



**Gesucht: Weiblich, motiviert, technikbegeistert**  
Ein Leitfaden für Studentinnen, Hochschulen und  
Unternehmen



## Vorwort

Immer häufiger entscheiden sich junge Frauen für einen technischen oder naturwissenschaftlichen Studiengang. Ich begrüße das sehr. Umso bedauerlicher ist es, dass ein nicht geringer Teil der jungen Frauen das Studium vor dem Abschluss abbricht, und so auch den entsprechenden Berufen und Branchen als Absolventinnen verloren geht.

Mit dem vorliegenden Leitfaden „Gesucht: Weiblich, motiviert, technikbegeistert“ betreiben wir Ursachenforschung. Dabei nehmen wir die drei betroffenen Zielgruppen in den Blick: Studentinnen, Universität und Wirtschaft. Welche Erwartungen haben die einzelnen Gruppen aneinander und in welchen Punkten werden diese Erwartungen möglicherweise enttäuscht? Das sind die zentralen Fragen, denen die Studie nachgeht. Zugleich bietet die Publikation praktische Tipps und Handlungsempfehlungen, die das Aufeinandergehen und Voneinanderlernen erleichtern.

Bei den an der Studie beteiligten Studentinnen, den Hochschulen sowie den Unternehmen und Verbänden aus Ostwestfalen-Lippe möchte ich mich herzlich bedanken.

Ihre engagierte Mitwirkung hat diesen Leitfaden erst ermöglicht. Mein Dank gilt auch dem Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit in Bielefeld, das die Interviews durchgeführt und so das Fundament für diese Studie gelegt hat. Es ist ein zentrales Ziel der Landesregierung, Potenziale von Frauen und ihre besonderen Stärken zu unterstützen. Der Leitfaden „Gesucht: Weiblich, motiviert, technikbegeistert“ liefert wichtige Erkenntnisse, die uns helfen, dieses Ziel zu erreichen.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Barbara Steffens'.

**Barbara Steffens**

Ministerin für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter  
des Landes Nordrhein-Westfalen



4

Einleitung .....	5
<b>1. Weiblich, motiviert, technikbegeistert sucht ...</b>	
<b>Die Studentinnen</b>	
Wie MINT-Studentinnen erfolgreiche Wege gehen .....	7
1.1 Welches Fach passt zu mir? .....	8
1.2 Beruf im Studium .....	8
1.3 Fachwissen braucht Soft Skills .....	11
1.4 Mentoring und Patenschaften öffnen Türen .....	11
1.5 Karriere – aber anders .....	11
<b>2. Gesucht: Weiblich, motiviert, technikbegeistert</b>	
<b>Die Hochschulen</b>	
Wie Hochschulen Frauen gewinnen und ausbilden .....	15
2.1 Das Tor öffnen – Studentinnen einladen .....	16
2.2 Studiengänge: Technik um der Technik willen? .....	17
2.3 Was hat die Theorie damit zu tun? .....	20
2.4 Leben an der Hochschule .....	21
2.5 Frauenförderung in MINT-Studiengängen .....	25
2.6 Arbeitgeber: Hochschule? .....	26
<b>3. Gesucht: Ingenieurin, Technikerin, Naturwissenschaftlerin</b>	
<b>Die Unternehmen</b>	
Wie Unternehmen weibliche Fachkräfte gewinnen .....	27
3.1 Hochschulen und Studentinnen unterstützen .....	28
3.2 Den Einstieg erleichtern .....	31
3.3 Unternehmenskultur als Wettbewerbsfaktor .....	35
3.4 KMU oder Großunternehmen .....	42
3.5 Was Verbände tun können .....	43
Dank und Literatur .....	47



## Einleitung

Die Zahl der Studentinnen und Absolventinnen in technischen Studiengängen steigt. Die Bemühungen in Schulen und Hochschulen, junge Frauen in ihrem Interesse für technische Fächer und Berufsfelder zu bestärken, wirken. Und doch: In verantwortlichen Positionen der Wirtschaft kommen die Frauen aus den sogenannten MINT-Fächern (Mathematik, Ingenieurwissenschaft, Naturwissenschaft, Technik) nur langsam an. Trotz hervorragender Abschlüsse, trotz eines sich verschärfenden Fachkräftemangels.

Mädchen und junge Frauen nähern sich technischen Berufen viel selbstverständlicher als noch vor Jahren. Spezielle Angebote während der Schulzeit wie der Girls' Day tragen mit dazu bei. Selbstbewusst formulieren junge Frauen ihre Interessen und ihre Ziele – Technikbegeisterung inbegriffen.

Entscheiden sie sich für ein technisches Studienfach, wissen sie, was auf sie zukommt. Sie haben schon früh erfahren, dass sie ihre Begeisterung für Motoren oder Elektronik, für Mathematik oder naturwissenschaftliche Phänomene überwiegend mit den Jungs ihres Jahrgangs teilen. Dass sie an der Hochschule, in Hörsälen und Seminaren, in der Minderheit sind, überrascht sie nicht. Diese Verhältnisse vermuten sie auch in ihrem späteren Beruf. Gefragt nach speziellen Angeboten zur Förderung, äußern sich viele junge Frauen ablehnend. Zumindest zu Beginn des Studiums.

Ein Blick auf die Zahlen zeigt jedoch, dass mehr getan werden muss: Fünf Jahre nach dem Hochschulabschluss gibt es deutliche Unterschiede zwischen Frauen und Männern mit einem MINT-Abschluss: 94 Prozent der Männer sind erwerbstätig, aber nur 79 Prozent der Frauen (Schramm/Kerst 2009). Nur 60 Prozent der Absolventinnen technischer Studiengänge üben nach ihrem Abschluss einen Ingenieurberuf in der Wirtschaft aus. Bei den männlichen Studierenden sind es dagegen über 80 Prozent. Zwei von fünf MINT-Absolventinnen entscheiden sich also gegen

einen Job in der Wirtschaft und damit auch gegen aussichtsreiche Karriereperspektiven. Viele der Frauen bevorzugen Berufe im Bildungssektor, entscheiden sich für den öffentlichen Dienst oder gehen in völlig andere Berufszweige (Haffner/Konekamp/Krais 2006, S. 59).

Um jungen Frauen das Durchhalten im Studium und den Übergang in die Wirtschaft zu erleichtern, können Hochschulen, Unternehmen mit ihren Verbänden und auch die Studentinnen selbst viel tun. Immer mit dem Ziel, die Begeisterung und das Wissen der jungen Frauen für technische oder naturwissenschaftliche Berufsfelder nicht zu verlieren und ihre Chancen auf erfolgreiche Karriereverläufe zu wahren.

In der Vorbildregion Ostwestfalen-Lippe hat das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. in Bielefeld Studentinnen, Hochschulen und Unternehmen mit ihren Verbänden nach ihren Einschätzungen, Erfahrungen und Erwartungen an die jeweils anderen Partnerinnen und Partner im System befragt. Die Interviews bilden die Basis der vorliegenden Broschüre.

Zehn Studentinnen haben Auskunft darüber gegeben, wie sie ihren Studienalltag erleben und welche Erwartungen sie an ihre zukünftigen Arbeitsplätze haben.

Im Kapitel 1 „Weiblich, motiviert, technikbegeistert sucht ...“ steht ihre Perspektive im Mittelpunkt. Hier erhalten sie ganz konkrete Hinweise zur Studiengestaltung und Karriereplanung. Hochschulen und Unternehmen müssen wissen, mit welchen Interessen und Erwartungen junge Frauen einen Beruf als Ingenieurin oder Naturwissenschaftlerin in Erwägung ziehen. Sie müssen verstehen, welche Möglichkeiten und welche Verantwortung sie selbst haben, um Frauen zu gewinnen und zu halten.

Das Kapitel 2 „Gesucht: Weiblich, motiviert, technikbegeistert“ richtet den Blick auf die Hochschulen und ihre Gestaltungsmöglichkeiten: von der Ansprache der Studentinnen,



5



6

der Bezeichnung und Gestaltung der Studiengänge, der Praxisorientierung bis hin zur konkreten Frauenförderung. Das Kapitel 3 „Gesucht: Ingenieurin, Technikerin, Naturwissenschaftlerin“ fasst schließlich die Handlungsoptionen der Unternehmen zusammen: Engagement an den Hochschulen, konkrete Unterstützung von Studentinnen und Berufsanfängerinnen, Gestaltung der Unternehmenskultur und das Engagement der Wirtschaftsverbände.

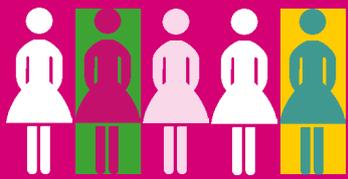
Frauen für technische und naturwissenschaftliche Studiengänge zu begeistern und für verantwortungsvolle Positionen in der Wirtschaft zu gewinnen, ist eine gemeinsame Zukunftsaufgabe. Um sie zu lösen, müssen alle drei Gruppen – Studentinnen, Hochschulen, Unternehmen – zusammenarbeiten, einander zuhören, voneinander wissen. Diese Kommunikation voranzutreiben und zu gestalten, dazu lädt diese Broschüre ein.

Der Leitfaden gibt Anregungen und Tipps – er enthält keine Patentrezepte. Schließlich sind Studentinnen und Absolventinnen ebenso unterschiedlich, wie Unternehmen und ihre Kulturen es sind.

Die Broschüre ist eine Sammlung guter Beispiele, die zum Nachmachen einladen will. Verbunden mit der Empfehlung: Abgucken ausdrücklich erwünscht!

# 1

**Weiblich, motiviert, technikbegeistert  
sucht ...**



**Die Studentinnen**



## Wie MINT-Studentinnen erfolgreiche Wege gehen

Junge Frauen, die MINT-Fächer studieren, treffen ihre Entscheidung sehr bewusst. Sie sind begeistert von technischen und naturwissenschaftlichen Fächern und starten motiviert ins Studium. Es lohnt sich, diesen Weg weiterzugehen und durchzuhalten. Schließlich sind die Karriere- und Verdienstaussichten gut, die Wirtschaft sucht gut ausgebildete Fachkräfte. Studentinnen sollten also genau hinschauen, wenn sie sich für einen Studiengang, eine Hochschule oder ein Unternehmen entscheiden. Sie sollten sich immer fragen: Bin ich hier willkommen? Welche Wege kann ich hier gehen?

### 1.1 Welches Fach passt zu mir?

Junge, technikbegeisterte Frauen stehen bei der Studienwahl vor einer riesigen Auswahl an Fachrichtungen und Studiengängen. Nach der Schule lauten die Fragen: Welcher Studiengang passt zu mir? An welcher Hochschule kann und will ich dieses Fach studieren? Was möchte ich einmal beruflich tun?

Erste Anhaltspunkte für die Berufswahl geben Gespräche mit Vertrauenspersonen im Elternhaus, Freundeskreis oder in der Schule. Weiterführende Hilfestellung bieten die Angebote der Bundesagentur für Arbeit, zum Beispiel mit dem Standardwerk „Studien- und Berufswahl“. Auf den Webseiten der Hochschulen sind Studiengänge und -inhalte dargestellt. Dort gibt es auch Hinweise auf aktuelle Informationsveranstaltungen, spezielle Angebote für Studieninteressierte usw.

Es lohnt sich, die Hochschulen zu besuchen, sich einen Eindruck zu verschaffen und – wenn möglich – mit Studierenden ins Gespräch zu kommen. Sie werden ehrlich Auskunft über die Studienbedingungen, das Leben an der Hochschule, die Praxisorientierung und das Miteinander von Studenten und Studentinnen geben. In den technischen Fächern sind die Frauen in der Minderheit, darauf sollte jede Studentin vorbereitet sein.

Manche Hochschulen laden Frauen in MINT-Fächern gezielt in Netzwerke ein, um ihnen das Knüpfen von Kontakten zu erleichtern (mehr dazu im Kap. 2.5). Ein Studium kostet Geld. Viele Hochschulen informieren über Finanzierungsmöglichkeiten. Einige bieten – in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft oder als Leistungen von Stiftungen – Stipendien für begabte Studentinnen an. Informationen dazu gibt es ebenfalls auf den Webseiten (mehr dazu im Kap. 2.4).

#### Tipps für die Studienanfängerinnen

- Informieren Sie sich über die konkreten Studieninhalte des von Ihnen favorisierten Faches.
- Besuchen Sie Hochschulen und kommen Sie mit Studierenden ins Gespräch.
- Nutzen Sie die Info-Veranstaltungen der Hochschulen
- Informieren Sie sich über Stipendien und andere Möglichkeiten zur Finanzierung des Studiums.
- Fragen Sie: Bin ich hier willkommen?

### 1.2 Beruf im Studium

Im Studium sind Praxisphasen eine absolute Bereicherung. Es ist eine gute Erfahrung, theoretisches Wissen in der Praxis anwenden zu können. Im Praktikum ist es möglich, Abläufe im Unternehmen kennenzulernen, Verantwortung zu übernehmen und auch mit Misserfolgen umzugehen. Theorie und Praxis verbinden zu können, ist für viele Frauen das entscheidende Argument, wenn sie sich für ein duales Studium entscheiden. Ein Praktikum ist so etwas wie ein Realitätstest. Studierende erleben, wie bestimmte Berufsbilder ihres Studiengangs aussehen können. Dass Ingenieurinnen und Ingenieure nicht nur in der Forschung und Entwicklung arbeiten, sondern beispielsweise auch im Verkauf oder Projektmanagement. Dass sie nicht nur im stillen Kämmerlein vor sich hintüfteln, sondern an den

Schnittstellen kommunizieren oder im Kontakt mit Kunden arbeiten. Im Arbeitsalltag wird schnell spürbar, welche Kultur ein Unternehmen prägt. Wie die tägliche Zusammenarbeit mit Kolleginnen und Kollegen funktioniert, wie der Arbeitstag gestaltet ist, wann wer nach Hause geht, wer Elternzeit nimmt und ob es Rollenvorbilder gibt. Kurz: ob auch das gelebt wird, was versprochen wurde. Ein Praktikum ist oftmals die Fahrkarte für den Berufseinstieg im Unternehmen. Die Betriebe können sich als attraktive Arbeitgeber präsentieren, die Studierenden empfehlen sich als potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Offenbar mit Erfolg: Über 40 Prozent der Absolventinnen und Absolventen steigen bei einem Unternehmen in den Beruf ein, in dem sie zuvor ein Praktikum gemacht haben.

#### Jobmessen: Info- und Kontaktbörse

Unternehmenspraktika sind die beste Möglichkeit, um während des Studiums einen Transfer zwischen Fachwissen und Anwendung herzustellen und potenzielle Arbeitgeber kennenzulernen. Daneben gibt es viele weitere Möglichkeiten, um sich einen Überblick über berufliche Optionen zu verschaffen. Aber eben auch eine Flut an Informationen angesichts eines knappen Zeitbudgets in den verschulten Bachelor- und Masterstudiengängen. Orientierung und Kontakte bieten Jobbörsen oder Berufseinstiegsstellen, auf denen sich zahlreiche Arbeitgeber präsentieren. Ein Besuch dieser Veranstaltungen lohnt sich. Sie bieten komprimierte Informationen, sparen viel Recherchezeit und sind gute Kontaktbörsen. Und: Sie ermöglichen einen Einblick in kleinere Betriebe, die öffentlich weniger präsent und den Studierenden oftmals nicht bekannt sind.

#### Verbände zum Networking nutzen

Ein weiterer Erfolg versprechender Weg, Kontakte zu Frauen und Männern aus der Praxis zu knüpfen, führt über die Berufsverbände. Auch wenn das virtuelle Netzwerken über Facebook oder XING längst zum Alltag gehört, persönliche

Kontakte haben einen ganz anderen Wert. Vor allem, wenn sie in der Region verankert sind. Viele Berufsverbände und Vereine werben um Nachwuchs. Dass sie dabei auch die Frauen im Blick haben, zeigt der VDI Bezirksverein OWL. „Der VDI ist weiblich“ lautet sein überregional Aufsehen erregender Slogan. Und der ist nicht nur ein Werbegag. Die Ingenieurinnen sind in OWL in einem eigenen Arbeitskreis des VDI gut vernetzt – eine hervorragende Plattform für zukunftsweisende Kontakte.

„Die Studentinnen vermissen den Bezug zu einer Realität, die mit ihnen persönlich zu tun hat. Es geht nicht um bestimmte wirtschaftliche Berufsfelder, sondern um den Bezug zwischen der Person und dem Markt.“  
Dr. Eva Reichmann, Universität Bielefeld

„An der FHM haben wir im Studienkonzept aller unserer Studiengänge eine umfangreiche, sechsmonatige Praxisphase integriert. Wir nennen dies das ‚Studium in der Praxis‘ (SIP). Wir erleben hier, dass die Studierenden nach dieser Zeit erwachsener, das heißt gereift, ruhiger, interessierter und auch fordernder in das Studium an der FHM zurückkehren, die Unterhaltung mit ihnen findet auf einer anderen Ebene statt.“  
Prof. Dr. Christoph Brake, Fachhochschule des Mittelstandes Bielefeld

„Wenn wir Praktikanten, Diplomanden – zum Beispiel Bachelor oder Master – aufnehmen, haben wir eine gute Frauenquote von bestimmt 20 Prozent. So können wir Hemmnisse abbauen und vermitteln: ‚Ist gar nicht so schlimm im Industrieunternehmen‘, ‚Da kann man auch als Frau was bewirken‘, ‚Da wird man als Frau auch normal behandelt‘. Das ist unser Beitrag.“  
Michael Buenermann, Böllhoff



8



9



## Best Practice

### re.eng e.V. Eine studentische Unternehmensberatung

re.eng e.V. heißt eine studentische Unternehmensberatung, die im Jahr 2001 von Studierenden der Hochschule in Lemgo ins Leben gerufen wurde. Sie hatten die Idee, in Unternehmen kleinere Projekte abzuwickeln. Nicht für ein Unternehmensberaterhonorar, sondern zu einem moderaten Satz von 10 bis 25 Euro pro Stunde, je nach Umfang der Aufgabe. Schon damals erschien ihnen die Praxiserfahrung im Studium nicht ausreichend. Sie setzten sich das Ziel, die Praxis zu erfahren und dabei ihre Qualifikation auszubauen. Fach- und Methodenkompetenz sollten nicht nur aus dem Seminar bekannt sein, sondern aktiv erlebt werden. Engagement und eigenverantwortliches Handeln sollen nicht im theoretischen Studienalltag untergehen, sondern durch konkrete Projektarbeit im Team gefördert werden. Mittlerweile ist die studentische Initiative ein Verein, der mit regionalen Unternehmen Kooperationsverträge abgeschlossen hat. Kaminski Waggonbau in Hameln oder die Firma Weidmüller in Detmold zählen zu den Kunden. Je nach Anfrage stellt der Verein ein fachkundiges Team zur Beratung zusammen. Derzeit sind im Verein 23 Studierende aus allen Fachbereichen aktiv, davon vier Frauen. So ist die studentische Unternehmensberatung ein ungewöhnlicher Lernort, eine hervorragende Networking-Plattform und ein guter Grund für Pluspunkte im Lebenslauf. [www.re-eng.de](http://www.re-eng.de)

### FH und Uni Bielefeld Berufseinstiegsmesse „perspektive“

In Bielefeld haben sich die Universität und die Fachhochschule zusammengetan und organisieren jedes Jahr im November einen Kontaktmarkt. Unterstützt werden sie dabei vom Absolventennetzwerk der Universität Bielefeld. Im November 2010 fand die Berufseinstiegsmesse „perspektive“ zum zehnten Mal statt. Über 100 Unternehmen präsentierten sich in der großen Halle der Universität. Die Messe bietet ihnen ein interessantes Umfeld: studieren doch an den Hochschulen in der Region Ostwestfalen-Lippe mittlerweile über 50.000 Frauen und Männer. Die meisten der Unternehmen suchen nach MINT-Absolventen und -Absolventinnen oder Studierenden für Praktika.

### AK Frauen im Ingenieurberuf im VDI OWL

Frühstücken gehen fast alle Menschen gern. Für neue Mitglieder im Arbeitskreis Frauen im Ingenieurberuf (fib) gibt es deshalb in regelmäßigen Abständen ein Frühstückstreffen. In lockerer Atmosphäre können sich die Frauen unverbindlich kennenlernen und erste Informationen zum VDI OWL und zum fib erhalten. Durch Veranstaltungen und einen regen Austausch sind die Absolventinnen im fib verwurzelt. „Das Netzwerk bietet auch eine gewisse Art von Coaching: Man ist da, man beantwortet Fragen, die Studierenden kommen auf einen zu, man selber geht auf die Studierenden zu, man ist Ansprechpartnerin“, beschreibt Prof. Dr. Eva Schwenzfeier-Hellkamp den persönlichen Nutzen für die Mitglieder.

### Tipps für die Praxis

- Überprüfen Sie die Angebote dualer Studiengänge bzw. vergleichen Sie die Hochschulen gezielt in Bezug auf Praxisanteile im Studium.
- Verbringen Sie längere Praxisphasen in Unternehmen, um den Fuß in die Tür zu bekommen und das Unternehmen zu „testen“.
- Besuchen Sie Jobmessen zur Orientierung und für Kontakte zu Unternehmen.
- Sollten längere Praxisphasen im Curriculum nicht verpflichtend sein, nutzen Sie ggf. studentische Initiativen für Praxiserfahrungen.
- Prüfen Sie, welche Angebote „Ihr“ Ingenieurverein in der Hochschule bereithält. Nutzen Sie Angebote zum Netzwerken.

### 1.3 Fachwissen braucht Soft Skills

„Lernen Sie mit Aggressivität umzugehen und üben Sie Schlagfertigkeit“, legt Personalberater Axel Hampe aus München Studentinnen der Ingenieurwissenschaften ans Herz. Und Dr. Frank Stefan Becker, zuständig für Corporate Communications und Government Affairs bei der Siemens AG, postuliert, dass Arbeitgeber „Problemlöser“ suchen. Das Fachwissen sei die Basis für den Berufseinstieg. Gefragt seien dann Kompetenzen wie Teamfähigkeit, selbstständiges Arbeiten, Einsatzbereitschaft, Kommunikationsfähigkeit, Frustrationstoleranz, Kreativität. Die Liste ließe sich fortsetzen. Die Botschaft wird an dieser Stelle schon klar: Das Arbeitsleben in der Wirtschaft – und sicher nicht nur dort – fordert die ganze Persönlichkeit. Die sogenannten Soft Skills sind „Problemlöse-Werkzeuge“. Sie ermöglichen es Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, sich veränderten Situationen im Berufsleben anzupassen. Zu den immer wichtiger werdenden Soft Skills gehören soziale, kommunikative, mentale und personale Kompetenzen. Aber gerade Absolventinnen, so berichten Personalverantwortliche, zeigen hier viel zu wenig, was sie können.

An vielen Hochschulen werden Seminare und Workshops angeboten, in denen mehr als Fachwissen vermittelt wird. Auch wenn diese oftmals freiwillig sind, lohnt es sich, Zeit in die Ausbildung der Soft Skills zu investieren. (Mehr zu Soft-Skill-Angeboten an Hochschulen im Kap. 2.2, mehr zu den Erwartungen der Unternehmen im Kap. 3.2)

### 1.4 Mentoring und Patenschaften öffnen Türen

„Lassen Sie sich Türen öffnen“, rät Personalcoach Axel Hampe nicht nur Absolventinnen technischer Studiengänge. „Suchen Sie sich einen Mentor oder eine Mentorin.“ Mentoring-Programme begleiten den Weg der Studentinnen in die Wirtschaft. Die Idee von Patenschaften ist ähnlich aufgebaut. Immer geht es darum, im persönlichen Kontakt und mit individueller Begleitung weiterzukommen. Als Gesprächspartnerin hilft eine Mentorin bei der Klärung der beruflichen Perspektiven und kann diese zugleich mit

eigenen Erfahrungen aus der Praxis belegen. Sie kann Risiken und Chancen einer beruflichen Laufbahn in der Wirtschaft realistisch einschätzen. Und sie ist ein gutes Rollenvorbild, wenn es darum geht, den Weg als Frau in einer Männerdomäne zu gehen. (Mehr über Mentoring-Programme im Kap. 3.1)

„Wir haben eine gute Strategie zur Personalgewinnung. Oft beschäftigen wir Werkstudenten, die ihre Diplomarbeit bei uns schreiben und die wir später als feste Mitarbeiter übernehmen. Die Einarbeitung erfolgt quasi in ihrer Zeit als Student.“

Tanja Krüger, Resolto Informatik

„Ich bin ganz sicher, dass die Hochschulen den jungen Leuten mehr Pflichtveranstaltungen zu wirtschaftlichen Themen und zu Management-Themen geben sollten. Junge Absolventen, die mit einem technischen Studium einen Kurs Projektmanagement mitbringen, haben gleich zehn Punkte mehr.“

Barbara Tigges-Mettenmeier, Mettenmeier

„Wenn ein Mann 80 Prozent der Lösung hat, dann sagt er: ‚Ich hab die Lösung.‘ Wenn eine Frau 80 Prozent der Lösung hat, dann legt sie ihren Fokus nicht auf die 80 Prozent, sondern auf die fehlenden 20 Prozent und sagt: ‚Da fehlt mir noch ein bisschen was.‘ Sich an der Stelle zu positionieren, wäre wichtig. Aber viele Frauen wollen das nicht.“

Markus Leitloff, E.ON Westfalen Weser

„Frauen sind wesentlich kritischer mit ihren eigenen Leistungen als Männer. Ich würde gerne eine Kampagne erleben, die das Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen der Studentinnen fördert. Dann würden sie Erfolg haben und sich nicht zurückziehen auf scheinbar geschützte Bereiche.“

Volker Wilde, Stadtwerke Bielefeld

### 1.5 Karriere – aber anders

Studentinnen, die schon während des Studiums unterschiedliche und längere Praxiskontakte gepflegt haben, sind in der Phase des Übergangs in den Beruf klar im Vorteil. Sie können eher Kriterien benennen, die ihnen bei der Auswahl des zukünftigen Arbeitsplatzes wichtig sind. Viele setzen sich jedoch viel zu spät – erst kurz vor Studienende – mit dem Thema auseinander. Und dann kann es leicht passieren, dass die Realität im Arbeitsalltag überhaupt nicht mit den persönlichen Vorstellungen übereinstimmt. Wer sich langfristig vorbereitet, hat größere Chancen, ein Unternehmen zu finden, das zu den eigenen Erwartungen an das Berufsfeld, die Arbeitsatmosphäre und -bedingungen passt.

### Wissenschaft oder Wirtschaft?

Jede Hochschulabsolventin stellt sich die Fragen: Bleibe



10



11



12

ich an der Hochschule und forsche weiter? Oder reizt mich eine Aufgabe in der Wirtschaft?

Für viele männliche Absolventen scheint klar zu sein, was sie an welchem Ort erwarten: Sie wollen ihr technisches Fachwissen an einer Hochschule ausweiten oder in einem Unternehmen eine Führungsposition erreichen. Die Frauen wollen auch Erfolg. Sie definieren diesen aber eher über eine intellektuelle Herausforderung, über Jobsicherheit und eine gute Work-Life-Balance.

Um einschätzen zu können, an welchem Arbeitsplatz diese Kriterien am besten erfüllt werden, ist es ratsam, sich konkrete Arbeitsbereiche anzuschauen. Leistungsstarke Studentinnen können sich eher eine Tätigkeit in der Wirtschaft vorstellen. Wer das Studium an einer Fachhochschule bzw. mit einem hohen Praxisanteil absolviert, ist zudem stärker für die Wirtschaft motiviert. Studentinnen an Universitäten dagegen können sich oftmals eher eine wissenschaftliche Laufbahn vorstellen. Grundsätzlich ist es immer gut, mit Menschen zu sprechen, die Berufserfahrung haben und ehrlich über die Vor- und Nachteile im Arbeitsalltag berichten können. Ob sie sich für die Wirtschaft oder für die Wissenschaft entscheiden, MINT-Studentinnen sind „Überzeugungstäterinnen“, die sich bewusst für ihr Studienfach bzw. eine technische Studienrichtung entschieden haben. Das sollte jede Absolventin zeigen. Motivation ist ein Wettbewerbsfaktor.

#### Großer oder kleiner Betrieb?

Die großen Arbeitgebermarken, Konzerne mit internationalen Strukturen sind bei vielen MINT-Absolventinnen und -Absolventen in der Bewerbungsphase die erste Wahl. Versprechen sie doch vielfältige Einsatzmöglichkeiten, internationale Erfahrungen und gute Aufstiegschancen. Doch auch kleine und mittelständische Unternehmen bieten gute berufliche Perspektiven. Nicht selten sind auch sie längst international aufgestellt. Was ebenfalls für einen kleinen oder mittelständischen Betrieb spricht: In einer

überschaubareren Struktur kann der Einstieg zunächst leichter sein, die Kommunikationswege sind kürzer, die Verantwortung der Einzelnen größer.

In Bezug auf die Karriereplanung sollte der Berufseinstieg bei einem kleinen Unternehmen allerdings gut überlegt werden. „Was ich mitbringe, macht meinen Marktwert für das neue Unternehmen aus“, sagt Dr. Frank Stefan Becker von der Siemens AG. Aus Unternehmenssicht sei es deshalb interessanter, wenn die Ingenieurin von einem großen in ein kleines Unternehmen wechsele statt umgekehrt. „Großunternehmen sind internationaler und bieten mehr Möglichkeiten, innerhalb der Firma zu wechseln und Karriere zu machen. Man sieht mehr und hat mehr Chancen“, so Dr. Becker.

„Die Studenten sollten nicht nur fachlich ausgebildet werden, sondern auch in ihrer Persönlichkeit. Leute, die Angst haben, nicht gut genug in ihrem Job zu sein, werden arrogant und mauern. Menschen, die um ihren Wert wissen, nicht.“

Heike Rötger, Dresser-Rand Nadrowski

„Bestandteil jedes Förderstudenten- und Trainee-Programms ist, dass jeder einen Paten aus dem Führungskräfte-Team des Unternehmens hat, der ihn über die ganze Studienzeit oder Traineezeit begleitet. Das ist kein ‚Kann‘, das gilt für jeden.“

Christiane Schäfers-Hansch, Weidmüller Akademie

„Wir versuchen bei den Studierenden mit unserem Projekt ‚Unternehmenspatenschaften‘ zu werben. Damit die weiblichen Studieninteressenten wissen, sie sind hier willkommen, man tut etwas für sie, man engagiert sich für sie. Es ist ein Signal.“

Prof. Dr. Beate Rennen-Allhoff, Fachhochschule Bielefeld

#### Eigene Vorkenntnisse und Erfahrungen?

Absolventinnen fragen sich oft, was zukünftige Arbeitgeber oder Arbeitgeberinnen von ihnen erwarten, welche Qualifikation sie mitbringen müssen, welche Vorkenntnisse und Erfahrungen. Dabei wäre es sinnvoller, wenn sie zunächst definieren, was sie sich persönlich von ihrem zukünftigen Arbeitsplatz erhoffen oder wünschen. Also die Perspektive wechseln: Was kann ich anbieten? statt: Was wird gesucht?

Sich mit anderen Menschen austauschen, etwas bewegen, Projekte voranbringen – das sind starke Motive junger Frauen in der beruflichen Orientierung. Auch MINT-Studentinnen äußern sich so. Sie wollen sehen, was sie erschaffen. Sie wollen einen Nutzen erkennen, der ihrem Tun einen Sinn gibt. Also sollte dieses grundsätzliche Interesse, das ihre Haltung zur Technik prägt, auch bei der Jobsuche ein entscheidender Maßstab sein.

Auch die sogenannten „weichen“ Faktoren wie Spaß an der Arbeit, eine abwechslungsreiche Tätigkeit oder ein gutes Betriebsklima wünschen sich viele junge Frauen für ihre spätere Arbeit. Das Thema Sicherheit und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf haben viele schon früh im Blick. Bei der konkreten Suche nach einem Arbeitsplatz sollten sie diese Kriterien nicht vernachlässigen.

#### Gutes Gehalt für gute Arbeit

Entscheiden sich junge Frauen für technische Studiengänge, haben sie damit in der Regel bessere Karriere- und Verdienstaussichten als andere Akademikerinnen. Aber: Es gibt Einkommensunterschiede zwischen MINT-Absolventinnen und -Absolventen, auch innerhalb gleicher Tätigkeitsschwerpunkte.

Studentinnen erwarten zu Recht einen guten Verdienst und das gleiche Geld für gleiche Arbeit für Frauen und Männer. Aber sie sehen auch, dass Frauen in der Wirtschaft oft schlechter bezahlt werden als ihre männlichen Kollegen.

Bei Gehaltsgesprächen und -verhandlungen geht es immer auch darum, die eigenen Erwartungen zu formulieren. Dass Frauen sich dabei zurücknehmen und zu wenig fordern, ist eine häufige Erfahrung von Personalverantwortlichen. Ein gutes Gehalt kann auch die Familienplanung beeinflussen.

In einem der Interviews ging es um die Frage, welcher Elternteil zu Hause bleibt, wenn ein Baby kommt und betreut werden muss. „Wer weniger verdient“, war die Antwort der Studentin. Das sei mit ihrem Studium eben nicht zwangsläufig die Frau. Nach ihrer Recherche musste sie jedoch feststellen, dass die Wahrscheinlichkeit, als Frau zu Hause zu bleiben, auch unter dem finanziellen Aspekt nach wie vor hoch ist. Ein weiterer guter Grund, das Gehaltsgefüge zu kennen und die eigenen Gehaltsvorstellungen entsprechend selbstbewusst zu äußern.

„Männer sind eher technikverliebt. Frauen sind eher in der Lage, pragmatisch an die Sachen heranzugehen und zu fragen: Was braucht denn der Kunde?“  
Markus Leitloff, E.ON Westfalen Weser

„20 Kilometer außerhalb ihrer Region wissen die Studierenden schon nicht mehr, welche interessanten Unternehmen es gibt. Sie sehen nur die Großen. Dort wollen alle hin, viele werden es aber nicht schaffen. Rechts und links oder unterhalb dieser großen Unternehmen gibt es noch einen riesigen Mittelstand, der tolle Produkte macht, ein super familienorientiertes Unternehmen ist, Freiheiten bietet etc. Das sehen sie nicht.“

Michael Buenermann, Böllhoff



13

### Tipps für die Praxis

- Achten Sie darauf, ob und wie Frauen in dem Unternehmen Ihres Interesses in Erscheinung treten.
- Sprechen Sie mit MINT-Frauen aus dem Unternehmen. Sendet das Unternehmen Willkommenssignale für Frauen aus?
- Nehmen Sie sich Zeit, das Unternehmen und die Menschen dort kennenzulernen (über Praktika, Betriebsbesichtigungen etc.). Prüfen Sie, ob Sie sich dort wohlfühlen.
- Gehaltsverhandlungen und die Verhandlungen um den nächsten Karriereschritt müssen trainiert werden. Qualifizieren Sie sich für diese weiteren Schritte, nehmen Sie an entsprechenden Maßnahmen teil.

### So finde ich das passende Unternehmen

Klären Sie für sich folgende Punkte:

- Was ist Ihnen an einer späteren Tätigkeit wichtig?
- Welche Stärken und Schwächen bringen Sie mit (Selbst- und Fremdanalyse)?
- Wie gut können Sie sich bereits für ein mögliches Vorstellungsgespräch präsentieren?
- Wie können Sie sich auf eine Gehaltsverhandlung vorbereiten?
- Welche Netzwerke können Ihnen bereits vor Studienabschluss Unterstützung bieten?
- Nutzen Sie die Kursangebote der Career Center, der Berufsverbände, der Gleichstellungsstellen und der Frauen-Technik-Netzwerke, um diese Fragen für sich zu klären. Auch die großen Technikkessen wie die Hannover Messe Industrie oder die CeBIT bieten zahlreiche Möglichkeiten des persönlichen Kompetenzchecks und des Kennenlernens von Unternehmen.

### Nun wird es konkret

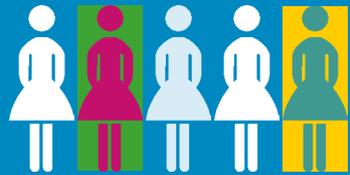
Klären Sie für sich folgende Punkte:

- Wurden bei der Stellenausschreibung Frauen und Männer konkret angesprochen, waren die Unternehmen bereits in der Formulierung kreativ und bemüht um die Zielgruppe Frauen?
- Sind in der Außendarstellung (Homepage, Prospekte) Frauen und Männer gleichwertig abgebildet?
- Werden bei der Außendarstellung Frauen auf höheren Karrierestufen sichtbar, werden Karrieremöglichkeiten im Unternehmen beschrieben?
- Wird die angebotene Tätigkeit klar beschrieben?
- Welche Hilfen bei der Einarbeitung bietet Ihnen das Unternehmen?
- Wie bekommen Sie ein Feedback zu Ihren Leistungen?
- Wer ist der oder die direkte Vorgesetzte?
- Welche Entwicklungsmöglichkeiten bietet das Unternehmen, Fachlaufbahn oder Führungslaufbahn?
- Bietet das Unternehmen flexible Arbeitszeiten?
- Beschäftigt sich das Unternehmen mit dem Thema Diversity?
- Wie hoch ist das Durchschnittsalter im Unternehmen und die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit?
- Arbeiten bereits Ingenieurinnen im Betrieb?
- In welcher Position?
- Welche Maßnahmen und Hilfen bietet das Unternehmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie?
- Haben bereits Väter Elternzeit genommen?
- Bekommen Frauen und Männer das gleiche Gehalt?
- Wie sieht der konkrete Arbeitsplatz aus (Ausstattung, Lage, Großraum oder allein, Werkstatt)?
- Was sagt Ihr „Bauchgefühl“?
- Besprechen Sie Ihre Erfahrungen mit berufserfahrenen Absolventinnen, Ingenieurinnen oder Frauen aus Expertinnen-Netzwerken.



# 2

**Gesucht:  
Weiblich, motiviert, technikbegeistert**



Die Hochschulen



## Wie Hochschulen Frauen gewinnen und ausbilden

Hochschulen wollen motivierte und technisch hoch qualifizierte Frauen für sich gewinnen. Sie kooperieren schon früh mit den Schulen und entwickeln zum Teil spezielle Angebote für die jungen Frauen. Neben der Nachwuchsarbeit im eigenen Interesse sollen sie junge Frauen auch auf Positionen in der Wirtschaft vorzubereiten. Stellt sich nur die Frage: Wie?

### 2.1 Das Tor öffnen – Studentinnen einladen

Das Internet ist das Medium der jungen Leute. Was dort nicht zu finden ist, gibt es für sie schlichtweg nicht. „Wenn man die Studierenden fragt, wie sie auf uns aufmerksam geworden sind, geben über 90 Prozent an, dass sie das Internet genutzt haben“, sagt Jessica Wulf, zuständig für Hochschulmarketing an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe. Die Homepage ist das breite Tor, durch das die Studierenden als Erstes gehen – oder die geschlossene Tür, vor der sie stehen bleiben.

Zunächst erwarten die Studierenden hier umfassende sachliche Informationen zum Studium, zu Studieninhalten und den Rahmenbedingungen der Hochschule. Aber auch auf emotionaler Ebene transportiert die Aufmachung der Homepage ein bestimmtes Bild der Hochschule. Sprache und Fotos sollen breite Zielgruppen ansprechen und diesen ein interessantes und ansprechendes Bild der Hochschule bzw. der technischen Fakultäten vermitteln. Als Betrachterinnen fühlen junge Frauen sich angesprochen – oder auch nicht.

#### Sprache und Bilder – online und offline

Viele Verantwortliche in Unternehmen, Hochschulen und Personalabteilungen halten eine geschlechtergerechte Sprache nicht für relevant: „Das liegt bestimmt nicht an der Gestaltung unserer Anzeigen. Es gibt einfach keine Frauen in diesem Bereich.“ Richtig. Mit der Ansprache allein lässt sich sicher keine junge Frau gewinnen. Aber sie ist trotzdem ein wichtiger Baustein, um die gewünschte

Zielgruppe zu erreichen. Die Abbildung von Frauen auf den Seiten technischer Fachbereiche sendet das Signal, dort erwünscht zu sein. Alle Medien zur Ansprache von Studierenden oder Absolventinnen und Absolventen sollten so gestaltet sein, dass sie beide Geschlechter zeigen und ansprechen. Dazu gehört zum Beispiel auch, dass die Hochschulen technischer Fakultäten nicht im metallischen Grau und im dunklen kühlen Blau verharren. Eine geschlechtergerechte Kommunikation vermittelt ein modernes Image, sie erreicht alle potenziellen Bewerberinnen und Bewerber und damit ein breites Spektrum motivierter und leistungsstarker junger Leute.

#### Tipps für die Praxis

- Prüfen Sie, ob in Ihrer Corporate Identity und in Ihrem Corporate Design Formen, Farben, Zeichen, Symbole und Motive Frauen und Männer in gleicher Wertschätzung ansprechen.
- Achten Sie in allen Medien der Außendarstellung darauf, Frauen und Männer in etwa gleicher Anzahl abzubilden. Wird in einer Stellenanzeige ausschließlich ein Mann abgebildet, sendet das die Botschaft „Hier wird ein Mann gesucht“.
- Achten Sie bei der räumlichen Anordnung der Personen darauf, dass sie auf gleicher Höhe sind. Da Männer oft größer sind als Frauen, dominieren sie das Bild, wenn beide stehen.
- Ein beliebtes Klischeemotiv ist der Mann, der den Frauen zeigt, wie etwas geht. Es identifiziert den Mann als Vorgesetzten und Handelnden. Besser ist es, der Frau einen aktiven Part im Bildmotiv zu geben.
- Auch das Umfeld, in dem Frauen und Männer gezeigt werden, transportiert Botschaften. Selten sind Frauen als Bauleiterin auf der Baustelle, am elektronischen Schaltkasten oder an der CNC-Fräsmaschine zu sehen. Verändern Sie die Rollen – vorurteilsfrei.

„Ich habe mir zuerst die Homepage angeschaut. Der Campus der FH gefiel mir sehr gut. Und es wirkt alles schon sehr offen und familiär auf der Internetseite: Alle Professoren und Mitarbeiter werden vorgestellt, auch schon mit Telefonnummer, sodass man sie direkt ansprechen kann. Das hat mir gefallen.“

Ines Müller, Studentin, Bauingenieurwesen

„Infomaterial hat nach wie vor einen hohen Stellenwert, auch für Schülerinnen und Schüler. Etwas in der Hand zu haben, hat einen Wert und ist auch für die Eltern wichtig, die vielleicht nicht so internet-affin sind. Es hat vom Gefühl her eine höhere Validität als das Internet.“

Jessica Wulf, Hochschule Ostwestfalen-Lippe

„Ich musste eine Präsentation, die damals schon ein paar Jahre alt war, vortragen. Ich habe zwei Stunden damit verbracht, jeder männlichen Form die weibliche zuzufügen, also ‚Mitarbeiter‘ umzustellen in ‚Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter‘. Während dieser Bearbeitungszeit sah ich plötzlich immer mehr Frauen in diesem Thema.“

Barbara Tigges-Mettenmeier, Mettenmeier

### 2.2 Studiengänge: Technik um der Technik willen?

„Energietechnik“ oder „Zukunftsenergien“? Vor diese Wahl gestellt würden sich viele Frauen für „Zukunftsenergien“ entscheiden. Denn dieses Wort transportiert Visionen, Botschaften und Nutzen. Das, was Frauen von ihrem zukünftigen Beruf erwarten.

Das Bundesinstitut für Berufsbildung hat dies vor einigen Jahren bereits für Ausbildungsberufe untersucht. Danach haben Berufsbezeichnungen Informations- und Signalfunktion. Jugendliche lesen die Berufsbezeichnungen wie Hinweisschilder darauf, was sie im Beruf erwartet. Ist die

Bezeichnung abstrakt oder abschreckend, werden diese Berufe gemieden. Die Berufsbezeichnung hat auch Selektionsfunktion: Was nicht auf Anhieb interessant klingt, fällt durch das Raster. Einige technische Berufsbilder haben bereits den Imagewandel vollzogen. Weg von einer Technikorientierung um der Technik willen hin zu einer zukunftsichernden, problemlösenden, nutzenorientierten Technik. Ein weiterer wichtiger Punkt: Der Name des Studiengangs sollte einen Praxisbezug herstellen. Gute Beispiele sind „Regenerative Energien“, „Energie und Umwelt“ oder „Medizintechnik“. Viele Frauen sehen Studiengänge eher systemisch. Sie studieren technische Fächer, um Technik nutzbringend einsetzen zu können. Dieses Interesse sollten technische Fakultäten bei der Gestaltung ihrer Studiengänge berücksichtigen.

#### Interdisziplinäre Gestaltung

Mit der Umstellung der Studienordnungen auf Bachelor und Master wurden an vielen Hochschulen neue Studiengänge entwickelt. Sie orientieren sich an gesellschaftlichen Veränderungen und der globalen Entwicklung. Viele technische Berufe sind heute Schnittstellenpositionen. Gefragt sind neben technischer Fachkompetenz wirtschaftliches Grundverständnis, Sprachen sowie kommunikative und soziale Kompetenzen. All das lässt technische Berufe in einem neuen Licht erscheinen.

Besonders erfolgreich – vor allem bei den Frauen – sind MINT-Studiengänge, die stark interdisziplinär verflochten werden und Anwendungsfelder integrieren. Docken technische Studiengänge an Berufswelten an, die Frauen ohnehin schon für sich in Betracht ziehen, bekommen sie schneller weiblichen Zulauf. Dies können internationale Technikstudiengänge mit einem starken Sprachenteil sein, Ingenieur- oder Informatikstudiengänge mit einem interkulturellen oder medienbezogenen Schwerpunkt oder Studiengänge, die einen wirtschaftswissenschaftlichen Part integrieren. Ob „Technisches Vertriebsmanagement“, „Wirtschaftsingenieurwesen“, „Wirtschaftsinformatik“, „Logistik und BWL“





## Best Practice

### Plakataktion der Universität Paderborn

Die Universität Paderborn startete 2009 eine bundesweite Plakatkampagne. Sie soll dem drohenden Fachkräftemangel in den technischen Branchen entgegenwirken und den schulischen Nachwuchs auf die Chancen des MINT-Bereichs aufmerksam machen.

Unter dem Motto „Heute noch Schule, morgen schon MINT“ wurden drei Plakatmotive entwickelt. Bundesweit kamen diese an insgesamt 93 zertifizierten MINT-Schulen und 14 MINT-Anwärterschulen zum Einsatz. Auffällig sind die Motive durch die farblich markante Gestaltung, junge lachende Frauen und Männer, welche für eine junge und innovative Universität steht. Insgesamt wurden etwa 500 Werbeflächen mit den CityLight-Postern bestückt. Die überregionale Plakat-Aktion wurde aufgrund der großen positiven Resonanz inzwischen mehrfach wiederholt.

### Infopaket der Universität Bielefeld

Alle Bewerber und Bewerberinnen der Hochschule erhielten per Post ein Informationspaket mit neu gestalteten Materialien. Die Stadt, das Wissenschaftsbüro und die Universität bündelten ihr Material unter dem Motto „Raum zum Querdenken“.

Das Motto findet sich auf der Homepage wieder. Dort finden die Interessierten Videofilme und Interviews mit Studentinnen und Studenten. Das Bild zwischen den Geschlechtern ist ausgeglichen. Die Resonanz war ausgesprochen positiv.

### Frauenköpfe an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe

Das neue Corporate Design der Hochschule Ostwestfalen-Lippe wirbt mit großen, angeschnittenen Köpfen von Frauen und Männern und bindet in technischen Studiengängen gezielt weibliche Gesichter ein. Die Kampagne wurde in der Region u. a. mit Fahnen präsentiert.

### Fachhochschule Bielefeld – Trainings zum Berufseinstieg

In allen Bachelor-Studiengängen hat die FH Bielefeld Eckpunkte eingeführt, mit denen die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen verstärkt und vereinheitlicht wird. Speziell für Frauen bieten Vertreterinnen aus der Praxis ein Training zum Berufseinstieg. Dort werden Themen wie Schlagfertigkeit, Konfliktmanagement und Selbstpräsentation bearbeitet. Die Veranstaltung wird vom Praxisbüro organisiert und von den Studentinnen gut angenommen. Rhetorik, Bewerbungstraining mit Coaches oder Unternehmen, Businessknigge: Wie verhalte ich mich bei Geschäftsessen?, Absolventen und Absolventinnen berichten über den eigenen Einstieg – die Bandbreite der Seminare ist groß und nimmt immer wieder die Anregungen und Bedürfnisse der Studierenden auf.

### FH des Mittelstandes in Bielefeld KODE-Test

An der Fachhochschule des Mittelstandes in Bielefeld wurde das komplette Studienkonzept auf den Erwerb der Schlüsselqualifikationen ausgerichtet. Bereits bei der Bewerbung um einen Studienplatz an der FHM durchlaufen alle Studierenden einen Kompetenzcheck. Dieser sogenannte KODE-Test ist eine erste Erhebung des Kompetenzprofils der zukünftigen Studierenden. Er wird vom Career Service Center der FHM durchgeführt und dort von Psychologinnen vertraulich ausgewertet. Am Ende ihres Studiums durchlaufen die Studierenden diesen Kompetenzcheck erneut und erkennen, wie sich ihr Kernkompetenzprofil verändert hat.

Alle Studiengänge der FHM basieren auf einem Modell mit vier Kompetenzschwerpunkten: der allgemeinen Wirtschaftskompetenz, der spezifischen Fachkompetenz, der personalen und sozialen Kompetenzen sowie der Aktivitäts- und Handlungskompetenzen.

oder „Energiemanagement“ – der kaufmännische Bezug ist der Garant dafür, näher an den eigenen Interessen studieren zu können. In Verbindung mit Wirtschaftswissenschaften wird ein Technikstudiengang greifbarer. Das Berufsbild, das sich hier zeigt, umfasst zum Beispiel stärker kooperative Tätigkeiten mit anderen Menschen. Sprachenstudiengänge sind eine Frauendomäne. Im Zuge der Globalisierung werden auch in den technischen Berufsfeldern Sprachen immer wichtiger. Eine Kombination von Sprachen und Technik interessiert Studentinnen stärker für technische Studiengänge. In der Wirtschaft werden Sprachkenntnisse als Pluspunkt verbucht, insbesondere in internationalen Konzernen oder international tätigen Unternehmen.

### Verbundstudiengänge und duale Studiengänge

Die Fachhochschule Bielefeld bietet das Studienfach Maschinenbau als Vollzeitstudiengang und Verbundstudiengang an. Letzterer wird deutlich häufiger von Frauen gewählt. Durch Anteile von E-Learning und Blended Learning können Studierende hier neben dem Beruf oder mit Familie besonders flexibel studieren. Durch so gestaltete Studienstrukturen können mehr Frauen für MINT-Fächer gewonnen werden. Auch in dualen Studiengängen ist der Frauenanteil überproportional hoch. Praxiserfahrung und Studium miteinander zu verbinden, scheint gerade für viele Frauen attraktiv zu sein. Sie haben schneller einen Bezug zur Praxis und sehen, wie sich ihr Wissen anwenden lässt. Ein Vorteil im dualen Studium – für Frauen und Männer – ist natürlich die finanzielle Unterstützung des Ausbildungsbetriebes. Er zahlt eine Ausbildungsvergütung und übernimmt die Studiengebühren.

### Berufsorientierung von Anfang an

Frauen und Männer gehen mit unterschiedlichen Voraussetzungen in technische Studiengänge. Ihre praktischen Vorerfahrungen und auch ihre (manchmal diffuse) Technikbegeisterung unterscheiden sich. Das könnte ein Grund dafür sein, dass sie zu Beginn des Studiums auch anders motiviert sind. Sie „abzuholen“ und mit entsprechenden Angeboten zu reagieren, kann Frustration verhindern. Der Leistungsdruck, die starke Formellastigkeit und eine mangelnde Berufsrelevanz der Studieninhalte sind weitere Aspekte, die im Studienverlauf demotivieren können. Umso wichtiger ist es, frühzeitig und transparent die berufliche Orientierung mit in das Studienprogramm aufzunehmen. Kooperationen mit Unternehmen, Praxisphasen, Exkursionen und eine aktive Begleitung in die Wirtschaft z. B. durch Patenschaften oder Mentoring können diesen Prozess unterstützen (s. S. 28).

Unterstützt werden kann die fachliche Ausbildung dann mit Angeboten im Bereich der sozialen Kompetenz. Wenn Studierenden bereits im Studium nicht nur fachliches Wissen vermittelt wird, sondern auch eine Stärkung der Persönlichkeit, dann entwickeln sie Mut und Zuversicht bezüglich ihrer weiteren beruflichen Laufbahn. Sie lernen, sich zu präsentieren, ihre Leistungen zu zeigen und sich im Team oder in Führungsaufgaben schneller zurechtzufinden.

An allen Hochschulen werden mittlerweile Seminare angeboten, um Schlüsselqualifikationen zu vermitteln. Oftmals sind diese Module jedoch nicht fest in die Curricula der MINT-Studiengänge eingebunden und werden nur auf freiwilliger Basis angeboten. Das führt dazu, dass Studierende aufgrund des hohen Zeit- und Lerndrucks diese Soft-Skill-Seminare kaum wahrnehmen. Am Ende des Studiums fehlen ihnen dann wichtige Kompetenzen, die aber von der Wirtschaft erwartet werden.

„Die Verbindung vom Kaufmännischen und der Produktion ist attraktiv. Diese Schnittstelle macht es möglich, dass man in allen Bereichen die Grundlagen kennt, mit den Leuten in der Produktion sprechen kann und die Vokabeln versteht, die die jeweilige Gruppe benutzt. Auf der anderen Seite kann man aber auch in der Produktion arbeiten und mit einem Kaufmann über Kosten reden.“

Carola Stappert, Studentin, Logistik und BWL

„Ich wollte eigentlich Maschinenbau studieren und habe eine Info-Veranstaltung an der Uni Bielefeld besucht, die Herbsthochschule ‚Peanuts‘. Dort wurde gemeinsam mit der Fachhochschule Maschinenbau vorgestellt und in dem Zusammenhang das kooperative Studium. Da war der Groschen bei mir gefallen: Das ist die sinnvolle Kombination aus Praxis und Theorie.“

Svenja Tappe, Studentin, Mechatronik

„Es gibt ja den Girls' Day für Schülerinnen – vielleicht könnte es so etwas auch für Studentinnen geben? Bevor ich mit meinem Praktikum anfang, habe ich mich immer gefragt, was ich denn dann später eigentlich mache in einem Unternehmen – welche Tätigkeiten man da ausübt. Das Angebot eines möglichst frühen Praxisbezugs fände ich gut.“

Stephanie Plumpe, Studentin, Maschinenbau

„Wir wollen das internationale Profil stärken, weil wir feststellen, dass das auch Frauen stärker anspricht. Im Fachbereich Wirtschaft haben wir z. B. einen Studiengang ‚International Studies and Management‘ mit ziemlich hohen Zugangshürden, die Studierenden müssen zwei Sprachen mitbringen. Dieser Studiengang ist sehr frauenlastig, mit sehr guten Notendurchschnitten. Auch im technischen Bereich könnte das weibliche Studierende stärker anziehen.“

Prof. Dr. Beate Rennen-Allhoff, Fachhochschule Bielefeld



18



19



### Tipps für die Praxis

- Die Kombination von Technik mit anwendungsnahen Studienbestandteilen aus der Wirtschaft baut Frauen und breiter interessierten jungen Männern eine Brücke in die Technik.
- Die Kombination von Studium und Praxis zieht Frauen in größerer Zahl in technische Studiengänge
- Bauen Sie ein Studienmodul „Berufsorientierung“ fest im ersten Semester ein. Berücksichtigen Sie unterschiedliche Studienmotive und Eingangsvoraussetzungen von Frauen und Männern.
- Integrieren Sie verpflichtend Soft-Skill-Angebote in den Curricula der MINT-Studiengänge.

### 2.3 Was hat die Theorie damit zu tun?

Im Studium nicht zu wissen, wofür der Stoff eigentlich gelernt werden muss, ist auf Dauer demotivierend. Das gilt für alle Studierenden. „Man bekam oft isolierte Fakten präsentiert – ohne Zusammenhang und Überblick.“ Diese Situation entmutigt gerade zu Beginn des Studiums. Die Fachhochschule Bielefeld hat aus diesen Grund bereits im ersten Semester ein Modul „Berufsorientierung“ implementiert und damit einen ganz konkreten Bezug zur Praxis hergestellt. Es geht darum, das Berufsfeld kennenzulernen.

Studentinnen wünschen sich von Studienbeginn an berufsrelevante Studieninhalte. Sie möchten wissen, was sie mit dem Lernstoff anfangen können. Vordergründig dient das Studium der Aneignung technischer oder mathematischer Kompetenzen. Aber welches Ziel steht dahinter? In welchem Zusammenhang werde ich als Absolventin diese Kompetenzen anwenden? Wenn ich beispielsweise programmiere oder Elektrotechnik studiere, hat das etwas mit Kommunikation zu tun. Und Kommunikation hat eine gesellschaftliche, soziale, übergeordnete Relevanz.

Erfahrungswerte zeigen, dass dieser Aspekt besonders Frauen interessiert, die eher als Männer nach der Sinnhaftigkeit ihrer Tätigkeit fragen.

### Vorlesungsinhalt: Praxisbezug

Natürlich sind Praktika die naheliegendste Lösung, um einen Bezug zwischen Theorie und Praxis, Person und Arbeitsumfeld herzustellen. Doch der Praxisbezug könnte schon in den Vorlesungen hergestellt werden. „Weit mehr als praktisches Tun und anfassbare Anschauungsobjekte binden gute Erklärungen an das Studium“, stellt die Studie „Studienabbruchgründe in den Ingenieurwissenschaften“ fest (Derboven/Winker/Wolffram 2008). „Gute Erklärungen“ holen die Studentinnen und Studenten dort ab, wo sie stehen – nämlich bei ihren Alltagsvorstellungen. Technische Beispiele aus dem täglichen Leben zu erklären, zu diskutieren und wissenschaftlichen Ergebnissen gegenüberzustellen, stärkt die Vorstellungskraft. Zumal dann, wenn sie in der Lebenswelt von Frauen und Männern gleichermaßen Bedeutung und Wertigkeit haben.

### Praktika – nicht zu ersetzen

An der Hochschule Ostwestfalen-Lippe haben die Studierenden durchschnittlich fünf Praxiskontakte im Verlauf ihres Studiums. Verlangt werden ein Vorpraktikum vor Studienbeginn und das Hauptpraktikum während des Studiums. Die ursprüngliche Diplom-Arbeit wurde gesplittet in Studienarbeit und Bachelor-Arbeit. In manchen Studiengängen gibt es Praxissemester, verpflichtend oder optional, oder sogenannte Projektsemester, die allerdings auch in den Laboren der Hochschule stattfinden können. Bisher gaben die Hochschulen der Lehre den Vorrang vor der Praxis. Verkürzte Studienzeiten bedeuteten dann auch verkürzte Praktika. Aus der Sicht der Unternehmen sind die Praxisphasen aber entscheidend, weil sie die Studierenden erst beschäftigungsfähig machen. Die Unternehmen plädieren dafür, die verpflichtenden Praxisphasen auszuweiten.

„Warum beschäftige ich mich mit Mathematik und Physik so ausführlich, wozu soll das gut sein?“ Diese Frage ist für die Studentinnen oft wichtiger als für die Studenten, denen vielleicht die Aussicht darauf reicht, dass man am Ende gute Berufsaussichten hat. Die Frauen wollen eher den Sinn sehen. Damit kann man nicht warten bis zur letzten Studienphase. Das muss man ihnen am Anfang vermitteln.“ Prof. Dr. Beate Rennen-Allhoff, Fachhochschule Bielefeld

„Die neuen Studienformen, wie z. B. der Bachelor, lassen nicht die Freiräume, um schon während des Studiums längere Phasen im Unternehmen zu verbringen und es insgesamt kennenzulernen. Die Zeiträume für Praktikumsphasen und Abschlussarbeiten sind deutlich reduziert worden. Das ist kontraproduktiv.“ Andreas Uhlitz, Weidmüller Interface

„In dem alten Diplomstudiengang gab es ein Semester mit einem 20-Wochen-Praktikum. Das ist abgeschafft worden. Jetzt rufen die Leute bei uns an und sagen: ‚Ich muss für vier oder sechs Wochen ein Praktikum machen.‘ Davon haben wir nichts, denn nach sechs Wochen wissen die eigentlich erst, was sie tun sollen.“ Michael Brieden-Segler, E & U Energieberatung

„Ich bin ziemlich sicher, dass man die Entscheidung für die Wirtschaft bewusst treffen muss. Die Studierenden müssen wissen, was sie in der Wirtschaft erwartet, welche Wege sie gehen können, was sie machen können, wie das mit Familiengründung vereinbar ist. Diesen Praxisbezug muss man im Curriculum verankern. Durch gutes Zureden der Studierenden wird es nicht klappen.“ Anne Bentfeld, Harting Technologiegruppe

### Tipps für die Praxis

- Stellen Sie Praxisbezüge so früh wie möglich her – nicht nur durch konkrete Praxisphasen, sondern auch in der Lehre.
- Entwickeln Sie Studienkonzepte mit hohen Praxisanteilen und vielen Kontaktmöglichkeiten zur Wirtschaft.
- Schaffen Sie Career Center oder nutzen Sie bereits vorhandene Center für Angebote von Unternehmen. Stellen Sie sicher, dass wichtige Zielgruppen, wie Frauen oder junge Leute mit Migrationshintergrund direkt adressiert werden können.
- Bieten Sie eine Unternehmensdatenbank regionaler Unternehmen für Studierende an. Bringen Sie dort das Interesse an Absolventinnen explizit zum Ausdruck und stellen Sie auch an dieser Stelle die Unternehmenskultur dar.

### 2.4 Leben an der Hochschule

Neben den fachlichen Herausforderungen entscheidet auch der „Wohlfühlfaktor“ an der Hochschule, ob der Anschluss an das neue Leben gelingt und den Weg in ein erfolgreiches Studium ebnet. Wenn die fachlichen Hürden höher werden, können gute Rahmenbedingungen helfen, auch Krisen durchzustehen und das Studium nicht vorzeitig abzubrechen.

An den kleineren Fachhochschul-Standorten, oftmals eher ländlich gelegen, wird der Campus als familiär und beschaulich erlebt. Die Studentinnen, die sich dafür entschieden haben, sind damit zufrieden. Sie schätzen es, dass die Studierenden sich untereinander kennen. Auch der Kontakt zu den Lehrenden ist enger und damit persönlicher. Ein Untertauchen in der Anonymität der „Masse“ ist nicht möglich.

An großen Standorten wird als besonders positiv empfunden, dass alle Einrichtungen und Fachbereiche unter





einem Dach zusammengefasst und in wenigen Minuten erreichbar sind. Auch der Austausch mit Studierenden anderer Fachbereiche am gleichen Standort wird als Bereicherung gesehen.

Verbesserungsbedarf sehen die Studentinnen vor allem bei der Ausstattung. Moniert werden vor allem fehlende räumliche Lernmöglichkeiten für Kleingruppen oder eine nicht zeitgemäße technische Ausstattung.

#### **Persönlich gut vernetzt?**

Das viel zitierte Studentenleben hat in Zeiten des Bachelor und Master an Leichtigkeit verloren. Dennoch ist diese emotionale Ebene ein wichtiger Faktor. Gerade kleinere Studienstandorte haben hier ein gewisses Manko – trotz der eher persönlichen Atmosphäre. Die Studierenden kommen zu ihren Pflichtveranstaltungen und verlassen dann die Hochschule wieder. Es fehlen Räume und Anlässe, bei denen sich studentische Gemeinschaft entfalten kann. Viele Studierende leiden unter der Anonymität im Studium. Sie schaffen es nicht, sich mit anderen Studierenden zu vernetzen, um wichtige Informationen auszutauschen oder um Lerngruppen zu bilden. An dieser Stelle könnten Lehrende ganz aktiv durch die Methoden-Gestaltung eingreifen.

Fehlt das soziale Netz beim Lernen und in der Freizeit, werden die jungen Leute bei Frusterlebnissen im Studium nicht aufgefangen. Sie geben schneller auf und brechen das Studium möglicherweise vorzeitig ab. Gerade kleinere Standorte sollten also darüber nachdenken, wie sie studentisches Leben initiieren und unterstützen können. Foren für Studierende der Fachbereiche, eventuell auch ein Forum für Frauen in technischen Fachbereichen oder Treffen mit Alumni können motivierend und unterstützend einwirken.

#### **Mein Professor – Meine Professorin**

Die Betreuungsquote der Studierenden durch die Professorinnen und Professoren einer Hochschule gilt als Qualitätsmerkmal. Durchschnittlich hat in Deutschland

ein Professor oder eine Professorin an einer Universität rund 70 Studierende auszubilden. An einer Fachhochschule sind es 37. Dieses deutlich bessere Betreuungsverhältnis wird von den Studierenden honoriert. In einem Uni-Ranking von StudiVZ im Jahr 2008 lagen die Provinzhochschulen vorn. Jene Hochschulen schnitten besonders gut ab, deren Studierendenzahl eher gering ist und die damit eine bessere Betreuungsquote haben.

Studentinnen wünschen sich sowohl im Studium als auch später für den Berufseinstieg eine Begleitung, die sie fordert und fördert. Dabei geht es um Ermutigung und Feedback, wie die eigenen Leistungen einzustufen sind. An kleinen Standorten mit persönlichen Kontakten ist das viel leichter möglich.

Laut der Studie „Studienabbruchgründe in den Ingenieurwissenschaften“ (Derboven/Winker/Wolffram 2008) der TU Hamburg-Harburg leiden Studierende in den Ingenieurwissenschaften zu Studienbeginn häufig unter einem arroganten Tonfall und Umgangsstil der Lehrenden. Sätze zu Beginn des Studiums wie „Hier werden es nur 50 Prozent schaffen“ machen Angst und demotivieren. Die Bindungskräfte technischer Studiengänge könnten erhöht werden, wenn man Studierenden von Anfang an das Gefühl gibt, willkommen und wertgeschätzt zu sein.

#### **Finanzielle Hilfen statt Schuldenberg**

„Alle, die im Moment mit dem Bachelor anfangen, wollen so schnell wie möglich fertig werden. Das Studium ist teuer, kostet Geld“, sagt die Studentin Carola Stappert. Der finanzielle Druck erzeugt zeitlichen Druck, das Studium möglichst schnell „durchzuziehen“. Zudem wurde der Stoff im Zuge der Umstellung auf Bachelor und Master so komprimiert, dass kaum Freiräume für fachfremde Studienaktivitäten oder Zeit zur Arbeit neben dem Studium bleiben. Gerade auf Frauen kann die Aussicht, durch das Studium einen Schuldenberg aufzubauen, abschreckend wirken. Denn zum einen sind ihre späteren Verdienstaussichten auch in den Ingenieurwissenschaften immer noch geringer als die ihrer männlichen Kollegen. Zum anderen werden

sie eventuell in der Familienphase aus dem Beruf aussteigen (müssen oder wollen) und in dieser Phase kein Geld verdienen. Sie haben also schlechtere Voraussetzungen, die Schulden des Studiums im Rahmen einer gut bezahlten Tätigkeit abzutragen.

Finanzielle Unterstützungssysteme können also insbesondere Frauen motivieren, sich für ein ingenieurwissenschaftliches Studium zu entscheiden. Dass Frauen überproportional häufig unter den dual Studierenden zu finden sind, ist ebenfalls ein Beleg für diese These. Sowohl Stiftungen als auch Unternehmen bieten Stipendien für begabte Studierende an. Sponsoren haben die Möglichkeit, ihre Stipendien einer bestimmten Zielgruppe zu widmen. Unternehmen nutzen häufig diesen Freiraum, indem sie speziell Studierende der MINT-Studiengänge unterstützen.

#### **Vorbilder erwünscht**

Nicht nur die Bundeskanzlerin, eine Ministerin oder Konzernchefin sollten als Multiplikatorinnen der Botschaft „Ingenieurinnen erwünscht“ sichtbar sein. Frauen im mittleren Management und Projektleiterinnen sind gefragt. Nicht jede Studentin der MINT-Fächer ist per se eine Überfliegerin und wird eine Karriere bis an die Unternehmensspitze machen. „Erreichbare Vorbilder“ bieten für manche Studentin ein höheres Identifikationspotenzial als die reichlich strapazierten Vorzeigefrauen.

Ehemalige Studentinnen eines Studiengangs oder einer Hochschule sind hier ein wahrer Schatz. Sie können Praktikumsplätze in ihren Unternehmen bereitstellen, in Seminaren über ihren beruflichen Werdegang berichten, als Professorinnen an die Hochschule zurückkehren. Unter einer Voraussetzung: Die Hochschule schafft es, schon zu Studienzeiten eine hohe Identifikation der Studierenden mit der Einrichtung zu erzeugen. Dafür muss sie Strukturen bereitstellen, um mit der Hochschule den Kontakt halten zu können, wie zum Beispiel Alumni-Netzwerke. In England oder den USA ist diese Kultur fest verankert. Die „Old boys“ und „Old girls“ unterstützen ihre ehemaligen Ausbildungsstätten auch finanziell.

Auch Mentorinnen aus der Wirtschaft könnten schon im Verlauf des Studiums wichtige Begleiterinnen, Gesprächspartnerinnen und nicht zuletzt Türöffnerinnen sein, um die Berufsperspektive Wirtschaft nachhaltig zu konkretisieren (mehr dazu im Kap. 3.1).

„Was mir besonders gut gefällt, ist die sehr persönliche Betreuung. Die Professoren sind bei Fragen fast zu jeder Tageszeit für uns zu erreichen. Der Dekan hat die fünf Besten aus dem Semester dazu aufgefordert, sich für den Peter-Gläsel-Preis vorschlagen zu lassen. Ich war mir erst nicht sicher, ob ich das tun soll. Dann ist der Dekan noch mal auf mich persönlich zugegangen und hat mich ermutigt, mich zu bewerben. Wenn man als Frau an der Hochschule entsprechend gut ist, bekommt man auch die Aufmerksamkeit.“  
Irene Marschke, Studentin, Elektrotechnik

„Gerade am Anfang muss es einen Ansprechpartner geben, den man fragen kann, wenn man etwas nicht weiß, und der einem hilft.“  
Ines Müller, Studentin, Bauingenieurwesen

„Wir sehen den Studienfonds als Chance, einen näheren Kontakt zu den Studenten aufzubauen. Im Vergleich zu einer Zeitungsanzeige kann ich mit diesen Stipendien mehr erreichen. Eine viel höhere Verwandlungsquote in Richtung Übernahme in ein Beschäftigungsverhältnis.“  
Dr. Klaus Bockermann, Bockermann Fritze IngenieurConsult



22



23



# Best Practice

## Studienfonds OWL

Der Studienfonds OWL ist eine Initiative der fünf staatlichen Hochschulen in Ostwestfalen-Lippe. 2006 wurde dieser in Form eines gemeinnützigen Vereins gegründet. Der Studienfonds hat das Ziel, Studierende zu fördern und sie über ihr Studium hinaus langfristig für die Region zu gewinnen. Besonders leistungsstarke und engagierte, in Einzelfällen aber auch besonders bedürftige Studierende werden per Stipendium gefördert. Die Hälfte der geförderten Studierenden sind Frauen. Die Stipendien werden durch Spenden von Unternehmen, Institutionen und Privatpersonen finanziert, die Verwaltungskosten des Vereins tragen die fünf Hochschulen. Mindestens 1.000 Euro bekommt jeder Stipendiat und jede Stipendiatin pro Jahr. Daneben gibt es eine umfangreiche ideelle Förderung mit exklusiven Workshops, Seminaren, Firmenbesichtigungen, Fachvorträgen, dem Besuch kultureller Veranstaltungen und Stipendiatentreffen. Der Studienfonds OWL baut so ein Netzwerk zwischen Fördernden und Empfangenden auf. Dadurch sollen die Studierenden berufliche Chancen in der Region erkennen. Die Unternehmen haben ihrerseits die Möglichkeit, frühzeitig potenzielle Nachwuchskräfte für das eigene Unternehmen zu gewinnen.  
www.studienfonds-owl.de

## Unternehmenspatenschaften, Fachhochschule Bielefeld

Rund 60 Unternehmen beteiligen sich an den Unternehmenspatenschaften der Fachhochschule Bielefeld. Die Patenschaften bieten Studentinnen eine zeitweise oder dauerhafte Studienbegleitung. Die Unternehmenspatenschaften wurden strukturell in die Arbeit des Praxisbüros der Hochschule eingegliedert. Das Angebot der Patenschaften ist den Frauen vorbehalten, das koordinierende Praxisbüro vermittelt aber auch junge Männer in Praktika. So war die frauenfördernde

Strategie hochschulintern viel leichter durchzusetzen. Über die Patenschaften bekommen die Studentinnen einen Fuß in die Tür und erhalten Zutritt in die Netzwerke der Unternehmen. Diese wiederum lernen potenzielle Mitarbeiterinnen und ihre Qualifikationen und Kompetenzen kennen. In den vier technischen Fachbereichen der Fachhochschule Bielefeld gibt es jeweils eine Ansprechperson, die sowohl die Studentinnen als auch die Unternehmen bei der individuellen Gestaltung der Patenschaft berät. Koordiniert wird das Angebot vom Gleichstellungsbüro der Fachhochschule. Flankierende Workshops für alle Beteiligten ergänzen das Angebot.

## Mut zur Promotion

Sowohl die Universität Bielefeld als auch die FH Bielefeld werben schon bei den talentierten MINT-Studentinnen für eine wissenschaftliche Karriere. Im Projekt „Mut zur Promotion“ der Universität Bielefeld wird das beste Drittel der Studentinnen angesprochen oder angeschrieben. Mit ganz gezielten Informationsveranstaltungen werden sie angeregt zu promovieren. Auch die FH Bielefeld hat ein Doktorandinnenprogramm aufgelegt. Damit schafft die Hochschule Anreize für die Fakultäten, nach besonders begabten Absolventinnen Ausschau zu halten und sie zu fördern. Zugleich will sie damit neue kooperative Strukturen mit anderen Universitäten schaffen.

## Tipps für die Praxis

- Richten Sie Austauschforen für Studierende ein und schaffen Sie Räume und Zeitfenster, in denen sich studentische Kommunikation entwickeln kann.
- Ermutigen Sie Lehrende zu Fortbildungen, in denen Kleingruppenarbeit und Teambildung in Lehrveranstaltungen vermittelt und erprobt werden.
- Gute Betreuungsquoten durch Professorinnen und Professoren werden positiv von Studentinnen registriert und steigern ihren Lernerfolg.
- Stellen Sie eine Übersicht aller möglichen Stipendien bereit. Ermutigen Sie kooperierende Unternehmen noch deutlich stärker, dem Fachkräftemangel durch Stipendien an Studierende zu begegnen.
- Schaffen Sie die Infrastruktur, um ein Alumni-Netzwerk aufzubauen. Machen Sie dies mit weiblichen Beteiligten auf Ihren Webseiten sichtbar.

## 2.5 Frauenförderung in MINT-Studiengängen

Studentinnen haben in technischen Fächern vielfach Exotinnenstatus. Die meisten Studentinnen, die ein technisches Studienfach wählen, wissen das. Sie entscheiden sich trotzdem und manchmal auch gerade deshalb dafür. Auf der einen Seite registrieren sie diesen Exotinnenstatus, auf der anderen Seite versuchen sie, ihn zu ignorieren. Viele sind geradezu „genervt“, immer wieder auf die Besonderheit einer Frau in einem Technikstudium angesprochen zu werden. Sie wollen in der Regel einfach „ganz normal“ behandelt werden. Sie wollen auch dann nicht als besondere Gruppe herausgehoben werden, wenn dies nicht in diskriminierender, sondern in positiver Weise geschieht. Subjektiv fühlen sich Studentinnen der MINT-Fächer meist nicht diskriminiert oder benachteiligt. Dennoch sagt auch Janette Kothe, Sprecherin des VDE YoungNet und Studentin der Mechatronik an der TU Dresden: „Wir sind bunte Hunde.“ Sie ist eine von vier Frauen unter 400 Studierenden im Grundstudium.

Den Umgang mit ihren Kommilitonen erleben die Studentinnen auf der sozialen Ebene in der Mehrzahl als kumpelhaft. Auf fachlicher Ebene empfinden sie den Druck, besonders gut oder gar besser abschneiden zu müssen. Bei den männlichen Studierenden fällt das leistungsstarke obere Drittel besonders auf. Der Rest bleibt im Noten-Mittelfeld eher unauffällig. Studentinnen fehlt diese Rückzugsebene. Ihr Werdegang wird im Studium mit besonderer Aufmerksamkeit begleitet. Wenn sie in Veranstaltungen fehlen, fällt das ebenso sofort auf wie ein schlechteres Abschneiden in Prüfungen. Das erhöht den Druck, sich durch positive Leistungen behaupten zu müssen. Dabei macht es einen deutlichen Unterschied, ob sich im Jahrgang nur ein oder zwei Frauen oder 20 befinden. Gemischte Teams werden von allen Beteiligten als angenehm empfunden. Lehrende beobachten zugleich, dass sich Studentinnen oft zu „Doppelpacks“ zusammenschließen und ihr Studium nach Möglichkeit gemeinsam bestreiten.

## Was wollen die Studentinnen?

Die meisten der befragten Studentinnen wollen keine „Sonderbehandlung“ und stehen Angeboten, die sich speziell an Frauen richten, eher skeptisch gegenüber. Sie haben Bedenken gegenüber „Frauenförderprogrammen“, weil sie das Gefühl haben, damit würde ein Defizit bei ihnen behoben. Ein zweiter Punkt ist, dass Studentinnen sich nicht ausgrenzen wollen. Besuchen sie die speziellen Angebote für Frauen, müssen sie mit Kommentaren ihrer Kommilitonen rechnen und kommen in eine Rechtfertigungssituation. Angebote für Studentinnen zur Stärkung des Selbstvertrauens, zur Selbstbehauptung in männlich dominierten Projektgruppen oder zur Kommunikation in Studium und Beruf sind wichtig. Sie sollten in ihrer Ankündigung, in der Form, Methode und in den Inhalten aber so angelegt sein, dass sie von den Studentinnen als notwendiger Studienbestandteil akzeptiert werden können. Eine frauenförderliche Gestaltung der Lern- und Lehrumgebung hilft allen Studierenden. Für die Studentinnen hat es den Vorteil, dass sie nicht als besonders zu fördernde Gruppe herausgehoben werden.

## Welche Lösungen finden die Hochschulen?

Das Leitbild Chancengleichheit von Männern und Frauen umfasst zwei Dimensionen: In der Hochschule als Organisation geht es um die Geschlechtergerechtigkeit auf Führungsebene, in Gremien und bei der Gewinnung von Lehrpersonal. Ein starker Fokus liegt derzeit auf der Gewinnung von Professorinnen für technische Studienfächer. Weitere Maßnahmen sind Seminare zur Förderung von Genderkompetenz aller Fakultätsmitglieder oder das umfassende Angebot von Plätzen zur Kinderbetreuung für Hochschulbedienstete. Zum anderen beziehen sich Maßnahmen auch auf eine geschlechtergerechte Ausbildung für weibliche und männliche Studierende. Ein ganzes Bündel von Maßnahmen der Hochschulen setzt in diesem Bereich bereits in der schulischen und vorschulischen Bildung an. Girls' Day, teuto-lab, Schüleruni oder Preise für Schulen, die MINT fördern, sind nur einige Beispiele. Ihr Ziel ist es, Mädchen für MINT-Studiengänge zu gewinnen. Ein kleinerer Teil der Maßnahmen richtet sich an die aktuell Studierenden. Hier geht es beispielsweise um die Neugestaltung und Weiterentwicklung der MINT-Studiengänge, eine geschlechtergerechte Didaktik in diesen Fächern, die Verankerung des Gendergedankens in den Curricula oder die Schaffung dualer Studienplätze. Spezielle Angebote für MINT-Studentinnen sind eher selten, aber es gibt sie.

Als weitere Maßnahmen der Frauenförderung werden diskutiert:  
- der „50-Prozent Kniff“ – die für Studentinnen konzipierten Angebote werden für beide Geschlechter geöffnet, aber 50 Prozent der Plätze bleiben Studentinnen vorbehalten, auch wenn ihr Anteil an den Studierenden meist (noch) deutlich geringer ist. Hier wird quasi das Ziel vorweggenommen. Diese Strategie befreit die Studentinnen aus ihrer Sonderrolle und entkräftet Vorwürfe der



Studenten, derartige Angebote würden sie wiederum benachteiligen.

- Die Hochschule verzichtet auf eine explizite Förderung von Frauen und geht davon aus, dass Frauen und Männer an der Hochschule gleichberechtigt behandelt werden. Insbesondere jüngere Studentinnen und Hochschulangehörige vertreten diesen Ansatz. „Die jungen Frauen fühlen sich heute nicht mehr benachteiligt. Deshalb gibt es keine speziellen Angebote. Das ist für unsere Generation kein Thema mehr“, sagt Inga Hildebrand vom Career Center der Universität Paderborn. Damit diese Strategie gelingt, muss Gleichberechtigung an der Hochschule gelebt werden. Und das bedeutet: Die Hochschulangehörigen haben eine Vorbildfunktion. Professorinnen und Professoren und alle anderen Hochschulangehörigen müssten sensibilisiert werden. Nur dann können sie wirklich geschlechtergerechte Entscheidungen treffen.

„Wieso bin ich immer die arme Frau? Wieso muss alles für mich gemacht werden? Ich denke, wenn Frauen diese Berufe wirklich wählen wollen, dann machen sie das auch und beißen sich durch – und niemand muss sie mit Samthandschuhen anfassen! Mit pinkfarbenen Flyern, die man auf Sommeruniversitäten verteilt, kommt man nicht an mehr weibliche Studierende!“  
Linda Sundermann, Studentin, Bioinformatik und Genomforschung

„Zu den beiden Frauen in meinem Semester ist der Kontakt relativ eng. In der Vorlesung sitzen wir immer nebeneinander. Da tut man sich schon zusammen. Ich finde es schade, dass es so wenige sind. Wenn man unter Frauen ist, spricht man schon über andere Dinge als mit Männern.“  
Irene Marschke, Studentin, Elektrotechnik

„Spezielle Tutorien für Frauen habe ich persönlich nicht genutzt, weil ich mich als Frau so nicht abgrenzen wollte. Ich möchte nie von mir sagen müssen, etwas nur erreicht zu haben, weil ich weiblich bin. Da möchte ich lieber sehr hart arbeiten. Einige Angebote nimmt man allerdings auch gerne an, z. B. die Promotionsstellen für Frauen an unserer Fakultät.“  
Stephanie Lücking, Studentin, Informationstechnik

### Tipps für die Praxis

- Ein Defizitansatz in der Frauenförderung ist tabu.
- Verankern Sie Genderkompetenz in der Lehre und schulen Sie Lehrpersonal zum Thema Gender.
- Leben Sie Gendergerechtigkeit! Entwickeln Sie entsprechende Angebote.
- Werfen Sie den kritischen Blick zurück. Verankern Sie auf möglichst vielen Ebenen – auch in der Lehre – Reflexionsschleifen zum Thema Gender.
- Integrieren Sie verpflichtend Soft-Skill-Angebote in den Curricula der MINT-Studiengänge.

## 2.6 Arbeitgeber: Hochschule?

„Eine akademische Laufbahn kann ich mir momentan schon gut vorstellen. Erstmal promovieren und dann vielleicht an der Hochschule bleiben, etwas Lehre machen.“  
Linda Sundermann studiert an der Universität Bielefeld Bioinformatik und Genomforschung. Sie gehört zu den Studentinnen, um die sich Hochschulen derzeit besonders bemühen. Durch das Bemühen der Hochschulen um den weiblichen wissenschaftlichen Nachwuchs entsteht auch eine gewisse Konkurrenzsituation mit der Wirtschaft um die besten Absolventinnen der MINT-Studiengänge.  
„Im Augenblick ist das Interesse der Hochschule recht groß, die Leute im eigenen Haus zu behalten“, sagt Dr. Karl-Heinz Gerdes, VDE und FASTEC, „weil in der Hochschule ein Engpass entstanden ist. Denn die Attraktion einer Promotion ist stark geschwunden.“

### Weibliche Lehrende als Vorbilder

Ein zweites Argument veranlasst die Hochschulen, sich nach Professorinnen, weiblichen Lehrbeauftragten und Promovendinnen umzutun. Um MINT-Studiengänge für Studentinnen einladender erscheinen zu lassen, müssen sie die dortige Männerdomäne aufweichen. Die Präsenz von Professorinnen in technischen Fächern ist ein Signal an Studierende, dass sich dieses Fach für Frauen und Männer gleichermaßen eignet. Da sich derzeit viele Hochschulen darum bemühen, Professorinnen zu gewinnen, sind die Kandidatinnen entsprechend umworben.

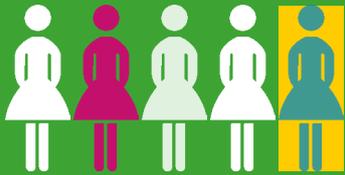
Eine weitere Möglichkeit, mehr Frauen in die Lehre zu holen, sind Kooperationen mit der Wirtschaft. Die FH Bielefeld hat ein spezielles Lehrbeauftragtenprogramm für Frauen aus der Wirtschaft aufgelegt, und zwar in Bereichen, in denen sie bisher unterrepräsentiert sind. Die Hochschule stellt Gelder aus dem Gleichstellungsetat bereit, aus dem diese Lehraufträge bezahlt werden.

„Wir befinden uns immer in einem Wettbewerb um die besten Köpfe. Und wir wollen die besten Absolventen – Frauen wie Männer – für die Hochschule gewinnen. Es ist uns wichtig, den eigenen Nachwuchs im Blick zu haben, dies kommt allen zugute. Schließlich motivieren erfolgreiche Vorbilder an den Hochschulen enorm, selbst einen erfolgreichen Berufsweg einzuschlagen.“  
Prof. Dr. Nikolaus Risch, Universität Paderborn

„Es ist ausdrückliches Ziel der FHM, den Frauenanteil bei den Lehrkräften zu erhöhen. Das hat verschiedene, sicherlich auch politische Gründe, aber es geht nicht nur um die ‚political correctness‘. Ein ausgeglichener Genderproporz repräsentiert die gesellschaftliche Realität besser – und die sollte in der Lehre auch dargestellt werden. Darin sehe ich eine besondere Qualität der Lehre.“  
Prof. Dr. Christoph Brake, Fachhochschule des Mittelstandes Bielefeld

# 3

**Gesucht:  
Ingenieurin, Technikerin,  
Naturwissenschaftlerin**



Die Unternehmen



## Wie Unternehmen weibliche Fachkräfte gewinnen

„Wir würden ja Frauen einstellen, aber es bewerben sich keine, weil es keine gibt.“ So beurteilen viele Unternehmen die aktuelle Situation. Ganz so einfach ist es nicht. Die Zahl der Absolventinnen in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft, Technik) steigt. Und so stellt sich die Frage, was Unternehmen tun können, um Bewerberinnen für sich zu interessieren – an Hochschulen, beim Berufseinstieg, in der Kommunikation, in der Unternehmenskultur.

Es gibt längst viele gute Beispiele, wie Unternehmen weibliche Fachkräfte gewinnen und halten. Sie lassen sich nicht nur in großen Unternehmen umsetzen. Im Wettbewerb um Fachkräfte lohnt es sich gerade für kleine und mittlere Betriebe, die Attraktivität ihrer Arbeitsplätze für Frauen zu überprüfen.

### 3.1 Hochschulen und Studentinnen unterstützen

Enge Zeitpläne im Studium lassen Studierenden wenig Zeit, nach links oder rechts zu schauen. Ab und zu blinkt trotzdem schon von Weitem ein Signal: Hier geht's in die Praxis. Und damit zu möglichen späteren Arbeitgebern. Damit diese Signale noch präsenter sind, können sich Unternehmen bereits frühzeitig an den Hochschulen einbringen. Über Praktika, Semester- oder Abschlussarbeiten, Exkursionen, Fachmessen oder Hochschulmessen finden Studierende Kontakte zu Unternehmen. Für diese ergeben sich hier wiederum gute Gelegenheiten, um MINT-Studentinnen und -Studenten zu werben und sich als attraktive Arbeitgeber zu präsentieren.

#### Praxis-Erfahrungen

Wie können Unternehmen bereits die Zeit des Studiums nutzen, um Studentinnen davon zu überzeugen, dass ein Job in der Wirtschaft attraktiv ist? Unternehmen plädieren einmütig für längere Praxisphasen. Denn verpflichtende Betriebspraktika sind mit der Einführung der Bachelor-Studiengänge kürzer geworden.

Wer länger in einem Unternehmen arbeitet, gewinnt einen Eindruck von den konkreten Tätigkeiten, kann die Theorie mit der Praxis verknüpfen und sich vielleicht sogar einen späteren Arbeitsplatz anschauen. Aber Praktika allein machen einen Betrieb für Studentinnen noch nicht zum potenziellen attraktiven Arbeitgeber. Sie können in weitere wertvolle Maßnahmen und Signale eingebettet sein.

#### Mentoring und Patenschaften

„Ich würde jeder Studentin vom ersten Semester an eine erfahrene Mentorin aus der Wirtschaft zur Seite stellen“, sagt Personalberaterin Barbara Tigges-Mettenmeier. Sie hält Mentoring für ein effektives Instrument, um MINT-Studentinnen für die Wirtschaft zu gewinnen. „Eine Mentorin macht Mut und ist Vorbild.“ Mentoring wird als innovative Strategie der Personalentwicklung zunehmend zur beruflichen Förderung von Frauen eingesetzt. Was nach dem Berufseinstieg nachweislich erfolgreich ist, kann es auch schon während des Studiums sein.

An den Hochschulen haben Mentoring-Programme bislang überwiegend das Ziel, wissenschaftliche Karrieren von Studentinnen voranzubringen. Mentoring als Begleitung der Studentinnen auf dem Weg in die Wirtschaft ist (noch) die Ausnahme. Grundbaustein eines jeden Mentoring-Konzepts ist die berufliche, direkte und partnerschaftliche Beziehung zwischen der Mentee und ihrer Mentorin. Ihr Ziel ist es, die Mentee in ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung zu unterstützen und sie in ihrer Karriere voranzubringen. Mit einer erfahrenen Person aus der Arbeitswelt können die Studentinnen eigene Ziele und Vorstellungen diskutieren und mögliche Berufsperspektiven ausloten.

Ist erst die Entscheidung der Studentin für eine berufliche Laufbahn außerhalb der Wirtschaft gefallen, greift

das Instrument nicht mehr. Denn Eindrücke, Erlebnisse, Vorstellungen von der und über die Wirtschaft und ihre Arbeitsbedingungen kumulieren im Laufe des Studiums. Viele Bilder prägen in dieser Zeit der beruflichen Orientierung die Entscheidung: Medienberichte über Krisen in Unternehmen, die Schwierigkeit, Privatleben und Beruf zu vereinbaren, oder zu wenig Betreuungsplätze für Kinder. Eine Mentorin oder ein Mentor kann schon während des Studiums dazu beitragen, diesen Bildern etwas entgegenzusetzen. Sie oder er kann helfen, Risiken und Chancen einer Laufbahn in der Wirtschaft realistisch einzuschätzen. Für die Studentinnen stellt ein früher Kontakt mit Ingenieurinnen aber nicht nur diesen wichtigen Bezug zur Praxis her, sondern unterstützt und bestärkt sie auch in ihrer Studienwahl. Dass jede Mentorin auch ein persönliches Vorbild sein kann, versteht sich dann fast von selbst.

#### Stiftungsprofessuren und Lehraufträge

Kommen die Studentin oder der Student nicht zum Unternehmen, kommt das Unternehmen eben zu den Studierenden. „Wir sind mit Personen unseres Unternehmens in der Lehre an einer wissenschaftlichen Einrichtung vertreten“ – dieser Satz verbessert nicht nur das Image eines Unternehmens, er hat auch handfesten Nutzen. Know-how aus der Praxis findet seinen Weg zu den Studierenden. Gleichzeitig sind Lehrbeauftragte Botschafterinnen und Botschafter ihrer Unternehmen. Hier können Firmen deutlich machen: Ingenieurinnen willkommen. Einige Hochschulen haben diesen Faden bereits aufgenommen und fördern gezielt Lehraufträge für Frauen aus der Wirtschaft, auch um zukünftige Professorinnen zu gewinnen. Weibliche Lehrbeauftragte aus der Wirtschaft sind Rollenvorbilder für Frauen und Männer. Sie vermitteln den Studentinnen, dass Frauen in Ingenieurberufen angekommen sind. Und auch die Studenten gewöhnen sich an die Perspektive gemischter Teams in ihrem späteren Berufsfeld.

„Das Praxissemester war ein Riesen-Vorteil, dafür wurde ich sogar von der Studiengebühr befreit. Das hat mir sehr viel gebracht, weil ich einmal für längere Zeit in einem Betrieb war und ‚richtig ans Arbeiten kam‘.“  
Hedda Holtmeier, Studentin, Zukunftsenergien (FB Maschinenbau)

„Wir haben relativ viele Beschäftigte, die als Lehrbeauftragte an unterschiedlichen Hochschulen berufsbegeleitend aktiv sind. Das sind sowohl hoch qualifizierte Mitarbeiter als auch Führungskräfte. Einerseits mit technologischem Schwerpunkt, andererseits aus übergeordneten Funktionen wie den Human Resources.“  
Klaus Lütkemeier, Phoenix Contact

„Es gibt den MBA-Studiengang der OWL-Hochschule in Lemgo mit einem Dozenten aus der Wirtschaft und einem Dozenten der Hochschule im Tandem. Das ist eine sehr gute Möglichkeit, möglichst viel Praxiswissen in einen Studiengang zu integrieren.“  
Christiane Schäfers-Hansch, Weidmüller Akademie

#### Tipps für die Praxis

- Zeigen Sie Präsenz an Hochschulen, zum Beispiel durch Lehrbeauftragte, Stiftungsprofessuren, Seminare, optimierte Exkursionen.
- Bieten Sie Mentoring nicht erst für Berufsanfängerinnen an, sondern schon für Studentinnen der ersten Semester.
- Widmen Sie ein Stipendium einer MINT-Studentin.





# Best Practice

## Praxisblock der Hettich Experience

Einen in den Lehrplan integrierten Praxisblock hat die Firma Hettich aus Kirchlengern entwickelt. An drei Hochschulen der Region OWL wird er bereits eingesetzt. Studierende des sechsten Semesters lernen zunächst Projekt- und Zeitmanagement sowie Kreativitätstechniken. Unterstützt werden sie von Mentoren und Mentorinnen aus dem Unternehmen, parallel werden sie durch ihre Professoren begleitet. In Kleingruppen bearbeiten die angehenden Ingenieurinnen und Ingenieure anschließend ein Projekt. Die Ergebnisse präsentieren sie in Wissenschaft und Wirtschaft. Das Ergebnis geht in ihre Note ein. Für das Unternehmen ist dieser Praxisblock eine Möglichkeit, junge Nachwuchskräfte frühzeitig an das Unternehmen zu binden. Denn der direkte Kontakt sei die beste Chance, sie von den Hidden Champions auf der grünen Wiese zu überzeugen, so der ehemalige Personalleiter Jörg Hesse.

## Berufseinstiegsseminar der Firma Harting

Das in Espelkamp ansässige Familienunternehmen Harting arbeitet eng mit der Fachhochschule Osnabrück zusammen. Um Studierende frühzeitig mit den Anforderungen des Unternehmens vertraut zu machen, trainieren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens die Studierenden der Bereiche Ingenieurwesen und Informatik eine Woche lang in einigen Schlüsselkompetenzen. Und obwohl Personalleiterin Melanie Fehler grundsätzlich einen integrierten Ansatz bevorzugt, um die Gleichberechtigung von Frauen und Männern im Technologieunternehmen zu gewährleisten, sagt sie: „Manchmal ist es sinnvoll, Angebote speziell für Frauen zu stricken.“ Aktuell ist dies ein „Dreier-Workshop“. Sie organisiert den Austausch zwischen angehenden Ingenieurinnen, Professorinnen sowie Ingenieurinnen und Führungskräften der Firma Harting. Die drei Gruppen treffen sich zu drei Terminen an drei Orten: an der FH Osnabrück, auf der Hanno

vermesse und im Unternehmen. Reichlich Zeit also, um ins Gespräch zu kommen, Vertrauen aufzubauen und etwas über die Lebenswelt der jeweils anderen zu erfahren.

## Best Practice: Weidmüller Akademie

Die Analyse der demografischen Entwicklung und des absehbaren Fachkräftemangels hat die Weidmüller Interface GmbH und Co KG in Detmold schon im Jahr 2000 veranlasst, eine Strategie zu entwickeln. Die Weidmüller Akademie baut auf sieben Module, die alle Bereiche der Aus- und Weiterbildung und des Wissenstransfers und der Wissensvernetzung abdecken. In der Schülerakademie kooperiert Weidmüller mit Schulen aller Schulformen, um Begeisterung für Wirtschaft und Technik zu wecken. Der Bereich Ausbildung kümmert sich um junge Frauen und Männer in den dualen Ausbildungsberufen. Das Modul Hochschulbetreuung hat das Ziel, über Praktika und wissenschaftliche Arbeiten mit Hochschulen, Studierenden, Professorinnen und Professoren in Kontakt zu kommen. Darüber hinaus bietet das Unternehmen kooperative Studiengänge für die Ingenieurausbildung gemeinsam mit der Hochschule Ostwestfalen-Lippe und im Wirtschaftsingenieurwesen mit der Universität Paderborn an. Im Rahmen einer Bestenförderung erhalten besonders gute Studierende Stipendien oder können an einer Summer Academy teilnehmen. Nach dem Studium bietet das Unternehmen den Einstieg über Traineeprogramme. Die Weidmüller Akademie versteht sich als Plattform für die Vernetzung und den Erfahrungsaustausch zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft. Über den Tellerrand schauen – das ist es, was die Akademie fördern möchte. Deshalb gibt es auch ungewöhnliche Projekte wie einen Malkurs für Azubis. In einem Projekt, das den Austausch zwischen Kultur und Wirtschaft fördert und Kurse zur Entwicklung von Kreativität anbietet, kooperiert Weidmüller unter anderem mit der Hochschule für Musik und der Kulturfabrik der Stadt Detmold.

## 3.2 Den Einstieg erleichtern

Frauen brauchen länger und sind zurückhaltender – auf diese Formel lassen sich Unterschiede beim Berufseinstieg zwischen Absolventinnen und Absolventen bringen. In sehr gefragten Fachbereichen wie beispielsweise der Physik sei der Einstieg ein „Selbstläufer“, sagt Prof. Dr. Timmermann, ehemaliger Präsident der Universität Bielefeld. Je höher qualifiziert, desto besser klappt der Einstieg. So nehmen es die Vertreterinnen der Gleichstellungsstellen und Career Center wahr. Hemmnisse beim Berufseinstieg haben weniger fachliche, sondern eher sozialer Gründe: Auf Seiten der Unternehmen sind das die tradierten Rollenmuster. Auf Seiten der Bewerberinnen sind es soziale Bindungen, die ihre Flexibilität einschränken.

## Was suchen Absolventinnen?

Sie veranstalten Vernissagen oder einen Tag der offenen Tür. Sie organisieren Wettbewerbe an Schulen, vergeben Preise an gute MINT-Schülerinnen und -Schüler. Sie engagieren sich beim Girls' Day. Sie laden Gruppen von Studierenden in ihr Unternehmen ein oder halten Vorträge und Seminare an Hochschulen, sie vergeben Stipendien. Betriebe unternehmen erhebliche Anstrengungen, um sich in der Region und natürlich bei Studierenden bekannt zu machen. Denn Unternehmen, von denen eine Studentin in einem positiven Kontext gehört hat, gelangen in ihre enge Wahl, wenn sie als Absolventin auf Jobsuche geht. Studentinnen suchen eine interessante, sinnvolle Tätigkeit. Attraktive Arbeitgeber beurteilen sie nach deren Ansehen und Image, nach Jobeigenschaften, Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten, den Menschen und der Kultur des Unternehmens. Wenn das die entscheidenden Kriterien bei der Arbeitsplatzwahl sind, sollten Unternehmen sich bemühen, diese Aspekte bei der Ausschreibung von Stellen und bei Präsentationen deutlicher herauszustellen.

Zunächst muss das Unternehmen aber überhaupt wahrgenommen werden. Dies funktioniert schon im Studium über eine enge Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Unternehmen mit all ihren o. g. Instrumenten.

Bei der Beschreibung von Arbeitsfeldern sollte der Fokus dann nicht so sehr auf technischen Details liegen. Nicht wie Technik funktioniert, interessiert die meisten jungen Frauen, sondern warum und wofür sie entwickelt und eingesetzt wird. Die Kommunikation und die Präsentation von Tätigkeitsfeldern entsprechend zu verändern, kann ein Baustein zur Positionierung als Arbeitgebermarke sein. So fühlen sich nicht nur Frauen eher angesprochen, sondern auch männliche Zielgruppen, die technischen Berufen bisher weniger zugeneigt waren.

Auf die Frage, was junge Frauen daran hindert, sich für bestimmte Arbeitsplätze zu entscheiden, antworten diese eher persönlich als fachlich, so Dr. Eva Reichmann vom Career Center der Universität Bielefeld: „Ich möchte nicht so weit weggehen“, „Ich will da nicht hin“, „Ich habe einen Lebenspartner, der da nicht hingehen kann“, „Das funktioniert nicht“, „Ich will nicht pendeln“, „Die Arbeitszeiten passen nicht zu meinen Vorstellungen von Freizeit und

Arbeit“. Diese sogenannten Einstiegshemmnisse seien bei Frauen und Männern gleichermaßen vorhanden. Einziger Unterschied: Die Männer brauchten länger, bis sie zugeben, dass sie aus persönlichen Gründen nicht bereit sind, zum Beispiel in eine andere Stadt zu ziehen.

## Das suchen Arbeitgeber

Die Liste der Wünsche der Unternehmen an Bewerberinnen und Bewerber ist lang. Diese werden oft mit einem geradezu entmutigenden Idealbild konfrontiert. Die VDE-Studie „Was heute von Ingenieuren verlangt wird“ (2009) hat die Prioritäten herausgearbeitet. Erfahrungen durch Unternehmenspraktika, Kenntnisse im Projektmanagement, wirtschaftliche Kenntnisse und Englischkenntnisse sowie Teamfähigkeit, Arbeitstechniken und Kommunikation mit Nichtfachleuten nehmen Spitzenplätze ein. Sehr geschätzt wird außeruniversitäres Engagement, auch ohne fachlichen Bezug. Daraus wird auf Eigeninitiative und Engagement der Person geschlossen. Personalverantwortliche äußern sich ganz ähnlich.

Folgende Punkte wurden in den Interviews in OWL genannt:

- Hohe Passgenauigkeit gewünscht
- Persönlichkeit muss zum Unternehmen passen, Fachliches kann nachqualifiziert werden
- Durchsetzungsfähigkeit (z. B. weibliche Bauleitung ...)
- Problemlösungsfähigkeit
- Kommunikationsfähigkeit / gutes Auftreten
- Kundenorientierung
- Schnittstellenorientierung / vernetztes Denken
- Engagement und Einsatzwillen, Umsetzungsstärke, Eigeninitiative
- Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen
- Lernbereitschaft
- Belastbarkeit, Mobilität, Flexibilität
- Loyalität, Zuverlässigkeit, klares Wertekonzept
- Identifikation mit dem Sachgebiet, intrinsische Motivation
- Wirtschaftliches Denken
- Wunsch und Wille nach der Babypause / Elternzeit rechtzeitig wiederzukommen

Immer wieder berichteten Personalverantwortliche, dass Bewerberinnen weniger selbstsicher auftreten als Bewerber. Obwohl ihre Qualifikation besser ist. „Kein Nachteil“, meint eine Personalleiterin, denn schließlich seien Personalverantwortliche entsprechend ausgebildet, um so etwas einschätzen zu können. Doch nicht jedes Unternehmen verfügt über eine Personalabteilung mit geschultem Personal. Zudem zählt Durchsetzungsfähigkeit zu einer der beliebtesten Anforderungen auf Arbeitgeberseite. Gerade im technischen, männerdominierten Bereich, in dem der Ton als „etwas rau“ beschrieben wird, erscheint diese Eigenschaft wünschenswert. So wird vielleicht eher hingenommen und positiv bewertet, wenn ein Bewerber „den Mund etwas zu voll nimmt“. Ein zurückhaltendes Auftreten von Bewerberinnen könnte dann als tendenziell defizitär begriffen werden. Bei der Personalauswahl gehört schon ein gehöriges Maß an Gender-Sensibilität dazu, nicht gesellschaftlichen Rollenklischees zu erliegen.





### Willkommenssignale

„Sie sind uns willkommen als – Mann und als Frau.“ Dieser Satz in einer Stellenanzeige hat in der Wirtschaft Seltenheitswert. Volker Wilde, Personalverantwortlicher bei den Stadtwerken Bielefeld, hat ihn eine Zeit lang verwendet. Mittlerweile glaubt er, dass die allgemeine Steigerung der Arbeitgeberattraktivität mehr bewirkt. So ist beispielsweise das erworbene Zertifikat „berufundfamilie“ Bestandteil des Layouts und damit in jeder Stellenanzeige und allen Printmedien des Unternehmens sichtbar. Von der Frauenzeitschrift „Brigitte“ wurden die Stadtwerke als vorbildlicher Arbeitgeber für Frauen ausgezeichnet. Auch die Firma eltromat aus Leopoldshöhe erwähnt in ihren Stellenausschreibungen, dass sich das Unternehmen im Bereich Beruf und Familie engagiert. MINT-Absolventinnen wollen gerecht und gleichberechtigt behandelt werden. Trotzdem wollen sie klare Botschaften. Nur wer direkt angesprochen wird, fühlt sich auch gemeint. Die Studentinnen brauchen Signale, dass sie tatsächlich im Unternehmen erwünscht sind – und zwar langfristig und in allen Lebensphasen.

Suspekt ist den Studentinnen dagegen der rhetorisch gut geschulte Personalmanager, der das Unternehmen blendend dastehen lässt. Überzeugender ist die junge Ingenieurin aus der Fachabteilung, die von ihren Erfahrungen beim Einstieg, der konkreten Tätigkeit und ihrem Umgang mit den älteren Kollegen zu erzählen weiß. Authentische Rollenvorbilder schaffen Vertrauen. Auf Messen und Veranstaltungen sollten sich Unternehmen also mit unterschiedlichen Fachbereichen und ihren dortigen Beschäftigten und nicht nur mit ihrer Personalabteilung vorstellen. Auch wie die Damen und Herren des Unternehmens miteinander umgehen, verschafft Bewerberinnen einen „gefühlten“ Eindruck des Unternehmensklimas. Einige Unternehmen beherzigen diese Anregungen bereits und machen damit gute Erfahrungen. Studentinnen der Technikfachbereiche wissen aus der Presse, dass Unternehmen insbesondere Frauen in

technischen Berufen suchen. Sie sind demnach verhalten optimistisch, was ihre Chancen beim Berufseinstieg betrifft. Die jungen Frauen fühlen sich den männlichen Bewerbern fachlich ebenbürtig. Sie hegen allerdings Zweifel, ob Personalverantwortliche nicht doch Vorbehalte haben. Weil eine junge Frau wegen einer Babypause ausfallen könnte oder vermutet wird, sie bekäme in einem männlichen geprägten Arbeitsumfeld Probleme. Jörg Hesse, ehemaliger Personalleiter der Firma Hettich, ist überzeugt, dass Erfolgsgeschichten von Frauen aus dem Unternehmen andere Frauen ansprechen und überzeugen können. Bei der Firma Harting aus Espelkamp erzählt die Firmenchefin Margit Harting diese Geschichten gleich persönlich. Das Familienunternehmen pflegt eine Tradition der weiblich-männlichen Doppelspitze seit drei Generationen. „Bei uns waren schon immer an der Unternehmensspitze Frauen und Männer gleichberechtigt. Das ist eine Grundhaltung, die sich in der Firmenkultur festgesetzt hat und dazu führt, dass man hier eine ganz andere Situation vorfindet als in anderen Unternehmen, kulturell wie mental.“

### Beim Berufsstart nicht allein sein

Absolventinnen und Absolventen, die direkt nach der Hochschule in einem Unternehmen anfangen, sind nicht in der Lage, vom ersten Tag an effektiv, eigenverantwortlich und gewinnbringend zu arbeiten. Das wissen auch die Verantwortlichen der Unternehmen. Einen systematischen Integrationsprozess bieten vor allem die größeren Unternehmen. Hier durchlaufen Absolventinnen und Absolventen zum Teil komplexe Einarbeitungsprogramme. „Meet the Group“ heißt beispielsweise das Einstiegsprogramm bei Hettich. Die Firma Claas entwickelt langfristige Einarbeitungspläne, um das Unternehmen kennenzulernen, persönliche Netzwerke aufzubauen und fachliche Besonderheiten zu lernen. Die Firma Miele reagiert mit einem Bachelorprogramm auf die neuen Studienstrukturen, die Absolventinnen und Absolventen mit geringer Praxiserfahrung ausbilden.

Fachliche Einstiegshilfen und Praxiserfahrung sind ein Aspekt für eine gelungene Integration. Ein zweiter ist die soziale Eingliederung in das neue Unternehmen. Deshalb stellen viele Unternehmen ihren Neulingen Paten und Patinnen oder Mentoren und Mentorinnen zur Seite. Gerade in kleineren Unternehmen erfolgt der Einstieg eher über den berühmten „Sprung ins kalte Wasser“. Dann sind Paten die einzigen Schwimmhilfen. Sie bieten Orientierungshilfen, fachlich und sozial. Sie erleichtern der neuen Mitarbeiterin das Kennenlernen des Unternehmens und der Region, wenn sie ortsfremd ist. Gerade wenn ein Einstieg nicht ganz glatt verläuft, können Paten und Patinnen gute Dienste leisten. Nicht nur die Begleitung durch eine erfahrene Vertrauensperson kann den Einstieg ins Berufsleben erleichtern. Der Austausch unter Gleichen ist eine ebenso große Hilfe. In größeren Unternehmen wird dies bereits durch den Arbeitgeber organisiert. Berufseinstiegsgerinnen, -einstieger und Trainees treffen sich zu Kamingsgesprächen oder beim Stammtisch. Mal in Eigenregie, mal in Begleitung von Verantwortlichen aus dem Unternehmen. Ein Großunternehmen wie E.ON Westfalen Weser bietet ein konzernweites Ingenieurinnen-Netzwerk. Eine sehr praktische Einstiegshilfe bietet die Firma Harting in Espelkamp. Sie verfügt über zwei Gästehäuser. Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter, die neu anfangen und nicht aus der Region kommen, können hier, sofern Plätze frei sind, während der Probezeit in diesen Gästehäusern übernachten. Dass viele Unternehmen beim Berufseinstieg aktiv unterstützen, scheint bei den Studentinnen nicht immer bekannt zu sein. Der Übergang ins Berufsleben wird von der Sorge begleitet, allein gelassen zu werden und immensen Erwartungen und Anforderungen nicht genügen zu können. Damit der Pluspunkt „Einstiegshilfe“ die Entscheidung der Studentinnen beeinflussen kann, muss möglichst frühzeitig darüber informiert werden. Unternehmen sollten schon bei der Personalauswahl oder in Stellenangeboten auf Einstiegsprogramme oder begleitendes Mentoring hinweisen.

„Selbst wenn Frauen in den MINT-Fächern sehr gute Noten vorweisen können, wird ihnen häufig das notwendige Durchsetzungsvermögen abgesprochen und ihnen die erforderliche Führungskompetenz insbesondere in einer Männerdomäne nicht zugetraut. Ihr persönlicher Auftritt wird mitunter so interpretiert, dass sie nicht genügend selbstbewusst, durchsetzungsfähig und verhandlungsstark sind, vor allem, wenn sie dann noch einen zarten Körperbau haben.“  
Irmgard Pilgrim, Universität Paderborn

„Ich fände es toll, wenn ein Unternehmen von sich aus speziell Frauen ansprechen würde. In den Stellenanzeigen steht z. B. nie, dass besonders Frauen erwünscht sind und deren Bewerbung gefördert wird, so wie bei Verwaltungsjobs. Und die Selbstdarstellung auf der Internetseite sollte mich als Frau ansprechen. Wenn dort Frauen abgebildet sind, kann ich mich besser damit identifizieren.“  
Ines Müller, Studentin, Bauingenieurwesen

„Ich gehe davon aus, dass Männer in Führungspositionen offene Stellen gerne wieder mit Männern besetzen. Von daher hätte es Vorteile, wenn es sogenannte Quotenplätze für Frauen gäbe und die Unternehmen einfach Frauen einstellen müssten. So könnten sie erkennen, dass Frauen genauso gut sind wie Männer.“  
Hedda Holtmeier, Studentin, Zukunftsenergien





## Best Practice

### Frauenpower-Tag bei Phoenix Contact

Ein Frauenpower-Tag nicht nur für Frauen. Dennoch: Der Name ist ein Signal und klingt für Mädchen und Frauen deutlich anziehender als zum Beispiel „Technik-Tag bei Phoenix Contact“.

Mädchen, junge Frauen und auch junge Männer nehmen an dem regelmäßig stattfindenden Aktionstag in dem Technologieunternehmen in Blomberg teil. Das Programm richtet sich an Schülerinnen und Studentinnen. Mitarbeiterinnen mit technischen Berufen erzählen über ihren beruflichen Werdegang und ihre Erfahrungen bei Phoenix Contact. In Workshops wird versucht, die Vielfalt des Ingenieurberufes darzustellen und Vorurteile auszuräumen. In „study corners“ informieren Personalreferentinnen die Studentinnen über Anforderungsprofile, Karrierechancen, Assessmentcenter und die Möglichkeit, die Bachelor- oder Masterarbeit im Unternehmen zu schreiben.

### Claas: Frau an der Spitze

Landmaschinenhersteller Claas aus Harsewinkel ist weltweit eine Größe in seinem Bereich. Aber gerade das Geschäft mit High-Tech-Landmaschinen war bisher eine traditionelle Männerdomäne. Vor Kurzem stieg Cathrina Claas-Mühlhäuser als erste Frau in die Leitung des Unternehmens ein, im Oktober 2010 übernahm sie zudem den Vorsitz des Aufsichtsrates. Ein Signal an andere Frauen, das durch eine neue Werbekampagne des Unternehmens unterstützt wird. Diese zeigt Frauen und Männer ganz selbstverständlich in technischen Berufen.

### Miele: „Komm mach MINT“

Die Firma Miele engagiert sich in der bundesweiten Projekt-Kampagne „Komm mach MINT“ und vermarktet das nach außen. „Indem wir offen zeigen, dass wir diese Idee forcieren, geben wir ein Signal an Bewerberinnen“, ist Personalleiter Ekkehard Härtel sicher. In der neuen Broschüre zur Personalgewinnung finden sich Frauen in gleichberechtigter Weise dargestellt.

### Phoenix Contact: Bausteine für Zielgruppen

Die Firma Phoenix Contact in Blomberg hat eine langfristige Strategie der Personalgewinnung mit vielen Bausteinen entwickelt. Jeder Baustein fokussiert eine Zielgruppe. Deren Ansprache mit unterschiedlichen Instrumenten verhindert, dass eine Gruppe exponiert dasteht, bewirkt aber, dass sich alle individuell angesprochen fühlen. Ein Frauenpower-Tag steht neben Schulpatenschaften, dualem Ingenieurstudium, einem Technik-Pixiheft für Kindergärten oder der Beteiligung an der regionalen Initiative „Vielfalt in OWL“.

### Miele Bachelor-Programm

Im Miele Bachelor-Programm bekommen Absolventen und Absolventinnen mit einem Bachelor zunächst einen Zwei-Jahres-Vertrag und arbeiten in der Technik in unterschiedlichen Bereichen. Das ist kein Praktikum mehr, sondern eine reguläre Beschäftigung zu normalen Vergütungsbedingungen. „Sie arbeiten bewusst in verschiedenen Bereichen, damit sie die Technik kennenlernen“, sagt Ekkehard Härtel, Leiter der Personalplanung und -beschaffung bei Miele. „Das kombinieren wir jetzt mit einer Variante: Ein Student macht parallel den Master in Teilzeit. Wir warten derzeit die Akzeptanz dieses Programms ab. Möglicherweise werden wir den Schwerpunkt in diese Richtung verlagern.“

### Tipps für die Praxis

- Bieten Sie Hilfen zum Berufseinstieg an und weisen Sie schon bei Stellenausschreibungen darauf hin. Wenn „Einstieghilfen“ bekannt sind, sinkt die Hemmschwelle für Bewerberinnen.
- Lassen Sie auf Messen und Veranstaltungen authentische Rollenvorbilder, also beispielsweise junge Ingenieurinnen aus dem Unternehmen, über ihren Alltag berichten.
- Geringere Passgenauigkeiten bei der Besetzung freier Stellen können durch geeignete Traineephasen oder Eingangsschulungen ausgeglichen werden

### 3.3 Unternehmenskultur als Wettbewerbsfaktor

Viele regionale Unternehmen nehmen in ihrem Fachgebiet Spitzenplätze ein. Was ihnen fehlt, ist die Strahlkraft und der Bekanntheitsgrad einer begehrten Endverbraucher-marke. Also sollten sie versuchen, sich ein Renommee als Arbeitgebermarke aufzubauen.

Bei der Frage, was einen Arbeitsplatz für junge Frauen attraktiv macht, scheiden sich die Geister in den Personalabteilungen. Das Thema der Vereinbarkeit von Familie und Beruf nimmt bei vielen eine Schlüsselstellung ein. In Gesprächen mit Studentinnen spiegelt sich dies nicht in gleicher Intensität wider. Zugleich scheint es bei einem Teil der technischen Unternehmen noch schwer zu sein, sich zu einem klaren Bekenntnis „Frauen in technischen Bereichen willkommen“ durchzuringen.

Dennoch: Gute Ansätze und Beispiele, was Unternehmen für MINT-Absolventinnen interessant macht, sind auch in den Unternehmen der Region Ostwestfalen-Lippe reichlich vorhanden: wegweisende Kinderbetreuungskonzepte, Flexibilität der Arbeitszeiten, Einstieghilfen, Mentoring- und Patenprojekte. Doch die Unternehmen der Region binden diese Aktivposten nur selten in ihre Außendarstellungen ein. Understatement zählt mehr als lautstarke Präsentation. Ein Fehler. Denn was die frischgebackene Ingenieurin nicht weiß, kann sie bei ihrer Entscheidung für oder gegen ein Unternehmen nicht einbeziehen.

### Frauen sind erwünscht

Gemischte Teams sind innovativer und erfolgreicher, sagt die Forschung. Firmen, in denen Frauen Führungspositionen einnehmen, erwirtschaften mehr Gewinn. Das bestätigte die Studie „Women Matter“ von McKinsey (2008). Weitere Ergebnisse: Ein Diversity-Programm beeinflusst positiv: die Mitarbeitermotivation zu 58 Prozent, die Kundenzufriedenheit zu 57 Prozent und das Markenimage eines Unternehmens zu 69 Prozent. Unternehmen mit mehr als drei Frauen im Vorstand erwirtschaften eine bis zu 53 Prozent höhere Eigenkapitalrendite. Auffällig an den Ergebnissen: In einer Gruppe von zehn Personen müssen drei oder mehr Frauen beteiligt sein, damit es zu einem signifikanten Anstieg der Leistung kommen kann. Eine Frau im Team allein reicht nicht aus. Das eher von Frauen gelebte Prinzip „Kooperation statt

Konkurrenz“ wirkt sich bei der Lösung von Konflikten positiv aus. So haben die Stadtwerke Bielefeld herausgefunden, dass Frauen auch besser führen. Beschäftigte, die eine weibliche Vorgesetzte haben, sind zufriedener. Ein weiterer Aspekt spricht für mehr Frauen in technischen Branchen: Gemischte Teams sind innovativer und kreativer, weil mehr Sichtweisen in eine Entscheidung einfließen. 70 Prozent aller Kaufentscheidungen werden von Frauen getroffen. Um Produkte bedürfnisorientiert herstellen zu können, sollte sich die Sichtweise der Anwenderinnen auch bei den Entwicklerinnen wiederfinden. Frauen wissen eher, was Frauen wollen.

Obwohl Unternehmen also über die Vorteile gemischter Teams und von Frauen in technischen Bereichen informiert sind, tragen sie diesen Erkenntnissen nicht in entsprechendem Maß Rechnung. Wenn allerdings im eigenen Unternehmen konkrete positive Erfahrungen gemacht werden, ändert sich diese Haltung. Manchmal wirken auch schon gute Beispiele aus anderen Unternehmen. Damit ist auch die Zielmarke klar: Unternehmen sollten möglichst viele Gelegenheiten wahrnehmen, positive Erfahrungen mit qualifizierten weiblichen Fachkräften in technischen Bereichen zu initiieren.

### Rollenklischees im Alltag

„In dem Betrieb, in dem ich die Ausbildung zur Industriekaufrau gemacht habe, arbeitete in der Konstruktion mal eine Frau. Die wollte eine Maschine umprogrammieren. Ganz banal, es war einfach Blech, in das ein paar Löcher gestanzt wurden. Weil das neue Bauteil ein anderes Format hatte, mussten die etwas versetzt werden. Sie wollte das Programm einfach ändern, aber der Maschinenbediener hat das nicht akzeptiert und sich geweigert, das aufspielen zu lassen. Erst ein Konstrukteur, ein Mann, musste ihm sagen, dass das richtig ist. Gut, es gab keine andere Frau, die er hätte fragen können. Aber erst als der Mann gesagt hat, ja, das ist so – und er hat inhaltlich genau das Gleiche gesagt wie die Frau –, wurde es akzeptiert. Das war sehr prägend für mich.“

Was Logistikstudentin Carola Stappert hier berichtet, ist vermutlich kein Einzelfall. In Studienzeiten, unter Gleichaltrigen und in der eher lockeren Atmosphäre der Hochschule wurde das Thema Rollenklischees von den Studentinnen als unproblematisch ausgeblendet. In einem Umfeld, in dem es um Hierarchien und Machtgefüge geht, bekommt das Frausein eine neue Dimension. Die Studentinnen wünschen sich, nicht gegen Klischeedenken ankämpfen zu müssen, sie wollen für voll genommen und als Fachkräfte akzeptiert werden. Ihnen ist jedoch bewusst, dass das Denken in diesem Berufszweig eher konservativ geprägt ist. Sie haben Sorge, dass ältere Mitarbeiter Probleme mit einer weiblichen Führungskraft haben könnten. Und sie haben Sorge vor einer Ellbogenmentalität, die nicht zu ihrer eigenen Persönlichkeit passt. Innerhalb der gleichen Hierarchiestufe scheint die Zusammenarbeit zwischen Männern und Frauen im technischen Bereich gut zu funktionieren. Schwieriger wird es, wenn eine Frau als Vorgesetzte in einem männlich dominierten



34



35



Bereich eingesetzt wird. Wenn berichtet wird, wie sich eine Frau als Ingenieurin oder Bauleiterin „durchboxen“ oder „durchbeißen“ musste, sind das meist Erfolgsgeschichten. Zwar wird gelobt, dass sie es mit viel Fingerspitzengefühl, Durchhaltevermögen und Fachkompetenz schließlich geschafft haben, sich die Akzeptanz und Anerkennung ihrer männlichen Mitarbeiter zu erwerben. Aber Personalverantwortliche unterstellen immer noch, dass Frauen diese Machtposten auf Dauer für sich nicht wollen.

Frauen entwickeln unterschiedliche Strategien in männlich dominierten Arbeitsfeldern. „Fingerspitzengefühl“ und „zuhören können“ sind eher strategische Varianten. Andere nutzen die „Chamäleon-Strategie“ und passen sich dem rauen Ton und groben Umgangsregeln an.

„Kämpfen Sie offen gegen offensichtliche und versteckte Diskriminierung“, rät Personalberater Axel Hampe. Denn Diskriminierung, Vorbehalte und Rollenklischees gibt es nach wie vor, meist auf den mittleren und unteren Führungsebenen. Deshalb ist es so wichtig, dass Führungskräfte für das Thema Gender sensibilisiert werden. Sie prägen durch ihr Verhalten und ihre Äußerungen ein Klima der Akzeptanz und des Respekts und können Abwehrstrategien aktiv begegnen.

Gute Beispiele funktionierender Zusammenarbeit sind die besten Argumente. Um diese Beispiele erstmals zu etablieren, bedarf es in den meisten Fällen der ausdrücklichen Unterstützung der Unternehmensführung. Dann besteht die Chance, dass die erfolgreiche Zusammenarbeit von Männern und Frauen nicht nur in der Rechtsabteilung, dem Marketing oder Controlling, sondern auch in den technischen Fachbereichen funktioniert.

#### Prima Klima

Menschen prägen den Stil des Unternehmens. Letztendlich muss die Chemie zwischen der Bewerberin und dem Unternehmen stimmen. Auch wenn objektiv alle Rahmenbedingungen passen, müssen sich Frauen auch vorstellen können, in diesem Umfeld zu arbeiten. MINT-Studentinnen

legen großen Wert auf eine gute Arbeitsatmosphäre und eine gute Beziehung zu Kolleginnen, Kollegen und Vorgesetzten. Auch das Image des Unternehmens nach außen spielt eine Rolle. Stolz und Identifikation sind mit der Unternehmenskultur gekoppelt.

Ein guter Ruf des Unternehmens, ein modernes Erscheinungsbild, soziales Engagement, ein positives Image in der Region und authentisch auftretende Menschen können andere mögliche Nachteile, wie einen wenig attraktiven Standort, wettmachen. Die positive Einstellung der Beschäftigten ist ein Pfund, mit dem das Unternehmen auch bei der Gewinnung von Fachkräften wuchern kann. Auf Messen, bei Vorstellungsgesprächen, am Tag der offenen Tür: Immer dann, wenn Beschäftigte das Unternehmen nach außen hin präsentieren, wird ein Stück der Atmosphäre des Unternehmens sichtbar.

In vielen Familienunternehmen sind Inhaber oder Inhaberrinnen Identifikationsfiguren, sie transportieren die Werte des Unternehmens. Oftmals stehen sie für den Wert persönlicher Beziehungen im Unternehmen sowie für Wertschätzung und Respekt den Beschäftigten gegenüber. „Frauen schätzen ein gutes Verhältnis zu Vorgesetzten“, meint Personalberaterin Barbara Tigges-Mettenmeier. Persönliche Anerkennung, Entscheidungsspielräume, Vertrauen in die Leistung der anderen und ein entsprechend geringer Grad von Überwachung sind einige Stichworte. Führungskräfte haben die Aufgabe, ihrem Team den Sinn und das Ziel der Aufgaben verständlich zu machen. Lob für gute Leistungen und konstruktive Kritik schaffen Transparenz und Offenheit. Zeigt die Führungskraft Einzelnen Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen auf, signalisiert sie damit: „Bei uns hast du eine Zukunft.“

In Großunternehmen können das Karrierepfade sein. Kleine und mittlere Unternehmen können Beschäftigte durch Weiterbildungsangebote in der Entwicklung ihrer fachlichen Kompetenz unterstützen. Um sie im Sinne des Unternehmens zu fördern, gilt es dafür sensibel zu sein, dass Frauen und Männer ihre Wünsche und Bedürfnisse in unterschiedlicher Art und Weise äußern.

„Es gibt auch Unternehmen, in denen der Chef männlich und auch schon etwas älter ist. Die sind es nicht so gewohnt, dass Frauen in solche Berufe gehen. Das gilt sicherlich nicht für alle, aber manche stellen einfach keine Frauen ein, die sehen das nicht so gerne. Zum einen denken diese Chefs, Frauen sollen zu Hause bleiben und Kinder kriegen. Zum anderen glaube ich auch, dass sie Frauen den Umgang mit Technik nicht zutrauen.“

Ines Müller, Studentin, Bauingenieurwesen

„Auf den Arbeitsmarkt bezogen wird es von Bewerbern durchaus positiv beurteilt, wenn Unternehmen Integrationsfiguren und eine Tradition haben, wenn sie noch von Familien geführt werden.“

Ekkehard Härtel, Miele

„Wir geben den Raum, sich weiterzuentwickeln. Wir haben kaum feste Anwesenheitspflichten. Wenn sich die Mitarbeiterin in ein neues Thema in Ruhe zu Hause einarbeiten will, kann sie es tun. Sie muss eben erreichbar sein. Wenn Mitarbeiter Interesse an externen Schulungen äußern, unterstützen wir sie. Jeder Mitarbeiter kann sich in beliebigem Umfang Fachliteratur über Firmenkonten bestellen. Wir pflegen einen sehr intensiven Austausch über einen Jour Fixe, um gegenseitigen Input zu ermöglichen.“

Tanja Krüger, Resolto Informatik

#### Beruf und Familie

Personalverantwortliche sind sich einig, dass Defizite in einer flächendeckenden und an Arbeitszeiten angepassten Kinderbetreuung ausschlaggebend dafür sind, dass nur wenige Frauen in hoch qualifizierten, technischen Bereichen arbeiten. Denn wer familienbedingt länger als sechs Monate eine Auszeit nimmt, verpasst den Anschluss an technische Weiterentwicklungen.

Und Teilzeitjobs im hoch qualifizierten, technischen Bereich? Fehlansage. Die meisten Studentinnen wollen in ihrem Beruf in verantwortungsvoller Position arbeiten und Kinder bekommen. Sie sehen die Schwierigkeiten, die dabei auf sie zukommen können. Und sie hoffen, dass der Partner sich in gleicher Weise für die Betreuung des Nachwuchses engagiert. Oder dass das Unternehmen bei einer flexiblen Kinderbetreuung Mitverantwortung übernimmt, um die gut qualifizierte Technikerin im Unternehmen zu halten.

Größere Unternehmen haben Instrumente entwickelt, die helfen sollen, den Ausfall einer Arbeitskraft für das Unternehmen auf ein Minimum zu reduzieren, wenn Kinder geboren werden. Seit auch Männer Elternzeit nehmen, zeigt sich, dass das kein Thema nur für Frauen ist. Jörg Hesse, ehemaliger Personalchef der Firma Hettich, ging mit gutem Beispiel voran. Er sorgte für regionales Interesse, weil er als Führungskraft selbst Elternzeit nahm.

Bei E.ON Westfalen Weser erhalten Frauen und Männer in der Elternzeit Paten, die sie auf dem Laufenden halten. Sie können in der Elternzeit Weiterbildungsangebote wahrnehmen und sie führen in dieser Zeit Mitarbeitergespräche mit ihren Vorgesetzten.

Die meisten kleinen Unternehmen haben keine etablierten Bausteine zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf, sie finden individuelle Lösungen. Je kleiner ein Unternehmen sei, desto weniger könne es den Ausfall einer Mitarbeiterin kompensieren, meint der Unternehmer Dr. Karl-Heinz Gerdes. Deshalb, so vermutet Firmenchefin Tanja Krüger von der Resolto Informatik GmbH, ziehe es Frauen eher in größere Unternehmen, weil sie dort mehr Professionalität im Umgang mit Elternzeit unterstellen.



36



37



## Best Practice/ Interview

### Da wurde Gender-Gerechtigkeit gelebt

#### Unternehmenskultur in Schweden

Interview mit Prof. Eva Schwenzfeier-Hellkamp, VDI OWL Bezirksverein, stellvertretende Vorsitzende und Professorin an der Fachhochschule Bielefeld



38

Nach sieben Jahren in der freien Wirtschaft folgte Prof. Eva Schwenzfeier-Hellkamp einem Ruf als Professorin an die Fachhochschule Bielefeld. Seit Januar 2008 lehrt sie im Fachbereich Elektrotechnik und Informationstechnik. Im Sommer 2009 hat sie einen Sohn bekommen und kehrte im Oktober wieder in den Lehrbetrieb zurück. Die Elternzeit teilt sie sich mit ihrem Partner, der ebenfalls im öffentlichen Dienst beschäftigt ist. Prof. Eva Schwenzfeier-Hellkamp hat im Rahmen ihrer Beschäftigung bei dem schwedischen Unternehmen Ericsson Bekanntschaft mit der nordischen Gender-Mentalität gemacht.

#### Wie haben Sie im Arbeitsalltag erlebt, dass die Belange von Frauen in technischen Berufen im Blickfeld sind?

PROF. EVA SCHWENZFEIER-HELLKAMP: Bei meinem ersten Arbeitgeber Ericsson in Nürnberg wird das gelebt. Ich habe in Nürnberg, Hannover und Erlangen gearbeitet und war viel in Schweden. Wenn wir eine Besprechung hatten, waren 50 Prozent Frauen und 50 Prozent Männer anwesend. Bei Fachbesprechungen waren es zum Teil mehr Frauen, in Entscheidungsrunden war die Dominanz der Männer stärker. Aber dennoch saßen viele Ingenieurinnen selbstverständlich am Tisch. In Deutschland wird es eher thematisiert, wenn man als Frau in eine Besprechung kommt. Weil man eben meistens die erste ist. In Schweden war das völlig normal. Dort bin ich nie auf mein Geschlecht angesprochen worden. Da wurde Gender-Gerechtigkeit gelebt.

#### Gibt es dort auch das Rollenverständnis, dass eher die Frau sich um die Kinder kümmern sollte?

Ich war etwas erstaunt, als ich das erste Mal meine Führungskraft in Schweden kennenlernen sollte:

Der war in „Papaediger“, also in Vaterschaftsurlaub, und das war völlig normal. Da war es eher umgekehrt: Wenn ein Mann sich entschieden hat, nicht in „Papaediger“ zu gehen, war er der Außenseiter. Ich fand das gut. In Nürnberg war die Stimmung ähnlich. Nicht so stark ausgeprägt, weil einfach nicht so viele Frauen da waren. Aber sehr angenehm vom Umfeld her. Weil es einfach Normalität war.

#### Gab es noch andere Rahmenbedingungen, die besonders darauf abgestellt waren, dass sich Frauen wohlfühlen? Oder ergab sich das einfach?

Das ergab sich, weil so viele da waren. Es war eine andere Atmosphäre. Wenn wichtige Entscheidungen zu fällen waren, hat man ganz normale Besprechungen gemacht. Aber die Entscheidungen wurden – das klingt ein bisschen banal – in der Kaffecke getroffen. Es gab unwahrscheinlich große Küchenbereiche mit Sitzmöglichkeiten. In diesem gemütlichen Umfeld – man hat vorher sehr viele Informationen erhalten – konnte in einer lockeren Atmosphäre noch einmal nachdiskutiert werden. Ein Großteil der Entscheidungen ist hier gefällt worden. Das fand ich sehr angenehm.

#### Hat das Unternehmen noch andere Dinge anders gemacht als Unternehmen, die Sie sonst kannten?

Es war in dem Sinne völlig anders, weil die Sprache Englisch war. Ich habe vorher bei Siemens in Erlangen gearbeitet und beim TÜV Nord in Hannover. Da war die Dienstsprache Deutsch und es war eher außergewöhnlich, Englisch sprechen zu können. Bei Ericsson war es Standard, Englisch zu sprechen.

#### Auch in Nürnberg?

Ja, das war eine Mentalitätseinstellung. Sobald eine Person da war, die nicht zu 100 Prozent die deutsche Sprache beherrschte und darum bat, Englisch zu sprechen, wurde das getan. Diese Tatsache, auf den Partner zuzugehen, fand ich gut. Was auch anders war – das ist vielleicht eine Kleinigkeit –, war die Atmosphäre im Meeting. Wenn dort eine Person neu war, gab es zunächst eine Vorstellungsrunde. In dieser Runde wurde in Schweden immer als Erstes die persönliche Situation erzählt: also ob Sie verheiratet sind, wie viele Kinder Sie haben, und dann erst kommen die fachlichen Aspekte. Das hellt die Situation sehr auf. Ich habe mich beispielsweise einmal vorgestellt, dass ich verheiratet bin und einen Hund habe. Das führte zu Gelächter, weil ich den Hund einem Kind gleichgesetzt habe. Das habe ich nicht bewusst getan, aber es lockerte die ganze Atmosphäre auf und man hatte doch einen ganz anderen Draht zu den Personen.

#### ... also ein anderer Umgang.

Ja. Und im Vergleich zu deutschen Unternehmen sind Titel nicht so wichtig. Man hat zwar einen Titel – ich bin promovierte Ingenieurin –, aber es gibt ein internes Ranking nach geleisteter Arbeit. Ich bin als System-Designerin eingestiegen, und als ich die Leistung gezeigt habe, bin ich zur Senior-System-Designerin ernannt worden. Ob man Diplom-Ingenieur Fachhochschule, Diplom-Ingenieur Uni oder promoviert ist, ist für die Einstellung zwar wichtig, im alltäglichen Umgang aber nicht.



39



## Best Practice

### „Hettich-Rentner“ zur Kinderbetreuung

Die Firma Hettich in Kirchlengern aktiviert ihre ehemaligen Beschäftigten, die bereits im Ruhestand sind für eine kurzfristige Kinderbetreuung. Dabei geht es nicht um die reguläre Betreuung, die ist bereits organisiert. Die „Hettich-Rentner und -Rentnerinnen“ kümmern sich um die sogenannten „Notfälle“: Ein Partner ist krank und jemand muss das Kind zum Kindergarten bringen, ein schwieriges Meeting dauert länger als geplant und jemand muss das Kind vom Kindergarten abholen und betreuen.

Interessierte Rentnerinnen und Rentner werden für diese Fälle im Diakonieverbund Schweicheln ausgebildet und erwerben dort einen „Großelternführerschein“. Die Vermittlung läuft über das bereits vorhandene Servicetelefon bei der Ev. Jugendhilfe Schweicheln e.V. zur Vermittlung und Beratung zum Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

### Servicestelle Vereinbarkeit von Familie und Beruf (VfB)

Die eltromat GmbH hat 2007 die Servicestelle Vereinbarkeit von Familie und Beruf (VfB) eingerichtet. Sie kann von den Beschäftigten kostenfrei kontaktiert werden und berät in allen Fragen zum Thema der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Darüber hinaus verpflichtete sich das Unternehmen zu einer familienorientierten Unternehmenskultur mit einem ganzen Bündel von Angeboten: Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist Thema in den Gesprächen mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Bei besonderen Anlässen, beispielsweise der Pflege von Angehörigen, gewährt das Unternehmen unbezahlte Freistellungsmöglichkeiten. Maßnahmen zur Kontaktpflege während der Elternzeit, Wiedereinstieghilfen, Gleitzeit- und Teilzeitangebote und Zuschüsse zur Kinderbetreuung sind im Portfolio. Kinder sind im Unternehmen willkommen, wenn Eltern ihnen ihren Arbeitsplatz zeigen möchten. Diese Signale haben gewirkt. So haben alle Männer, die seitdem Väter geworden sind, Elternzeit genommen.

### „Mit Vätern rechnen“ Stadtwerke Bielefeld

„Es geht darum, auch Vätern eine Rolle zu geben und ihnen aus einem Dilemma zu helfen. Wenn sie sagen: ‚Eigentlich möchte ich Elternzeit nehmen, aber ich fürchte, mein Vorgesetzter akzeptiert das nicht.‘ Wir qualifizieren die Vorgesetzten, ihre Mitarbeiter zu motivieren, wenn sie Vater werden, auch sechs Monate der Elternzeit zu nehmen. ‚Sag ihm, dass das geht. Wir wollen, dass das geht.‘“  
Volker Wilde, Stadtwerke Bielefeld

### „minimax“ Kinderbetreuung

minimax ist eine Tageseinrichtung für Kinder mit Beteiligung von Unternehmen. Träger ist die Von Laer-Stiftung in Bielefeld. Geschaffen wurde eine Kinderbetreuung, die es Eltern ermöglicht, den veränderten Anforderungen an Arbeitszeiten und Flexibilität im Beruf nachkommen zu können. Betreuung auch am Wochenende oder über Nacht, keine Schließzeiten in den Ferien und eine hohe pädagogische Qualität zeichnen das Angebot aus. Der Träger entwickelte neue Dienstplanmodelle, damit Kinder nicht mit ständig wechselnden Betreuungspersonen konfrontiert sind. Finanzierungsmodelle, die die Industrie einbeziehen, fangen erhöhte Personalkosten auf. Unternehmen erwerben Belegrechte für ihre Beschäftigten. Ein Unternehmen, das fünf minimax-Plätze gekauft hat, rechnet vor, was es dadurch einspart: keine Stellenausschreibungen, keine aufwendigen Fort- und Weiterbildungen für neue Beschäftigte, keine Probleme von „Neuen“ in funktionierenden Teams. Andere Unternehmen nutzen das Angebot als Argument bei der Personalgewinnung oder zu Imagezwecken. Weitere Informationen: von-laer-stiftung.de/pages/tageseinrichtungen-fuer-kinder/flachsfarm.php

### Flexible Arbeitszeiten

„Ein flexibles Arbeitszeitmodell würde mich ansprechen“, sagt Elektrotechnikstudentin Irene Marschke. Die Bewertung der Arbeitsleistung nach Ergebnissen statt nach Anwesenheit steht für die Studentinnen in einem engen Zusammenhang mit einem guten Arbeits- und Betriebsklima. Sie sind sicher, dass dies einer effizienten und zielorientierten Arbeitsweise entgegenkommt und Freiräume bietet.

Je mehr Frauen in einem Unternehmen beschäftigt seien, desto häufiger gebe es dort Angebote für Teilzeit, Home Office oder Kinderbetreuung, stellt Prof. Dr. Gerald Gerlach, Mitglied des VDE-Präsidiums, fest. Beispiel Krankenpflege: Dort ist Teilzeit normal. In der Männerdomäne Ingenieurwesen existiert Teilzeit dagegen so gut wie gar nicht. Und: Je verantwortungsvoller die Tätigkeit, desto schwieriger werde es, die persönliche Arbeitszeit zu reduzieren, bestätigt Melanie Fehrer von der Firma Harting. „Mein Eindruck ist, dass auf Führungsebene das Bild der Verfügbarkeit noch sehr im Vordergrund steht“, sagt Klaus Schüssler von der CENTROSOLAR AG. Personalreferent Michael Buenermann, selbst Familienvater, hält dagegen. Er predigt bei seinen Beschäftigten gegen eine permanente Anwesenheitskultur: „Du musst hier nicht jeden Abend bis 20 Uhr sitzen. Das muss auch mal ein Ende haben. Wenn du nicht zu Hause abschaltest und deine Familie in dein Leben integrierst, dann scheiterst du irgendwann. Nicht hier bei uns, sondern dort.“

Flexible Arbeitszeiten sind nur dann ein Segen, wenn sie eine Balance herstellen zwischen den Interessen beider Seiten – der Beschäftigten und der Arbeitgeber. Noch immer werden Argumente angeführt, warum in hoch qualifizierten, technischen Tätigkeitsbereichen Teilzeit kaum zu verwirklichen sei. Die Personalverantwortung gilt als klassischer Bereich, in dem Vollzeit gearbeitet werden muss. Auch die Arbeit im Außendienst oder Tätigkeiten mit unkalkulierbaren Zeitanforderungen werden als nur bedingt kompatibel mit Familienpflichten beschrieben. Sie sind zugeschnitten auf das männliche Berufsmodell des Alleinverdieners, dessen Frau sich zu Hause um die Kinder kümmert.

Und so wird Teilzeitarbeit primär immer noch als Hilfe für berufstätige Frauen verstanden. Aber auch bei Männern wächst der Wunsch, mehr Zeit mit den eigenen Kindern verbringen zu können. Und damit auch der Wunsch nach flexiblen Teilzeitleösungen.

Ein Weg ist ein Wechsel der Parameter bei der Bemessung von Leistung: Weg von der Anwesenheitskultur, hin zur Ergebnisorientierung. Bei der Resolto Informatik gibt es nur noch Kernzeiten, in denen die Beschäftigten erreichbar sein müssen, egal ob im Büro oder Home Office. Was zähle, sei das Arbeitsergebnis, so Tanja Krüger. Auch im Statikbüro von Claudia Plake können sich die Mitarbeiterinnen, die Kinder haben, ihre Arbeitszeit frei einteilen. Beschäftigte, die ihre Arbeitszeit an familiäre Verhältnisse anpassen können, seien motivierter, meint Michael Brieden-Segler. Unternehmen tun also gut daran tun, wenn sie Teilzeitmo-

delle im hoch qualifizierten, technischen Bereich anbieten. Bisher schien das nicht notwendig zu sein. Doch wenn zunehmend Fachkräfte fehlen und neue „Arbeitsmarkt-Reserven“ erschlossen werden müssen, die andere Bedürfnisse haben, müssen alte Positionen verändert werden.

### Guter Verdienst – immer ein gutes Argument

Unternehmen erwarten eine gleichwertige Leistung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Studentinnen erwarten, dass sie bei gleicher Leistung auch das gleiche Geld erhalten. Diese Gerechtigkeitslücke der unterschiedlichen Bezahlung von Frauen und Männern in MINT-Berufen müssen Unternehmen schließen, wenn sie gegenüber den Bewerberinnen glaubhaft sein wollen. Die Studentinnen registrieren, dass sie – trotz ungerechter Bezahlung – die theoretische Möglichkeit haben, in der Wirtschaft mehr zu verdienen als im öffentlichen Dienst. Eine gute Bezahlung könnte MINT-Absolventinnen also motivieren, diesen ersten Schritt nach dem Studium in die Wirtschaft zu tun. Wenn sie erst einmal angekommen sind, liegt es an den Unternehmen, sie davon zu überzeugen, dass dies ein guter, dauerhafter Arbeitsplatz ist. Im Gespräch mit Unternehmen ist das Gehalt der Berufseinsteigerinnen allerdings ein Randthema. Anscheinend messen ihm die Unternehmen keine große Bedeutung zu, um hoch qualifizierte technische Mitarbeiterinnen zu gewinnen. Allenfalls in Zusammenhang mit Zusatzleistungen wie Geld bei Heirat und Geburt, Betriebsrente oder Förderung von Kindergartenbeiträgen kommt das Thema zur Sprache. Es scheint eher die Meinung vorzuherrschen, dass über Gehälter keine Fachkräfte – in die Provinz – zu locken sind. Aber auch unter der Berücksichtigung regionaler Unterschiede, eines Gefälles zwischen Stadt und Land sowie der Unterschiede zwischen kleinen und mittelständischen (KMU) und Großunternehmen ist das Gehalt immer ein Argument, um Fachkräfte zu gewinnen (zu den Gehalts-Erwartungen von Studentinnen mehr im Kap. 1.5).

„Wenn ich wirklich Kinder haben möchte, ist das einfacher im öffentlichen Dienst mit Teilzeit oder einer 70-Prozent-Stelle als in der freien Wirtschaft. Man hat zwar einen Anspruch auf einen vollen Arbeitsplatz nach der Elternzeit, aber relativ selten auf den gleichen Arbeitsplatz mit einer geringeren Stundenzahl.“  
Carola Stappert, Studentin, Logistik und BWL

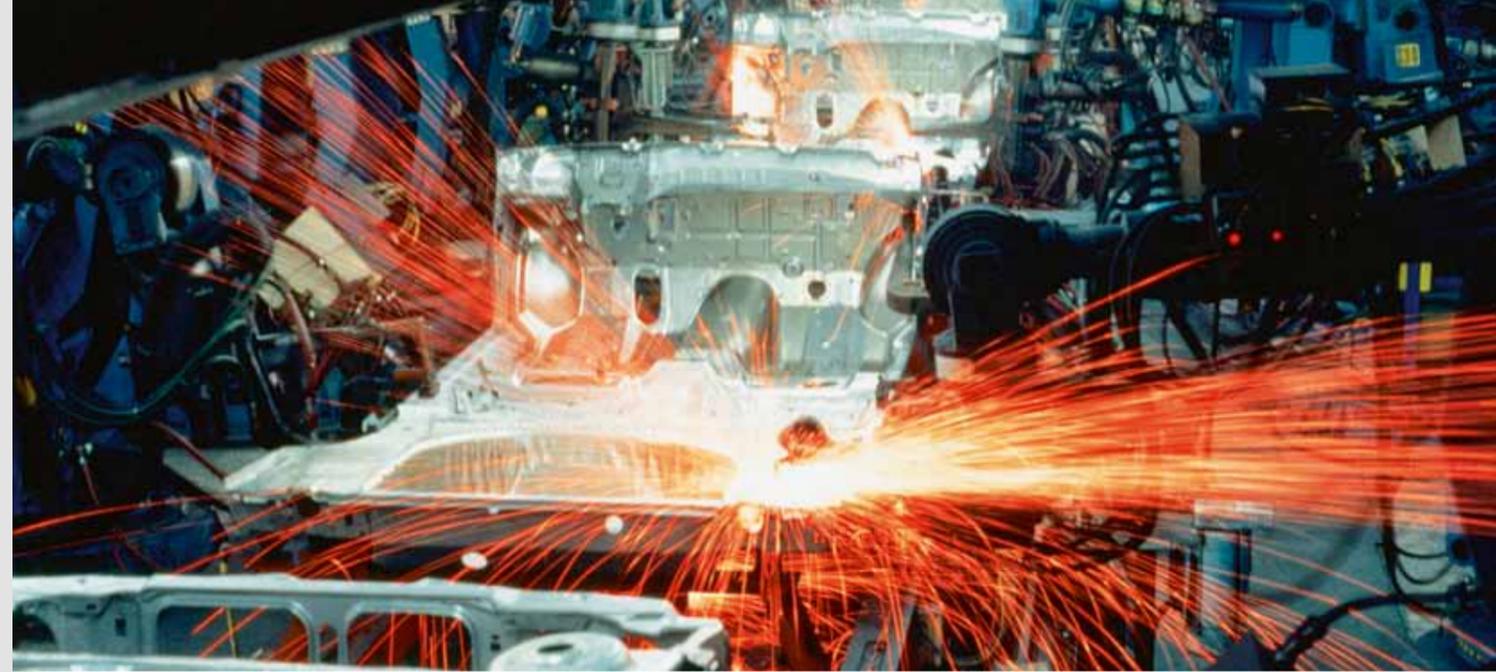
„Was immer noch nicht funktioniert, ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Selbst mein eigener Partner sagt, einer von beiden sollte zu Hause bleiben, wenn Kinder da sind. Das finde ich persönlich nicht richtig. Es bringt mehr, die Kinder in den Kindergarten zu geben. Für die Männer ist es immer noch schwierig, wenn sie sich für die Erziehungszeit entscheiden. An der Uni ist das noch einfacher als in der freien Wirtschaft.“  
Christina Ander, Studentin, Bioinformatik und Genomforschung



40



41



„Ein Nachteil (in der Wirtschaft) ist, dass Frauen schlechter bezahlt werden als Männer.“  
Stephanie Plumpe, Studentin, Maschinenbau

#### Tipps für die Praxis

- Zeigen Sie auf Messen und Veranstaltungen Rollenbilder. Binden Sie Ingenieurinnen Ihres Unternehmens in die Kontaktpflege zu Hochschulen ein.
- Sprechen Sie Frauen und Männer immer ausdrücklich an.
- Wenn Sie MINT-Frauen in Ihrem Unternehmen wollen, dann sagen Sie es ihnen und der Öffentlichkeit auch.
- Stärken Sie Frauen in technischen Bereichen offensiv den Rücken.
- Schulen Sie Führungskräfte aller Ebenen zum Thema Gender.
- Gehen Sie in der Ansprache auch auf unterschiedliche Bedürfnisse und Lebenslagen der Geschlechter ein.
- Strukturieren Sie Aufgaben und Tätigkeiten im Unternehmen so, dass auch qualifizierte, technische Arbeiten und Führungsaufgaben in Teilzeit möglich werden.
- Lassen Sie sich als familienfreundliches Unternehmen zertifizieren: [www.beruf-und-familie.de](http://www.beruf-und-familie.de).
- Kommunizieren Sie Rahmenbedingungen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf über ihre Homepage, direkt auf Veranstaltungen, im persönlichen Gespräch, auf Seminaren und im Intranet.
- Investieren Sie in die Verbesserung des Arbeitsklimas – es zahlt sich aus.
- Vergegenwärtigen Sie sich, dass die Führungskräfte das Klima im Unternehmen entscheidend prägen. Diese sollten deshalb über soziale Kompetenz und Genderkompetenz verfügen und dies vorleben.

### 3.4 KMU oder Großunternehmen

Studentinnen empfinden die Atmosphäre in einem kleinen oder mittleren Unternehmen (KMU) häufig als persönlicher und familiärer. Dennoch haben auch sie – wie ihre männlichen Mitstudierenden – meist die Namen großer Firmen im Kopf, wenn es um die Suche nach dem Arbeitsplatz geht. Deshalb ist es gerade für KMU wichtig, sich den Studierenden schon während des Studiums zu präsentieren. Eine gute Möglichkeit bieten Praktika. Damit erhöht das Unternehmen seinen Bekanntheitsgrad. Und da über Praktika häufig auch Beschäftigte gewonnen werden, verkürzen sich zudem die späteren Einarbeitungszeiten.

„Ich finde das sehr attraktiv, in einem Unternehmen zu arbeiten, das nicht so riesig ist. Man hat die Möglichkeit, Einblick in verschiedene Teilgebiete zu erhalten und muss nicht immer das Gleiche machen. Ich denke, in einem großen Unternehmen spezialisieren sich viele Leute auf ein kleines Teilgebiet und müssen deshalb nicht so flexibel sein.“

Irene Marschke, Studentin, Elektrotechnik

„Bei kleineren Unternehmen gibt es vielleicht eine gewisse Flexibilität. Wenn man Familie hat, ist es einfacher als in einem großen Unternehmen mit dem Chef zu sprechen, ob man mit den Stunden noch was hin und her schieben kann.“

Svenja Tappe, Studentin, Mechatronik

„Wenn sich eine Firma präsentiert, klotzt sie meistens mit ihren Erfolgszahlen. Das erzeugt aber Druck. Wenn die eher Arbeitsweisen vorstellen würden, darstellen, wie sie in einzelnen Projekten vorgehen, und das Umfeld beschreiben würden, dann würden sie bei Frauen ganz wesentlich zur Entscheidung beitragen. Männer bekommt man dagegen eher mit Informationszahlen.“  
Dr. Eva Reichmann, Universität Bielefeld

#### Tipps für kleine Unternehmen

- Suchen Sie sich Kooperationspartner für Ihren Messeauftritt bei Jobmessen und präsentieren Sie sich an einem Gemeinschaftsstand kleinerer Unternehmen.
- Vielseitige Tätigkeiten und der persönliche Umgang sind die großen Pluspunkte kleinerer Unternehmen. Pflegen Sie diese und stellen Sie sie bei der Personalgewinnung deutlich heraus.
- Patenschaften für Neueinsteigerinnen müssen nicht immer Führungskräfte übernehmen. Auch erfahrene Kolleginnen oder Kollegen können dies tun. Wer selber diese Hilfe erfahren hat, wird diese gern an anderer Stelle weitergeben.
- Kooperieren Sie mit anderen Unternehmen, um eine Strategie für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu entwickeln.

### 3.5 Was Verbände tun können

Uwe Lück von der IHK in Bielefeld träumt von einer Vorabendserie, in der ein Ingenieur oder noch besser eine Ingenieurin zum Vorbild wird. Mit so einer Fernsehserie erreiche man Jugendliche dort, wo sie sich orientieren. In der Öffentlichkeit sei der Beruf schlichtweg nicht präsent.

#### Das Image des öligen Lappens

Konservativ, trocken, langweilig, männerdominiert, detailversessen, etwas praxisfern, dreckig und ölig. Mit Begriffen wie diesen wird das Image technischer Berufe oft beschrieben. Glaubt man Dr. Werner Efung, Hauptgeschäftsführer des Unternehmensverbandes der Metallindustrie Ostwestfalen Bielefeld-Herford-Minden, unternehmen die Wirtschaftsverbände seit Jahren Anstrengungen, dieses Image zu verbessern – mit bislang mäßigem Erfolg. „Das liegt weniger an den Schülern als an den Lehrern. Im Unterrichtsalltag kommt immer noch ein Bild von Industrie,

Betrieben und Wirtschaft an, das 50 Jahre alt ist: Es ist laut, dreckig und man muss schwer heben. Dabei zeichnet sich heute ein Großteil dieser Berufe in Form von Steuerungs- und Überwachungstätigkeiten am Computer aus“, erklärt der Wirtschaftsvertreter.

Nahezu alle Verbände in OWL haben Projekte aufgelegt, die Schülerinnen und Schüler für Technik begeistern sollen. „Wir müssen insgesamt junge Menschen vom Kindergarten an für MINT-Fächer interessieren, um den Prozentsatz zu steigern“, so Dr. Efung.

Auch das Unternehmensnetzwerk Energie Impuls OWL hat die jüngeren Frauen und Mädchen im Blick. „Und zwar in der Phase vor der Studienentscheidung. Wir sehen, dass wir dort mehr erreichen können“, sagt der Geschäftsführer von Energie Impuls OWL, Klaus Meyer. Im Rahmen der Jugendprojekte wird das Thema Gender dort bewusst verankert.

Die Projekte „ME:Energy – Mädchen und Frauen für erneuerbare Energien“ und „Vertiefte Berufsorientierung im Bereich erneuerbare Energien für Oberstufenschüler/innen“ zielen ausdrücklich auf den weiblichen Techniknachwuchs. „Wir wollen, dass Technik eine weibliche Handschrift bekommt. Es kann nicht sein, dass Technik nur von Männern gemacht wird“, sagt Klaus Meyer. In einem Projekt hätten beispielsweise die Mädchen eine solarbetriebene Sonnenliege konstruiert, während die Jungs etwas mit Autos und Fortbewegung bauten. „Da merkt man, dass andere Ideen dahinterstecken.“

Themen wie regenerative Energien lassen Technik in einem neuen Licht erscheinen. Technik bietet Herausforderungen und Visionen für eine bessere Zukunft. Technische Berufe gelten als nützlich, relativ sicher und gut bezahlt. Argumente, die Frauen ebenso wie Männer überzeugen und dem Image doch ein wenig Glanz verleihen. Damit aus Akzeptanz Begeisterung wird, müssen Verbände aber noch einiges in ihre Öffentlichkeitsarbeit investieren.



42



43



### Nachwuchs und Diversity als Programm

Die Verbände VDI, VDE, Arbeitgeberverband der Metallindustrie, Energie Impuls OWL und OWL Maschinenbau haben ein gemeinsames Ziel. Sie wollen dem Fachkräftemangel begegnen, indem sie bei jungen Leuten, am besten schon im Kindergartenalter, für Technik und technische Berufe werben.

Bei der Gewinnung von Nachwuchs werde bewusst nicht explizit zwischen Männern und Frauen unterschieden, sagt Imke Rademacher vom Netzwerk Maschinenbau OWL. Gesucht würden begabte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen für hochwertige Arbeitsplätze in Ostwestfalen Lippe.

Der VDI Bezirksverein OWL nimmt bezüglich der konkreten Ansprache von Ingenieurinnen eine Vorreiterrolle ein. Er setzt drei Schwerpunkte in seiner Kommunikation: Der VDI fördert Talente, er ist ein Netzwerk für Fachexperten, der VDI ist weiblich. Der VDI möchte Frauen in der Technik sichtbar machen, um weitere Frauen zu ermutigen, in diesen beruflichen Bereich einzusteigen. Das gelingt zum Beispiel über den Arbeitskreis Frauen im Ingenieurberuf. Als Multiplikatorin und Problemlöserin sieht sich die Initiative für Beschäftigung OWL. Das Netzwerk, das alle relevanten Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik vereint, ist zum Thema Diversity sehr aktiv. Um die Gewinnung von Fachkräften mit Migrationshintergrund ging es beispielsweise in dem Projekt „Kompetenzwerkstatt Vielfalt in OWL“.

Über das Thema Diversity würden zunächst kulturelle Unterschiede assoziiert. Es sei aber auch ein besserer Zugang, um das Thema Gender in der Wirtschaft zu verankern, meint Martina Helmcke. „Die ostwestfälischen Unternehmen müssen sich natürlich auch erst mal dran gewöhnen, dass sie jetzt Naturwissenschaftler haben, die Frauen sind“, sagt die Geschäftsführerin der Initiative für Beschäftigung OWL.

Das Netzwerk Maschinenbau OWL hat das Thema Work-Life-Balance auf der Agenda. Im Rahmen einer Veranstaltungsreihe „Change Maschinenbau Personal und Organi-

sation“ laden sich die Firmen des Netzwerks gegenseitig ein und stellen einander Projekte und Maßnahmen vor. Das Netzwerk vereint rund 90 regionale Unternehmen, 30 Mitglieder von Hochschulen und 60 sogenannte assoziierte Partner. Das Ziel sei es, die wirtschaftliche und technologische Leistungskraft der Maschinenbauregion Ostwestfalen-Lippe zu stärken. „Wir sind da, um das Zusammenspiel von kleinen und großen Unternehmen zu unterstützen – das ist das eigentliche Geheimnis“, so Imke Rademacher. Als Vordenker haben Verbände und Branchennetzwerke die Aufgabe, aktuelle Trends und Entwicklungen zu erkennen, aufzunehmen, zu vermitteln und gegebenenfalls Lösungen zu erarbeiten. Gerade kleinere Unternehmen haben im Alltagsgeschäft nicht die Kapazitäten, die strategischen Entwicklungen entsprechend zu verfolgen. Für sie haben die Verbände eine wichtige Funktion. Damit das Thema der Gerechtigkeit und gleichen Chancen der Geschlechter in den Netzwerken vorangetrieben werden kann, sind die Präsidien gefragt. Die Spitze muss die Richtung vorgeben. Die gesellschaftlichen Rollen verändern sich. Frauen wollen Beruf und Familie verwirklichen, Männer verstärkt Verantwortung für die Familienarbeit übernehmen. Dafür brauchen sie entsprechende Rahmenbedingungen in den Unternehmen. Die Zahl der männlichen Fachkräfte sinkt und auch die Zahl derer, denen zu Hause eine Hausfrau den Rücken freihält. Die Berufsverbände und Netzwerke können diese Entwicklungen als Herausforderungen begreifen und ihre Strategien und Programme mit dem Wissen um gesellschaftliche Prozesse vorantreiben.

„Wenn ich an unsere mittelständischen Unternehmen denke – es würde denen nicht im Traum einfallen, in der Hochschule anzurufen, weil sie einen Absolventen suchen. Sie vermuten nicht, dass es hier Vermittlungsstrukturen gibt. Wenn sie keinen Professor kennen, wen sollen sie da anrufen?“

Klaus Meyer, Energie Impuls OWL

„Wir produzieren jährlich sechs bis acht BINGO-Filme um zu zeigen, dass es tolle Frauen gibt, die in Ingenieurberufen arbeiten und Vorbilder sein können. Es ist immer ein gutes Mittel, mit Vorbildern zu arbeiten. Die BINGO-Filme werden von Jugendlichen gemacht. Sie stehen auch auf unserer Internetseite. Sie werden als CD in die beteiligten Schulen und Unternehmen verschenkt und zum Beispiel bei Auszubildendengesprächen und im Unterricht eingesetzt.“

Imke Rademacher, OWL Maschinenbau (BINGO – Berufsoffensive für Ingenieurinnen in Ostwestfalen-Lippe: [www.bingo-owl.de](http://www.bingo-owl.de))

„Wenn ein Firmenchef oft genug hört, dass das alte hierarchische Vorgehen durch ein visionäres Miteinander ersetzt werden muss, durch eine Firmenkultur, die alle Belange aller Mitarbeitenden berücksichtigt, wird man irgendwann aufmerksam. Das wird auf jeden Fall Folgen haben.“

Imke Rademacher, OWL Maschinenbau

### Vertrauen schaffen zwischen Hochschule und Wirtschaft

Das Netzwerk Energie Impuls OWL hat in Deutschland Vorbildcharakter. Es hat zwischen Hochschulen und Unternehmen der Region eine enge Vernetzung erreicht. Praktika, Exkursionen oder auch direkte Kontakte zu vermitteln, sei ein typischer Teil der Netzwerkarbeit von Energie Impuls OWL, sagt Klaus Meyer. Denn gerade kleinen und mittleren Unternehmen fehle oftmals der Kontakt zu den Hochschulen. Aus Sicht der Verbände ist es nicht immer von Vorteil, dass der Kontakt zu Hochschulen über die Professoren und Professorinnen der Fachbereiche läuft. Sind diese an einer Zusammenarbeit mit der Wirtschaft interessiert, funktioniert die Kooperation. Sind sie es nicht, laufen Projekte oder Kontaktversuche ins Leere. So sei vor einigen Jahren

das Projekt „Sprungbrett OWL“ an der mangelnden Beteiligung von Hochschulen gescheitert. Das Ziel war, Fachkräfte in der Region zu halten und direkt in Unternehmen zu vermitteln. Ein Matching zwischen Stellenangeboten der regionalen Unternehmen und Gesuchen von Absolventen und Absolventinnen der Hochschulen sollte über eine entsprechende Internetseite gesteuert werden. Von den Hochschulen wurde diese jedoch nicht angenommen. Für die Verbände ist es wichtig, gute Beziehungen zu den Lehrenden aufzubauen und um Vertrauen zu werben. Denn für die Studierenden sind ihre Professorinnen und Professoren vertrauenswürdige Mittler in die Wirtschaft. Was sie bewerben und vermitteln, wird von ihnen in der unübersichtlichen Vielfalt der Angebote wahrgenommen und als vertrauenswürdig eingestuft.

Um den Kontakt zwischen Professorinnen oder Professoren und der Wirtschaft zu verbessern, bietet die IHK Bielefeld Veranstaltungen zum Technologietransfer an. Normalerweise stellen Lehrstühle und Institute ihre Arbeit der Wirtschaft vor. Die IHK Bielefeld hat diesen Ansatz umgedreht. Denn viele Professorinnen und Professoren kommen nicht aus der Region und kennen die hiesigen Wirtschaftsstrukturen nicht. Über die IHK-Veranstaltung lernen sie die regionalen Kenngrößen, Branchen, Förder- und Kontaktmöglichkeiten kennen.

### Kontakt- und Jobbörsen für Studierende und Unternehmen

Einige der Verbände und Netzwerke versuchen sich als Jobbörse. Das Netzwerk OWL Maschinenbau ist seit mehreren Jahren mit einem eigenen Stand auf der Hannovermesse Industrie vertreten. In Bad Salzufflen wurde die Messe „Forum Maschinenbau“ ins Leben gerufen. Im Rahmen der Absolventenmesse der Bielefelder Hochschulen präsentiert OWL Maschinenbau seine Mitglieder ebenfalls. An vier bis fünf Messen beteiligt sich das Netzwerk im Jahr und organisiert dort jeweils eine „Job-Wall“. Mitgliedsunternehmen senden dem Netzwerk im Vorfeld der Messen



44



45



ihre Stellenausschreibungen zu, die dort ausgehängt werden. „Dass diese Art der Personalsuche erfolgreich ist, zeigen die Rückmeldungen und die Tatsache, dass viele Unternehmen regelmäßig dieses Angebot nutzen“, sagt Imke Rademacher. Sie ist beim Netzwerk zuständig für Projekte und Personal. Auch der Arbeitgeberverband der Metallindustrie will demnächst auf seiner Homepage Stellenangebote und -gesuche abwickeln.

Bei der Stellensuche und -vermittlung fehlt Absolventinnen und Absolventen ein zentrales Informationsmedium. Nicht jeder Verband müsste eine eigene Plattform installieren. Hier Kräfte zu bündeln, macht mehr Sinn. In Kooperation mit den Career Centern könnten Kammern oder Verbände Portale einrichten, in dem Studierende Kurzbeschreibungen der regionalen Unternehmen finden. Die vielen unterschiedlichen Angebote lassen sich sinnvoll zusammenfassen. Die Studierenden lernen so auch mehr kleine und mittlere Firmen der Region kennen. Sie gewinnen einen Gesamteindruck der regionalen Unternehmenslandschaft, einen leichteren Überblick über Arbeitsplätze und profitieren als Bewerberinnen und Bewerber von kurzen Informationswegen.



46

### Praxis-Tipps für Verbände

- Achten Sie in bestehenden und zukünftigen Projekten darauf, Mädchen und junge Frauen sichtbar zu machen und geschlechtergerecht zu beteiligen.
- Regionale Verbände und Netzwerke können gemeinsam Ressourcen mobilisieren und eine Imagekampagne für technische Berufe auf den Weg bringen.
- Beteiligen Sie sich an Initiativen zur Gewinnung des weiblichen Nachwuchses in MINT-Berufen.
- Machen Sie Ihr Engagement für Frauen sichtbar, indem Sie Ihre eigenen Gremien mit mehr Frauen besetzen.
- Bringen Sie unter dem Stichwort „Vielfalt“ auch den Aspekt der Geschlechtergerechtigkeit ins Bewusstsein der Unternehmen und der Öffentlichkeit.
- Binden Sie in Projekte zur technologischen Entwicklung der Region auch den Aspekt des hierzu notwendigen Personals und dessen Bedürfnisse ein. Eine familienfreundliche Region kann interessantere Fachkräfte werben.
- Schaffen Sie Anlässe für den Austausch von Hochschulen und Unternehmen.
- Kooperieren Sie beim Aufbau einer regionalen Jobbörse. Hier führt Quantität zu einem erhöhten Nutzen für potenzielle Stellenbewerberinnen und -bewerber.
- Richten Sie in Kooperation mit Hochschulen und Wirtschaft eine Datenbank für Studierende mit Kurzporträts regionaler Unternehmen ein.
- Vermitteln Sie Bewerberinnen und Bewerber in einem ersten Schritt in anonymisierter Form. Das ermöglicht eine Vorauswahl ohne die „Schere im Kopf“.



## Dank

Das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit hat den vorliegenden Leitfaden auf der Grundlage umfangreicher Interviews realisiert. MINT-Studentinnen, Lehrende und Gleichstellungsbeauftragte an Hochschulen sowie Personalverantwortliche in Unternehmen in Ostwestfalen-Lippe haben von ihren Erfahrungen und Erwartungen berichtet.

Wir bedanken uns herzlich für die vertrauensvolle Zusammenarbeit bei diesen Gesprächspartnerinnen und -partnern:

### Studentinnen



**Stephanie Lücking**  
FH Bielefeld, Informationstechnik,  
7. Semester



**Ines Müller**  
FH Bielefeld, Bauingenieurwesen,  
5. Semester



**Stephanie Plumpe**  
FH Bielefeld, Maschinenbau,  
7. Semester



**Gabriele Passgang**  
FH Bielefeld, Regenerative Energien,  
5. Semester



**Irene Marschke**  
Hochschule Ostwestfalen-Lippe,  
Elektrotechnik, 5. Semester



**Carola Stappert**  
Hochschule Ostwestfalen-Lippe,  
Logistik und BWL, 6. Semester



**Svenja Tappe**  
Hochschule Ostwestfalen-Lippe,  
Mechatronik, 3. Semester,  
Kooperatives Studium mit Schüco



**Linda Sundermann**  
Universität Bielefeld, Bioinformatik  
und Genomforschung, 3. Semester  
(Gleichstellungsbeauftragte der  
Fakultät)





**Hedda Holtmeier**  
 Universität Paderborn, Wirtschafts-  
 ingenieurwesen/Schwerpunkt  
 Elektrotechnik und Hochschule  
 Ostwestfalen-Lippe, Zukunftsenergien  
 (FB Maschinenbau), 5. Semester



**Prof. Dr. Nikolaus Risch**  
 Universität Paderborn, Präsident

**Dr. Andrea Frank (ohne Bild)**  
 Universität Bielefeld, Leiterin SL K5  
 Beratung für Studium, Lehre und  
 Karriere

**Vertreterinnen und Vertreter der Hochschulen**



**Prof. Dr. Beate Rennen-Allhoff**  
 Fachhochschule Bielefeld,  
 Präsidentin



**Hildegard Schumacher-Grub**  
 Fachhochschule Bielefeld,  
 Gleichstellungsbeauftragte



**Inga Hildebrandt, Alexander  
 Schön, Eva Steinbrecher (Beratung  
 Studierende), Bernd Seel (Leiter,  
 nicht im Bild)**  
 Universität Paderborn, UNICONSULT  
 – Technologietransfer, Career Center



**Brigitte Böwingloh**  
 Fachhochschule Bielefeld, Leiterin  
 des Praxisbüros im Fachbereich  
 Ingenieurwissenschaften und  
 Mathematik



**Prof. Dr. Christoph Brake**  
 Fachhochschule des Mittelstandes  
 Bielefeld, Energie und Umwelt



**Petra Stuckmann**  
 Biogas Nord Anlagenbau GmbH,  
 Personalleiterin,  
 Anzahl der Beschäftigten: 110



**Dr. Klaus Bockermann**  
 Bockermann Fritze IngenieurConsult,  
 Geschäftsführender Gesellschafter,  
 Anzahl der Beschäftigten: 50



**Prof. Tilmann Fischer**  
 Fachhochschule Ostwestfalen-Lippe,  
 Präsident



**Prof. Dr. Lucia Mühlhoff**  
 Fachhochschule Ostwestfalen-Lippe,  
 Gleichstellungsbeauftragte



**Klaus Schüssler**  
 CentroSolar AG, Standort Paderborn,  
 Leiter Controlling und Standortver-  
 walter, Anzahl der Beschäftigten:  
 52 (Paderborn), ca. 600 (D)



**Gerhard Meyer**  
 Claas Selbstfahrende Erntemaschinen  
 GmbH, Personalentwicklung,  
 Anzahl der Beschäftigten: 2.000  
 (in dieser Gesellschaft)



**Jessica Wulf**  
 Fachhochschule Ostwestfalen-Lippe,  
 Hochschulmarketing



**Prof. Dr. Uta Pottgiesser**  
 Fachhochschule Ostwestfalen-Lippe,  
 Vizepräsidentin für Forschung,  
 Entwicklung und Internationales



**Claudia Plake**  
 CP Baustatik, Geschäftsführende  
 Gesellschafterin,  
 Anzahl der Beschäftigten: 7



**Karin Flörkemeier**  
 eltromat GmbH, Personalwesen,  
 Anzahl der Beschäftigten: 260



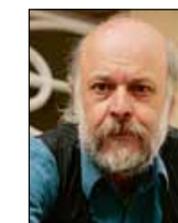
**Prof. Dr. Dieter Timmermann**  
 Universität Bielefeld, Präsident  
 (bis 30.09.09)



**Dr. Uschi Baaken**  
 Universität Bielefeld,  
 Gleichstellungsbeauftragte



**Heike Rötger**  
 Dresser-Rand Nadrowski GmbH,  
 Projektmanagement, Anzahl der  
 Beschäftigten: 75 (Bielefeld),  
 5.000 (weltweit)



**Michael Brieden-Segler**  
 E & U Energieberatungs GmbH,  
 Geschäftsführer,  
 Anzahl der Beschäftigten: 12



**Dr. Eva Reichmann**  
 Universität Bielefeld,  
 Career-Service



**Irmgard Pilgrim**  
 Universität Paderborn,  
 Gleichstellungsbeauftragte



**Markus Leitloff**  
 E.ON Westfalen Weser AG,  
 Personalleiter, Anzahl der  
 Beschäftigten: 575 (Herford)



**Melanie Fehrer**  
 Harting Technologiegruppe, Leiterin  
 Personalentwicklung, Personalmar-  
 keting und Grundsatzfragen, Anzahl  
 der Beschäftigten: 1.600 (D), 3.000  
 (weltweit)



**Jörg Hesse**

Hettich Holding GmbH & Co oHG, Prokurist und Leiter Personalmanagement, Anzahl der Beschäftigten: 3.500 (D), 5.800 (weltweit)



**Ekkehard Härtel**

Miele & Cie KG, Leiter Personalplanung und -beschaffung, stellvertret. Personalleiter Standort Gütersloh, Anzahl der Beschäftigten: 5.000 (Gütersloh), 16.000 (weltweit)



**Tanja Krüger**

Resolto Informatik GmbH, Geschäftsführende Inhaberin, Anzahl der Beschäftigten: 12



**Anne Bentfeld**

Harting Technologiegruppe, Zentralbereichsleiterin für Publizistik und Kommunikation, Anzahl der Beschäftigten: 1.600 Beschäftigte (D), 3.000 (weltweit)



**Barbara Tigges-Mettenmeier**

Mettenmeier GmbH, Paderborn und btm Personalmanagement, Unternehmensberaterin im Personalmanagement, Anzahl der Beschäftigten: 150



**Klaus Lütkeemeier**

Phoenix Contact GmbH & Co KG, Leiter HR Consulting, Human Resources Management, Anzahl der Beschäftigten: 3.500



**Volker Wilde**

Stadtwerke Bielefeld, Geschäftsbereichsleiter Personal, Anzahl der Beschäftigten: 2.200



**Michael Buenermann**

Wilhelm Böllhoff GmbH & Co KG, Personalreferent, Anzahl der Beschäftigten: 1.000 (D), 2.000 (weltweit)



**Andreas Uhlitz**

Weidmüller Interface GmbH & Co KG, Leiter Personal/Grundsatzfragen

**Christiane Schäfers-Hansch**

Weidmüller Akademie, Leiterin Personalentwicklung, Anzahl der Beschäftigten: 1.800 (Detmold)

**Reinhard Drees (ohne Bild)**

Drees & Huesmann Planer GbR, Mitinhaber, Anzahl der Beschäftigten: 10

**Dr. Eberhard Niggemann (ohne Bild)**

Weidmüller Akademie, Leitung, Anzahl der Beschäftigten: 1.800 (Detmold)

**Vertreterinnen und Vertreter der Verbände**



**Tanja Weidemann**

Agentur für Arbeit Bielefeld



**Uwe Lück**

IHK Bielefeld, Referent für Technologie und Innovation



**Imke Rademacher**

OWL Maschinenbau, Projekte und Personal



**Dr. Karl-Heinz Gerdes**

VDE OWL Bezirksverein, Geschäftsführer der FASTEC GmbH, Paderborn



**Klaus Meyer**

Energie Impuls OWL, Geschäftsführer



**Martina Helmcke**

Initiative für Beschäftigung OWL, Geschäftsführerin



**Prof. Dr. Eva Schwenzfeier-Hellkamp**

VDI OWL Bezirksverein, stellvertretende Vorsitzende und Professorin an der Fachhochschule Bielefeld

**Dr. Werner Efing (ohne Bild)**

Unternehmerverband der Metallindustrie Ostwestfalen Bielefeld-Herford-Minden e. V., Hauptgeschäftsführer

# Literatur

Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB): Berufsbezeichnungen entscheiden mit über die Berufswahl von Jugendlichen, Pressemitteilung 33/2004, 23. September 2004

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Atlas zur Gleichstellung von Frauen und Männern in Deutschland, Oktober 2009

Derboven W. / Winker, G. / Wolfram, A.: Studienabbruchgründe in den Ingenieurwissenschaften, TU HH, Arbeitsgruppe Arbeit-Gender-Technik 2008

Haffner, Y. / Könekamp, B. / Kraus, B.: Arbeitswelt in Bewegung – Chancengleichheit in technischen und naturwissenschaftlichen Berufen als Impuls für Unternehmen, hg. v. Bundesministerium für Bildung und Forschung 2006

Feller, C.; Stahl, B.: Qualitative Anforderungen an die Ingenieurausbildung und die künftigen Bachelor- und Masterstudiengänge, Studie der IMPULS-Stiftung 2005

McKinsey: Women matter, Oktober 2008

Kerst, C. Schramm, M.: Berufseinmündung und Erwerbstätigkeit in den Ingenieur- und Naturwissenschaften, Projektbericht 2009

Solga, H. / Pfahl, L.: Wer mehr Ingenieurinnen will, muss bessere Karrierechancen für Frauen in Technikberufen schaffen, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (Hrsg.), WZBrief Bildung 07/ April 2009

Stifterverband für die deutsche Wissenschaft: Schlüsselkompetenzen und Beschäftigungsfähigkeit. Konzepte für die Vermittlung überfachlicher Qualifikationen an Hochschulen, Essen 2004

VDE Verband der Elektrotechnik Elektronik Informations-technik e.V./ Autor: Dr. Frank Stefan Becker, Siemens AG München, Was heute von Ingenieuren verlangt wird, Oktober 2009

VDE Verband der Elektrotechnik Elektronik Informations-technik e.V.: VDE-Trendreport 2009 – Special zu Frauen in MINT-Berufen, November 2009

Wolfram, A./ Winker, G.: Technikhaltungen von Studienanfängerinnen und -anfängern in technischen Studiengängen. Auswertungsbericht der Erstsemesterbefragung an der TU HH im WS 03/04, TU Hamburg-Harburg 2005

Zentrum Frau in Beruf und Technik (Hrsg.): Susanne Hasslinger: „Gender & Design“, Castrop-Rauxel 2006

## IMPRESSUM

### Herausgeber

Ministerium für Gesundheit,  
Emanzipation, Pflege und Alter  
des Landes Nordrhein-Westfalen  
Referat Presse, Öffentlichkeitsarbeit  
Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf  
Telefon 02 11/ 86 18 - 50  
info@mgepa.nrw.de  
www.mgepa.nrw.de

### Ansprechpartnerin

Gabriele Gedatus-Cormann  
Referat Berufliche Bildung, Strukturpolitik  
Telefon 02 11/ 86 18 - 37 53  
gabriele.gedatus-cormann@mgepa.nrw.de

### Konzeption und Text des Projektberichts

Prof. Barbara Schwarze, Kompetenzzentrum  
Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V., Bielefeld  
Carola Ritterhoff, fairplay Projekt PR, Enger

### Interviews

Carola Ritterhoff, Enger  
Dr. Angelika Filius, Energie Impuls OWL, Bielefeld

### Redaktionelle Bearbeitung

Andrea Blome, Münster

### Gestaltung

elemente designagentur, Münster

### Bildquellen

Porträtfoto Barbara Steffens: © MGEPA / Torsten Stecher  
© panthermedia: S. 8, 9, 13, 16, 17, 21, 22, 28, 33, 36, 39, 43, 44  
© Ulrike Dammann: S. 22, 28, 46  
© Projektbericht des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. Bielefeld: S. 10, 18, 24, 30, 34, 38, 40, 47-51

### Druck

Druckerei und Verlag Peter Pomp GmbH, Bottrop

© 2011/MGEPA 078



Die Druckfassung kann bestellt werden:

- im Internet: [www.mgepa.nrw.de/publikationen](http://www.mgepa.nrw.de/publikationen)  
- telefonisch: **Nordrhein-Westfalen direkt**  
0 18 03/ 100 110\*  
\*9 Cent/Minute aus dem dt. Festnetz -  
Mobilfunk max. 0,42 €/Minute

Bitte die Veröffentlichungsnummer **078** angeben.

Der Projektbericht des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. Bielefeld steht als Download auf den Internetseiten des MGEPA – <http://www.mgepa.nrw.de/Emanzipation/frauen/index.php> – zur Verfügung.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen und -werbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Ministerium für Gesundheit,  
Emanzipation, Pflege und Alter  
des Landes Nordrhein-Westfalen

Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf  
Telefon 02 11/ 86 18 - 50  
[info@mgepa.nrw.de](mailto:info@mgepa.nrw.de)  
[www.mgepa.nrw.de](http://www.mgepa.nrw.de)

