? Wie steht es um die Karrieremöglichkeiten? Und vor allem: Wie könnten die verwendeten Bilder und Botschaften auf Mädchen wirken?

Präsentationen

Unternehmen präsentieren sich häufig in Schulen (vornehmlich Polytechnische Schulen und NMS) um dort zukünftige Lehrlinge zu akquirieren. Die verwendeten Präsentationen werden auf ihre Gleichstellungsorientierung überprüft. Häufig ist es beispielsweise nicht ausreichend, in den Präsentationen Burschen und Mädchen zu darzustellen (dies trifft auch auf die Folder zu). Besser wäre es, Werthaltungen der Mädchen anzusprechen.

Folder, Videos, Plakate

„Wir haben jetzt auch Mädchen auf unseren Plakaten!“ ist eines der stolzen Statements, das wir zunehmend hören, weil Unternehmen wissen, dass sie Mädchen nur ansprechen können, wenn sich diese auch abgebildet sehen. Nicht immer macht man sich allerdings um die Bildersprache und über die implizierten Botschaften Gedanken. Dazu bekommen Sie Anregungen.

Sonstige Medien

Inserate werden häufig genutzt, um in der heißen Phase der Lehrstellensuche Jugendliche anzusprechen. Begriffe wie „technisches Verständnis“ werden fast immer als Voraussetzung für eine Lehre genannt. Dieser Begriff z.B. ist mit wenig Inhalt gefüllt und jede/r versteht etwas anderes darunter. Er grenzt auch unbewusst aus, da Mädchen praktisch nie von sich sagen würden, dass sie technisches Verständnis mitbringen. Es ist ein Begriff für Burschen. Dazu geben wir Ihnen Feedback.

Nach welchen Gesichtspunkten wir analysieren:

Sprache

Es geht nicht nur darum, dass – selbstverständlich - männliche und weibliche Formen verwendet werden müssen. Sprache erzeugt Bilder im Kopf und sie ruft über Assoziationen und Konnotationen starke Emotionen hervor, deren Wirkungsweise oft im Unbewussten liegt. Wir analysieren Ihre Falter, Blogs, Webseiten und Annoncen, damit die von Ihnen verwendete Sprache in den Materialien der Öffentlichkeitsarbeit Ihre mädchenfreundliche Unternehmenskultur auch tatsächlich zum Ausdruck bringt.

Bilder/Fotos

Unternehmen sind gut beraten, wenn sie – gerade in der Kommunikation mit jungen Menschen – auf starke Bilder und Fotos setzen. GrafikerInnen und FotografInnen sind dafür verantwortlich, dass die Bildsprache stimmt. Wir schauen uns die von Ihnen verwendeten Fotos in Bezug darauf an, wie sie auf Mädchen wirken, welche Sehnsüchte und Ängste sie gerade bei Mädchen ansprechen, und ob die Bilder ausdrücken, dass man ihnen im Unternehmen gleich viel zutraut wie den Burschen.

Darstellung des Sinns im Beruf: Wozu?

Die Höhe des Gehaltes ist für Mädchen offensichtlich nicht der entscheidende Faktor in der Berufswahl. Wie sonst könnte man erklären, dass sich um die 50% der Mädchen für die drei am schlechtesten bezahlten Berufe entscheiden? Unsere Analysen haben gezeigt, dass für Mädchen der Sinn der Arbeit entscheidend ist: Was ändert meine Arbeit? Wer hat etwas davon? Wie schnell sehe ich die Ergebnisse meiner Tätigkeit? Das bedeutet etwa für die Darstellung des Berufsbildes, dass eine Auflistung der Tätigkeiten für Mädchen kaum attraktiv ist. Besser wäre es, mit dem Ergebnis zu beginnen.

Beschreibung der notwendigen Fähigkeiten

Viele Websites und Falter sagen zu wenig über die Voraussetzungen aus, die man für eine bestimmte Lehre mitbringen muss. Dies betrifft Burschen und Mädchen. „Technisches Verständnis“ wird Burschen selbstverständlich zugeschrieben, Mädchen nicht. Es spielt dabei keine Rolle, dass keine Klarheit besteht, was damit überhaupt gemeint ist. AusbilderInnen verstehen darunter „mathematisches Verständnis“, mit dem Schraubenschlüssel umgehen können“, „wissen, was TDI bedeutet“, und vieles andere. Wir haben Ideen, wie Sie die notwendigen Fähigkeiten klarer darstellen.

Möglichkeiten der Weiterentwicklung, Karriere

Werde ich nach der Lehre übernommen? Kann ich Lehre mit Matura machen? Gibt es Beispiele für MitarbeiterInnen, die eine Lehre gemacht haben und es bis in führende Positionen geschafft haben? Fragen wie diese beschäftigen viele Jugendlichen. Für Mädchen kommt noch eine Frage dazu: „Gilt das auch für mich als Frau?“ Hier geht es auch darum, wie Sie in der Öffentlichkeitsarbeit Karrierewege für Frauen darstellen. Ähnlich wie bei der Akquisition ist es wichtig darauf hinzuweisen, dass das eine Lehre in Ihrem Unternehmen Karrierechancen speziell auch für Mädchen bietet.

Darstellung der Tätigkeiten im Beruf

Warum nicht einen weiblichen KFZ-Lehrling mit lackierten Fingernägeln darstellen? Technische Berufe sind nicht dreckiger oder körperlich anstrengender als beispielsweise Pflegeberufe. Und es stimmt auch nicht, dass alle Burschen allein einen LKW-Reifen wechseln können. Natürlich bringen realitätsferne Darstellungen nichts, aber gerade in Bezug auf die Tätigkeiten in technischen Lehrberufen werden Geschlechterstereotypen intensiv kommuniziert. Wir geben Ihnen ein Feedback, wie Sie die Tätigkeiten realistisch und doch ohne Stereotypen darstellen können.

Entlohnung

Interviews haben gezeigt – und hier besteht ein kleiner Widerspruch zur Behauptung, dass das Gehalt für Mädchen kaum eine Rolle spielt – dass in den Faltern oder auf der Website klar ersichtlich sein soll, wieviel man als Lehrling verdienen kann, und wie hoch das Einstiegsgehalt nach der Lehre ist. Auch Fragen der Anerkennung der Leistung und in welcher Form dies kommuniziert wird, analysieren wir in diesem Zusammenhang. Mädchen brauchen nicht weniger Anerkennung als Burschen, aber anders.

Sie erhalten von uns

Broschüre: Ergebnisse der Analyse

Wir erstellen eine Broschüre mit den Ergebnissen unserer Analyse nach den oben dargestellten Parametern.

Präsentation und Diskussion im Unternehmen

Besonders für die Lehrlingsausbildner, die HR Verantwortlichen und die MarketingexpertInnen kann unser Feedback relevant sein. Wir präsentieren die Ergebnisse der Analyse und diskutieren sie mit den internen ExpertInnen Ihres Unternehmens. Dadurch wird der Transfer der Ergebnisse auf die konkrete Weiterentwicklung des Unternehmens in Hinblick auf eine mädchenfreundliche Unternehmenskultur und wie diese nach außen kommuniziert wird unterstützt.

Empfehlungen

Empfehlungen werden nach der Diskussion im Unternehmen erstellt, damit unsere externe ExpertInnensicht durch die interne Perspektive entsprechend geerdet werden kann.

Workshop

Abgestimmt auf Ihr Unternehmen bieten wir abschließend einen Workshop für LehrlingsausbildnerInnen und alle, die die Lehrlingsausbildung in Ihrem Unternehmen auch nach außen kommunizieren, an.

- a. Arbeit mit Klischees: Was ist typisch Bub/typisch Mädchen?
- b. Kritische Reflexion von Voraussetzungen, die in Lehrstellenangeboten genannt werden.
- c. Theoretische Zusammenhänge: Begrifflichkeiten, Konzepte, systemisches Dreieck