



tu technische universität
dortmund

 **kompetenzzentrum**
TECHNIK • DIVERSITY • CHANCENGLEICHHEIT

Dokumentation des Workshops „Strategien für weiblichen Technicknachwuchs – Chancen für Netzwerke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft“

3. Dezember 2007
10:00 - 16:00 Uhr
Campus-Treff der Universität Dortmund

Veranstalter: Universität Dortmund und das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.
im Auftrag des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes
Nordrhein-Westfalen

Mit finanzieller Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen

Ministerium für Generationen,
Familie, Frauen und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen



Workshop – Dokumentation „Strategien für weiblichen Technicknachwuchs – Wirtschaft und Wissenschaft im Dialog“

Der Workshop fand am 3. Dezember 2007 im Campus Treff der Technischen Universität Dortmund statt. Veranstalter waren die Technische Universität Dortmund und das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. Bielefeld im Auftrag des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen.

Die in dieser Dokumentation enthaltenen Angaben wurden mit größter Sorgfalt zusammengestellt. Die Mitschrift der Gesamtdiskussion wurde redaktionell überarbeitet. Es kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass die eine oder andere Information auf irrtümlichen Angaben oder Mitschriften beruht oder bei Drucklegung bereits Änderungen eingetreten sind. Aus diesem Grund kann keine Gewähr und Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben übernommen werden.

Impressum

Herausgeber: Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

Redaktion: Daniela Kamp, Carola Ritterhoff, Anja Rudek

Koordination: Christina Haaf

Bielefeld, April 2008

© 2008 | **Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.**

Kontakt:

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.
www.kompetenzz.de

Christina Haaf
Wilhelm-Bertelsmann-Str. 10, 33602 Bielefeld
Tel.: +49 521 106-7349, Fax: +49 521 106-7171
eMail: haaf@kompetenzz.de

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	2
Ausgangslage	2
Der Workshop	3
<i>Begrüßung</i>	5
Prof. Dr. Eberhard Becker	5
Renate Schmitt-Hofemann	8
<i>Impulse</i>	10
„Strategieentwicklung aus der Studie „Zeit, dass sich was dreht – Technik ist auch weiblich!“	10
Gender- und Diversity-Marketing – (K)ein Konzept für Hochschulen	24
<i>Präsentationen und Diskussion: „Drop-out-Quoten reduzieren“: Erfolgreiche Projekte von Hochschulen und Unternehmen</i>	29
Kooperationsfeld 1: Mentoring	29
Mentoringkonzepte für Hochschule und Unternehmen	29
Präsentation der Technischen Universität Dortmund: Projekt <i>mentoring</i> ³	30
Präsentation der Universität Duisburg Essen: Strategien für den weiblichen Techniknachwuchs – Chancen für Netzwerke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft	34
Präsentation: Yolante – Young Ladies Network of Technology	45
Kurzstatement: „Plädoyer für die Persönlichkeit des Menschen“	51
Kooperationsfeld 2: Berufswege- und Karriereplanung	53
Erfolgreiche Beratungsangebote und Netzwerke für mehr Technikabsolventinnen in der Wirtschaft	53
Diskussion	55
Kooperationsfeld 3: Schlüsselkompetenzen	61
Wirksame Qualifizierungs- und Förderkonzepte von Hochschulen und Unternehmen	61
Präsentation der Ruhr-Universität Bochum: Berufsorientierung für Frauen in Ingenieur- und Naturwissenschaften - Von der Schülerin bis zur Postdoktorandin	63
Diskussion	68
<i>Ideenschmiede und Impulse: „Löcher in der Talent-Pipeline schließen“ - Innovative Strategien, Netzwerke und Projekte für den weiblichen Techniknachwuchs</i>	74
Zielgruppensensibel für Frauen agieren	75
Akteur Hochschule	75
Akteur Wirtschaft	77
Gemeinsame Aktivitäten von Hochschule, Wirtschaft und Bundesagentur für Arbeit	79
Wissen austauschen	80
Hochschule berät Wirtschaft	80
Wirtschaft berät Hochschule	81
Netzwerke verdichten	83
Weitere Kooperationsprojekte	84
<i>Ausblick</i>	86
<i>Coaching für Ingenieurinnen – zehn Freiheiten für Ingenieurinnen, die Erfolg im Beruf haben wollen</i>	87
<i>Literatur</i>	88
<i>Anlage 1: Programm</i>	89
<i>Anlage 2: TeilnehmerInnen</i>	91

Vorwort



Herzlich Willkommen

zu dem Workshop

„Strategien für den weiblichen Technicknachwuchs –
Chancen für Netzwerke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft“

am Montag, den 3. Dezember 2007
Campus Forum, Technische Universität Dortmund

Veranstalterinnen sind die Technische Universität Dortmund und
das Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V.

Der Workshop wird gefördert vom Ministerium für Generationen,
Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen

www.kompetenzz.de



Ausgangslage

Derzeit gehen Wissenschaft und Wirtschaft hervorragend ausgebildete Ingenieurinnen verloren. Und das, obwohl sich die Zahl der Absolventinnen ingenieurwissenschaftlicher Studienbereiche seit Jahren kontinuierlich positiv entwickelt: Im Zeitraum von 1999 bis 2005 stieg die Zahl der Absolventinnen in den Ingenieurwissenschaften bundesweit um 18 Prozent (1.318 Frauen). Im Maschinenbau stieg die Zahl der Absolventinnen in diesem Zeitraum um 50 Prozent. In der Elektrotechnik konnte sogar eine Verdopplung verzeichnet werden. Dennoch sind die absoluten Absolventinnenzahlen auf recht niedrigem Niveau. 2005 beendeten 2.501 Frauen ein Maschinenbaustudium. Die Elektrotechnik zählte 665 Absolventinnen. Eine Studie der HIS (Hochschul-Informationssystem GmbH) zum Thema Studienabbruchquoten in den Ingenieurwissenschaften aus dem Jahr 2005 macht deutlich: Durch eine Ver-

ringierung der Zahl der Abbrecherinnen und Abbrecher könnte die Zahl der Absolventinnen und Absolventen erheblich gesteigert werden. An den Fachhochschulen brechen ein Fünftel der Studierenden ihr Ingenieurstudium ab, an Universitäten sind es sogar über ein Drittel (37 Prozent). Betrachtet man diese Zahlen nach Frauen und Männern getrennt, liegen die Abbrecher-Quoten der Männer sogar noch über denen der Frauen (Fachhochschulen: Frauen 11 Prozent, Männer 21 Prozent / Universitäten: Frauen 28 Prozent, Männer 30 Prozent). In der Elektrotechnik brechen auch an den Fachhochschulen knapp ein Drittel der Studierenden ihr Studium vorzeitig ab.

Diese hohen Drop-Out Quoten setzen sich im Berufsleben fort. Nach der Analyse von Christa Revermann (*Christa Revermann (2005): Wo sind die Frauen in Wissenschaft und Technik?*) üben nach einem Studium der Ingenieurwissenschaften mehr als die Hälfte der Männer einen Ingenieurberuf aus, bei Frauen trifft dies nur auf etwas mehr als einem Drittel zu.

Die positive Entwicklung beispielsweise bei den Ingenieurabsolventinnen im Maschinenbau, deren Anteil in den letzten fünf Jahren von knapp 12 auf 17,2 Prozent angestiegen ist, spiegelt sich im Berufsleben nicht entsprechend wider.

Der Workshop

Der Workshop „Strategien für weiblichen Techniknachwuchs – Wirtschaft und Wissenschaft im Dialog“ fand am 3. Dezember 2007 im Campus Treff der Technischen Universität Dortmund statt. Veranstalter waren die Technische Universität Dortmund und das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. Bielefeld im Auftrag des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen. (Programm: Anlage 1)

Im Mittelpunkt des Workshops stand die geschlechtergerechte Ausgestaltung der Schnittstelle Hochschule – Beruf: Was kann getan werden, um Studentinnen frühzeitig konkrete Arbeitsmarktperspektiven zu vermitteln, ihre hohen Drop-Out Quoten zu verringern und ihre Chancen in der Wirtschaft zu verbessern?

Angestrebt wurde die Vernetzung der Akteure Hochschule und Wirtschaft sowie der Ausbau bereits erfolgreicher Formate und Kooperationen zwischen Wirtschaftsunternehmen und Hochschulen des Ruhrgebiets, um diese Ziele zu unterstützen.

An der Veranstaltung nahmen rund 60 Personalverantwortliche, Gender- und Diversity-Fachleute aus Hochschulen und Wirtschaft, Politik, Beratung und Arbeitsagenturen, Studierende, Absolventinnen und Absolventen und weitere am Thema interessierte Personen teil. (Teilnehmendenliste: Anlage 2).

Im ersten Teil wurden erfolgreiche Beispiele zur Verwirklichung einer geschlechtergerechten Hochschule im Bereich Frauen und Technik an den einzelnen Hochschulen im Ruhrgebiet und in einigen Wirtschaftsunternehmen präsentiert und diskutiert. Schwerpunkt des Workshops bildeten drei Kooperationsfelder:

Zum Themengebiet „*Mentoring*“ stellten Vertreterinnen regionaler Hochschulen und Universitäten sowie der Wirtschaft ihre erfolgreichen Mentoring-Projekte und Maßnahmen vor. Die Projekte zur Verbesserung der Beschäftigungschancen und zur Stärkung des Verbleibs von Absolventinnen technischer und naturwissenschaftlicher Studiengänge wurden anschließend diskutiert.

Im zweiten Kooperationsfeld „*Berufs- und Karriereplanung*“ kommentierten Wirtschafts- und Hochschulvertreterinnen und -vertreter diese Maßnahmen. Im Fokus stand die Frage, wie Karrieren in der Wirtschaft stärker in das Blickfeld der Absolventinnen technischer Studiengänge rücken könnten und welche Maßnahmen von Seiten der Hochschulen und der Wirtschaft erfolgversprechend sein könnten.

Die dritte moderierte Diskussionsrunde beschäftigte sich mit dem Thema „*Schlüsselkompetenzen*“ – Wirksame Qualifizierungs- und Förderkonzepte von Hochschulen und Unternehmen. Hier lag der Fokus stärker auf der Unternehmensseite. Beleuchtet wurde, welche Werte und Sichtweisen die Einstellungsverfahren und Karriereverläufe in Unternehmen prägen.

Im zweiten Teil stand im moderierten Forum „*Ideenschmiede - Frauen in die Technik-Jobs der Zukunft*“ die gemeinsame Entwicklung von künftigen Konzepten im Vordergrund. Überlegungen und Ideen der Teilnehmenden und Referentinnen und Referenten wurden ausgetauscht und die Chancen für ihre Weiterentwicklung ausgelotet. Möglichkeiten neuer Strategien und Kooperationen im Bereich der Wirtschaft wurden abgefragt sowie Anknüpfungspunkte für gemeinsame Aktivitäten sondiert und gefunden. Die Ideen und Handlungsvorschläge im Einzelnen werden den Handlungsfeldern "Zielgruppensensibel für Frauen agieren", "Wissen austauschen" und "Netzwerke verdichten" zugeordnet.

Zum Abschluss referierte Moderatorin Sabine Asgodom zum Thema „*Coaching für Ingenieurinnen – Zehn Freiheiten für Ingenieurinnen, die Erfolg im Beruf haben wollen!*“. In unterhaltlicher Form bestärkte sie die Frauen, ihre eigenen Stärken zu erkennen und zu nutzen.

Begrüßung

Prof. Dr. Eberhard Becker

Prof. Dr. Eberhard Becker ist seit dem 30. April 2002 der sechste Rektor der Technischen Universität Dortmund. Der C4-Professor für Algebra wurde 1979 mit 36 Jahren an den Fachbereich Mathematik berufen. Der 1943 in Mecklenburg geborene *Wissenschaftler* hatte in Hamburg Mathematik und Physik studiert, dort 1972 promoviert und sich 1976 in Köln habilitiert. Der international tätige *Wissenschaftler* war beteiligt am Aufbau europäischer Forschungsnetze, leitete viele Jahre als geschäftsführender Herausgeber die "Mathematische Zeitschrift" und war 1995 Mitbegründer der Publikationsreihe "Algorithms and Computations in Mathematics". Ab 1999 warb er mit Kollegen aus Nachbaruniversitäten Dortmunds einen Forschungsverbund und ein Graduiertenkolleg zur mathematischen, informatischen und ingenieurwissenschaftlichen Behandlung des Themas "Datensicherheit" ein, mit Kontakten zu internationalen Wirtschaftsunternehmen. Im Jahr 2000 wählte ihn die Deutsche Forschungsgemeinschaft zum Fachgutachter für Mathematik. Becker gewann Leitungserfahrung unter anderem als Institutsleiter, zweimaliger Dekan und als Senatsmitglied. An der Entwicklung des fachübergreifenden Studiengangs Wirtschaftsmathematik war er maßgeblich beteiligt wie auch an der Ausarbeitung eines Bachelor- und Masterstudiengangs für Informatik und Mathematik als Beitrag zur Reform der Lehrerausbildung.



Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich begrüße Sie ganz herzlich an der TU Dortmund.

Das Thema, das Sie den Tag über verfolgen, und zwar auch mit vielen AkteurlInnen aus unterschiedlichen Bereichen, ist sehr wichtig – vor allem für eine Technische Universität, also eine Universität mit einem besonderen Profil in den naturwissenschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Fächern. Wenn sich nicht die Technischen Universitäten in besonderer Weise darum kümmern, und zwar mit dem Einsatz aller ihrer Fächer, dann wüsste ich nicht, welche Universitäten dies sonst tun sollten.

Es ist ein Anliegen und wir haben im letztjährigen Strategieprozess – von der Universität Dortmund zur Technischen Universität Dortmund - immer darauf geachtet, dass wir in dem Begriff „Technische Universität“ nicht nur eine ingenieurwissenschaftliche Betonung sehen, sondern dass wir immer den Schulterschluss mit den Sozialwissenschaften und Geisteswissenschaften suchen. Denn unser heutiges Thema benötigt ein synergetisches Vorgehen.

Es freut mich, dass verschiedenste Akteure anwesend sind – aus den Hochschulen, aus den Ministerien und auch aus der Wirtschaft. Denn es müssen viele an einem Strang ziehen, damit das gelingt, was wir alle wollen. Das was wir wollen ist, dass der Frauenanteil in diesen Fächern erhöht wird, was die Studienfächer angeht, aber nachher auch in den Berufssparten. Begabungsreserven sind bei den Frauen vorhanden. Diese werden in der Universität leider nicht immer adressiert. Und es sind Berufswünsche da, die nicht immer richtig rea-

lisiert werden können. Deshalb ist es sehr schön, dass wir heute alle Akteure an einen Tisch bekommen und nach Lösungen suchen.

Man sollte diese Thematik jedoch nicht nur auf Technik eingrenzen – ich würde lieber sagen: Naturwissenschaften und Ingenieurwissenschaften. Denn dies sind die Felder, die in den Studienfächern ineinander grenzen. Aber auch hinsichtlich der Berufschancen wird das Thema weiter gedacht werden müssen. Und man sieht auch, dass die Probleme nicht allein in den Ingenieurwissenschaften liegen, sondern auch in den Naturwissenschaften.

Es gibt an der Technischen Universität Dortmund ein sehr uneinheitliches Bild der Frauenbeteiligung in den Fächern. Die Situation an der Technischen Universität Dortmund sieht folgendermaßen aus: Die Universität hat zwischen 21.000 und 22.000 Studierende. Und davon sind - hier zähle ich die LehrerInnenausbildung nicht mit - knapp 5.000 weibliche Studierende in den Ingenieurwissenschaften, und fast 1.600 in den Naturwissenschaften, die Mathematik ist hinzugezählt.

Ich gehe also, da ich die LehrerInnenausbildung abgezogen habe, von einer Zahl von 15.000 Studierenden aus. Die Quote schlüsselt sich wie folgt auf: 35 Prozent der Studierenden in der Mathematik sind weiblich; 16 Prozent der Studierenden in der Physik; 40 Prozent der Chemie-Studierenden sind weiblich. Seit Jahr und Tag liegt der Frauenanteil in der chemischen Verfahrenstechnik bei 40 Prozent. Heute glaubt man das vielleicht dadurch zu verstehen, dass biologische Zweige mit aufgenommen wurden. Doch: Bereits zuvor lag die Frauenquote genauso hoch. 40 Prozent der Studierenden in der Raumplanung sind weiblich; 33 Prozent im Bauingenieurwesen - hier besteht eine Kopplung zwischen Bauingenieurwesen und Architektur in Dortmund.

Schlecht sieht es in der Elektrotechnik, Informatik und im Maschinenbau aus: Hier liegen wir bei zwischen zehn und zwölf Prozent Frauenanteil. Diese Fächer sind jedoch nicht gleichgültig in Bezug auf weiblichen Nachwuchs. Die Maschinenbaufakultät hat an vielen Förderprogrammen teilgenommen. Der Maschinenbau hat sehr aktiv um junge Frauen geworben – leider ohne großen Erfolg. Bei der Informatik ist die Situation ähnlich, jedoch ist sie noch weniger verständlich, denn es ist ein Fach ähnlich der Mathematik oder Statistik, wo es einen Frauenanteil von 30 bis 40 Prozent gibt. Wichtig ist es also, die Unterschiede in den einzelnen Fächern zu betrachten. Diese bedürfen einer Erklärung.

Ich habe nicht den Eindruck, vielleicht bis auf Bauingenieurwesen und Architektur, dass diese Problematik eine lokale Angelegenheit ist. Man wird sehr detailliert nachschauen müssen, warum das eine Fach für Frauen attraktiv ist und das andere Fach nicht. Es gibt hier an der Universität sehr aktive Frauen und Männer wie Frau Professor Metz-Göckel oder Frau Dr. Zimmermann, die sehr viel dafür tun, weiblichen Nachwuchs für technische und ingenieurwissenschaftliche Fächer nach Dortmund zu bekommen.

Es findet auch eine umgekehrte Entwicklung statt - in den Lehrämtern einiger Fächer gibt es nur noch Frauen. Es findet eine totale weibliche Sozialisation statt.

Ich freue mich, dass hier bei dieser Tagung auch Wirtschaftsvertreterinnen und -vertreter anwesend sind. Denn auch Unternehmen müssen attraktiv sein für Berufsbilder und auch für Lebensbedingungen. Ein wichtiger Partner in diesem Geschäft ist die aufnehmende Industrie – das, was sie anbieten kann. Ein wichtiger Aspekt in dieser Diskussion, der nicht unterschätzt werden darf, ist die Frage: Wie sieht die Lebensplanung aus?

Wenn ich die weibliche Sozialisation in den Lehramtsberufen sehe, ist auch da die antizipierte Lebenswirklichkeit nach dem Studium ausschlaggebend. Deshalb ist es sehr schön, dass nun alle ihre Kompetenzen mit einbringen, um in den Studienfächern und Berufen etwas mehr Geschlechtergerechtigkeit voranzubringen.

Heute Abend sollen Sie nicht nur einsichtiger sein; es wäre schön, wenn Sie sich auch die richtigen Aktionen ausdenken, um das zu ändern, was wir alle beklagen.

Ich wünsche einen erfolgreichen Tag.

Renate Schmitt-Hofemann

Renate Schmitt-Hofemann ist Leiterin des Referats Berufliche Bildung und Strukturpolitik im Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen.



Sehr geehrte Damen und Herren,

wir brauchen mehr Frauen in Naturwissenschaft und Technik. Darüber besteht in diesem Kreis sicherlich Einigkeit. Die Frage ist nur: Was kann wo von wem und wann getan werden, um dieses Ziel zu unterstützen?

Grundsätzlich gilt, je früher technische Bildung einsetzt, umso besser.

Am besten also bereits im Kindergarten. Mädchen, die heute den Kindergarten besuchen, stehen dem Arbeitsmarkt aber erst in etwa zwanzig Jahren zur Verfügung. So lange wollen wir nicht warten. Und so lange kann auch die Wirtschaft nicht warten. Junge Frauen brauchen deshalb möglichst sofort auf möglichst vielen Bildungsstufen Angebote, die sie für Technik motivieren.

Das Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration möchte dazu beitragen, dass sich Hochschulen und Betriebe gezielter und überzeugender um technisch begabte junge Frauen bemühen und ihnen auch den Anschluss vom Studium in den Betrieb erleichtern. In Unternehmen und Hochschulen wird sich entscheiden, in wie weit es gelingt, in näherer Zukunft die Potentiale von Frauen stärker für technische Berufe zu erschließen.

Die Hochschulen haben es im Wesentlichen selbst in der Hand, ihre Studiengänge so zu gestalten, dass junge Frauen stärker angesprochen werden. Sie haben es auch in der Hand, Rahmenbedingungen so zu verändern, dass mehr Studentinnen ihr Studium tatsächlich abschließen. Und schließlich können sie durch die Kooperation mit Betrieben jungen Frauen den Übergang vom Studium in den Beruf erleichtern.

Nach meiner Wahrnehmung müssten sich Hochschulen noch mehr an den Bedürfnissen junger Frauen orientieren. Es reicht nicht aus, junge Frauen für das Studium zu gewinnen, sondern entscheidend ist, sie auch zum Abschluss zu führen. Frauen äußern immer wieder den Wunsch nach mehr Kommunikation in der Hochschule und nach Interdisziplinarität. Eine Entwicklung der Studiengänge in diese Richtung käme im Übrigen auch Männern zugute. Denn: Kommunikationsfähigkeit und interdisziplinäres Denken sind doch genau die Anforderungen, die die Praxis an Ingenieurinnen und Ingenieure stellt.

Unternehmen haben viele Möglichkeiten, jungen Frauen zu zeigen, dass sie an ihnen interessiert sind und ihnen eine dauerhafte Perspektive bieten. Und es gibt heute bereits eine Reihe von positiven Ansätzen mit Potential zur Weiterentwicklung.

Frauen bringen im Betrieb häufig andere Ansätze in die Diskussion als Männer. Dies ist positiv für die Entwicklung der Unternehmenskultur, aber auch für die Entwicklung von neuen Produkten und Dienstleistungen.

Viele Betriebe haben die Vorteile von Vielseitigkeit ja schon erkannt. Aber es sind vor allem die Großen, die unter dem Markenzeichen "Diversity" Jüngere und Ältere, Deutsche und Migranten, Männer und Frauen so in Teams kombinieren, wie es für ihren Betriebszweck optimal ist. Der Diversity-Ansatz ist aber noch längst nicht zum Allgemeingut geworden.

Hinzu kommt, dass sich die Mehrzahl der Arbeitsplätze nicht in Großbetrieben, sondern in kleinen und mittleren Unternehmen befindet, die häufig gar keine Personalentwicklung betreiben. Diese Betriebe müssen dafür gewonnen werden, mehr Offenheit für junge Frauen zu entwickeln und ihre positive Haltung zur Beschäftigung von Frauen in technischen Berufen auch erkennbar zum Ausdruck zu bringen.

Junge Frauen brauchen Rollenvorbilder. Sie brauchen andere Frauen, die ihnen zeigen, wie Ingenieurinnen sein können. Mentoring-Programme, über die wir heute auch im Verlauf des Tages noch sprechen werden, können hierbei sehr hilfreich sein. Denn: In der Praxis gibt es sie einfach noch zu wenig: die Ingenieurin, mit der sich eine junge Frau identifizieren kann. Dies gilt sowohl für die Hochschule als auch für den Betrieb.

Deshalb wäre auch mehr Unterstützung durch die Medien und ihre virtuellen Welten hilfreich. Wann zieht die erste Ingenieurin in die Lindenstraße ein? Hoffentlich bald! Ich würde das sehr begrüßen, denn die Wirkung der Medien ist gar nicht zu unterschätzen. Ich möchte Ihnen hierzu ein Beispiel aus einem anderen Berufsfeld nennen. Seitdem Pathologen eine tragende Rolle in vielen Kriminalserien haben, hat dieses medizinische Berufsfeld einen bisher nie gekannten Zulauf erhalten. Vielleicht entwickeln sich in der Ideenschmiede am heutigen Nachmittag auch Ansätze, wie wir die Medien stärker für unser Anliegen gewinnen können.

Es ist noch viel zu tun: in Schulen und Hochschulen, in den Betrieben und im öffentlichen Bewusstsein. Aber wir fangen nicht bei Null an. Frau Professor Schwarze wird gleich einige Ergebnisse aus der Studie "Zeit, dass sich was dreht - Technik ist auch weiblich" vortragen, die das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit in diesem Jahr durchgeführt hat. Ziel der Untersuchung war eine Bestandsaufnahme von guter Praxis in der Technikförderung junger Frauen und Ansätze zu ihrer Weiterentwicklung.

Vom heutigen Tag erhoffe ich mir einen anregenden Austausch, viele neue Ideen und Impulse für die weitere Arbeit. Ich mache jetzt Platz für das dichte Programm, das wir uns vorgenommen haben und wünsche uns für die Tagung einen erfolgreichen Verlauf.

Impulse

„Strategieentwicklung aus der Studie „Zeit, dass sich was dreht – Technik ist auch weiblich!“



**Prof. Barbara Schwarze, Vorsitzende Kompetenzzentrum Technik –
Diversity – Chancengleichheit e.V.**

Prof. Barbara Schwarze ist seit 2005 Vorsitzende des Kompetenzzentrums Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. Sie studierte Soziologie, Pädagogik und Psychologie an der Universität Bielefeld, ist darüber hinaus tätig als Gastprofessorin für Gender und Diversity in Ingenieurwissenschaften und Informatik, FH Osnabrück, und übernahm von 1999 bis 2005 die Geschäftsführung des Vorgängers des heutigen Kompetenzzentrums. Sie ist als Expertin und Gutachterin in nationalen und internationalen Kommissionen, Verbänden und Gremien tätig, hat zahlreiche Veröffentlichungen zu den Themen Ingenieurausbildung, Informationsgesellschaft, Studien- und Hochschulreform, Diversity und Frauen-Technik-Netzwerke herausgebracht. Sie ist Mitglied des Präsidiums der Initiative D21, dem Verbund von ca. 200 Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnikbranche.

Kontakt: schwarze@kompetenzz.de | Tel: 0521 - 106 7321

kompetenzzentrum
TECHNIK • DIVERSITY • CHANCENGLEICHHEIT

Strategieentwicklung aus der Studie
„Zeit, dass sich was dreht“
Technik ist auch weiblich!

Prof. Barbara Schwarze
Vorsitzende Kompetenzzentrum
Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V.

Universität Dortmund, Campus-Treff
Montag, den 3. Dezember 2007

www.kompetenzz.de

Ingenieurinnen sind vielfältig!



Irissa Ritzkova

Dipl.-Ing. M. Hagendorn, A. Steimer, A. Kofler-Vogt



© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 3

Junge Forscherinnen auch.....

**Viren helfen gegen Hautkrebs
Nervenschäden durch Chemotherapie früh erkennen
Heinemann-Förderpreise an zwei RUB-Forscherinnen**

Bochum, 08.12.2005
Nr. 394



Bochum, 31.10.2007
Nr. 321

**Knochen-dichte, Darmkrebs, Arbeitsgedächtnis, Beziehung Japan-USA
Vier junge Forscherinnen der RUB erhalten Stipendien
Preise der Wilhelm und Günter Esser Stiftung verliehen**



www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 4

Ingenieurinnen- und Naturwissenschaftlerinnen – größeres Potenzial als vielfach vermutet!

Ingenieurinnen:

Beispielsweise mehr als 10.000 Ingenieurinnen allein in 3 Organisationen
8.000 weibliche Mitglieder im VDI
1.250 weibliche Mitglieder im VDE
350 Ingenieurinnen bei dib e.V.

Naturwissenschaftlerinnen:

Und viele weitere Netzwerke der Informatikerinnen, Physikerinnen, Chemikerinnen, Mathematikerinnen, Bauingenieurinnen und Architektinnen,.....



www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

Gruppenbild Physikerinnentagung 2007

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 5

Kennzeichen NRW: zahlreiche Initiativen zur Motivierung von Schülerinnen für Technik mit gutem Potenzial

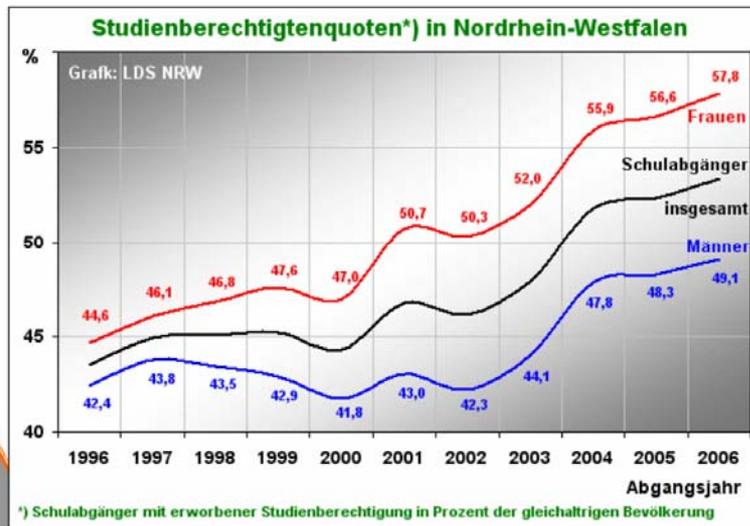
- Frauenprojektlabore, Roboter programmieren für Schülerinnen, Sommerhochschulen, Praktikumsdatenbank im Handwerk
.....
- Viel „push“, aber noch zu wenig „pull“ in Ausbildung
Studium und Beruf: Attraktivere technische Studiengänge und berufliche Karrieren!

www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 6

Studienberechtigtenquote NRW: starker Anstieg bei Frauen

2006 haben 58.000 junge Frauen und 51.000 junge Männer eine Studienberechtigung erworben.



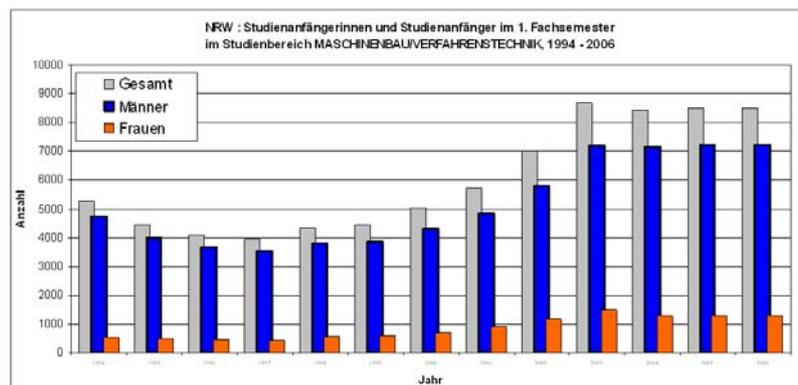
www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 7

Nach einer erfreulichen Zeit des Anstiegs bis 2003/4 – wieder sinkende Zahlen bundesweit und in NRW

Hochschulen NRW 2006

Ingenieurwissenschaften: Studienanfängerinnen 19 %
Maschinenbau: Studienanfängerinnen 15 %
 Elektrotechnik: Studienanfängerinnen 9 %



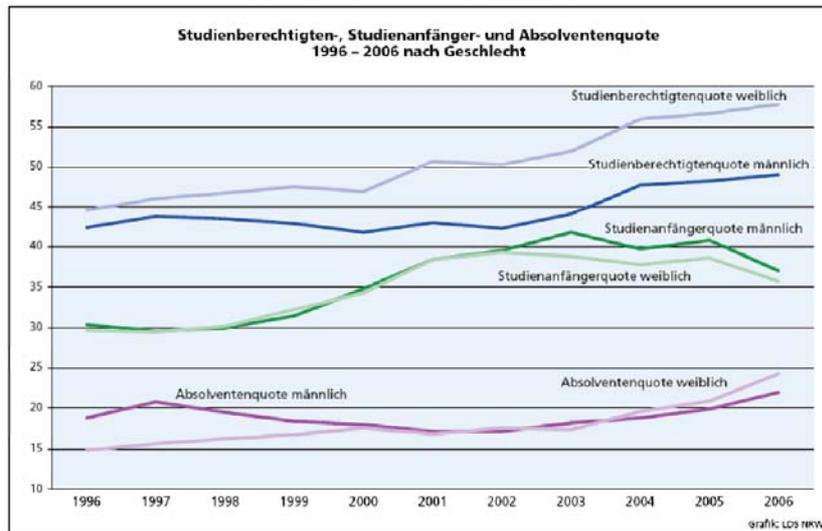
www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 8

Aktuellen Anstieg der Absolventinnenzahl nutzen!

Quelle: LDS NRW Statistische Studien und Analysen, Band 47

Akademikerpotenzial noch nicht ausgeschöpft



www.k
Barbar

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 9

Stärkung der Innovationskraft - mit Frauen!

Innovationsindikator 2007 von Telekomstiftung und BDI:

Bei der Partizipation von Frauen am Innovationsprozess hinkt die Bundesrepublik den führenden skandinavischen Ländern weit hinterher.

Dieses Defizit zeigt sich auf verschiedenen Feldern, von den Einstellungen der Deutschen zu einer gleichberechtigten Teilhabe über den Anteil qualifizierter Mitarbeiterinnen in Wissenschaft, Unternehmen und Politik bis hin zu Einkommensunterschieden von Frauen und Männern.

www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 10

Studie „Zeit, dass sich was dreht“ - Technik ist auch weiblich!



„Zeit, dass sich was dreht“ – Technik ist auch weiblich!

Studie des Kompetenzzentrums
Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

im Auftrag des
Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen

August 2007

Mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union und des Landes
Nordrhein-Westfalen



Ministerium für Generationen,
Familie, Frauen und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen



www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 11

Studie „Zeit, dass sich was dreht“ - Erhebungsmethoden

Abbildung 9: Erhebungsmethoden



www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 12

Studie „Zeit, dass sich was dreht“ - Technik ist auch weiblich! (2)

Die Studie zeigt eine **Bestandsaufnahme von Projekten**, die sich entlang der Bildungskette vom Kindergarten über Schule, Ausbildung, Studium und Beruf bis zur Forschung mit den Chancen von Frauen in Technik und Naturwissenschaften befassen.

Rechercheschwerpunkt war das Ruhrgebiet. Darüber hinaus wurden beispielhaft besonders innovative Projekte aus anderen Landesteilen Nordrhein-Westfalens oder dem Bundesgebiet aufgeführt.

Aus der Studie und ihren Empfehlungen heraus, wurden **Workshopkonzepte entwickelt**, die die bereits vorhandenen Konzepte und Projekte vorstellen und **Strategien für den weiblichen Nachwuchs** in Technik- und Naturwissenschaften in den Regionen entwickeln sollen.

Studie „Zeit, dass sich was dreht“ - Technik ist auch weiblich! (3)

Die Recherche der Projekte von Hochschulen des Ruhrgebiets ergab eine große Breite an Angeboten für Schülerinnen und Studentinnen bzw. auch Absolventinnen, insbesondere

- zum Übergang Schule/Hochschule und
- zur Stärkung des Verbleibs bzw. zur Vorbereitung auf eine weitere Karriere im Verlauf der wissenschaftlichen Laufbahn.

Stärken der Angebote sind

- Ein breites Angebot an Informationsmöglichkeiten über die Sommerhochschule, die Aktivitäten zum Girls' Day und das Frauenprojektlabor
- Mentoring auf allen Phasen der studentischen Laufbahn
- Stärkung der Wissenschaftskarriere

Ansätze für breiteren Fokus in der Studie angesprochen – Vorschläge zur Strategieentwicklung

- **Studieneingang**

Erfahrungen und didaktische Erkenntnisse aus der (technischen) Arbeit oder der Laborarbeit mit Schülerinnen und Studentinnen in die Fortbildung der eigenen Lehrenden einbringen (Handreichungen entwickeln)

Schul- und Schülerinnenkonzepte verbreitern (Frauenprojektorlabor)

Mentoring von Studentinnen für Schülerinnen verstärken, Kooperationen mit Schulen auf eine dauerhafte Basis bringen (wirksame Konzepte aufnehmen und umsetzen, Verträge schließen)

- Aktivitäten für Frauen in ein ganzheitliches Konzept bringen (Vorbilder TU München, RWTH Aachen)

Eigene Konzepte mehr kommunizieren - Vertrauen beim Nachwuchs schaffen!

Ansätze für breiteren Fokus in der Studie angesprochen – Vorschläge zur Strategieentwicklung

- **Studienverlauf und Studienabschluss**

Erfahrungen der Sommerhochschulen für Studentinnen und Absolventinnen in der Technik nutzen – berufstätige Ingenieurinnen und Naturwissenschaftlerinnen an die Hochschulen bringen (siehe Bremen)

- Mehr Kooperationen mit Unternehmen suchen (z.B. zu den Schlüsselqualifikationen) und in die eigenen Konzepte einbeziehen

- **Gemeinsam stark sein – eigenes Profil herausstellen**

Noch breitere Ruhrgebiets-Netzwerkbildung betreiben: eine Genderallianz der Universitätsallianz Metropole Ruhr entwickeln

Netzwerkbildung mit Netzwerken berufstätiger Ingenieurinnen, Naturwissenschaftlerinnen und Managerinnen in der Wirtschaft deutlich verstärken

Technik ohne hoch qualifizierte Frauen = Volkswirtschaftlicher Schaden

- Lt. aktueller Berechnung des Instituts der deutschen Wirtschaft gingen den Unternehmen in 2006 **etwa 18,5 Milliarden Euro** an Wertschöpfung durch den Nachwuchsmangel verloren*.
- Etwa drei Viertel dieses Wertschöpfungsverlustes gehen auf den harten Kern des Fachkräfteengpasses zurück.
- Besonders **stark betroffen** sind:
 - die unternehmensnahen Dienstleistungen
 - der DV-Sektor und der Bereich Forschung und Entwicklung

Quelle: Institut der Deutschen Wirtschaft: Wertschöpfungsverluste durch nicht besetzbare Stellen beruflich hochqualifizierter in der Bundesrepublik Deutschland. Köln, 18. Oktober 2007

Europäische Strukturfonds - ein Weg zum Ziel?

Chancen für Kooperationen in NRW – Mögliche Strategien

Mögliche Strategieentwicklung:

Wirtschaft, Hochschulen und Verbände/Vereine können neue Formen der Kooperation suchen, um die Beschäftigungsfähigkeit und die Beschäftigungschancen von Hochschulabsolventinnen in Technik und Naturwissenschaften zu stärken.

Kooperationen wie die „Universitätsallianz Metropole Ruhr“ können hierzu genutzt werden.

Die Europäischen Strukturfonds

Die Ausschreibung RegioCluster.NRW

www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 4

Europäische Strukturfonds in NRW

Quelle: M. Hennecke, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie NRW, 5/2006



Die europäischen Strukturfonds 2007 – 2013 und ihre Auswirkung auf NRW

Ziel	Rats-kompromiss	in MRD €	Schätzung für NRW in €
Konvergenz	81,7 %	251,3	
Regionale Wettbewerbsfähigkeit u. Beschäftigung	15,8 %	48,8	ESF: ca. 600 Mio. Euro EFRE: ca. 1,1 MRD €
Euro. Terr. Zusammenarbeit	2,44 %	7,5	ca. 45 Mio. €
Gesamt		307,6	
			ELER: ca. 250 Mio. €

ww
Ba

| Folie 5

Europäische Strukturfonds in NRW

Quelle: M. Hennecke, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie NRW, 5/2006

NRW Ziel 2-Programm 2007- 2013 (EFRE)

Stärkung der unternehmerischen Basis

- Finanzierungshilfen für KMU und Existenzgründungen
- Beratungshilfen für KMU und Existenzgründungen

Innovation und wissensbasierte Wirtschaft

- Innovation, Cluster- und Netzwerkförderung in der Wirtschaft
- Wirtschaftsnaher Technologie- und Forschungsinfrastrukturen
- Innovative Dienstleistungen
- Inter- u. intraregionale Kooperation

Nachhaltige Stadt- und Regionalentwicklung

- Integrierte Entwicklung städtischer Problemgebiete
- Beseitigung v. Entwicklungsengpässen insb. in industriell geprägten Regionen

Nachhaltige und umweltgerechte Entwicklung

Gleichstellung von Männern und Frauen und Nichtdiskriminierung

ziel2

W
B

6

Ausschreibung Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie

http://www.ziel2-nrw.de/docs/website/2007/news/2007/2007_11_07_Wettbewerb_RegioCluster.html

GESUCHT: Die besten Ideen für Cluster in den Regionen – „RegioCluster.NRW“

Mit dem Wettbewerb RegioCluster.NRW will die Landesregierung räumlich eher begrenzte Kooperationen, Netzwerke und kleinere Cluster unterstützen, um so ein günstiges Umfeld für Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit und ein Mehr an Arbeitsplätzen zu schaffen.



RegioCluster.NRW
Gesucht: Die besten Ideen für Cluster in den Regionen
Wettbewerbsaufruf

Ziel 2 Wettbewerbe der Innovationen

www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 7

Ausschreibung RegioCluster.NRW



EU-NRW Ziel-2 (EFRE) Förderwettbewerb „RegioCluster.NRW“ des Landes NRW

- Veröffentlicht am 07.11.2007
- Fünf Infoveranstaltungen im November 2007
- Ende der Einreichfrist für Wettbewerbsbeiträge 22. Februar 2008
- Projektauswahl Ende April 2008
- Bewilligungsverfahren beginnt am 5. Mai 2008

www.
Barbara

ETM
Projektträger
Energie-Technologie-Nachhaltigkeit

www.kompetenzzentrum-technik-diversity-chancengleichheit.de | Folie 8

Ausschreibung RegioCluster.NRW



Ausschreibung RegioCluster.NRW

Die Themen des Wettbewerbs

Projekt-Typ A beinhaltet Projekte und Konzepte, die unter anderem den Auf- und Ausbau von Cluster-Initiativen umfassen. Dazu zählt zum Beispiel die Entwicklung der Organisation, aber auch der Erfahrungsaustausch mit anderen Initiativen. Die Erarbeitung von Strategien sowie Maßnahmen zur Verbesserung von Wettbewerbs-, Innovations- und Beschäftigungsfähigkeit fallen ebenfalls unter diesen Typ.

Projekt-Typ B konzentriert sich auf die Realisierung bereits vorhandener Clusterkonzepte. Dazu gehören Maßnahmen der Forschung und Entwicklung sowie Infrastrukturvorhaben.

www.
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 9

Ausschreibung RegioCluster.NRW



Teilnahmeberechtigt sind, soweit sie ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen haben:

- kleine und mittlere Unternehmen (**KMU**) der gewerblichen Wirtschaft und freie Berufe,
- sonstige Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft,
- Einrichtungen der technologischen und wissenschaftlichen Infrastruktur, Gemeinschaftseinrichtungen der Wirtschaft und der Arbeitnehmer,
- **Universitäten**, Forschungseinrichtungen und Ingenieurbüros, (...)
- Kommunen und Kommunalverbände, juristische Personen, die steuerbegünstigte Zwecke verfolgen (...) sowie
- natürliche und juristische Personen, deren Geschäftstätigkeit nicht auf Gewinnerzielung ausgerichtet ist.

www.k
Barbar

10

Chancen für Kooperationen in NRW – Auch Unternehmen sollen an neuen Konzepten mitarbeiten

Indirekte Zielgruppenwerbung zum Studienabschluss*

Zielgruppenanalysen zeigen, dass – abhängig vom Karrierestatus – Eltern und Freunde, bei Studierenden auch ProfessorInnen, zu den Top-3 Einflussgrößen auf Karriereentscheidungen zählen.

Die Unternehmen können also durch die Ansprache des direkten Umfeldes indirekt die KandidatInnen selbst erreichen. Darin liegt eine Chance für die Unternehmen, in einem verstärkten Wettbewerb um Talente auf dem deutschen Arbeitsmarkt konkurrenzfähig zu bleiben.“

*) Quelle Monster 2007

www.kompetenzz.de
Barbara Schwarze

© 2007 | Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit e.V. | Folie 11



Absolventinnen ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge 2006

NRW **1.990** (Vorjahr 1.647)

Bund: 9.143

Absolventinnen Maschinenbau

NRW **523** (Vorjahr 395)

Bund: 2.891



Gender- und Diversity-Marketing – (K)ein Konzept für Hochschulen

Eva Kreienkamp

Eva Kreienkamp ist Diplom-Mathematikerin und Geschäftsführerin von FrischCo. Sie startete ihre Karriere 1989 bei Amadeus Reisebuchungssystem als Service Level Analyst im Rechenzentrum, wechselte 1991 zur Allianz AG und machte Management-Karriere in Versicherung und Asset Management in Vertrieb, Operations, Finanzen, Controlling und Betriebswirtschaftliche Beratung - deutschland- und europaweit. Sie war Finanzdirektorin der Berlinwasser Holding AG und Geschäftsführerin der BerliKomm und ist Initiatorin des Gender Marketing Kongresses. Sie hat sich schon vor ihrer Selbständigkeit ehrenamtlich in unterschiedlichen Organisationen für Gender Diversity Management eingesetzt. FrischCo ist ein Unternehmen mit Schwerpunkten in: Consulting, Finanzen & Controlling, Vertrieb, Gender- und Diversity-Marketing, Managed-Change, Private-Public-Partnership.

Kontakt: info@frischco.de | Tel. 030 - 48 49 61 63



Sehr geehrte Damen und Herren,

Gender- und Diversity-Management sind Themen, denen Hochschulen sich aus den Blickwinkeln Wirtschaft, Wissenschaft und Politik seit vielen Jahren widmen. Ich möchte das Thema Gender und Diversity aus der Sicht von Wirtschaft und Marketing betrachten und dabei die Rolle der Hochschulen erörtern. Theorie setze ich folglich voraus.

Was ist Gender-Marketing? In meinem Buch habe ich versucht, eine allgemeine Definition zu geben: „Gender-Marketing ist die Verbindung zwischen einem aufgebrochenen Geschlechterbild mit den daraus resultierenden Chancen und Herausforderungen marktseitig und dem Dialog mit den Kundinnen und Kunden sowie den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen unternehmensseitig. Diese Verknüpfung ermöglicht die Entwicklung, die Produktion und den Vertrieb von geschlechtersensiblen Produkten und Dienstleistungen.“

Im Hochschulkontext gibt es Aufgaben wie: „Frauen in mathematisch-naturwissenschaftlich-technische (genannt „MINT“) Studiengänge zu locken, sie bis zum Abschluss zu halten und dann auch noch in die Wirtschaft so zu vermitteln, das sie dort eine erfolgreiche Karriere durchlaufen können.“ Jetzt versuche ich die Definition mit dieser Aufgabe zu koppeln, um die Wichtigkeit und die Komplexität von genderbezogenem Marketing im Hochschulkontext deutlich zu machen.

Ich gebe zunächst ein Beispiel einer möglichen Synthese dieser beiden Ansätze an: mich selbst! Ich habe in den 1970iger Jahren in NRW ein neusprachliches Gymnasium besucht, in den 1980iger Jahren an der Ludwig-Maximilian-Universität in München Mathematik und Informatik studiert und dann fast 20 Jahre in Konzernen gearbeitet und dort Positionen in Fi-

nanzen, IT und Controlling bis ins Top-Management bekleidet. Nun verdiene ich mein Geld als Marketingexpertin mit den Schwerpunkten Gender und Diversity. Diese Schritte habe ich jeweils freudig und freiwillig gemacht und nun stelle ich mich der Herausforderung, zwischen allen Stühlen zu sitzen.

Für Hochschulen allerdings geht die Synthese zwischen Gender, Marketing und Hochschule nicht so leicht, denn:

- ⇒ Hochschulen fangen jetzt erst an, sich selber aktiv zu vermarkten.
- ⇒ Hochschulen besitzen eine hohe Gender-Kompetenz, aber vornehmlich in den Sprach- und Kulturwissenschaften.
- ⇒ Gender wird gesagt, aber Frauen sind gemeint.
- ⇒ Studierende wählen ihre Studienfächer gemäß derzeit herrschenden Geschlechterstereotypen aus.

Das heißt, Gender-Marketing mit dem Blick auf Geschlechtergerechtigkeit und aufgebrochene Geschlechterrollen scheint noch weit weg. Vor allem in dem Kontext, Frauen für Naturwissenschaften und Technik zu begeistern. Deshalb probiere ich jetzt ein paar Überlegungen aus, die den Fortgang der Geschlechtergerechtigkeit vielleicht positiv beeinflussen können.

Dazu zunächst zwei Grundannahmen über derzeitige Geschlechterkulturen:

- ⇒ Frauen sind prozessorientiert, deshalb haben sie eine hohe Affinität zu Bildungsprodukten.
- ⇒ Männer sind objektorientiert, deshalb sind sie gerne in einem technischen Umfeld zu finden.
- ⇒ Frauen sind netzwerkorientiert, deshalb sind ihnen Positionen nicht so wichtig wie Aufgaben.
- ⇒ Männer sind statusorientiert, deshalb wissen sie, dass Top-Positionen in der Wirtschaft ihnen Gestaltungsmacht geben können.

Diese Aussagen sind natürlich verallgemeinernd, aber sie sollen folgenden Punkt unterfüttern: Diese Annahmen wirken sich, so lange sie nicht Bestandteil einer allgemeinen (männlich und weiblich) besetzten Gesellschaftsreflexion sind, auf die Studienwahl und die Berufsentscheidung von Männern und Frauen aus. Das Problem „weiblicher Nachwuchs in Technik und Naturwissenschaften“ ist also strukturell und individuell anzugehen.

Die Wahl des Studienfachs wird jedoch nicht an der Hochschule vorbereitet, dort wird die Entscheidung umgesetzt, vielmehr wird die Entscheidung in den letzten Jahren des Gymnasiums getroffen. Hier werden allerdings schon geschlechterstereotyp die Leistungsfächer ausgesucht und selektiert nach Geschlecht – Jungs eher naturwissenschaftlich/technisch, Mädchen eher sprachlich/musisch. Das wäre nicht weiter schlimm, aber es wird auch eine ökonomische Bewertung durchgeführt. Für die ökonomische Bewertung der Studienfächer und -abschlüsse sorgt die Wirtschaft, und da ganz speziell die Marketing- und Kommunikati-

onsbereiche. Image von Berufen, Produkten, Karrieren, Dienstleistungen, Rollen von Männern und Frauen in der Werbung werden in durchgehend männlich besetzten Führungsriege der großen Konzerne nach außen getragen. Damit haben die weitgehend Gender-Studien-freien Wirtschaftswissenschaften als Ausbildungs- und Reflektionsort für die Wahrnehmung von Geschlechterkultur eine herausragende Rolle. Das soll heißen: Sie tragen zur Aufrechterhaltung der derzeitigen Geschlechterbilder mehr bei, als uns allen lieb sein kann. Hochschule ist der Lern- und Lehrort, in dem Geschlechterrollen also individuell manifest und strukturell manifestiert werden, unterstützt durch die beiden Effekte:

- ⇒ die Wahl des Studienfachs geschieht woanders und zu einem früheren Zeitpunkt (beeinflusst durch Schule, Elternhaus, FreundInnen)
- ⇒ der ökonomische Wert wird durch andere definiert (vor allem durch WirtschaftsakteurInnen)

Deshalb ist die Bewertung der Studienwahl von Frauen und Männern in den mathematisch-naturwissenschaftlich-technischen Fächern unterschiedlich und wird derzeit von Hochschulen bei der Vermarktung dieser Fächer kaum wahrnehmbar berücksichtigt.

Bewertung für Männer:

- ⇒ Sie erhöhen ihren Marktwert bei einem erfolgreichen Abschluss.
- ⇒ Sie gehören zu einer raren und gesuchten Spezies in der Wirtschaft.
- ⇒ Sie können mit einer positiven gehaltlichen und laufbahnmäßigen Entwicklung rechnen.
- ⇒ Sie manifestieren in gewisser Weise ihre männliche Identität.

Diese Bewertung ist durchweg positiv, ökonomisch und marketingtechnisch ausgedrückt: Sie sind ein knappes und begehrtes Gut.

Bewertung für Frauen:

- ⇒ Sie werden mit Fragen zu ihrem Geschlecht in Bezug auf ihre intellektuellen Fähigkeiten konfrontiert.
- ⇒ Sie reduzieren die Anzahl ihrer potenziellen Partner oder Partnerinnen durch offensichtlichen Ausweis von Intelligenz.
- ⇒ Sie müssen ihre Fächerwahl rechtfertigen, sind doch andere als diese weiblich konnotiert.
- ⇒ Sie sind nach wie vor Eindringlinge in eine Bastion positiv besetzter Männlichkeit.

Diese Bewertung ist ausgesprochen ambivalent. Ökonomisch und marketingtechnisch ausgedrückt: Sie sind ein erklärungsbedürftiges Produkt.

Im nächsten Schritt schaue ich die Wahl der Arbeitgeber an, vor allem unterschieden nach der öffentlichen Hand und dem privatwirtschaftlichem Sektor.

Im öffentlichen Sektor sind durch Gleichstellungsaktivitäten in den letzten 20 Jahren Frauen in Fach- und Führungspositionen aufgestiegen. Für nachfolgende Frauen ist es leichter ge-

worden, dort Fuß zu fassen, unabhängig von der Studienfachwahl. Auch können sie über diese Tätigkeiten Einfluss auf die gesellschaftliche Entwicklung nehmen. Da Status für Frauen nicht so wichtig ist und der Status im öffentlichen Sektor nicht mehr so hoch ist, ist der öffentliche Sektor für Frauen eine vernünftige Alternative. Die Entscheidung von Frauen für den öffentlichen Sektor hat allerdings einen gravierenden Nachteil, er zementiert die niedrigeren Gehälter von Frauen im Gegensatz zu Männern.

Die Privatwirtschaft hingegen ist durch und durch männlich geprägt und konnotiert – die Spielregeln haben Männer für Männer in vielen hundert Jahren erprobt und perfektioniert. Erfolgreiche Frauen in männerdominierten Unternehmen, von denen es sowieso insgesamt nicht so viele gibt, haben diese Spielregeln zunächst einmal überhaupt gelernt und dann, wie kulturelle Einwanderer, verinnerlicht und gefestigt. Das wird sich aus meiner Sicht auch erst dann ändern, wenn Frauen ihre Marktmacht als Mitarbeiterinnen, Entscheiderinnen und Konsumentinnen entdecken und nutzen. Ein gesetzlicher Rahmen für Gleichstellung kann diesen Prozess beschleunigen. Die Umsetzung werden Frauen jedoch trotzdem selber machen müssen.

Bis es so weit ist, sind Frauen allerdings gerade in männerdominierten Berufen mit hohem sozialen Status sehr allein und sie stellen sich dann auch im Laufe ihrer Karriere die Frage, ob sie den Energieaufwand wirklich für die ultimative Spitzenposition aufbringen möchten. Wenn sie es nicht tun, gehen für Unternehmen Potenziale verloren. Das wird in Untersuchungen ja immer wieder bestätigt.

Deshalb wieder zurück zur Hochschule. Wenn die Gruppe der bisherigen vorherrschenden Studierenden in den mathematisch-naturwissenschaftlich-technischen Fächern (männlich, einheimisch, technisch sozialisiert) immer kleiner wird, dann müssen diese Fächer gesamtgesellschaftlich so attraktiv und kulturell aufgewertet werden, dass andere Gruppen von Menschen diese sich auftuende Lücke erfolgreich füllen. Frauen sind die größte potenzielle Gruppe und hat diese Gruppe Erfolgsaussichten, dann kommen auch andere unterrepräsentierte Gruppen nach. Denn die Hemmnisse für Frauen sind häufig in dem sozialen Umgang miteinander zu finden, ebenso wie die mangelhafte Beantwortung von Prozess- und Bindungsfragen bei den Studiengängen.

Hochschulen wirken also wie ein Scharnier in der Gesellschaft, das entweder Strukturen erhält oder wirkliche Veränderung herbeiführen kann. Bei der Aufgabe, Männern und Frauen gleiche gesellschaftliche und berufliche Aufstiegschancen durch Bildung zu geben, haben Hochschulen eine Verantwortung geschlechtersensibel und geschlechtergerecht vorzugehen. Deshalb meine Schlussfolgerung: Das Gender-Wissen, was Hochschulen in den Sprach- und Kulturwissenschaften generieren, kann wirtschaftliche Beiträge leisten, wenn es über die Wirtschaftswissenschaften in die Unternehmen getragen wird. Und damit dies glaubwürdig passieren kann, müssen Hochschulen selber Gender-Marketing erlernen und

umsetzen. Um männliche und weibliche Studierende in allen Fächern gleich verteilt zu erreichen, braucht es Gender-Wissen bei den Lehrenden in allen Fächern, wie auch in den Verwaltungseinheiten und -gremien. Gender-Mainstreaming kann hierfür ein geeignetes, erprobtes und wirkungsvolles Instrument für veränderte Geschlechterkultur werden.

Maßnahmen in der gesamten Wertschöpfungskette der Hochschulen zur Gewinnung von neuen Gruppen, vor allem Frauen in den MINT-Studiengängen können sein:

- ⇒ Kooperationen zwischen Schulen und Hochschulen verstärken.
- ⇒ Career-Services gemeinsam mit dem öffentlichen und privaten Sektor veranstalten.
- ⇒ In den Wirtschaftswissenschaften weibliche und gender-geschulte ProfessorInnen berufen.
- ⇒ Alumni für weitergefächerte Geschlechterbilder einsetzen.
- ⇒ Bei MINT weiblich konnotierte Eigenschaften so hoch wertschätzen wie die männlichen.
- ⇒ Sanktionsprozesse für Diskriminierung einführen und umsetzen.
- ⇒ Gender-Maßnahmen in die Öffentlichkeitsarbeit einfließen lassen.

Damit legen Hochschulen auch für sich einen Grundstein, Gender als gesellschaftliche gestaltende Querschnittsfunktion in allen Disziplinen erfolgreich einzusetzen. Wenn sie das tun, spricht es sich herum, unterstützt durch entsprechende PR und Marketingmaßnahmen auch zeitnah. Das hat zur Folge, dass sie als Hochschulen attraktiver werden und damit wieder an begehrte Ressourcen herankommen können, z.B. mehr Geld, höheres Prestige, bekannte Professorinnen und Professoren, begabte Studierende. Das wirkt sich wiederum auf die Qualität der Lehre, der Forschung und die Zukunftsaussichten der Alumni aus.

Präsentationen und Diskussion: „Drop-out-Quoten reduzieren“: Erfolgreiche Projekte von Hochschulen und Unternehmen

Nachfolgend werden Beispiele und Projekte vorgestellt, die Ausgangspunkt und Keimzelle für weitere Aktivitäten sein können, Drop-Out-Quoten zu reduzieren. Zunächst stellen wir erfolgreiche Projekte von Hochschulen und Unternehmen vor. Es folgt eine Diskussion, wie die Zusammenarbeit weiter verbessert werden kann.

Dazu haben wir drei Kooperationsfelder abgesteckt – sie sollen der Leitfaden sein. Im ersten geht es um Mentoringkonzepte: Was gibt es bereits, und was können wir weiter tun? Das zweite Kooperationsfeld nennt sich „Berufswege und Karriereplanung“ für Frauen aus diesen Technikbereichen. Das dritte Feld heißt Schlüsselkompetenzen – dazu gehört beispielsweise das Wissen, welche Spielregeln in der Wirtschaft herrschen.

Kooperationsfeld 1: Mentoring

Mentoringkonzepte für Hochschule und Unternehmen

Das Wichtigste in Kürze:

- ⇒ Mentoring³ ist ein gemeinsames Mentoringprojekt der Technischen Universität Dortmund, Uni Bochum und Uni Duisburg/Essen für Promovendinnen, die eine Wissenschaftskarriere anstreben.
- ⇒ Langfristig soll das Projekt zur Erhöhung des Professorinnenanteils führen und ist Teil eines Kulturwandels der Universitäten.
- ⇒ Das Projekt Dolng richtet sich an Studierende in der Abschlussphase eines Ingenieurstudiums und soll den Übergang/Einstieg ins Berufsleben erleichtern.
- ⇒ Die Universität Duisburg-Essen bietet Mentoringprogramme für Studentinnen, Absolventinnen und Post-Docs an.
- ⇒ Nur noch die Hälfte aller Ingenieurinnen und Ingenieure sind in den klassischen Tätigkeitsfeldern Konstruktion, Fertigung und Entwicklung beschäftigt. Marketing und Vertrieb werden zunehmend wichtiger.
- ⇒ Das Projekt Yolante von Siemens begleitet maximal 100 junge Frauen durch ein technisches oder naturwissenschaftliches Studium. Es beinhaltet die Begleitung durch einen Mentor oder eine Mentorin, Praktika, Kompetenzaufbau, Netzwerke und Kontakte im Unternehmen.

- ⇒ Bei Siemens gibt es eine klare Zielstellung im Unternehmen, Mädchen und junge Frauen in technischen Bereichen zu fördern.
- ⇒ Das Unternehmen hat keine Probleme Mentorinnen und Mentoren zu finden, da es für deren Personalentwicklung förderlich ist, Fachwissen weiterzugeben und sie in diese Rolle hineinwachsen.
- ⇒ Neben den Noten ist es entscheidend, welche persönlichen Eigenschaften ein Bewerber oder eine Bewerberin hat.
- ⇒ Wichtige Eigenschaften einer Beraterin eines Unternehmens sind Fachkompetenz, Vertrauenswürdigkeit und Authentizität.

Präsentation der Technischen Universität Dortmund: Projekt *mentoring*³



Frauke Lange

Frauke Lange ist Projektkoordinatorin von mentoring³ im Schwerpunkt Ingenieurwissenschaften an der Technischen Universität Dortmund.

Kontakt: Mentoring-hoch3@tu-dortmund.de | www.mentoring-hoch3.de | Tel: 0231- 755 60 58

UNIVERSITÄT DORTMUND

Projektvorstellung

mentoring³

*Förderung des weiblichen wissenschaftlichen Nachwuchses
an den Universitäten Duisburg-Essen; Bochum & Dortmund*

Frauke Lange
Projektkoordinatorin mentoring³ im Schwerpunkt: Ingenieurwissenschaften
Mentoring-hoch3@Uni-Dortmund.de

Was ist Mentoring?

Struktur von mentoring³

Ziele von mentoring³

Projektbausteine

Das Projekt DOING an der TU Dortmund

Beratungs- und Unterstützungsbeziehung zwischen einer erfahrenen Führungskraft (*Mentor/in*) und einer Nachwuchskraft (*Mentee*)

→ Das Mentoring basiert auf:

1. Freiwillige Beziehung außerhalb eines Vorgesetzten-Mitarbeiter-Kontextes
2. Regelmäßigen persönlichen Treffen
3. Gegenseitigem Vertrauen

→ Formen der Unterstützung:

- Erfahrungsaustausch & Weitergabe von informellem Wissen
- Individuelle Beratung und Feedback
- Gemeinsame Erarbeitung von beruflichen Strategien
- Einführung in Netzwerke, Vermitteln von Kontakten
- Gemeinsame Teilnahme an Tagungen

2

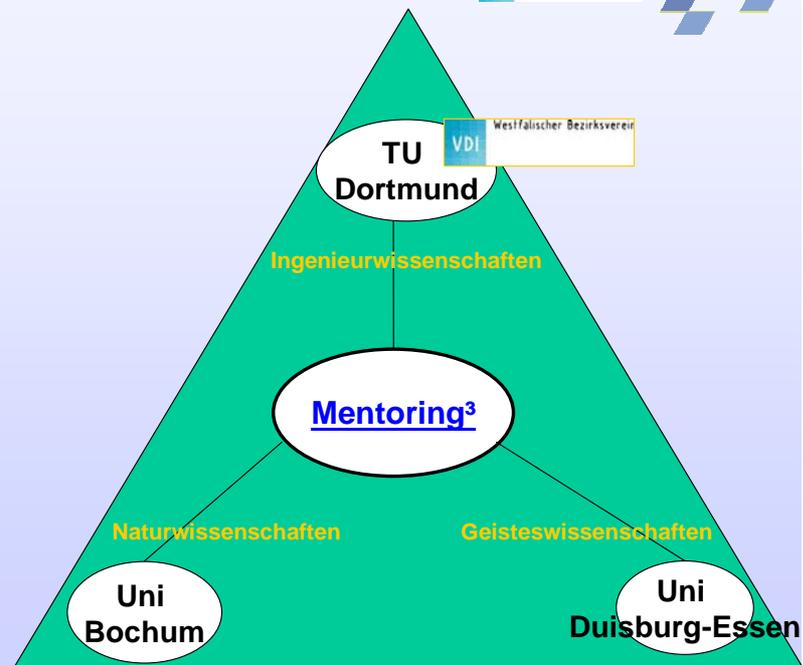
Was ist Mentoring?

Struktur von mentoring³

Ziele von mentoring³

Projektbausteine

Das Projekt DOING an der TU Dortmund



3

Was ist Mentoring?

Struktur von *mentoring³*

Ziele von *mentoring³*

Projektbausteine

Das Projekt DOING an der TU Dortmund

Zielgruppe:

Promovendinnen der Ruhruniversitäten, die eine Wissenschaftskarriere anstreben

Ziele des Programms:

Förderung des weiblichen, wissenschaftlichen Nachwuch durch...

- Erweiterung der Kompetenzen zu Hochschulpolitik, Drittmittelakquise, Forschungsförderung
- Weitergabe von Erfahrungswissen
- Stärkere Vernetzung der teilnehmenden Wissenschaftlerinnen

Ziele der Hochschule:

- → Entwicklung eines Konzeptes zur Führungskräfteentwicklung (Steigerung der Qualität der Nachwuchsförderung)
- Steigerung der Attraktivität der Hochschule (Langfristig: Erhöhung des Professorinnenanteils)
- Sensibilisierung für geschlechterspezifische Aufstiegsbarrieren (Kulturwandel)

4

~ 100 MentorInnen
~ 100 Mentees

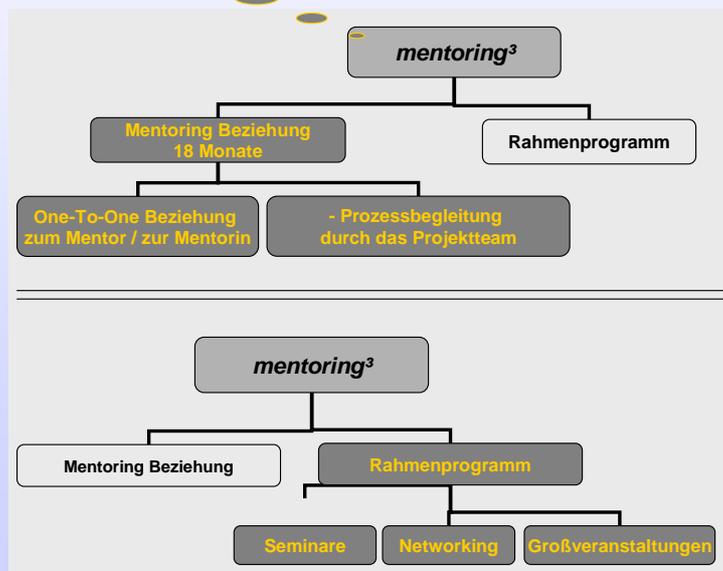
Was ist Mentoring?

Struktur von *mentoring³*

Ziele von *mentoring³*

Projektbausteine

Das Projekt DOING an der TU Dortmund



5



Was ist Mentoring?

Struktur von mentoring³

Ziele von mentoring³

Projektbausteine

Das Projekt DOING an der TU Dortmund

DOING Zielgruppe:

Studierende der Ingenieurwissenschaften (Abschlussphase)

Ziel des Programms:

- Zügiger, zielgerichteter Studienabschluss durch qualifizierte Begleitung
- Übergang/ Einstieg in das Berufsleben erleichtern

Rahmen:

(Förderung durch das MIWFT NRW (2003 & 2005/06))

- Matching der Tandems & Prozessbegleitung durch die Koordinatorin
- 6-monatiges Mentoring
- Eingebunden in ein Rahmenprogramm (Seminare / Vernetzung in vor- und nachbereitenden Workshops)

Inhaltliche Schwerpunkte des Mentoring:

- Berufseinstiegsphase/ Weiterqualifizierung
- Vereinbarkeit von Familie & Karriere
- Herausforderungen in der Berufspraxis

6

Moderatorin: Vielen Dank Frau Lange, eine direkte Nachfrage habe ich. Wie kommen Sie an die MentorInnen?

Lange: Ich (...) kann (...) sagen, dass wir eine Recherche gemacht haben, oder auch immer wieder individuelle Recherchen machen, was die Mentorinnen angeht uns aber da auch ganz stark vernetzen mit den Programmen, die es schon gibt an den Hochschulen, da schauen, welche Mentorin könnte in Frage kommen.

Moderatorin: Die Mentorinnen kommen aus der Wirtschaft und aus der Hochschule?

Lange: (...) ausschließlich aus der Hochschule. (...) im gesamten Projekt mentoring³, die erste Linie ist in 2005 gestartet, haben wir bis heute rund 100 Mentorinnen und rund 100 Mentees vernetzt. Das ist auf alle drei Schwerpunktbereiche bezogen.

Dr. Anette Schönborn



Dr. Anette Schönborn ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Zentrum für Hochschule und Qualitätsentwicklung an der Universität Duisburg-Essen (Projektzentrum MEDUSE). Arbeitsschwerpunkte: insbesondere Flexibilisierung der Arbeit, Arbeitsmarktsegregation, Profession und Geschlecht, personensorientierte Dienstleistungsberufe, Gender Mainstreaming, Diversity Management | Mentoring, Frauen in den Ingenieur- und Naturwissenschaften.

Kontakt: anette.schoenborn@uni-due.de | Tel: 0203 – 379 14 32

Karola Wolff-Bendik



Karola Wolff-Bendik, M.A., Studium der Philosophie und Organisationspsychologie, wissenschaftliche Mitarbeiterin im Zentrum für Hochschul- und Qualitätsentwicklung der Universität Duisburg-Essen, Koordination im Projekt „Mentoring Gender & Diversity“ zur Unterstützung von Studentinnen und Absolventinnen mit Migrationshintergrund beim beruflichen Ein- und Aufstieg, Schwerpunkt: Aufbau und Pflege von Kontakten zu Unternehmen und Netzwerken in der Wirtschaft.

Kontakt: karola.wolff-bendik@uni-due.de

Strategien für den weiblichen Techniknachwuchs – Chancen für Netzwerke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft –

3. Dezember 2007

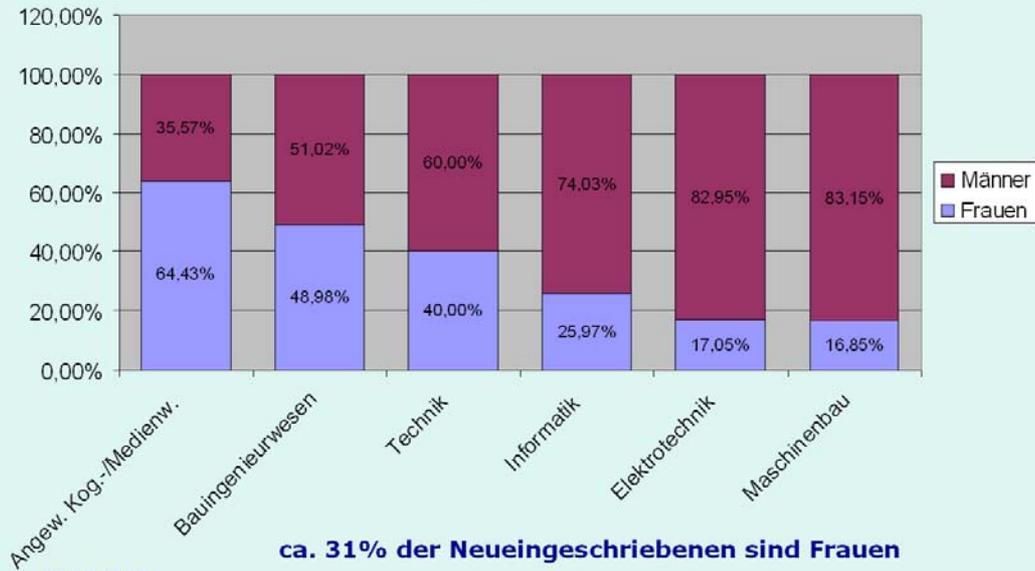
Dr. Anette Schönborn & Karola Wolff-Bendik

Übersicht

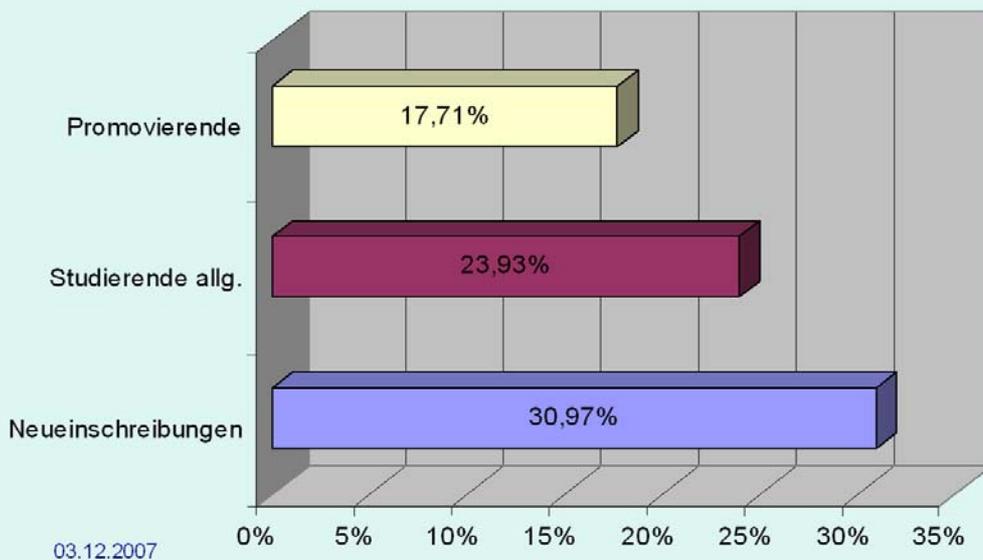
1. Frauenanteile in den ingenieurwissen-
schaftlichen Studiengängen der UDE
2. Angebote des ZfH
3. Kooperationen mit der Wirtschaft

03.12.2007

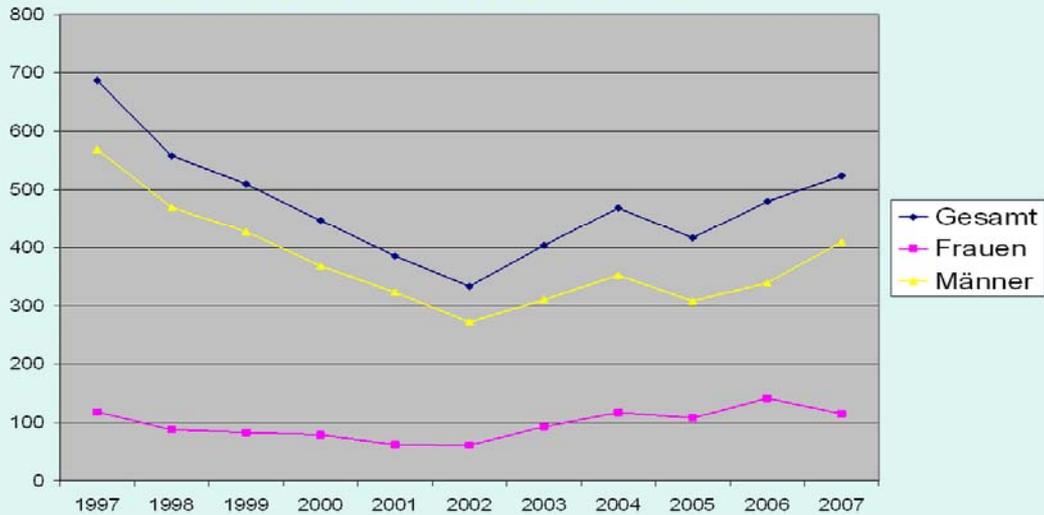
Neueinschreibungen nach Geschlecht



Prozentualer Frauenanteil WS 07/08



Studienabschlüsse 1997-2007



03.12.2007

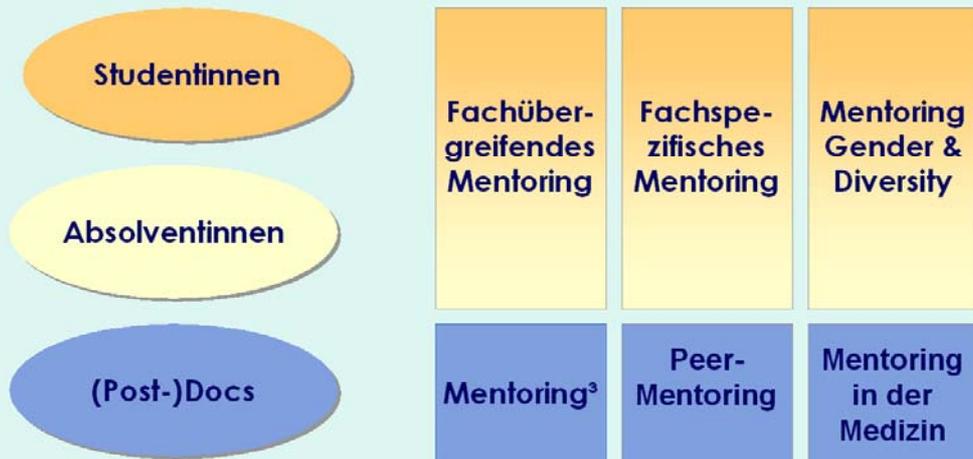
ca. 20% der AbsolventInnen sind Frauen

Angebote zur Berufsorientierung und Qualifizierung für ...

- Studentinnen und Absolventinnen
- PromovendInnen
- Post-Docs

03.12.2007

Mentoringlinien nach Zielgruppen



03.12.2007

Module der Mentoring-Programme

12 Monate



03.12.2007

Ablauf des Mentorings



03.12.2007

Chancen für Mentees

- Austausch mit berufserfahrenen Frauen
- Einblick in berufliche Aufgabenfelder und Tätigkeiten
- Einsicht in Entscheidungsabläufe und Strukturen von Organisationen
- Entwicklung individueller Strategien für den weiteren Studienverlauf und den beruflichen Werdegang
- Persönlichkeitsentwicklung
- Knüpfen neuer Kontakte/Vernetzung

03.12.2007

mentoring³



Mentoring für Promovendinnen

**Universität Duisburg-Essen:
51 Geistes- und Gesellschaftswissenschaftlerinnen**

03.12.2007

Peer-Mentoring

Gruppe statusgleicher oder statusähnlicher Peers

Ziele:

- gegenseitige Unterstützung
- Fachaustausch
- Vernetzung

03.12.2007



Frauen mit Plan

Promovendinnennetzwerk der Bauwissenschaften

Wir haben Ziele:

- Motivation zur Promotion
- Erfahrungsaustausch
- Weiterbildung



03.12.2007

Dipl.-Ing. Melanie Prager
email: frauenmitplan@uni-due.de
Telefon: 0201/183-2745



Dr.-Ing. Angelika Eiser
email: frauenmitplan@uni-due.de
Telefon: 0201/183-2749



PROVEN

engl. proven ['pru:vn] adj. bewährt, bewiesen, erprobt

Informationen:

Technik-
Netzwerk



- ✓ Seminare, Vorträge
- ✓ Mittagessen, Stammtisch
- ✓ gemeinsame Basis: IngWiss
- ✓ angemessene finanzielle Förderung
- ✓ Vertrauen
- ✓ Engagement
- ✓ Netzwerken

Projektkoordination:



Dipl.-Ing. Kirsten Simons
kirsten_simons@uni-due.de



Dipl.-Chem. Katja Zimmermann
katja.zimmermann@uni-due.de



03.12.2007

Module der Herbstakademie



Career Day

Inhalt	praxisnahe Informationen und Beratungen zum beruflichen Ein- und Aufstieg sowie zur Existenzgründung
Formate	<ul style="list-style-type: none"> • Vorträgen und Diskussionsforen • Bewerbungs- und Karriereberatungen • Potenzialanalyse • Sichtung der Bewerbungsunterlagen • Kontaktbörse und Vernetzung
Zielgruppe	Studentinnen in der Abschlussphase, Absolventinnen und Promovendinnen

03.12.2007

Kooperationspartner der Wirtschaft ...

- in.Du – Duisburgerinnen unternehmen
- IHK
- Stadt Duisburg
- WAZ
- Deutsche Bank
- ifm-electronic GmbH
- Jacobi & Partner Industrieberatung GmbH
- Ingenieurbüro Paulus GmbH
- u.a.

03.12.2007

Chancen für Mentorinnen & Unternehmen

- Wissens- und Erfahrungstransfer
- Reflexion eigener Führungserfahrungen
- Erweiterung der Beratungs- und Führungskompetenz
- Ausbau der eigenen Kontakte/Vernetzung
- Weiterbildung und Qualifizierung
- Kontinuierlicher Informationsaustausch mit der Hochschule
- Mentoring als innovatives Personal-Rekrutierungsinstrument

03.12.2007



Moderatorin: „Warum sprechen Sie vorwiegend Frauen als Mentorinnen an, warum fungieren keine Männer als Mentoren?“

Schönborn: „Wegen der Vorbildfunktion, die ist uns ganz wichtig. Gerade bei den Studentinnen oder auch den frischen Absolventinnen. Wir haben (bei mentoring³, Anm. d. Red.) auch männliche Mentoren dabei, weil es wenig Professorinnen gibt.“

Präsentation: Yolante – Young Ladies Network of Technology



Sandra Freiberg

Sandra Christina Freiberg, Personalberaterin bei Siemens, Essen. Sie berät und betreut Führungskräfte und Mitarbeitende von drei Geschäftsbereichen (Automotive and Drive, Medical Solutions, It-Solutions and Services).

Kontakt: sandra.freiberg@siemens.com

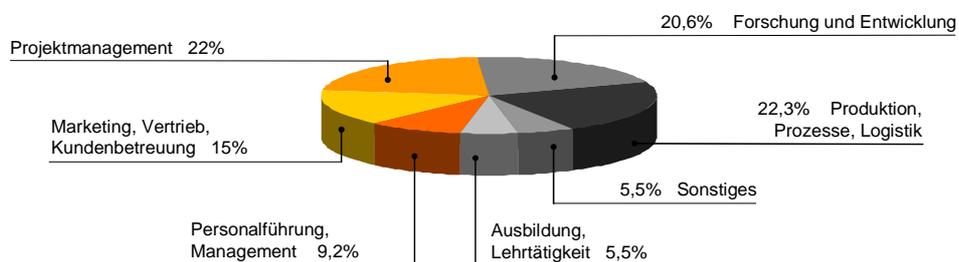




- Berufsfelder von Ingenieurinnen und Ingenieuren 4
- Qualifikationsanforderungen 5
- Motivation / Zielsetzung 6
- Das Mentoringprogramm YOLANTE 7

Ingenieurin – ein interessanter und vielseitiger Job!!!

Nur noch die Hälfte aller Ingenieure und Ingenieurinnen sind in den klassischen Tätigkeitsfeldern Konstruktion, Fertigung und Entwicklung beschäftigt. Marketing und Vertrieb werden zunehmend wichtiger.

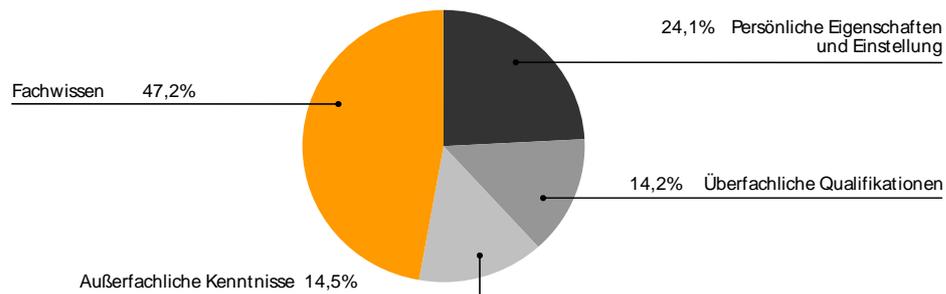


Quelle: VDI-Nachrichten

YOLANTE Qualifikationsanforderungen an Absolventinnen

SIEMENS

Der Ingenieur - und auch die Ingenieurin - ist kein einsamer Tüftler, vielmehr ist Teamarbeit - oder das, was man „soziale Kompetenz“ nennt - notwendig.



Seite 5

YOLANTE Motivation / Zielsetzung

SIEMENS

- Erhöhung der Frauenanteile in herausgehobenen Fach- und Führungsfunktionen technischer Berufsfelder
- Gewinnung hochqualifizierter weiblicher Nachwuchskräfte
- Frühzeitiger Kontakt zu potenziellen Mitarbeiterinnen
- Innovationspotenzial / Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit durch Vielfalt (Promoting Diversity)
- Imagesteigerung – Siemens als attraktiver und interessanter Arbeitgeber für Frauen
- Beitrag zu Corporate Responsibility
- Kooperation mit Hochschulen



Seite 6

YOLANTE Das Mentoringprogramm

SIEMENS

YOLANTE begleitet junge Frauen durch ein technisch / naturwissenschaftliches Studium und bietet

Yolante
Young Ladies' Movement of Technology

- Persönliche Betreuung durch eine Mentorin / einen Mentor
- Praxiserfahrung durch Praktika und Werkstudententätigkeiten
- Kennen lernen verschiedener Berufsfelder
- Kompetenzaufbau und Persönlichkeitsentwicklung parallel zum Studium
- Kontakte / Netzwerke im Unternehmen
- Netzwerke und Austausch mit anderen Teilnehmerinnen
- Vielfältige Informationen über das Unternehmen und seine Strukturen
- Orientierungshilfen für einen späteren Berufseinstieg bei Siemens

Seit 2002 max.100 Neuaufnahmen p.a. – derzeit 348 Teilnehmerinnen!
Schwerpunkt: **Grund- / Bachelorstudium**

Seite 7

YOLANTE Voraussetzungen für die Bewerbung

SIEMENS



- Abitur / Fachhochschulreife
 - Alter zwischen 17 und 23 Jahren
 - Angestrebter oder begonnener Studiengang mit Fachrichtung
 - Elektrotechnik
 - Maschinenbau, Verfahrens- oder Fertigungstechnik
 - Physik
 - Informatik
 - Wirtschaftsinformatik / Wirtschaftsingenieurwesen
 - Mechatronik
 - Mathematik
- im max. 3. Semester
(bei der Bewerbung)

Seite 8

YOLANTE Voraussetzungen für die Bewerbung

SIEMENS



- Überdurchschnittliche Leistungen in den MINT-Fächern
- Belegung naturwissenschaftlich / technischer Fächer in der Oberstufe
- Sehr gute Sprachkenntnisse
- Hohe Sozialkompetenz (Team- / Kommunikationsfähigkeit)
- Mobilität / Flexibilität
- Außerschulische oder studienbegleitende Aktivitäten
- Interesse am Unternehmen
- Kenntnis der Unternehmensstruktur
- PC-Kenntnisse

Seite 9

YOLANTE Kontakt

SIEMENS

Yolante
Young Ladies' Network of Technology

Siemens AG
RD RHR HR PA
Sandra Christina Freiberg
Kruppstr. 16

45128 Essen

+49 201 816 2286

sandra.freiberg@siemens.com

Seite 10

Nachfragen

Moderatorin: „Frau Freiberg, fällt es schwer, Mentorinnen und Mentoren zu finden?“

Freiberg: „Es ist sehr einfach, Mentoren und Mentorinnen zu finden. Kollegen und Kolleginnen, die sich dafür bereit erklären das zu machen, haben zwei Zielsetzungen. Das eine ist, dass es im Rahmen einer Personalentwicklung gut sein kann, Fachwissen weiterzugeben, in eine Mentorenrolle hineinzuwachsen. Aber nicht zuletzt haben wir auch eine ganz hohe Zielkontinuität darüber, dass Frauen gefördert werden sollen. Ich habe in meinen Bereichen viele technische Ingenieurinnen als Führungskräfte, denen ist es ein Herzensanliegen, junge Frauen zu fördern. Aber auch Männer sind demgegenüber offen, ihnen gefällt diese Vielfalt. So dass auch hier das Ziel ist, die Mädchen in der Praxis zu fördern. Das sind meiner Ansicht nach die zwei wichtigsten Gründe. Wenn der Fuß in der Tür, also im Unternehmen ist, wird es einfacher. Ich kann auch gut mit den guten Mädchen werben, die wir aus der Region bereits rekrutieren konnten. Das ist das beste Aushängeschild für mich und die Werbung für dieses Programm.“

Frage eines Teilnehmers, Herr Arlt (Rektor der Fachhochschule Düsseldorf): „Gibt es YO-LANTE, weil Sie Ingenieurinnennachwuchs rekrutieren wollen oder weil Sie das Gefühl haben, junge Ingenieurinnen haben es schwer bei Siemens? Wenn eine Ingenieurin bei Siemens anfängt und nicht in diesem Programm ist, ist es dann für sie schwieriger, gibt es also deshalb dieses Programm?“

Freiberg: „Natürlich möchte ich den Verdacht, dass es weibliche Ingenieurinnen bei uns schwer haben zu Beginn ihrer Berufstätigkeit, von uns weisen. Das kann im Einzelfall so sein. Dessen unbenommen kann sich ein großes Unternehmen natürlich den Luxus erlauben, Berufseinsteigerinnen den Einstieg zu erleichtern und auch bei Berufseinsteigerinnen ein Mentoring zu vollziehen. Wir haben eine ganz engmaschige Unterstützung während der ersten sechs Monate, z.B. eine Zielvereinbarung zur Einarbeitung.

Zur Frage, ob es ein Rekrutierungsmittel ist? Ja, auf jeden Fall. Aber es ist auch ein Punkt, wo wir ganz klar gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, wo wir ganz klar Stellung beziehen und sagen, dass es uns ganz speziell darum geht, weibliche E-Technikerinnen an Bord zu bekommen. Wohlwissend, dass wir politisch nicht ganz korrekt sind, denn ganz ketzerisch gefragt: Wo ist das Mentoring für Männer? Es ist eine Rekrutierung und wir wollen auch Mädchen und junge Frauen in diese Disziplin reinbekommen.“

Kurzstatement: „Plädoyer für die Persönlichkeit des Menschen“

Jutta Wagner-Blasche



Jutta Wagner-Blasche, Wirtschaftswissenschaftlerin, Frauen im Management (fim), Mentoringexpertin und Coach. Seit fünf Jahren Mentorin im Cross-Mentoring, Nordrhein-Westfalen, für Frauen, die kurz vor einem Karrieresprung stehen oder diesen vor kurzem gemacht haben. Als Mentorinnen fungieren bekannte, beruflich sehr erfolgreiche Frauen. Sie verfügt über jahrzehntelange Erfahrung als IT-Vertriebsmanagerin in einem großen internationalen IT-Konzern.

Kontakt: jutta.wagner-blasche@online.de | Tel: 0211 - 4931836

Moderatorin: „Frau Wagner-Blasche, sie sind bei fim – Frauen im Management, ein bekanntes Frauennetzwerk, was es ja bereits seit 20 Jahren gibt. Sie sind selbst Mentoringexpertin und Coach. Welche Erfahrungen haben Sie gemacht mit Unternehmen in **Hochschulen**? Auf was kommt es Ihrer Ansicht nach an?“

Wagner-Blasche: „Ich denke, die Referentinnen haben bereits eine gute Übersicht über das Thema Mentoring gegeben. Wenn wir Mentoring anschauen, habe ich noch eine neue Version beizutragen. Ich bin seit fünf Jahren Mentorin im Programm „KIM – Kompetenz im Management“ des Landes Nordrhein-Westfalen, das vom Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration’ ins Leben gerufen wurde. Sie wissen hoffentlich, dass wir einen Frauenminister haben – einen Mann. Dieses Programm wurde aufgesetzt - nicht so sehr naturwissenschaftlich ausgerichtet -sondern für alle jungen Frauen, die sich einem Karrierepfad zuwenden wollen. Das sind junge Frauen, die schon ein paar Jahre im Berufsleben sind und kurz vor einem Karrieresprung stehen oder diesen gerade gemacht haben. Das ist eine andere Kategorie, wenn Sie so wollen. Der Vorteil dieses Programms ist, dass es ein absolut klassisches Cross-Mentoring ist. Es kommen Mentees und Mentorinnen aus allen Firmen zusammen aus der Region Nordrhein-Westfalen. Das Programm „Personal-Partnership“ existiert seit fast zehn Jahren. Man kann also auf einen großen Erfahrungsschatz und auf ungefähr 300 Mentorinnen zurückblicken und auf entsprechend mehr Mentees zurückgreifen. Viele Mentorinnen betreuen mehrere Mentees. Wenn man die Liste der Mentorinnen anschaut, kann man nur sagen, das ist das „who is who“ der Wirtschaft in Nordrhein-Westfalen.

Wir haben vorhin sehr deutlich von Eva Kreienkamp gehört, dass die Karriere in der Wirtschaft nicht richtig im Bewusstsein der Frauen verankert ist. Ich komme aus der Wirtschaft und habe ein wirtschaftswissenschaftliches Studium hinter mich gebracht, da Informatik zu meiner Zeit noch gar nicht existierte. Meine Karriere habe ich in einem frühen Stadium in

einem IT-Unternehmen gemacht. Ich bin vor 35 Jahren zu IBM gegangen und habe dort 25 Jahre als Systemingenieurin und im Vertrieb gearbeitet. Man weiß häufig gar nicht, welche Berufsbilder überhaupt möglich sind, die allerdings als Grundvoraussetzung ein gewisses Fachwissen benötigen. Sie brauchen einen ingenieurtechnischen Background, um überhaupt qualifiziert bei den Kunden akzeptiert zu werden.

In meiner Funktion habe ich Hunderte von Bewerbungsgesprächen durchgeführt. Ich möchte Ihnen besonders ans Herz legen, sich bei den Mentorinnen an die Erfahrenen zu wenden und nachzufragen, welche Eigenschaften wichtig sind, um in der Wirtschaft tatsächlich Erfolg zu haben.

Meiner Erfahrung nach geht es sehr stark um Eigenschaften. Noten sind sicherlich nicht unwichtig, aber entscheidend ist, dass ein Manager, der einen Job zu besetzen hat, in der Regel nicht nur auf die Noten schaut, sondern darauf, was er für einen Menschen einstellt. Entweder benötigt der Manager einen energischen Menschen, der viel vorantreiben kann. Oder er benötigt einen hohen Diplomaten oder eine Diplomatin, die mit viel Geduld etwas bei den Kunden tut. Lassen Sie uns nicht versäumen bei allen technischen Fähigkeiten, die Grundvoraussetzung sind, an die Eigenschaften zu denken, die man selbst mitbringt. Die einen sind die ‚Wadenbeisser‘, die man braucht, um etwas voranzutreiben, die anderen sind die Geduldigen.

Das sollten sie auch bedenken. In dem Augenblick sind diese Diskussionen – ist es ein männlicher oder ein weiblicher Bewerber – nicht mehr wirklich relevant. Das ist meine Botschaft an Sie. Trotz aller Stereotypen und Vorurteile, die noch immer nicht ganz ausgerottet sind.“

Lange: „Haben die Kunden einen Anspruch an den Berater des Unternehmens – ob er männlich oder weiblich sein soll?“

Wagner-Blasche: „Ich habe als Beraterin angefangen. Es war damals absolut undenkbar, dass eine Frau den echten Vertrieb macht. Aber die Kunden haben mir gezeigt, dass solche Vorurteile bald ausgeräumt sind. Wichtig sind Fachkompetenz, Vertrauenswürdigkeit, Authentizität. Wenn ich dies verkaufen kann, rückt das Geschlecht komplett in den Hintergrund. Dafür benötigt man drei Minuten. Wenn ich die Gesetze der Wirtschaft begriffen habe, ist die Geschlechterfrage nicht mehr relevant.“

Kooperationsfeld 2: Berufswege- und Karriereplanung

Erfolgreiche Beratungsangebote und Netzwerke für mehr Technikabsolventinnen in der Wirtschaft

Das Wichtigste in Kürze:

- ⇒ Frauen aus technischen Studiengängen haben es schwer, Praktikantinnenstellen in der Wirtschaft zu finden. Dieses Problem muss die Wirtschaft lösen.
- ⇒ Wenn Studentinnen keinen Praktikumsplatz bekommen, werden sie frühzeitig entmutigt und sehen keine Perspektiven in der Wirtschaft.
- ⇒ Angebote der Hochschulen zur Karriereförderung kommen bei den Studentinnen nicht an.
- ⇒ Wie kann Gender in Career-Services hineingetragen werden?
- ⇒ Es gibt zu wenige Kontakte zwischen Studierenden und der Wirtschaft.
- ⇒ Berufsmöglichkeiten in der Wirtschaft sind zu wenig bekannt.
- ⇒ Die IT-Branche spürt den Fachkräftemangel akut.
- ⇒ Beim IT-Unternehmen Materna bewerben sich viel zu wenige Frauen, obwohl sie gerne eingestellt würden.
- ⇒ Das Unternehmen findet keine männlichen Mentoren, da diese Vorurteile gegenüber Förderprogrammen haben.
- ⇒ Frauen sind bei gleicher Qualifikation wie Männer in Vorstellungsgesprächen zurückhaltender.
- ⇒ Die Bereitschaft, sich in Netzwerken zu engagieren, ist bei Ingenieuren eher gering, da sie mit dem Job ausgelastet oder überlastet sind.
- ⇒ Wir brauchen für die Ausbreitung von Netzwerken Ingenieurinnen und IT-Fachfrauen, die ihre vorhandenen Netzwerke einbringen können.

Es diskutierten:

Bruno Rattey



Bruno Rattey ist Geschäftsführer von Rattey Stahlbau in Oberhausen, im Bereich der Windkraft tätig. Rattey Stahlbau wurde 1914 gegründet und befindet sich seitdem im Familienbesitz. In dieser Zeit entwickelte sich aus der Schlosserei ein bodenständiges Familienunternehmen, das auf acht Generationen an Erfahrung im Stahlbau zurückgreifen kann. Rattey hat ein Qualitätsmanagement-System eingeführt, das allen MitarbeiterInnen ermöglicht, Verbesserungen einzubringen.

Kontakt: bruno.rattey@stahlbau-rattey.de | Tel: 0208 - 60 01 90

Bettina Long

Bettina Long ist Dipl.-Sozialwiss., Master of Arts und arbeitet für den Career Service der Fachhochschule Dortmund / University of applied sciences and arts.

Kontakt: Bettina.long@fh-dortmund.de | Tel: 0231 – 9112 722



Anika Steinberger



Anika Steinberger, Dipl.-Geogr., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Ruhr Universität Bochum. Projektkoordinatorin von Thekla Mentoring Berufsorientierung, MINT-Schülerinnenprojekte und JIPPPP.

Kontakt: anika.steinberger@rub.de | Tel: 0234 - 32 27728

Kerstin Aigner

Kerstin Aigner ist Ausbildungskoordinatorin und Personalreferentin bei Materna GmbH Dortmund, einem mittelständisch geprägten IT-Unternehmen, inzwischen mit 1300 Mitarbeitenden.

Kontakt: Kerstin.aigner@materna.de | Tel: 0231 - 5599 8329



Diskussion

Moderatorin: „Es geht um das Thema Berufswege und Karriereplanung. Herr Rattey, Sie sind Geschäftsführer, Arbeitgeber und stellen Leute ein – auch Frauen?“

Rattey: „Wir sind ein ganz kleines Unternehmen. Ich habe vor fünf Jahren eine Stahlbaufirma neu gegründet, in einer Zeit, in der es die Baukrise gab, die zum Glück seit anderthalb Jahren beendet ist. Wir sind derzeit im boomenden Bereich der Windkraft tätig. Wir haben überlegt, neue Leute einzustellen - natürlich auch Frauen. Mein Frauenbild ist ein wenig anders, als das bisher vorgetragene. Ich würde sagen, Frauen sind die besseren Männer. Frauen arbeiten wirklich toll und gewissenhaft. Derzeit haben wir zwei Mitarbeiterinnen. Ich stehe hier, weil wir unter anderem für die Technische Universität Dortmund Praktikumsstellen anbieten. Nach der Aussage der Studentinnen von der TU kriegen sie in Dortmund null Stellen. Wir werden jedoch überrannt von Studentinnen. Allerdings ist mein Unternehmen in Oberhausen. Das ist von Dortmund aus nur schwer zu erreichen. Ich habe noch eine andere Anmerkung zum Thema Sommeruniversität: Junge Frauen haben mir erzählt, dass sie als Kellnerin arbeiten und dann für die Sommeruniversität 100 Euro bezahlen müssen. Das geht nicht. Ich kann nicht sagen, ich möchte junge Frauen heranziehen und dann müssen diese einen halben Monatslohn bezahlen. Dies ist kontraproduktiv, wenn man Frauen fördern will.“

Moderatorin: „Ist das ein bestimmter Typ, der zu Ihnen kommt und ein Praktikum absolviert?“

Rattey: „Es sind generell sehr starke Frauen, die ihre „Frau stehen“.

Moderatorin: „Was hat ein Unternehmen davon, Frauen einzustellen?“

Rattey: „Ich würde es anders formulieren. Ich suche zunächst einmal einen Menschen. Wir sind ein Kleinunternehmen, bei uns geht es nicht nach Autogröße oder Anzahl der Fensterscheiben. Wir müssen Geld verdienen. Ich persönlich habe das Gefühl, einer Mitarbeiterin kann ich mehr vertrauen. Bei Männern habe ich das Gefühl, wenn ich nicht dabei bin, reden sie über Fußball oder ähnliches. Frauen sind sehr ehrgeizig. Und sie lieben ihren Beruf.“

Moderatorin: „Also Frauen ermutigen? Mehr Frauen auf den Markt?“

Ratthey: „Ja, gerne. Es wurde hier bereits angeregt, die Beziehung zwischen Schulen und Universitäten zu erweitern. Ich persönlich kenne keine Beziehungen zwischen Gymnasien und Universitäten. Ich habe sehr viele freundschaftliche Kontakte an der Hochschule und ich bin beispielsweise dreimal in der Woche an der Universität Essen. Da gibt es keine Aushänge über Mentoring-Systeme. Meiner Wahrnehmung nach kommen die Angebote unten nicht an.“



Moderatorin: „Es gibt ja das Vorurteil, dass Frauen lieber adrett sein wollen und nicht mit Maschinen arbeiten wollen, sich nicht gern die Hände schmutzig machen und deshalb lieber im Büro arbeiten möchten...“

Ratthey: „Was den Beruf des Ingenieurs angeht: Ich finde es ist ein bunter Beruf. Ein Drittel verbringt man auf der Baustelle, ein Drittel am Computer mit AutoCAD etc. und ein Drittel ist Vertrieb, also Kundenkontakte. Nicht jedem gefällt das. Generell ist es wünschenswert, dass mehr Frauen eine solche Ausbildung absolvieren.“

Moderatorin: „Frau Long, wie sieht es an der Fachhochschule Dortmund aus?“

Long: „Ich habe vor 15 Jahren eine Diplomarbeit geschrieben über Frauen in technischen Berufen und habe 1992/93 einen Ost-West-Vergleich gemacht. Seitdem beobachte ich die

Entwicklung in dem Bereich Frauen in der Technik. Es ist interessant, wie sich das Problem wandelt und in unterschiedlicher Gestalt daherkommt.

Mein derzeitiges Hauptaugenmerk ist der Aufbau eines Career-Services an der Hochschule. Ich selbst komme aus dem Mentoring-Bereich. Wir hatten damals aus Ministeriumsmitteln ein Mentoring für Studentinnen mit Berufspraktikerinnen, also zum Berufseinstieg. Wir hatten zwei Durchgänge mit 24 Tandems.

Inzwischen gehen wir mit Hilfe der Studiengebühren in die Breite und entwickeln einen Service für alle Studierenden. Dieser Service umfasst drei Säulen: Schlüsselkompetenzen während des Studiums und für den Berufsübergang, Berufsorientierung und Beratung, also individuelle Beratung und Arbeitgeberkontakte und als dritte Säule die Alumni-Arbeit, die in den Fachbereichen stattfindet und mich als zentrale Ansprechperson hat.

Wir stellen uns hierbei die Frage: Wie kann Gender in den Career-Service hineingetragen werden? Unser Mentoring wurde derzeit auf Eis gelegt, wird jedoch wieder aufgenommen, wenn unsere Alumni-Software Menschen online „matchen“ kann. Das soll im zweiten Quartal 2008 soweit sein. Wir sind gespannt, wie wir dann mit Mentoring weiter verfahren können.

Gender-spezifisch bieten wir Rhetoriktraining für Frauen und Gendertraining. Wir kooperieren darüber hinaus mit dem Frauenprojektlabor und halten Kontakte zu verschiedenen Firmen wie beispielsweise Siemens.

Darüber hinaus haben wir uns dem Career Service Netzwerk Deutschland (CSND) angeschlossen. Das ist ein Berufsverband, der sich seit einigen Jahren formiert für die Menschen in der Hochschule, die Career Services betreiben. Gendern von Career Services ist ein wichtiges Thema für uns. Das wird beispielsweise im CSND heute für die AG Norddeutschland besprochen. Es gibt beispielsweise an der Universität Hamburg ein Women Career Center, das nun beide Geschlechter bedient, also ein übergeordnetes Career Center geworden ist. Diese Erfahrungen wollen wir nutzen.

Wie bedienen wir die Frauen besser? Wie setzen wir da den Hebel an? Das ist noch in der Entwicklung. Wir wissen es noch nicht, was die richtige, die nachhaltige Strategie zur Förderung von Frauen in einem Career Service ist. Der Beitrag von Frau Kreienkamp war äußerst nützlich für mich. Wir haben einen großen Fachbereich Wirtschaftswissenschaft bei uns an der Fachhochschule und da könnte man tatsächlich ansetzen.“

Moderatorin: „Wir gehen weiter zu Frau Anika Steinberger von der Ruhr-Universität Bochum. Wie würden Sie die Situation dort beschreiben? Die Universität Bochum hat das Programm Thekla.“

Steinberger: „Ich möchte dem nicht vorgreifen, weil wir das gesamte Konzept der Ruhr-Universität Bochum (RUB) im nächsten Kooperationsfeld vorstellen. Das Programm Thekla

ist ein Baustein daraus, für die Studentinnen und Absolventinnen der RUB, im Moment für Studentinnen aller Fakultäten. Es ist im Jahr 2002 gestartet, damals für Studentinnen der Natur- und Ingenieurwissenschaften. Wir sind im Moment im neunten Durchgang und hatten bisher 120 Tandems, also 120 weibliche Mentees und Mentorinnen und Mentoren. Die Mentees dürfen sich bei uns wünschen, ob sie einen Mentor oder eine Mentorin haben möchten. Viele Mentees bei Thekla, vor allem die Studentinnen der Ingenieurwissenschaften, wollen lieber einen Mentor als eine Mentorin haben. Grund ist, dass die Mentees im Berufsleben häufiger mit Männern zusammenarbeiten. Das heißt für sie dann, dass sie auch einen männlichen Mentor haben möchten.

Es besteht kaum Kontakt zwischen Studierenden und Wirtschaft. Viele wissen nicht, in welchen Berufszweigen der Wirtschaft sie nach ihrem Studium arbeiten können. Deshalb werden die Studentinnen im Übergang zwischen Studium und Beruf begleitet. Viele Studentinnen haben zu wenige Praktika absolviert, weil diese auch in der Universität nicht mehr pflichtmäßig vorgesehen sind. Somit ist der Kontakt zur Wirtschaft nicht vorhanden. Dies ist jedoch kein frauenspezifisches Problem. Den jungen Männern geht es ähnlich.“

Moderatorin: „Wir reagieren die Leute aus der Wirtschaft, die Sie ansprechen, um als Mentorin oder Mentor zu fungieren?“

Steinberger: „Die meisten Leute, die wir persönlich ansprechen, sind sehr offen und geben ihre Erfahrungen weiter. Viele der jetzigen Mentorinnen hätten sich ein solches Programm selbst gewünscht und machen dies deshalb auch sehr gerne.

Wir haben zurzeit viele Biochemikerinnen, die beispielsweise im Labor arbeiten und kaum Kontakte zu anderen Personen haben. Dieses Mentoring-Programm hilft, relevante Kontakte zu knüpfen.“

Moderatorin: „Frau Aigner, Sie sind bei Materna angestellt. Wie sieht es aus der Perspektive Ihres Unternehmens aus?“

Aigner: „Ich vertrete hier die IT-Wirtschaft. Wir sind ein mittelständisch geprägtes IT-Unternehmen. Mittelständisch, weil immer noch Inhabergeführt. Inzwischen aber mit insgesamt 1300 Mitarbeitenden. Ich habe die Teilnahme an diesem Workshop zugesagt, weil wir in der IT-Branche den Fachkräftemangel ganz akut spüren. Wenn es uns nicht gelingt, die Frauen für die IT zu motivieren und in diese Bereiche reinzubringen, werden die Probleme schärfer werden. Bei mir kommen die Frauen jedoch nicht an. Ich bin für verschiedene Bereiche der Nachwuchsrekrutierung zuständig und [...] (die IT-Branche hat, Anm. d. Red) Frauenmangel. Dabei würde ich gern mehr Frauen einstellen. Ich halte viel von Mentoring-

Programmen. Wir finden jedoch keine Mentoren – weder Frauen noch Männer. Ich habe nur eine Frau in einer Führungsposition und Männer haben häufig Vorurteile gegenüber Mentoring-Programmen, da sie dies als Frauenförderprogramm degradieren und damit nichts zu tun haben wollen.“

Moderatorin: „Wäre es dann nicht sinnvoll in Zielvereinbarungen für Führungskräfte zu schreiben, dass sie Förderung von Frauen unterstützen müssten?“

Aigner: „Dies wäre schön, aber in einem inhabergeführten, von Technikern aufgebauten Unternehmen, ist das so nicht möglich. Die Frauen sind beispielsweise in Vorstellungsgesprächen zurückhaltender und überzeugen auf den ersten Blick nicht so sehr wie die Männer. Hier müssen Personalverantwortliche häufig darauf aufmerksam gemacht werden, dass bei den jeweiligen Bewerberinnen viel Potential da ist, da sie dies nicht sehen. Wenn die Frauen eingestellt sind, läuft es immer positiv.“

Moderatorin: „Müssten also Hochschulen früher mit der Begleitung von Studentinnen anfangen? Reicht es nicht, ihnen im letzten Semester die Welt zu erklären?“

Long: „Wir arbeiten mit unseren Studierenden ab der Mitte des Studiums. Mit den neuen Studiengängen verlegt sich dies nach vorne. Die Zeit ist sehr komprimiert, die die Studierenden an der Hochschule verbringen. Hier noch Orientierungsangebote einzubauen, ist ziemlich schwierig. Wir müssen uns deshalb auf ganz konkreten Service spezialisieren. Interessant ist, dass viele Männer, was beispielsweise Seminare angeht, zielstrebig agieren. Sie gehen in ein Seminar mit dem Ziel, danach zu wissen, wie sie sich im Vorstellungsgespräch verhalten müssen, um danach auch sicher den Job zu bekommen. Sie wollen den „letzten Schliff“ kriegen.“

Moderatorin: „Müsste es nicht noch viel mehr Input von den Unternehmen in die Wissenschaften hinein geben? Es wäre doch positiv, wenn Unternehmensvertreterinnen und Unternehmensvertreter häufiger in die Universität gehen würden und den Studierenden mitteilen würden, wie Wirtschaft funktioniert? Wäre es nicht sinnvoll, Leute aus der Praxis zu holen?“

Rathey: „In Duisburg gibt es jeden zweiten Dienstag einen Technologiestammtisch. Dort wird beispielsweise ein 30minütiger Vortrag über ein neues Computerprogramm gehalten. Ein Stammtisch für die Studierenden wäre sinnvoll. Zusätzlich sollte ein großes funktionierendes Netzwerk gebildet werden.“

Moderatorin: „Frau Aigner, ist die Wirtschaft bereit, in ein Netzwerk zu gehen?“

Aigner: „Viele Kolleginnen und Kollegen winken ab und wollen nicht mitarbeiten, weil sie eh überlastet sind. Man muss also mit den Kapazitäten haushalten. In die Schulen sollen die Ingenieurinnen und Ingenieure ja auch noch gehen. Einmal im Jahr ist dies jedoch durchaus möglich.“

Moderatorin: „Es wäre doch schön, wenn wir 52 Unternehmen zusammenkriegen, um jede Woche einen Unternehmensvertreter oder eine Unternehmensvertreterin als Referentin für einen Vortrag oder für ein Gespräch zu gewinnen. Wichtig ist jedoch, dass diese Angebote von den Studierenden auch wahrgenommen werden.“

Schwarze: „Die Netzwerke müssen sich ausbreiten. Dafür brauchen wir die Ingenieurinnen und IT-Fachfrauen aus den Unternehmen. Sie können ihre beruflichen, vorhandenen Netzwerke einbringen. Es geht nicht darum, dass mal jemand da ist, sondern, dass wirklich die Netzwerke gebildet und ausgeweitet werden.“

Moderatorin: „Ich habe einen Vortrag gehalten an der Fachhochschule in Ludwigsburg. Es waren 500 Zuhörerinnen und Zuhörer da, fast nur Frauen. Davon waren zehn Studentinnen. Das Interesse schien nicht vorhanden zu sein. Viele Ingenieurinnen und Ingenieure meinen, dass Fachkräftemangel herrscht und dass sie aus diesem Grund sowieso einen Job bekommen.“

Teilnehmer des Workshops, Herr Artl: „Vor Aufnahme eines Studiums muss ein Grundpraktikum gemacht werden. Wir bieten Mädchen bei uns an der Fachhochschule Düsseldorf an, dass sie direkt an der Fachhochschule das Grundpraktikum machen können. Das ist ein Angebot nur an die Mädchen. Dies könnten andere Hochschulen auch für sich ins Programm aufnehmen. Die nächste Hürde – dies liegt auch an der Neustrukturierung der Studiengänge - ist das Fachpraktikum und im Abschlusssemester das so genannte Praxisprojekt. Jedesmal, wenn die Damen ins richtige Leben raus müssen, gibt es die Probleme, da sie oft keinen Platz bekommen. Dieses Problem muss aber die Industrie lösen, das kann nicht an der Hochschule passieren. Wenn Frauen diese Erfahrung machen, dass sie schon keinen Praktikumsplatz bekommen, werden sie entmutigt und fragen sich, wie das später sein wird. Möglicherweise steigen Frauen aufgrund solcher Erfahrungen aus?“

Moderatorin: „Das ist eine mögliche Erklärung für das Drop-Out-Syndrom. Vielleicht steigen Frauen aufgrund solcher Erfahrungen aus und kommen nicht in der Wirtschaft an?“

Kooperationsfeld 3: Schlüsselkompetenzen

Wirksame Qualifizierungs- und Förderkonzepte von Hochschulen und Unternehmen

Dieses Kooperationsfeld wurde zunächst mit einem Vortrag von Helga Rudack und Anika Steinberger von der Ruhr-Universität Bochum eingeleitet. Es folgte eine Diskussion mit den Podiums- sowie den Workshopteilnehmenden.

Das Wichtigste in Kürze:

- ⇒ Das Projekt Thekla der Ruhr-Universität Bochum liefert Unterstützung für Studentinnen und Absolventinnen. mentoring³ und Peer Mentoring sind die Programme für Doktorandinnen und Postdotorandinnen.
- ⇒ Bewusstsein schaffen für „unbewusste Inkompetenz“. Wann beurteile ich wirklich nur Leistung, wann sind Filter davor?
- ⇒ Gremien der Personalauswahlverfahren sollten mit Frauen und Männern besetzt sein.
- ⇒ Es dürfen nur Leute über Personal entscheiden, die die Kompetenz erworben haben, Leistung zu beurteilen.
- ⇒ Schlüsselkompetenzen sind meist männlich definiert.
- ⇒ Frauen reizt an technischen Berufen die Problemlösung. Dies muss bei der Gewinnung von Frauen für technische Berufe besser kommuniziert werden.
- ⇒ Diversity-Programme werden in Unternehmen in der Regel aus ökonomischen Gründen aufgelegt.
- ⇒ Ziel der Diversity-Beratung ist eine Kompetenz- und Bewusstseinsänderung der Männer in Unternehmen und eine Irritation des Systems.
- ⇒ Reverse-Mentoring ist ein Mittel zur Bewusstseinsveränderung im Unternehmen.
- ⇒ Der Begriff „Frauenförderprogramm“ ist durch Vorurteile belastet und wird defizitär ausgelegt und daher von Frauen oft abgelehnt.
- ⇒ Förderprogramme sollten für beide Geschlechter geöffnet, aber anteilig mit mehr Frauen belegt werden.
- ⇒ Männerförderung ist Alltag – ganz ohne Programme. Deshalb ist Frauenförderung gerechtfertigt.
- ⇒ Curricula zum Thema Schlüsselkompetenzen an Hochschulen werden von Männern bestimmt, da Professorinnen fehlen. Lösung: Ingenieurinnen aus der Industrie einladen, an den Curricula mitzuwirken.
- ⇒ Genderperspektive von Männern oder gemischten Team ins Unternehmen bringen.

Es diskutierten:

Helga Rudack

Helga Rudack, Dipl. - Pädagogin, ist Mitarbeiterin der Stabstelle Interne Fortbildung und Beratung der Ruhr-Universität Bochum. Sie ist die Koordinatorin der Mentoring-Programme für Doktorandinnen und Postdoktorandinnen an der Ruhr-Universität.

Kontakt: helga.wollert-rudack@rub.de | Tel: 0234 - 32 23726



Anika Steinberger

Anika Steinberger, Dipl.- Geogr., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Ruhr-Universität Bochum. Projektkoordinatorin von Thekla Mentoring Berufsorientierung, MINT-Schülerinnenprojekte und JIPPPP.

Kontakt: anika.steinberger@rub.de | Tel: 0234 - 32 27728

Hans Jablonski

Hans W. Jablonski, Diplom Volkswirt, ist freiberuflicher Berater für Unternehmen in Europa und verfügt über 15 Jahre Erfahrungen im Bereich der Personal- und Organisationsentwicklung mit dem Schwerpunkt Diversity und Change Management in unterschiedlichen Branchen wie z.B. Ford Werke GmbH, BP AG oder Roland Berger Strategy Consultants.

Kontakt: mail@hans-jablonski.de | Tel: 0221 - 3016536



Marina Braun



Marina Braun, Schülerin in Duisburg, plant ein Praktikum bei Rattey Stahlbau; strebt ein technisches oder ingenieurwissenschaftliches Studium an.

Präsentation der Ruhr-Universität Bochum: Berufsorientierung für Frauen in Ingenieur- und Naturwissenschaften - Von der Schülerin bis zur Postdoktorandin

Helga Rudack und Anika Steinberger

Ruhr-Universität Bochum

Übergänge – Brücken bauen

Berufsorientierung für Frauen in
Ingenieur- und Naturwissenschaften
Von der Schülerin bis zur Postdoktorandin

- Schule – Hochschule
- Hochschule - Wirtschaft
- Hochschule - Forschung

www.rub.de/mentoring3

Ruhr-Universität Bochum

Die Programme



Peer Mentoring



www.rub.de/mentoring3

Helga Rudack, Dipl.-Päd.
Anika Steinberger, Dipl.-Geogr.

Schülerinnen



- Mailmentoring
- Schulmentoring
- Girls´Day
- Sommerprojektwoche



Anika Steinberger, Dipl.-Geogr.

Studentinnen



Zielgruppen:

Mentees: Studentinnen im Haupt- oder Masterstudium

Mentorinnen: Berufserfahrene Akademikerinnen und Akademiker aus Wirtschaft, Verbänden, Verwaltung

Anika Steinberger, Dipl.-Geogr.

- **Module**
- Das Tandem
- Die Seminare
- Die Netzwerktreffen

- **Die Ziele:**
- Übergänge Hochschule – Berufswelt transparent werden lassen
- Berufsorientierung
- Vermittlung überfachlicher Kompetenzen
- Netzwerkbildung



Mentoring³



- Universität Dortmund - Ingenieurwissenschaften
- Universität Duisburg-Essen – Geistes- u. Gesellschaftswissenschaften
- Ruhr-Universität Bochum - Naturwissenschaften

Helga Rudack, Dipl.-Päd.

Peer Mentoring



Module

- Kleingruppe: unter Gleichgestellten berufsrelevante Erfahrungen austauschen
- Seminare zur Karriereplanung
- Geladene Expert/innen: gezielte Information von außen – Vorbilder erleben

www.rub.de/mentoring3

Helga Rudack, Dipl.-Päd.



Peer Mentoring

Ziele

- Karriereplanung unterstützen
- Nachwuchswissenschaftlerinnen sichtbar werden lassen
- Interdisziplinäres Netzwerk aufbauen

Helga Rudack, Dipl.-Päd.

Modulares Konzept

Baustein 3: Wissenschaftslaufbahn Wissenschaft – Forschung Ziele u. Zielgruppe: Doktorandinnen und Postdotorandinnen		
Maßnahmen: <ul style="list-style-type: none"> • Peer Mentoring • mentoring³ • Promovieren – Perspektiven f. Frauen • one to one Mentoring • Seminare / Netzwerktreffen • Konferenzen 	Teilnehmerinnen: <ul style="list-style-type: none"> • 12 Postdotorandinnen • 40 Doktorandinnen aus den Naturwissenschaften • 15 Doktorandinnen 	nachhaltige Kooperationen: <ul style="list-style-type: none"> • Gleichstellungsbüro Universität Dortmund und Duisburg-Essen • Professor/innen als Mentor/innen • Personalentwicklung
Baustein 2: Berufsorientierung (Übergang Studium - Wissenschaft - Wirtschaft) Ziele u. Zielgruppe: Berufsorientierung Studentinnen, Absolventinnen, Doktorandinnen		
Maßnahmen: <ul style="list-style-type: none"> • Thekla Mentoring Berufsorientierung • one to one Mentoring • Seminare • Netzwerktreffen 	Teilnehmerinnen : <ul style="list-style-type: none"> • 120 Tandems seit 2002 	nachhaltige Kooperationen: <ul style="list-style-type: none"> • Mentor/innen Netzwerk Wirtschaft • Mentee Netzwerk BoNetz Mentoring • Thekla Netzwerk e.V. • Career-Service & Alumni • Studienbüro
Baustein 1: Studienwahl (Schule / Wissenschaft) Ziele u. Zielgruppe: Interesse für Natur- und Ingenieurwissenschaften bei Schülerinnen wecken (MINT)		
Maßnahmen: <ul style="list-style-type: none"> • Schülerinnen Mentoring (Information) • Girls Day (Erstkontakt Universität) • Projektwochen Ingenieur- u. Naturwissenschaften 	Teilnehmerinnen : <ul style="list-style-type: none"> • Seit 2002 haben rund 1800 Schülerinnen diese Angebote angenommen 	nachhaltige Kooperationen: <ul style="list-style-type: none"> • Netzwerk Schule/Universität • Fakultäten untereinander • Gleichstellungsbüro - Fakultäten

Diskussion

Moderatorin: „Vielen Dank für die Präsentation. Frau Rudack, wenn ich höre, dass beispielsweise zehn Frauen gefördert wurden, finde ich, dass das nach sehr wenig klingt. Aber man muss bedenken, dass sich diese Zahlen vervielfachen werden und dass dies hier der Anfang ist. Und es war mit Sicherheit eine große Mühe, dieses Projekt überhaupt erst einmal in Gang zu setzen, oder?“

Rudack: „An der RUB sind etwa 70 Postdoktorandinnen beschäftigt, die sich in der Qualifikationsphase befinden und eine wissenschaftliche Karriere anstreben. Wenn davon zehn an unserem Programm teilnehmen, ist das ein enormer Anteil.“

Moderatorin: „Frau Braun, Sie sind Schülerin und arbeiten bei Rattey Stahlbau als Praktikantin?“

Braun: „Ich mache im Jahr 2008 mein Abitur. Ich arbeite noch nicht regelmäßig bei Rattey, plane aber ein Praktikum. Ich nehme darüber hinaus an Veranstaltungen wie beispielsweise an dieser teil, wenn es zeitlich mit der Schule klappt.“

Moderatorin: „Herr Jablonski, gibt es etwas, das Frauen im Beruf wissen sollten, was Männer bereits wissen?“

Jablonski: „Die Frage ist zunächst: Was ist denn Schlüsselkompetenz? Was steckt dahinter? Im Rahmen der Diversity-Arbeit in Unternehmen schaffen wir zunächst ein Bewusstsein. Ich weiß nicht, ob man hierbei bereits von Schlüsselkompetenzen sprechen kann. Das, was wir heute Morgen gehört haben, ist die Eingliederung von Männern und Frauen in die Unternehmen. Ich arbeite meist mit Männern, weil in den Unternehmen größtenteils Männer vertreten sind und dementsprechend ist auch die Kultur männlich dominiert. Es geht zunächst einmal darum, ein Bewusstsein bei den Männern zu schaffen, was bei den Frauen anders ist. Oder ist da überhaupt etwas anders? Häufig wird die Ansicht vertreten, es sei völlig egal, ob ein Mann oder eine Frau im Team arbeitet. Es kommt nur auf die Leistung an. Also dachte ich, ich setze bei den Frauen an. Die Frauen sagen jedoch teilweise, dass sie das nicht möchten - es käme lediglich auf ihre Leistung an. Mentoring sei als Programm durchaus positiv, aber sie wollten es trotzdem nicht. Sie seien wegen ihrer Leistung im Unternehmen und nicht wegen ihres Geschlechts.“

Da stellt man sich natürlich die Frage, mit wem man nun startet? Das ist eine Vorstufe. Diese wird unbewusste Inkompetenz genannt: Ich weiß nicht, dass ich etwas nicht weiß. Wann beurteile ich beispielsweise Leistung wirklich und wann sind Filter davor? Darüber haben wir heute ja bereits kurz gesprochen, dass Männer im Bewerbungsgespräch häufig überzeugender wirken. Sie wirken selbstbewusster als Frauen, obwohl de facto die gleiche Leistung und Kompetenz vorhanden ist. Man weiß häufig nicht, wann Filter vor der Beurteilung sind. Wann Personalverantwortliche wirklich nur die Leistung und nichts anderes beurteilen.

Wenn beispielsweise Leistungsstärke und Durchsetzungsfähigkeit als Kompetenzen in Unternehmen festgeschrieben wurden, haben Frauen allein von der Erscheinung her häufig Nachteile. Hier muss ein Bewusstsein geschaffen werden, da es auf Grund dieser Festbeschreibung Unterschiede in der Beurteilung gibt. Ein Auswahlverfahren, das nur mit Männern gemacht wird, ist dementsprechend schon tendenziös. Also ist es wichtig, Auswahlverfahren mit Männern und Frauen zu besetzen. So wie das beispielsweise BP macht. Hier gibt es nur gemischte Teams bei Auswahlverfahren. Und es dürfen nur die Leute über Personal entscheiden, die eine Kompetenz dazu erworben haben, Leistung zu beurteilen. Es ist überaus wichtig, sich gerade in Personalentscheidungen zu hinterfragen, woran habe ich meine Beurteilung jetzt festgemacht? Erschien mir das nur so oder war das wirklich die Leistung?

Unternehmensweit müsste man schauen:

Wie sind Männer und Frauen in ihrer Interaktion (wichtige Schlüsselkompetenz)?

Wie sind die Leistungsbeurteilungen, sind die von Frauen generell schlechter?

Wie sind die Bezahlungen?

Also, gibt es Symptome, die ich erkennen kann? Und wo sind die Ursachen? Wichtig ist die Prozessperspektive: Welcher Prozess führt dazu, dass z.B. unterschiedlich bezahlt wird, schlechter bewertet wird etc.? Der hat mit der Kompetenz derjenigen zu tun, die dieses entscheiden.“

Moderatorin: „Also können wir festhalten, dass Schlüsselkompetenzen immer noch männlich definiert sind. Dies muss natürlich in Frage gestellt werden. Wir stellen uns auch heute noch zunächst einen männlichen Maschinenbauingenieur oder einen männlichen Manager vor und keinen weiblichen, wenn über diese Berufsgruppen gesprochen wird. Also muss bei den Unternehmen angesetzt werden, um Schlüsselkompetenzen neu zu definieren?“

Jablonski: „Unternehmen sind Veranstaltungen, die von Männern erfunden wurden. Also ist diese Tradition auch männlich dominiert. Die Frage ist, wie ich diese Tradition verändern kann. Hier darf man jedoch nicht aus den Augen verlieren, dass nicht nur Frauen ein geringes Interesse an Technik haben, sondern sich auch immer mehr Männer in Deutschland von der Technik abwenden. Also muss ich mich fragen, ob an dem System etwas falsch ist? Der

Vorteil bei der Frauenförderung ist, dass das, was für Frauen gut ist, automatisch auch für die Männer einen positiven Effekt nach sich zieht.

Generell müssen wir etwas an dem System ändern. Nämlich an diesem Korsett, was im Laufe der Zeit entstanden ist und „Kultur“ heißt. Einen Prozess zu ändern ist relativ leicht, z.B. ein Frauenförderprogramm auf die Beine zu stellen, aber eine ganze Unternehmenskultur, die männlich dominiert ist, zu verändern, ist schwer.

Es gab in der Vergangenheit leider nur wenig nachhaltige Personalentwicklung. Die Frage stellt sich: Wie schnell kann ich so etwas ändern und in Verhalten umzusetzen? Ab wann reagiert ein Mensch anders? Dies ist jedoch eine langfristige Sache. Unternehmen sind sehr ungeduldig und wollen schnelle Erfolge sehen, die jedoch nicht so leicht zu verwirklichen sind.“

Moderatorin: „Frau Braun, was reizt Sie denn an den technischen Berufen?“

Braun: „Mich reizt konkret, dass man etwas plant und hinterher umsetzen kann. Dass man sich über ein technisches Problem Gedanken macht und hinterher sieht, so ist das in Wirklichkeit umgesetzt worden. Also Problemlösung. Aus diesem Grund reizt mich auch nicht ein einfaches Physikstudium, wo man sich über theoretische Probleme Gedanken macht und hinterher weiß man nicht genau, ob es umsetzbar ist, weil es theoretisch bleibt.“

Moderatorin: „Man müsste mehr jüngere Frauen fragen, wie man am besten Marketing für diese technischen Studiengänge macht. Man muss in der Sprache der jungen Frauen sprechen, damit sie überhaupt ein solches Studium bereit sind zu absolvieren. Wenn man ihnen sagt, sie können Probleme dieser Welt lösen, dann sind sie dabei.“

Jablonski: „Eines darf man jedoch nicht vergessen: Diversity ist auch ein betriebswirtschaftliches Programm – ein Unternehmens- und Managementprogramm und kein Sozialprogramm. Es mag auch aus ethischen Gründen funktionieren, aber der wichtigste Grund ist die ökonomische Komponente.

Es geht im Ziel aber um eine Kompetenz- und Bewusstseinsänderung der Männer und darum, das System zu irritieren. Es gibt immer noch Männer die sagen, sie seien nicht bereit, eine Frau als gleichberechtigte Kollegin oder gar als Chefin zu akzeptieren. Dafür haben sie kein Modell. Aus diesem Grund benötigt es Kompetenz bei Männern. Eine andere Möglichkeit der Bewusstseinsveränderung im Unternehmen ist auch das reverse Mentoring, bei dem der Chef oder die Chefin die Mentee ist und die Rollen vertauscht werden. Die Chefs - meist Männer - lernen, wie es der weiblichen Mentee überhaupt in einer Unternehmenskarriere geht.

Und um noch einmal auf die Frauenförderprogramme zurückzukommen: Frauen haben Vorurteile gegenüber diesen Programmen, weil sie das Gefühl haben, sie sind in diesen Programmen weil sie gefördert werden müssen, im Sinne eines Defizits. Und nicht weil sie Kompetenzen besitzen. Dieser Anstrich muss geändert werden. Es reicht häufig schon, solchen Förderprogrammen einen anderen Titel zu geben. In dem Moment, wo ich etwas Frauenförderungsprogramm nenne, ist es kaputt.“

Moderatorin: „Wir haben einiges über Programme für Frauen, die eine wissenschaftliche Karriere anstreben, gehört. Frau Rudack, eigentlich müssten Sie doch die Unternehmen draußen lassen, da diese doch in Konkurrenz zu Ihren Programmen stehen?“

Rudack: „Ich kann die Wirtschaft nicht draußen halten. Wir in der Hochschule benötigen die Impulse aus der Wirtschaft. Schauen Sie sich die Ingenieurwissenschaften an: Wer dort Professorin oder Professor werden möchte, muss zunächst außerhalb der Hochschule Karriere machen und Berufserfahrung in der Wirtschaft sammeln. Inzwischen gibt es diese Tendenz auch in einigen Fächern in den Naturwissenschaften.“

Was ich noch hinzufügen möchte: Im mentoring³ - Programm haben wir Mentoren und Mentorinnen. Hier bekommen wir häufig die Rückmeldung, dass diese gar nicht wussten, dass Doktorandinnen solche Fragestellungen haben. Dies hilft den Professorinnen und Professoren, auch besser auf die die eigenen Doktorand/innen einzugehen. Insofern hat das mentoring³ - Programm auch die Funktion, die Lehrkräfte der Hochschulen für die Nachwuchsförderung und deren Fragestellungen zu sensibilisieren.“

Jablonski: „Ein Punkt ist noch, dass die Intention der Frauenförderung eine Ungleichbehandlung gegenüber Männern rechtfertigt. Dies muss man jedoch mit Frauen diskutieren, weil diese nicht per se diese positive Einstellung zu Förderprogrammen haben – vor allem nicht im Ingenieurinnenbereich.“

Teilnehmerin am Workshop, Frau Dr. Zimmermann (Gleichstellungsbeauftragte der Technischen Universität Dortmund): „Häufig ist es den Mentees zunächst egal, ob Sie einen Mentor oder eine Mentorin haben wollen. Wenn man jedoch mit den Mentees deren Fragestellungen bespricht, was sie interessiert, z.B. Vereinbarkeit von Beruf und Familie, dann landet man sehr schnell bei einer Frau als Mentorin. Und wir haben darüber hinaus die Erfahrungen gemacht, dass diese Mentees, die an dem Programm teilgenommen und es durchlaufen haben, dass dies die besten Promotorinnen sind für weitere Teilnehmerinnen für dieses Programm.“

Moderatorin: „Es geht aber auch um Professionalisierung, was Frauen manchmal noch fehlt. Es geht nicht um Vermännlichung, sondern um Professionalisierung.“

Jablonski: „Für Männer ist es selbstverständlicher, professionell zu agieren. Was wir hierbei aber auch häufig diskutieren, ist die Frage, wann ich was nur in einer gleichgeschlechtlichen Gruppe mache und wann gemischtgeschlechtlich. Da muss man ganz bewusst vorgehen – gerade bei Programmen, die offensichtlich sind. Eine Lösung wäre diese Förderprogramme für beide Geschlechter zu öffnen, jedoch anteilig mit mehr Frauen. Erfahrungsgemäß herrschen dann weniger Vorurteile und diese Programme werden sowohl von Männern als auch von Frauen eher angenommen. Die Instrumente und Möglichkeiten müssen bewusst eingesetzt werden – in einigen Bereichen ist es sicher auch möglich und nötig, reine Frauen- oder Männergruppen zu bilden.“

Moderatorin: „Wir dürfen nicht vergessen und sollten es uns auch immer wieder bewusst machen, dass es Männerförderung seit jeher gibt und Männer gefördert werden – ganz ohne offizielles Programm.“

Teilnehmer am Workshop, Herr Art: „Seit einiger Zeit müssen Schlüsselkompetenzen gelehrt werden im Studium. Das Problem ist, dass das Curriculum von Männern entwickelt wird, da es keine oder kaum Professorinnen gibt. Diese setzen sich zusammen und diskutieren darüber, welche Fächer gelehrt werden. Am Ende wurde ein Curriculum von Männern entwickelt, was dann Frauen studieren müssen. An dieser Stelle könnte angesetzt werden: Wie kann man dies anders machen? Ein Vorschlag wäre, Ingenieurinnen aus der Industrie einzuladen, am Curriculum mitzuwirken.“

Ein anderes Problem bei Studentinnen sind die Kommilitonen. Bei Versuchen und Praktika in der Hochschule sind Frauen mit Männern in Dreier- oder Vierergruppen und müssen die Erfahrung machen, dass Studenten bei praktischen Arbeiten die Studentinnen beiseite schieben. Aus diesem Grund wäre es sinnvoll, in solchen Fällen reine Frauengruppen zu bilden, ähnlich wie es auch an den Schulen passiert.“

Schönborn: „In den Bauwissenschaften an der Universität Duisburg-Essen gibt es diese reinen Frauengruppen seit einigen Jahren, was zunächst auf viel Widerstand stieß. Inzwischen hat sich das Modell jedoch bewährt und sich die Studentinnenzahl erhöht.“

Teilnehmer am Workshop, Herr Torkel: „Als Elektroingenieur möchte ich noch einmal sagen, wenn wir Professorinnen haben wollen, die Ingenieurinnen sind, sollten diese auf jeden Fall in der Wirtschaft gearbeitet und das durchlebt haben. Diese Professorinnen haben ande-

re Kompetenzen und Blickwinkel, die für eine Hochschule und für die Studierenden wichtig sind.“

Schwarze: „Wir hören immer sehr viel, was mit Frauen gemacht werden soll. Unternehmen engagieren sich ja durchaus bereits in Kindergärten und Schulen. Die Frage ist für mich: Wo ist der Ort, an dem zu arbeiten, was Sie, Herr Jablonski, beschrieben haben? Ein Bewusstsein für die Frage zu erhalten, welche Vielfalt benötigt man im eigenen Unternehmen, was für eine Zusammensetzung haben wir da? Wie kommen wir an die Zielgruppen, die wir bisher nicht haben? Für die Ursachen- und Problemfindung, warum bspw. nur wenige Frauen trotz der Förderprogramme später in einem Wirtschaftsunternehmen landen, ist nur wenig Zeit. Hier muss man sich die berechtigte Frage stellen: Wird an den falschen Stellen angesetzt, und werden mit den Aktivitäten Geschlechterverhältnisse möglicherweise nicht aufgebrochen sondern nur weiter zementiert? Sehen Sie, nicht nur für größere Unternehmen, sondern auch für den Mittelstand die Chance, an der Thematik zu arbeiten und vielleicht auch etwas miteinander zu machen?“

Jablonski: „Mittelstand und Großunternehmen ticken unterschiedlich. Ein mittelständisches Unternehmen hat kein Geld, um großartige Diversity-Programme zu entwickeln. Ich denke, der Mittelstand löst auch seine Themen anders als Großunternehmen. Hier kann man ansetzen. Wenn ich die Thematik des Fachkräftemangels betrachte: Ein mittelständisches Unternehmen hat genau wie ein Großunternehmen dieses Problem, aber sie haben kein großes Programm, um diesem Mangel entgegenzutreten. Sie haben jedoch andere Zugänge und sind meist lokal besser vernetzt. Hier sehe ich den Ansatzpunkt zu sagen: Wie hast du bisher geschaut? Wie einseitig war dein bisheriger Recruitingrahmen, den du gesetzt hast? Wie attraktiv erscheint der für unterschiedliche Menschen oder für welchen Typus ist er aufgebaut? Dies sind Hinweise, die man geben kann und die auch zurzeit mit dem Mittelstand diskutiert werden. Man versucht die Idee darin durch die „Charta der Vielfalt“ zu transportieren; das, was Großunternehmen erlebt haben, auch auf andere Institutionen zu übertragen.“

Teilnehmerin: „Ich habe gehört, dass es wichtig ist, diese Genderperspektive als Mann oder zumindest als gemischtes Team in ein Unternehmen zu bringen. Haben Sie diese Erfahrung auch gemacht, Herr Jablonski?“

Jablonski: „Diesen Schulterschluss habe ich auch gespürt. Frauen wurde häufig die Betroffenheit unterstellt. Also dass nur die Karriere von Frauen vorangetrieben werden sollte und nicht das Programm.“

Moderatorin: „Ich bedanke mich für diese Runde.“

Ideenschmiede und Impulse: „Löcher in der Talent-Pipeline schließen“ - Innovative Strategien, Netzwerke und Projekte für den weiblichen Techniknachwuchs

In diesem Kapitel sind die zentralen Ergebnisse zusammengefasst, die in der Ideenschmiede des Workshops diskutiert wurden. An der Diskussion nahmen rund 60 Expertinnen und Experten aus Unternehmen und Organisationen, Wissenschaft, Hochschule, Arbeitsagenturen und Beratungseinrichtungen teil. Ihre Diskussion um die Möglichkeiten, Löcher in der Talentpipeline zu schließen, ergab vielfältige Anregungen und Hinweise für Hochschule und Wirtschaft, um den weiblichen Nachwuchs verstärkt für die MINT-Studiengänge zu gewinnen, den Übergang von Hochschule in die Wirtschaft zu unterstützen und die Drop-Out-Quoten von Frauen in technischen Berufen zu reduzieren. Die Meinungsäußerungen wurden nicht bewertet, sondern nur geordnet und zusammengefasst.

Die Empfehlungen für Maßnahmen sind in drei Aktionsfelder strukturiert:

1. Zielgruppensensibel für Frauen agieren

Hochschule und Unternehmen sollten vorhandene Genderkompetenz nutzen und ein zielgruppensensibles Marketing und Recruiting entwickeln, um dieses längerfristig als Qualitätsmerkmal nach innen und außen zu nutzen - sowohl bei der Rekrutierung von Personal als auch bei der Vermarktung ihrer Produkte. Diese Perspektive sollte auch stärker in die wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge eingebracht werden.

2. Wissen austauschen

Synergieeffekte können genutzt werden! Es gibt bereits Kompetenzen von Hochschulen und Unternehmen, das Potenzial von Frauen in naturwissenschaftlich-technischen Ausbildungsgängen und Berufen aktiv zu fördern und einzusetzen. Diese Kompetenzen sollten vernetzt und ausgetauscht werden.

3. Netzwerke verdichten

Bereits vorhandene Aktivitäten und Projekte sollten gebündelt, untereinander vernetzt und zu Handlungs-Clustern entwickelt werden.

Zielgruppensensibel für Frauen agieren

Das Nutzen von Gender als Qualitätsmerkmal nach innen und außen von Hochschulen und Unternehmen sollte auf unterschiedlichen Ebenen ansetzen.

Akteur Hochschule

- **Erfolgreiche Frauenförderung als Qualitäts- und Leistungsmerkmal im Hochschulmarketing**

Der Modernisierungsprozess der Hochschulen geht eher langsam vonstatten. Frauenförderung wird immer noch zu wenig vor dem Hintergrund des Wettbewerbs um qualifizierten Nachwuchs gesehen. Auf Grund ihres „Quasimonopols“ sehen sich die Hochschulen kaum gezwungen, sich betriebswirtschaftlich zu organisieren und um Spitztalente zu werben. Ein Kulturwandel ist an den Hochschulen noch nicht deutlich auszumachen. Es gibt jedoch erste Ansätze und gute Beispiele für eine neue Ausrichtung.

Die TU München hat sich das Ziel gesetzt, für talentierte Frauen die attraktivste Hochschule Deutschlands zu werden. Dafür wird sie bis zum Jahr 2011 rund sieben Millionen Euro in die Frauenförderung investieren. Hier nimmt die TU München eine Vorreiterstellung ein und veranschaulicht, dass Geschlechtergerechtigkeit nicht nur sozialpolitisch eine Bedeutung hat, sondern zum Wettbewerbsfaktor avanciert ist.

Handlungsempfehlung:

Hochschulleitungen sollten explizit das Thema Frauenförderung in technischen/MINT-Studiengängen festschreiben und die Erreichung dieses Ziels mit entsprechenden Maßnahmen, unter Einbeziehung der Zielgruppe und mit entsprechenden finanziellen Mitteln, vorantreiben.

- **Gender-Kompetenz in die Wirtschaftswissenschaften**

Das Gender-Wissen, welches Hochschulen in den Sprach- und Kulturwissenschaften generieren, kann wirtschafts- und gesellschaftspolitische Beiträge leisten, wenn es über die Wirtschaftswissenschaften in die Unternehmen getragen wird.

Für die ökonomische Bewertung der Studienfächer und -abschlüsse sorgt die Wirtschaft, insbesondere die Marketing- und Kommunikationsbereiche. Das Image von Berufen, Produkten, Karrieren, Dienstleistungen und auch Rollen von Männern und Frauen in der Werbung werden in durchgehend männlich besetzten Führungsriegen der großen Konzerne nach außen getragen. Damit haben die weitgehend Gender-Studien-freien Wirtschaftswissenschaft-

ten als Ausbildungs- und Reflektionsort für die Wahrnehmung von Geschlechterkultur eine herausragende Rolle. Sie tragen zur Aufrechterhaltung der derzeitigen Geschlechterbilder maßgeblich bei.

Im Umkehrschluss kann die Wirtschaftswissenschaft als Einfallstor genutzt werden, gendersensible Akteure und Akteurinnen für die Wirtschaft auszubilden.

Handlungsempfehlung:

Die wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten sollten in Kooperation mit der Gleichstellungsstelle ihrer Hochschule Maßnahmen konzipieren, welche Gender-Kompetenz im wirtschaftswissenschaftlichen Studium verankern. Beispielsweise sollte in Berufungsverfahren ein Augenmerk auf die Einstellung gendergeschulten Personals gelegt werden. Es sollten mehr geschlechterbewusste Inhalte in Lehre und Forschung integriert werden. Es sollte eine geschlechtersensible Wissensvermittlung in Form von gendersensibler Didaktik und geschlechtersensiblen Bezügen zur Arbeitswelt angestrebt werden. Das trägt (mittelfristig) zur Gewinnung von gendersensiblen Akteurinnen und Akteuren in der Wirtschaft bei.

- **Career-Center mit Genderbezug**

Career-Center, die an einigen Hochschulen bereits eingerichtet sind, haben das Potenzial, gezielt die beruflichen Perspektiven des weiblichen Technik-MINT-Nachwuchses zu verbreitern und verbessern. (Hinweis: An der Humboldt-Universität in Berlin wurde der Aufbau eines Career Centers mit Mitteln aus dem EFRE gefördert.)

In den Programmen der Career-Center an den Hochschulen ist eine Integration der Genderdimension erforderlich. In diesem Zusammenhang kann das Career-Center den Absolventinnen - in Rückkoppelung mit der Wirtschaft - wirksame Strategien vermitteln, um Berufseinstiegsprobleme zu reduzieren.

Bisher fehlt ein zentrales Wissensmanagement. Sinnvoll wäre eine Plattform mit dem gesamten Wissen und der Erfahrung zur Förderung der Präsenz des weiblichen Techniknachwuchses in Wissenschaft und Wirtschaft, sowie zum wechselseitigen Transfer.

Handlungsempfehlung:

Sinnvoll wäre die Erstellung eines Leitfadens zum „Gendern“ von Career-Centern. Dieser Leitfaden sollte auf einer entsprechenden Internetplattform frei zugänglich sein und von allen Hochschulen nutzbar sein. Eine öffentliche Förderung wäre wünschenswert.

Kontakt: Bettina Long, Fachhochschule Dortmund / bettina.long@fh-dortmund.de

- **Neues Image der MINT-Studiengänge**

Die Hochschulen sollten die MINT-Studiengänge mit einer Bedeutung aufwerten, die den weiblichen Nachwuchs besonders anspricht. Zugpferd könnte der Bereich erneuerbare Energien sein. Er wird gegenwärtig von einem massiven Fachkräftemangel geprägt. Die Stu-

diengänge im Bereich der erneuerbaren Energien beinhalten Themen, die für Frauen attraktiv sind, ihnen eine spezifische Sinnstiftung vermitteln und vielfältige Karrieremöglichkeiten in sich bergen. Dies sollte aktiv kommuniziert werden.

Handlungsempfehlung:

Curricula der MINT-Studiengänge überarbeiten. Praxisbezug und Problemlösungsorientierung müssen stärker hervortreten. Diese neue Ausrichtung nach außen bei der Rekrutierung von Studierenden aktiv vermarkten.

o **Neues Image der Förderprogramme**

Frauenförderprogramme müssen ein leistungsbezogenes, elitäres Image erhalten, um Negativetikettierungen zu vermeiden. Förderprogramme intendieren nicht eine „Vermännlichung“, sondern stets einen Professionalisierungs- und Weiterentwicklungsprozess. Das muss deutlicher zum Ausdruck kommen. Andernfalls werden sie falsch interpretiert. Geschlechtsstereotypes Denken („Frauen sind defizitär“) und die Ablehnung derartiger Programme (Förderung aufgrund von Geschlecht) sind die Folge.

Als Promotorinnen für diese Programme sollten im Sinne von Role-Models die Frauen eingesetzt werden, die ein solches Programm bereits durchlaufen haben.

Handlungsempfehlung:

Anbietende von Frauenförderprogrammen sollten bei der Etikettierung darauf achten, diese nicht als solche zu benennen. Stattdessen sollte der Professionalisierungsaspekt in den Vordergrund rücken. Eine Lösung wäre, diese Förderprogramme für beide Geschlechter zu öffnen, jedoch anteilig mit mehr Frauen zu füllen.

Akteur Wirtschaft

o **Mentoringprojekte vorantreiben**

Mentoring sollte zum Standardrepertoire von Unternehmen (besonders von KMUs) gehören. Deshalb ist es wichtig, Unternehmen den Wert von Mentoring-Projekten auch für sie aufzuzeigen: Durch das Betreuungsverhältnis erhält das Unternehmen die Möglichkeit, begabten Nachwuchs für das eigene Unternehmen zu rekrutieren.

In Hinblick auf das Konzept des reverse-mentoring kann unterstrichen werden, dass in der Eins-zu-eins-Beziehung nicht nur die Mentee in ihrer Persönlichkeitsentwicklung und Karriereplanung gefördert wird. Auch der Mentor oder die Mentorin baut spiegelbildlich Kompetenzen und Fähigkeiten aus, aktualisiert das eigene Wissen und kann dieses produktiv in das Unternehmen einbringen.

Handlungsempfehlung:

Personalverantwortliche in Unternehmen sollten Mentoring aktiv unterstützen, indem sie Mitarbeitenden Freiräume zugestehen, um als Mentorin oder Mentor tätig zu werden. Die Tätigkeit als Mentor oder Mentorin sollte bei der eigenen Personalentwicklung positiv honoriert werden. Mentoring sollte von der Wirtschaft kontinuierlich als Rekrutierungsinstrument von Nachwuchskräften eingesetzt werden.

- **Work-Life-Balance**

Unternehmen sollten die Work-Life-Balance in ihrer Unternehmenskultur ausbauen und eine nachhaltige Personalstrategie in ihrer Außendarstellung verankern, um verstärkt die Zielgruppe der Frauen anzusprechen. Dem liegt die Erkenntnis zu Grunde, dass das Konzept der Work-Life-Balance einen Gewinn für das Unternehmen darstellt, weil es eine Win-Win-Situation ermöglicht und wertvolles Fachpersonal an das Unternehmen bindet.

In der unternehmensinternen Kommunikation sollten Unternehmen sondieren, an welchen Stellen Frauen aus dem betrieblichen Alltag ausscheiden, ob Kinder als Karrierekick oder Karriereknick bewertet werden und ob oder warum männliche Mitarbeiter Vorbehalte haben, Erziehungsurlaub zu nehmen.

Handlungsempfehlung:

Kostenvergleich im Unternehmen anstellen: Personalgewinnung versus Personalbindung. Work-Life-Balance im Unternehmen beispielsweise in Zusammenarbeit mit Hochschule untersuchen lassen und Konzept entwickeln.

- **Unternehmenskooperationen für weiblichen Technik-Nachwuchs**

Fachkräftemangel in technischen Berufen trifft große Unternehmen ebenso wie kleine und mittelständische Unternehmen. KMU haben jedoch meist weniger Kapazitäten, Konzepte zur Ansprache neuer Zielgruppen der Personalrekrutierung zu entwickeln und umzusetzen oder am Image der Branche zu arbeiten. Der regionale Zusammenschluss der Unternehmen einer Branche kann Kräfte bündeln. Beispielhaft ist das geschehen in der Region Ostwestfalen-Lippe. Dort haben sich 120 Unternehmen der Energiewirtschaft zu einem Netzwerk zusammengeschlossen. In Projekten versuchen sie unter anderem weibliche Nachwuchskräfte für die Branche zu begeistern. (Kontakt: Angelika Filius, Energie Impuls OWL)

Handlungsempfehlung:

Bildung regionaler branchenspezifischer Kooperationen zur Unterstützung des weiblichen Techniknachwuchses. Mögliche Initiatoren: Branchenverbände / Wirtschaftsförderung

Gemeinsame Aktivitäten von Hochschule, Wirtschaft und Bundesagentur für Arbeit

- **Imagekampagne „MINT“**

Hochschule, Wirtschaft und die Bundesagentur für Arbeit sollten in einem Schulterschluss eine gendersensible Werbekampagne für die Verbesserung des Ansehens der MINT-Studiengänge, /-Berufe und /-Betriebe auflegen. Die Kampagne sollte sowohl die Vielfalt der beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten, Karrierepfade und alternativen Tätigkeitsfelder (Vertriebsbereich, Sektor der erneuerbaren Energien u.ä.) als auch die kommunikativen Aspekte in technischen Berufen herauszustellen, um stereotype Vorstellungen aufzuweichen und Mädchen und Frauen zu einer Aufnahme eines MINT-Berufes und Personalverantwortliche zur Einstellung junger Technikerinnen und Naturwissenschaftlerinnen zu motivieren.

Handlungsempfehlung:

Gemeinsame Image-Kampagne starten oder mit bestehenden Kampagnen Aktionen durchführen - z.B. Kick-Off-Veranstaltungen, Roadshows, Medienkampagnen...

Wissen austauschen

Es gibt bereits Kompetenzen von Hochschulen und Unternehmen, das Potenzial von Frauen in naturwissenschaftlich-technischen Ausbildungsgängen und Berufen aktiv zu fördern und einzusetzen. Diese Kompetenzen sollten vernetzt und ausgetauscht werden, um sie für neue Handlungsfelder zu nutzen.

Hochschule berät Wirtschaft

o Gender und Diversity in die Unternehmen

Diversity Management trägt maßgeblich dazu bei, die Heterogenität der Mitarbeitenden zu kultivieren und zum Vorteil aller Beschäftigten und des Unternehmens zu nutzen. Es ist somit nicht nur dem Antidiskriminierungsgebot geschuldet, sondern fungiert auch als betriebswirtschaftliches Managementtool. Wenngleich es im Mittelstand signifikant mehr Frauen in Führungspositionen gibt als in Großunternehmen, ist das Reflektionsbewusstsein bezüglich der Geschlechterordnung hier nicht hinreichend ausgeprägt.

Es muss mehr Transparenz in Stellenbesetzungs- und Entscheidungsprozessen erzeugt werden. Da weibliche und männliche Entscheidungsträger offenbar eine Tendenz zum eigenen Geschlecht haben, sollten Auswahlgremien stets paritätisch besetzt sein. Rekrutierungs- und Auswahlinstrumente sollten auf ihr Diskriminierungspotential hin reflektiert werden.

Da Frauen bei der Problemstellung Betroffenheit unterstellt wird, sollten Gender-Fragen von Männern oder gemischten Teams in die Unternehmen gebracht werden, um betriebsinternen Widerstand und eine Marginalisierung der Problemlage zu vermeiden.

Sinnvoll wäre eine Unterstützung der Unternehmen – insbesondere KMU – bei der Profilierung als attraktiver Arbeitgeber für den weiblichen Technik-/MINT-Nachwuchs durch Beratungsangebote der Hochschulen. Ansprechpartner der Hochschulen könnten die Gleichstellungsbeauftragten in Zusammenarbeit mit dem Fachbereich Wirtschaft sein.

Handlungsempfehlung:

Es sollte ein kostenloses Beratungsangebot installiert werden, das ermöglicht, die eigene Rekrutierungswege („Erreiche ich Frauen?“) und Leistungsbewertungskompetenz („Ist meine Wahrnehmung gefiltert?“) zu überprüfen. Entscheidungsträger und Personalverantwortliche von Unternehmen – insbesondere KMUs - sollten Fortbildungen zum Thema Diversity erhalten.

Ansprechpartnerin: Frauke Lange, TU Dortmund

Wirtschaft berät Hochschule

o Mehr Praxisbezug in den Studiengängen

Der Fachkräftemangel ist für viele Unternehmen Anstoß, sich aus Sorge um den fehlenden Nachwuchs an den Hochschulen zu engagieren. Dafür erwartet die Wirtschaft mehr Praxisnähe bei den Studieninhalten. Hier muss ein Dialog zustande kommen, der ermöglicht, die Studiengänge mehr an der Nachfrage der Wirtschaft auszurichten, sie praxisnäher auszugestalten und dem Betriebsalltag verstärkt Rechnung zu tragen. Die Unternehmen sind aufgefordert, Anforderungen und Erwartungen an weibliche Absolventinnen klar zu formulieren und an die Hochschule zu kommunizieren.

Handlungsempfehlung:

Kontinuierliches Austauschforum für Wirtschaft und Hochschulen installieren, eventuell mit fachbereichsspezifischen Themenstellungen. Initiatoren: Hochschulen und/oder IHK/Unternehmen.

o Entwicklung der Curricula

Die Curricula in den Technik-/MINT-Studiengängen werden zumeist ausschließlich von Männern entworfen. Frauen studieren also Inhalte, die Männer festlegen. Um vor diesem Hintergrund Bewegung in die Gestaltung von MINT-Curricula zu bringen und die Reformwelle in der Umstellung auf die konsekutiven Studiengänge auszunutzen, sollte die Wirtschaft Akteurinnen entsenden, die interessiert sind, an der Entwicklung der Curricula in den MINT-Studiengängen mitzuwirken. Die bestehenden Curricula sollten modifiziert werden und verstärkt Themen integrieren, die Frauen ansprechen und für ihre berufliche Karriere bedeutsam sind. Für ein solches Engagement ist allerdings ein Spielraum erforderlich, der im verdichteten Arbeitsalltag einer Ingenieurin kaum besteht und der vom Management deshalb ausdrückliche Unterstützung erfahren muss.

Handlungsempfehlung:

Beteiligung von Ingenieurinnen aus der Wirtschaft an der Entwicklung der Curricula technischer/MINT-Studienfächer. Anrechnung dieser Tätigkeit auf die Arbeitszeit im Unternehmen und entsprechende Entlastung im „normalen“ Arbeitsalltag.

- **Mehr Gender in die Hochschullehre**

Die Wirtschaft sollte Akteurinnen in die Hochschulen entsenden, die Insider-Wissen darüber vermitteln, wie der weibliche Nachwuchs geschult werden sollte, um für die Betriebswirklichkeit optimal aufgestellt zu sein.

Handlungsempfehlung:

Fortbildungsangebote von Berufspraktikerinnen für Studentinnen der technischen Studienfächer zum Thema Persönlichkeitsentwicklung und „Überleben im Berufsalltag“.

Koordination über Gleichstellungsbeauftragte oder als Ringvorlesung konzipiert.



Netzwerke verdichten

Schaffung einer transparenten Plattform

Ziel ist, eine Plattform im Internet zu schaffen, um

- ⇒ regionale Aktivitäten zu bündeln,
- ⇒ branchenspezifische Aktivitäten zusammenzuführen,
- ⇒ eine Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit im Bereich Berufsberatung und Vermittlung zu fördern,
- ⇒ eine offen zugängliche Übersicht über Projekte und Maßnahmen zu schaffen (das Netzwerk Energie Impuls OWL kann dabei als Best-Practice-Beispiel fungieren),
- ⇒ ein Wissensmanagement über den aktuellen Erfahrungsstand aufzubauen,
- ⇒ Erfahrungsberichte verfügbar zu machen und
- ⇒ bereits bestehende Netzwerke (VDI, OWL, KIT, TÜV Nord Gruppe) zusammenzuführen.

Handlungsempfehlung:

Bündelung von regionalen Angeboten zur Förderung des weiblichen Technik-/MINT-Nachwuchses durch eine gemeinsame (Internet-)Plattform der relevanten Akteure, (Universitäten, Fachhochschulen, Großunternehmen und KMU mit guter Praxis, Arbeitsagenturen, Fachvermittlungsdienste, Schulen, Kommunen, regionale Initiativen).

Kontakt: Frauke Lange, TU Dortmund

Weitere Kooperationsprojekte

○ **Praktikvermittlung**

Im Bereich der Praktika sollten Hochschule und Unternehmen enger zusammenarbeiten. Dies beinhaltet insbesondere die Erweiterung und Verbesserung des Angebots von Praktikumsplätzen in der Wirtschaft.

Handlungsempfehlung:

Aufbau einer Praktikumsbörse für weibliche Studierende in technischen Studiengängen. Kann auf der gemeinsamen Internetplattform platziert werden.

○ **Präsenz von Unternehmen in der Hochschule**

Unternehmen sollten sich im eigenen Interesse für den weiblichen Nachwuchs engagieren und eine verstärkte Präsenz in Hochschule und Schule zeigen.

In der Hochschule bietet sich die Konzeption einer gemeinsam getragenen Veranstaltungsreihe (Ringvorlesung u.ä.) an. In einer solchen Veranstaltungsreihe kann es gelingen, die in Wirtschaft und Wissenschaft geltenden Spielregeln gegenüberzustellen und gleichzeitig für ein Cluster der Durchlässigkeit einzutreten. Da sich derartige Veranstaltungen erfahrungsgemäß nicht zum Selbstläufer bei der Zielgruppe der weiblichen Studierenden entwickeln, ist eine spezifisch ausgerichtete Vermarktung eines derartigen Angebots erforderlich.

Handlungsempfehlung:

Ringvorlesung zum Thema weibliche Technik-Karrieren in der Wirtschaft, initiiert in Kooperation Hochschule-Unternehmen. Wirksame Vermarktungsstrategien für Studentinnen erarbeiten und durchführen.

○ **Präsenz von Unternehmen in der Schule**

In der Schule erscheint es sinnvoll, nicht nur das Unternehmen selbst und seine Aktivitäten zu präsentieren, sondern auch Berufsmöglichkeiten und alternative Tätigkeitsfelder aufzuzeigen und auf Erwartungen und Vorstellungen der Schülerinnen einzugehen und diese gemeinsam zu reflektieren. Mitarbeiterinnen der Unternehmen können für die Schülerinnen als Role-Models fungieren.

Handlungsempfehlung:

Technische Berufe im Rahmen von Unterrichtsbesuchen in der Schule durch Ingenieurinnen (=Role-Models) vorstellen.

- **Sommerhochschule von Frauen für Frauen**

Die bereits bestehenden Sommerhochschulen sollten als Foren für den weiblichen MINT-Nachwuchs, die Wissenschaftlerinnen und die Praktikerinnen aus der Wirtschaft profiliert werden. Sie sollen ein Ort der Information, des Dialogs und der Vernetzung werden.

Handlungsempfehlung:

Langfristig ist eine Etablierung einer „NRW-Sommerhochschule von und für Frauen in MINT-Berufen“ mit festem Label wünschenswert, z.B. an wechselnden Veranstaltungsorten – das verteilt die Arbeitsbelastung.

Ausblick

Unternehmen sind auf Innovation und Vielfalt in der Technik angewiesen, um im nationalen und internationalen Wettbewerb bestehen zu können. Die Wirtschaft könnte in Zeiten des Fachkräftemangels verstärkt von qualifizierten Frauen profitieren – wenn diese Frauen in der Wirtschaft ankämen! Das gemeinsame Ziel von Hochschulen und Wirtschaft muss es sein, Karrieren in der Wirtschaft für Technikabsolventinnen stärker in deren Blickfeld zu rücken. Dies erfordert ein gemeinsames und aufeinander abgestimmtes Vorgehen beider Seiten.

Maßnahmen zur Verbesserung der beruflichen Chancen an den Hochschulen setzen bisher zumeist bei den Studierenden selbst an. Sie beinhalten die Stärkung sogenannter Schlüsselkompetenzen, persönlicher Kompetenzen, Vernetzung, Mentoring und Trainings. Diese werden teils spezifisch für Frauen angeboten oder sind Teil geschlechterunspezifischer Maßnahmen der Career Center. Darüber hinaus gibt es Praxisangebote, durch die der Kontakt der Studierenden zur Wirtschaft gefördert und der Einstieg erleichtert werden soll. Hier fehlen kreative Maßnahmen für Hochschulabsolventinnen auf Seiten der Wirtschaft. Der Workshop hat deutlich gemacht, dass die Wirtschaft sich stärker als bisher für Technikstudentinnen und -absolventinnen engagieren muss. Die Unternehmen sollen einen „Pulleffekt“ für Technikstudentinnen erzeugen, sie also vermehrt zu Karrieren in Unternehmen ermutigen.

Die bisherigen Best-Practice-Angebote der Hochschulen für den weiblichen Nachwuchs in Technik und Naturwissenschaften sollten ausgebaut und durch ein gezieltes Marketing bekannter gemacht werden. Dazu ist auch zu prüfen, ob es Möglichkeiten von (Gender-) Marketingallianzen mehrerer Hochschulen geben könnte, die zahlreiche Synergien ermöglichen. Ein ähnliches Vorgehen wird derzeit bereits z.B. im Mentoring durchgeführt und ist im Bereich der Informatik- und Elektrotechnikfakultäten, der sog. Ruhr-Allianz ET&IT, an den Universitäten Bochum und Dortmund institutionalisiert worden.

Der Workshop hat Ansätze präsentiert, wie Hochschule und Unternehmen den weiblichen Nachwuchs auf dem Weg in eine Wirtschaftskarriere unterstützen können. Diese Ideen und Ansätze müssen nun von Hochschule und Wirtschaft in Konzepte gefasst und vor allem umgesetzt werden.

Grundsätzlich sollte geklärt werden, ob künftige Aktionen nur auf den technischen Nachwuchs im engeren Sinne, also die Ingenieurberufe, oder auf alle MINT-Berufe ausgerichtet werden sollen.

Coaching für Ingenieurinnen – zehn Freiheiten für Ingenieurinnen, die Erfolg im Beruf haben wollen

Sabine Asgodom

Sabine Asgodom ist eine der bekanntesten Management-Trainerinnen im deutschsprachigen Raum. 1999 gründete die Journalistin ihr eigenes Unternehmen "Asgodom Live:Training. Coaching. Potenzialentwicklung" in München.

Sie hat schon Klienten gecoacht, als das Wort in Deutschland noch nahezu unbekannt war. Heute coacht sie neben Führungskräften aus Politik, Wirtschaft und Showbiz vor allem Menschen, die etwas verändern wollen. Sie tritt als Toprednerin auf Kongressen und Veranstaltungen in Deutschland, der Schweiz und Österreich auf.

Sabine Asgodom hat ein außergewöhnliches Gespür für Trends. Sie hat Anfang der Neunziger Jahre mit ihrem Bestseller "Eigenlob stimmt" den Begriff der Selbst-PR geprägt. Außerdem war sie die erste, die in Deutschland ein Buch über Work-Life-Balance veröffentlichte "Balancing". Zu den bekanntesten Büchern gehören "Greif nach den Sternen", "Die zwölf Schlüssel zur Gelassenheit" und, monatelang auf der SPIEGEL-Bestseller-Liste, "Lebe wild und unersättlich". Ihre Bücher wurden in zahlreiche Sprachen übersetzt.

Sabine Asgodom hat seit Jahren einen Lehrauftrag für Selbst-PR an der Berufsakademie Heidenheim. Die "Financial Times" zählte sie 2004 als "Trainerin der Manager" zu den 101 wichtigsten Frauen der deutschen Wirtschaft.

Kontakt: info@asgodom.de



- **Ich darf stolz sein (Nicht Stolz und Arroganz verwechseln!).**
- **Du darfst Dich zeigen (Mut haben in die Risikozone zu gehen!).**
- **Ich darf Erfolg haben (Ich darf mehr verdienen als mein Partner!).**
- **Ich darf mir helfen lassen (Kontakte und Beziehungen nutzen!).**
- **Ich darf neidisch sein (Aber Neid in Bewunderung und Ansporn ummünzen!).**
- **Ich darf strategisch vorgehen (Charme nutzen, Wertschätzung geben, Ziele stecken, etwas wollen!).**
- **Ich darf aus der Reihe tanzen (Wir sind die Bestimmerinnen in unserem Leben, wir müssen die Prioritäten setzen und die Konsequenzen tragen!).**
- **Ich darf „nein“ sagen (aber auch „ja“).**
- **Ich darf glücklich sein (Work-Life-Balance).**
- **Ich darf meine Welt verändern (Wenn Dich etwas stört, sag es! / Wenn Du Dein Schicksal nicht ändern kannst, ändere Deine Einstellung!).**

Literatur

Bundesregierung: „Charta der Vielfalt.“ Im Internet unter: <http://www.vielfalt-als-chance.de/>

HIS Hochschul-Informations-System GmbH (2005): „Studienabbruchstudie 2005“, Hannover

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. (2007): „Zeit, dass sich was dreht' - Technik ist auch weiblich!“ Im Internet unter:
<http://www.kompetenzz.de/content/view/full/13229>

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V., <http://www.kompetenzz.de>

Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration NRW, <http://www.mgffi.nrw.de/>

Revermann, Christa (2005): „Wo sind die Frauen in Wissenschaft und Technik?“

In: FuE-Info - 2005 (2005) 2, S. 12-15. Im Internet unter:

http://www.heilbronn.ihk.de/upload_dokumente/infothek/pdf/7736.pdf

Ruhr-Universität Bochum (2007): „Schülerinnen und Schüler an der Uni. Blickpunkt Geschlechtersensible Lehre.“ Im Internet unter:

<http://www.ruhr-uni-bochum.de/jipppp/pdf/broschueregeschlechtersensibleLehre.pdf>

Anlage 1: Programm

Pilot-Workshop

Strategien für weiblichen Techniknachwuchs – Chancen für Netzwerke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft

Moderation: Sabine Asgodom, **Managementtrainerin**

3. Dezember 2007 | Technische Universität Dortmund, „Campus-Treff“

	Programm
Ab 9:30 Uhr	Einchecken der Teilnehmenden und Morgenkaffee
10:00 Uhr	Begrüßung <i>Prof. Dr. Eberhard Becker</i> , Rektor der Technischen Universität Dortmund <i>Renate Schmitt-Hofemann</i> , Leiterin des Referats Berufliche Bildung und Strukturpolitik im Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen
10:10 Uhr	Strategieentwicklung aus der Studie „Zeit, dass sich was dreht“ – Technik ist auch weiblich! <i>Prof. Barbara Schwarze</i> , Vorsitzende Kompetenzzentrum Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V.
10:30 Uhr	Gender- und Diversity- Marketing - (K)ein Konzept für Hochschulen? <i>Eva Kreienkamp</i> , geschäftsführende Gesellschafterin FrischCo GmbH
10:50- 12:30 Uhr	Präsentationen und Diskussion „Drop-out-Quoten reduzieren“: Erfolgreiche Projekte von Hochschulen und Unternehmen
Kooperationsfeld 1	Mentoring Mentoringkonzepte für Hochschulen und Unternehmen <i>Frauke Lange</i> , Koordinatorin des Projektes mentoring hoch3 an der Universität Dortmund <i>Anette Schönborn und Dr. Renate Klees-Möller</i> , Arbeitsbereich Frauenförderung/Gender Mainstreaming im Zentrum für Hochschul- und Qualitätsentwicklung an der Universität Duisburg-Essen <i>Sandra Freiberg</i> , Personalberaterin der Siemens AG
Kooperationsfeld 2	Berufswege- und Karriereplanung Erfolgreiche Beratungsangebote und Netzwerke für mehr Technikabsolventinnen in der Wirtschaft <i>Bettina Long</i> , Leiterin des Career Services an der Fachhochschule Dortmund <i>Anika Steinberger</i> , Thekla Mentoring Berufsorientierung der Universität Bochum

Bruno Rattey, Geschäftsführer von Rattey Stahlbau, Oberhausen
Kerstin Aigner, Ausbildungs Koordinatorin der Materna GmbH, Dortmund

Kooperationsfeld 3

Schlüsselkompetenzen

Wirksame Qualifizierungs- und Förderkonzepte von Hochschulen und Unternehmen

Helga Rudack, Interne Fortbildung und Beratung der Universität Bochum
Anika Steinberger, Thekla Mentoring Berufsorientierung der Universität Bochum
Kristin Bauer, Gleichstellungsbeauftragte der Hochschule Bochum,
Hans Jablonski, Organisationsberater, Diversity und Change Beratung

12:30 – 13:30 Uhr

Mittagessen

13:30 – 14:45 Uhr

Ideenschmiede und Impulse

„Löcher in der Talent-Pipeline schließen“ - Innovative Strategien, Netzwerke und Projekte für den weiblichen Technicknachwuchs

14:45 – 15:15 Uhr

Kaffeepause

15:15 – 16:00 Uhr

Coaching für Ingenieurinnen – 10 Freiheiten für Ingenieurinnen, die Erfolg im Beruf haben wollen!

Sabine Asgodom, Asgodom Live

Veranstalter sind die Universität Dortmund und das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V., Bielefeld im Auftrag des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen.

Anlage 2: TeilnehmerInnen

Workshop „Strategien für den weiblichen Technicznachwuchs – Chancen für Netzwerke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft“ am 3.12.2007 an der Technischen Universität Dortmund

Veranstalter im Auftrag des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen: Kompetenzzentrum Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V. & Technische Universität Dortmund

Name	Institution/ Firma
Aigner, Kerstin	Materna GmbH Dortmund
Ammon, Ursula	sfs Dortmund, Zentrale wiss. Einrichtung d. Technischen Universität Dortmund
Arlt, Prof. Dr. Detmar	Fachhochschule Düsseldorf
Asgodom, Sabine	Asgodom Live® - Training. Coaching. Potenzialentwicklung
Aßhorn-Waiz, Cornelia	Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes NRW
Becker, Prof. Dr. Eberhard	Technische Universität Dortmund
Böwingloh, Brigitte	Fachhochschule Bielefeld
Breuer, Elke	RWTH Aachen
Carlitscheck, Eva	Stadt Gelsenkirchen
Döhling-Wölm, Jasmin	Karrierekunst Training - Beratung - Coaching
Domröse, Ole	Wehrdienstberatung Dortmund
Driesen, Dagmar	Fachhochschule Südwestfalen
Epe, Dietmar	Kirchhoff Gruppe
Filius, Dr. Angelika	Energie Impuls OWL e.V.
Fizek, Dr. Anna	Technische Universität Dortmund, ZIB
Freiberg, Sandra	Siemens AG
Gillisen, Katharina	Maschinenbau-Kooperation-Wuppertal
Grüterich, Isabel	DB Netz AG
Haaf, Christina	Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.
Jablonski, Hans	Jablonski Organisationsberatung
Jacques, Prof. Dr. Harald	Universität Düsseldorf
Janssen, Katharina	Deutsche BP AG
Jarzab, Arleta	Hettich Holding GmbH & Co. oHG

Jastrebow, Katja	DB Netz AG
Joachim, Silvia	Universitätsklinikum Essen
Jung, Mareike	Technische Universität Dortmund
Kamp, Daniela	Technische Universität Dortmund
Kamphaus, Melanie	Weidmüller Akademie
Kersting, Petra	Zentrum Frau in Beruf und Technik
Kieseier, Manuela	Technik Atelier
Klees-Möller, Dr. Renate	Universität Duisburg-Essen
Knütter, Karin	Stadt Bochum
Koall, Iris	Technische Universität Dortmund
Kockerols, Gregor	ZDF Landesstudio NRW
Kreienkamp, Eva	FrischCo. GmbH
Kurt, Verena	Kompass, Beratung für Berufs- und Unternehmensentwicklung
Lange, Frauke	Technische Universität Dortmund
Lange, Johannes	Fachhochschule Dortmund
Linienkämper, Susanne	Technische Universität Dortmund
Long, Bettina	Fachhochschule Dortmund
Merkelbach, Annette	Schenker Deutschland AG
Möller, Yvonne	Ruhr Uni Bochum
Naderer, Dr. rer. pol. Bärbel	Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie
Oganowski, Theresa	Ruhr Universität Bochum
Pitch, Rena	alberts.architekten
Rathey, Bruno	Rathey Stahlbau
Reuther, Ulla	Zentrum Frau in Beruf und Technik
Ritterhoff, Carola	fairplay Projekt PR
Rotha, Jana	Technische Universität Dortmund
Rudack, Helga	Ruhr Universität Bochum
Rudek, Anja	Ruhr Universität Bochum/Fernuniversität Hagen
Schmedding, Dr. Doris	Technische Universität Dortmund
Schmidt, Heike	

Schmitt-Hofemann, Renate	Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes NRW
Scholten, Beate	Kommunales Rechenzentrum Niederrhein
Schönborn, Dr. Anette	Universität Duisburg-Essen
Schütz, Thorsten	Wirtschaftsförderung Dortmund
Schwarze, Prof. Dr. Barbara	Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.
Selent, Petra	Technische Universität Dortmund
Steinberger, Anika	Ruhr Universität Bochum
Szymanski, Irene	Technische Universität Dortmund
Tetzlaff, Carolin	Technische Universität Dortmund
Tint, Triin	TÜV NORD AG
Torkel, Hans-Georg	Berufskolleg für Technik und Informatik in Neuss + kit-technik
Wagner-Blasche, Jutta	Führungskräfteberatung - Vertriebstaining - Interimsmanagement
Wassmuth, Ellen	
Wenner, Ulrike	Bundesagentur für Arbeit, Regionaldirektion NRW
West, Marion	BPW-Germany e.V.
Wiese, Lena	Technische Universität Dortmund
Wißing, Andreas	Deutsche Telekom AG
Wolff-Bendik, Karola	Universität Duisburg-Essen
Zimmermann, Dr. Ute	Technische Universität Dortmund

Notizen:

Notizen:

Notizen: