

# MINTrelation

Mädchen, Frauen und Unternehmen  
gestalten Zukunftsberufe



## MINT-Berufen ein Gesicht geben

### Neue Wege in der Nachwuchsakquise

Ein Praxis- und Handlungsleitfaden  
für Führungskräfte, Personalverantwortliche und Betriebsräte



# Inhalt

1.	Vorwort	4
2.	MINTrelation stellt sich vor	5
3.	Ziel des Praxisleitfadens	8
4.	Ausgangslage und Handlungsbedarf	9
5.	MINT-Berufen ein Gesicht geben	12
5.1	Akquise-Situation in technischen Berufen	12
5.2	Was spricht Mädchen und junge Frauen an?	13
5.3	Wo suchen Mädchen und junge Frauen nach Informationen?	14
5.4	Weibliche Fachkräfte für die Nachwuchs-Akquise nutzen	16
5.5	Mit Betriebserkundungen potenzielle Bewerberinnen binden	17
5.6	Zusammenfassende Empfehlungen	18
6.	Betriebliche Rahmenbedingungen zur Förderung von Frauen und Mädchen in Technikberufen	22
6.1	Flexible Arbeitszeitmodelle	22
6.2	Familienorientierte Personalpolitik	23
6.3	Frauenfreundliches Image als Arbeitgeber und Förderung der Karrieren von Frauen	25
7.	Materialien	27
7.1	Leitfaden für Betriebsbesuche	28
7.2	Beispiel für die Gestaltung eines Praxistages	30
7.3	Beispiele für Nachwuchs-Akquisematerialien	33
7.4	Beispiele für Porträts weiblicher Fachkräfte	35
7.5	Formular zur Einholung von Bildrechten der Praktikantinnen	37
8.	Zum Projekt	38
8.1	Schlusswort	39
8.2	Die Projektträger	40
8.3	Impressum	41

# 1. Vorwort



Viele Unternehmen stehen heute in einem internationalen Wettbewerb. Ihr Erfolg beruht vor allem auf engagierten und talentierten Fachkräften. Eine statische, traditionelle Rollenzuteilung bei der Berufswahl können wir uns daher nicht länger leisten. Das ist eine Chance für Mädchen und Frauen, neue berufliche Wege auszuprobieren.

Mädchen und junge Frauen haben in der Schule vielfach sehr gute Noten in den mathematischen und naturwissenschaftlichen Fächern. Es ist nun unsere Aufgabe, sie dafür zu begeistern, attraktive Arbeitsplätze und gute berufliche Perspektiven in einem der vielen Berufe im MINT-Bereich zu ergreifen. Bislang sind diese Berufe klassisch männlich definiert. Doch die Zeiten verändern sich. Es wird nicht mehr ausschließlich Männern zugeschrieben, dass sie entwickeln, konstruieren und leiten, und Frauen, dass sie erziehen, kommunizieren, assistieren. Frauen werden selbstbewusster und ihre vielfältigen Talente werden gesucht.

Das Projekt MINTrelation ist ein gutes Beispiel dafür, wie Mädchen und junge Frauen praxisnahe Erfahrungen im Alltag verschiedener technischer Berufe machen können. Im Austausch mit den beteiligten Unternehmen und den weiblichen Fachkräften konnten die Schülerinnen Vorstellungen korrigieren, die sie bislang daran gehindert hatten, in einem MINT-Beruf tätig zu werden. Eine Win-Win-Situation: Die Schülerinnen lernten durch weibliche Vorbilder und ganz praktisch während der Betriebserkundungen und Übungen die Berufe in der Metall- und Elektroindustrie kennen. Die Mitarbeiterinnen in den Unternehmen konnten ihrerseits ihre Erfahrungen und Kompetenz weitergeben und sich als Fach- und Führungskräfte erleben. Auch die Unternehmen profitierten, denn sie bauten Kontakte zu potenziellen neuen Auszubildenden auf und konnten für sich werben.

Wir müssen Gelegenheiten schaffen, um Mädchen und Frauen neue Perspektiven aufzuzeigen und ihre vielfältigen Potenziale zu fördern. Mit dem Projekt MINTrelation haben wir einen wichtigen Schritt in diese Richtung unternommen.

Ich würde mich freuen, wenn der nun vorliegende Praxis- und Handlungsleitfaden dazu beiträgt, die Erfahrungen aus dem Projekt nachhaltig in die Strukturen von Ausbildung, Studium und auch der Unternehmen einzubetten.

**Barbara Steffens**

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

## 2. MINTrelation stellt sich vor

»Mintrelation ist der gelungene Versuch, jungen Frauen praxisnah die Welt der technischen Berufe zu erschließen und sie dabei über einen längeren Zeitraum kompetent zu begleiten. Dies wird dem prozesshaften Verlauf einer an den Fähigkeiten und Interessen orientierten Berufswahlentscheidung in besonderer Weise gerecht. Für die Betriebe war es eine Chance, weibliche Jugendliche und ihre Sicht im Betrieb näher kennen und verstehen zu lernen.«

Gabriele Hiltl,

Beauftragte für Chancengleichheit am  
Arbeitsmarkt, Agentur für Arbeit Bielefeld

Von Oktober 2010 bis März 2013 ermöglichten etwa 40 Botschafterinnen – Ingenieurinnen, Meisterinnen und weibliche Auszubildende – aus 20 Unternehmen mehr als 150 intensive Betriebserkundungen für über 60 Schülerinnen aus der Region OstWestfalenLippe.

Drei Ziele des Modellprojekts MINTrelation im Rahmen der Bundesinitiative zur Gleichstellung von Frauen in der Wirtschaft standen dabei im Vordergrund: Mädchen sollten für Berufe in Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik (MINT) begeistert, weibliche MINT-Fachkräfte in Unternehmen gestärkt und Unternehmen in ihrer Nachwuchssuche unterstützt werden. Mit gezielten Maßnahmen bauten die drei Kooperationspartner LizzyNet GmbH, OWL MASCHINENBAU und Arbeitgeberverband Gesamtmetall im Rahmen der Initiative THINK ING. eine Brücke zwischen Unternehmen der Metall- und Elektroindustrie und talentierten Schülerinnen, um Barrieren für Mädchen und Frauen in den MINT-Berufen zu verringern. Durch die Interaktion der drei Gruppen wurden neue Wege im Talentmanagement der Unternehmen beschritten.

Das Projekt richtete sich an Schülerinnen (13 bis 17 Jahre) in der Berufsorientierungsphase, an weibliche Fachkräfte (Botschafterinnen), an Unternehmensleitungen bzw. Personalabteilungen der Metall- und Elektroindustrie und an Politik und Öffentlichkeit.

Im Rahmen von Workshops und über eine betriebs- und schulübergreifende Online-Community traten die Botschafterinnen mit den Schülerinnen in Dialog und verabredeten Termine für mehrmalige Betriebserkundungen, in denen die Schülerinnen nicht nur das Unternehmen kennen lernten, sondern auch in praktischen Übungen erfuhren, wie Berufe in der Metall- und Elektroindustrie im Arbeitsalltag aussehen. Es wurde experimentiert, dokumentiert und fotografiert, um die Ergebnisse in neue Darstellungsformen für MINT-Berufe einfließen zu lassen, die auch Mädchen ansprechen.

Am Ende der Erkundungsphasen erarbeiteten die Botschafterinnen zusammen mit den Schülerinnen Vorschläge für innovative Materialien zur Nachwuchs-Akquise: Flyer, Postkarten, Radiobeiträge. Sogar Filme entstanden im Rahmen dieser Kooperation (Beispiel: [www.lizzynet.de/wwws/bau-an-deiner-zukunft.php](http://www.lizzynet.de/wwws/bau-an-deiner-zukunft.php)). Unterstützt wurden sie dabei von einer professionellen Filmemacherin, einer Radioproduzentin und von angehenden Gestaltungstechnischen Assistent/innen des Berufskollegs Senne.



### Ergebnisse

#### Öffentlichkeit für MINT-Berufe:

MINT-Berufen wurde ein (weibliches) Gesicht gegeben, das nicht nur Schülerinnen unbefangener an diese Berufe herangehen lässt, sondern auch in der Öffentlichkeit wahrgenommen wurde. Es entstanden viele Ideen, wie Unternehmen Technik-Nachwuchsgendergerecht anwerben und langfristig begeistern können. Zahlreiche Presseartikel erschienen und auch Fernsehsender berichteten mehrmals über das Projekt; besonderes Interesse hatten sie an den weiblichen Fachkräften in den Unternehmen, weil Berichte über Frauen in technischen Berufen nach wie vor selten sind.

### Netzwerk für Fachkräfte:

Es entstand ein Netzwerk von weiblichen Fachkräften in den Unternehmen, die als Botschafterinnen das Projekt engagiert begleiteten und maßgeblich an der Umsetzung im Unternehmen beteiligt waren. Sie wurden in ihrer Rolle im Betrieb gestärkt, ein regelmäßiges Coaching-Angebot zeigte ihnen Aufstiegs- und Karrierechancen auf. Für die Schülerinnen wurden sie zu einem wichtigen Role-Model; in der Öffentlichkeit trugen sie durch Online-Porträts und Interviews zu einer breiten Bekanntmachung ihrer Berufe bei.

### Kontakte zum Nachwuchs:

Die Unternehmen erhielten im Rahmen des Projekts frühzeitig Kontakt zu potenziellen neuen Fachkräften und Auszubildenden. Darüber hinaus zeigten sie sich während des Projekts bereit, sich für die Themen Chancengleichheit und geschlechtersensible Arbeitsplatzgestaltung zu öffnen. Einige nahmen das Angebot wahr, eine Stärken- und Schwächenanalyse zum Thema »Mädchen und Frauen in MINT-Berufen« durchzuführen.

Die neu geknüpften Beziehungen zwischen den Unternehmen, den Botschafterinnen und den potenziellen Nachwuchskräften haben allen Beteiligten spannende Einblicke und Erkenntnisse verschafft, die nachhaltig wirken.

### Fachliche Begleitung:

Als Schirmherrin konnte Barbara Steffens, NRW-Ministerin für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter gewonnen werden. Das Projekt wurde von einem Expert/Innenrat begleitet, der sich aus Vertreterinnen und Vertretern der Bereiche Forschung, Schule, Ausbildung, Medien, Wirtschaft, Verbände und der Bundesagentur für Arbeit zusammensetzte.

### Nachhaltigkeit:

Die Ergebnisse werden auch nach Ablauf der Projektlaufzeit in Form von Handlungs- und Praxisleitfäden für die bundesweite Nutzung bereitgestellt und auf der Webseite [www.mintrelation.de](http://www.mintrelation.de) sowie durch die Unternehmen und Botschafterinnen in die Öffentlichkeit getragen.

»Es freut und motiviert mich zu sehen, wie die Mädchen (durch MINTrelation) mit einem gestärkten Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen nach den individuellen Praxiserprobungen in den Betrieben ihre Berufswahl angehen und dabei keine Scheu mehr vor technischen Berufen haben. Die teilnehmenden Betriebe haben ihre Chance genutzt, sie haben Erfahrungen sammeln können, wie sie sich besser auf die attraktive Zielgruppe der jungen Frauen einstellen.«

Alexandra Kramme

Passgenaue Vermittlung Auszubildender

Abteilung Berufsbildung

Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe

zu Bielefeld



### Partner

MINTrelation wurde als Referenzprojekt für die Region OstWestfalenLippe (OWL) durch die Mädchen-Community LizzyNet, das Innovationsnetzwerk OWL MASCHINENBAU und den Arbeitgeberverband Gesamtmetall im Rahmen der Initiative THINK ING. aufgebaut und unterstützt.



### Förderung

Das Projekt fand im Rahmen der Bundesinitiative »Gleichstellung von Frauen in der Wirtschaft« statt. Dieses Programm wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) gemeinsam mit der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und dem Deutschen Gewerkschaftsbund (DGB) entwickelt und aus Mitteln des BMAS sowie des Europäischen Sozialfonds finanziert.

→ Mitglieder des Expert/innenrates

Jessica Brummernhenrich (Klaus Brummernhenrich GmbH)  
Wolfgang Gollub (Arbeitgeberverband Gesamtmetall)  
Gabriele Hiltl (Bundesagentur für Arbeit Bielefeld)  
Silvia Kegel (Deutscher Ingenieurinnenbund)  
Alexandra Kramme (Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe)  
Sabine Mellies (Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit)  
Imke Rademacher (OWL Maschinenbau)  
Jens Schmidt (Industrie und Handelskammer Ostwestfalen-Lippe)  
Prof. Eva Schwenzfeier-Hellkamp (Fachhochschule Bielefeld, VDI)  
Josefine Sindermann (Gymnasium am Waldhof)  
Nicole Vegelahn (Hora Holter Regelarmaturen GmbH)

→ Am Projekt haben folgende Firmen teilgenommen:

ABB Automation Products, Minden  
Benteler Steel/Tube, Paderborn  
BISONtec GmbH, Bielefeld  
BSS Metallbau – Schiffsausbau GmbH & Co.KG, Lemgo  
CLAAS Selbstfahrende Erntemaschinen GmbH, Harsewinkel  
DMW Schwarze GmbH Co. Industrietore KG, Bielefeld  
Dresser-Rand GmbH, Bielefeld  
ELHA MASCHINENBAU Liemke KG, Hövelhof  
Emil Kemper GmbH, Rietberg-Neuenkirchen  
Euscher, Bielefeld  
GILDEMEISTER Drehmaschinen GmbH, Bielefeld  
Gundlach Verpackung GmbH, Oerlinghausen  
HORA GmbH, Schloß Holte-Stukenbrock  
Miele, Gütersloh  
MIT Moderne IndustrieTechnik GmbH, Vlotho-Exter  
Paul Hettich GmbH & Co. KG, Kirchlengern  
PHOENIX CONTACT GmbH & Co. KG, Blomberg  
Ruberg-Mischtechnik GmbH & Co. KG (amixon), Paderborn  
sc electronics, Herford  
SIEMENS AG, Bielefeld  
Weidmüller Interface GmbH & Co. KG, Detmold

### 3. Ziel des Praxisleitfadens

Dieser Praxisleitfaden richtet sich insbesondere an Führungskräfte und Personalverantwortliche in technischen Unternehmen, die nach neuen Wegen suchen, ihre Nachwuchsakquise stärker auf Mädchen und junge Frauen auszurichten. Er nennt Rahmenbedingungen und bietet Lösungsvorschläge, um geschlechtsspezifische Bedingungen und Erfordernisse stärker als bisher in der Unternehmenskultur zu berücksichtigen. In den Praxisleitfaden flossen wichtige Erkenntnisse aus gezielten Befragungen von Schülerinnen und weiblichen Fachkräften in Maschinenbau-Unternehmen ein.

Die Handlungsempfehlungen sollen Unternehmen dabei unterstützen, insbesondere für zukünftige Arbeitnehmerinnen ein attraktives Image der Unternehmen zu schaffen. Die Betriebe werden so für Frauen interessante Arbeitgeber und werden als solche auch in der Öffentlichkeit wahrgenommen.

Employer Branding, die sogenannte Arbeitgebermarkenbildung, wird von großen Unternehmen bereits als ein wichtiges Element gegen den Mangel an Fach- und Führungskräften eingesetzt. In diesem Projekt haben auch KMU eigene Akzente erarbeitet, um stereotype Vorstellungen über MINT-Berufe nicht nur bei jungen Frauen abzubauen, sondern bei Jugendlichen beider Geschlechter. Die in den Betrieben aufgebaute Genderkompetenz umfasste darüber hinaus auch Strategien zur Entwicklung von Gleichstellung und Chancengleichheit im Betrieb.



*»Dadurch, dass wir uns überlegen, wie man Technik-Berufe ansprechender für Mädchen darstellen kann, werden diese Berufe auch für einen selbst reizvoller und interessanter.«*

Schülerin

## 4. Ausgangslage und Handlungsbedarf

Aufgrund des strukturellen und demografischen Wandels ist vor allem der Mangel an weiblichen Fach- und Nachwuchskräften in den Bereichen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) eklatant. Die Gründe dafür sind vielfältig. Eine Ebene betrifft die Berufswahlorientierung von Schülerinnen – obwohl junge Frauen über bessere Schulabschlüsse verfügen, entscheiden sie sich überproportional häufig für »typisch weibliche« Berufsfelder: Mehr als die Hälfte aller jungen Frauen in Deutschland verteilen sich auf nur zehn von fast 400 möglichen dualen Ausbildungsberufen (vgl. BIBB). Selbst von den Mädchen und jungen Frauen, die sehr gute Schulnoten in den MINT-Fächern aufweisen, ergreifen weniger als 50 % einen Beruf im MINT-Bereich.<sup>1</sup> Dabei bieten gerade diese Berufe besonders gute Zukunftsperspektiven und werden besser bezahlt. In Sachen Berufsorientierung setzen die Schülerinnen auf ihre Eltern, ihre eigenen Erfahrungen sowie auf Berufsinformationen aus dem Internet.<sup>2</sup>

<sup>1/2</sup> Quelle: Nachwuchsbarometer  
Technikwissenschaften 2009

Ein weiterer Grund liegt im Image von Technikberufen: Junge Frauen haben häufig eine einseitige Vorstellung vom Berufsbild im Bereich Technik, sie verknüpfen es mit schwerer körperlicher Arbeit und wenig kommunikativen und kreativen Anteilen. Allein das Interesse an Technik und Naturwissenschaften reicht nicht aus, um sich für einen MINT-Beruf zu entscheiden.

Nur wenige Frauen überwinden diese erste Hürde. So liegt der Frauenanteil in den Ingenieurwissenschaften in Deutschland mit 11 % im internationalen Vergleich noch auf sehr niedrigem Niveau (vgl. Schweden 25 %; Verein Deutscher Ingenieure »Ingenieurinnen bleiben Mangelware« 11.9.2009). Eine weitere Hürde für Frauen in technischen Berufen bildet der Berufseinstieg: Sie sind stärker von Sucharbeitslosigkeit betroffen, können häufiger nur in befristete und zumeist schlechter bezahlte Jobs einsteigen. 22 % der Absolventen in den Ingenieurwissenschaften sind Frauen, aber nur 11 % der beschäftigten Ingenieure.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Quelle: Heike Solga, Lisa Pfahl:  
Doing Gender im technisch-  
naturwissenschaftlichen Bereich,  
Wissenschaftszentrum Berlin für  
Sozialforschung 2009 und »Berufe im  
Spiegel der Statistik« des Instituts für  
Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der  
Bundesagentur für Arbeit

Sind sie im Beruf angekommen, so ergeben sich weitere Hürden im Berufsumfeld. Laut einer VDI-Umfrage von 2009 unter 500 Ingenieurinnen sehen sie für sich Barrieren durch mangelnde Aufstiegschancen und fehlende Möglichkeiten, Beruf und Familie zu vereinbaren. Nur 7 % sind der Meinung, dass sich Beruf und Familie gut in Einklang bringen lassen. Ursachen für die Ungleichstellung von Frauen gegenüber Männern sind nicht die fehlenden Leistungen in MINT-Fächern, sondern Arbeitslosigkeit nach Erwerbsunterbrechungen durch die Familienphase sowie Wiedereinstiegsprobleme in beruflich adäquate Positionen. Teilzeitarbeit kommt in den sogenannten MINT-Berufen so gut wie gar nicht vor, hier werden lange Anwesenheitszeiten und ständige Einsatzbereitschaft erwartet. Aus diesem Grund werden Männer Frauen gegenüber eher bevorzugt, und junge Frauen mit Familiengründungsabsichten tendieren dazu, in andere Berufe zu wechseln.

Aus der beschriebenen Ausgangssituation ergibt sich folgender Handlungsbedarf:

1. Das »Image« von MINT-Berufen muss grundlegend modifiziert werden. Potenziellen weiblichen Nachwuchskräften mit naturwissenschaftlicher und technischer Neigung müssen MINT-Berufe »schmackhafter« gemacht werden als dies bisher geschieht. Hierzu gehört eine Analyse und Auseinandersetzung mit Vorurteilen, Bedürfnissen und Gründen, die junge Frauen in ihrer Berufsentscheidung hemmen. Hier sind die kreativen Potenziale von Mädchen und jungen Frauen zu nutzen, um »weibliche« Aspekte stärker in die Außendarstellung von MINT-Berufen einfließen zu lassen und gemeinsam mit den Schülerinnen an einer neuen Begrifflichkeit zu arbeiten. Viele Mädchen (und übrigens auch die Eltern) schrecken vor allzu technischen Vokabeln in Berufsbezeichnungen zurück – obwohl sie sich für die dahinterliegenden Tätigkeiten sehr interessieren würden.
2. Weibliche Fachkräfte müssen in ihrer Rolle im Betrieb gestärkt werden, indem ihnen Aufstiegs- und Karrierechancen aufgezeigt und eröffnet werden und das Betriebsumfeld frauen- und familienfreundlicher gestaltet wird.
3. Die Betriebe können durch eine Verbesserung der Kommunikation mit weiblichen Angestellten und potenziellen Nachwuchskräften ein Bewusstsein für die Einstiegs- und Karrierehürden von (jungen) Frauen entwickeln und die betrieblichen Strukturen unter diesem Blickwinkel neu gestalten.
4. Öffentlichkeit und Politik müssen für das Thema Chancengleichheit in der Wirtschaft sensibilisiert werden. Durch das Aufzeigen von Lösungswegen (z.B. anhand modellhafter Projekte) sollten Möglichkeiten zur Optimierung von Arbeitsbedingungen für Frauen im öffentlichen Bewusstsein stärker etabliert werden. Die Politik muss zudem Anreize schaffen, dass Chancengleichheit und eine geschlechtersensible Arbeitsplatzgestaltung auch umgesetzt werden.
5. Das Selbstbewusstsein der jungen Frauen muss gestärkt werden, denn viele trauen sich nicht zu, dem Druck der überwiegend männlich geprägten Berufswelt Stand zu halten.



*» Technikberufe werden leider oft zu schlicht oder monoton dargestellt. Deswegen wissen viele gar nicht so genau, was man in diesen Berufen macht; da hilft nur eins: Ausprobieren! Und das konnten wir in den Unternehmen bei MINT-relation. «*

Schülerin

# Praxis- und Handlungsleitfaden

## 5. MINT-Berufen ein Gesicht geben

### 5.1 Akquise-Situation in technischen Berufen

Die bisherigen Maßnahmen zur Gewinnung von mehr jungen Frauen für naturwissenschaftlich-technische Studienfächer, die von der Bundesregierung und der Wirtschaft initiiert wurden, haben bereits eine Steigerung der Studienanfängerinnenzahlen in den letzten fünf Jahren bei den ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen in Deutschland bewirkt (z. B. Elektrotechnik von 5 % auf 8 %, Maschinenbau von 12 % auf 17 %). Dennoch ist das Interesse an diesen Fächern bei jungen Frauen weiterhin zu gering ausgeprägt. Nach einer HIS-ZEW-Untersuchung könnten allein jährlich ca. 10.000 junge Frauen, die prinzipiell schon technisch interessiert sind, zusätzlich für diese Studiengänge gewonnen werden.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Quelle: Kurz-Information HIS, A2/2006

»Bestimmungsgründe für die Wahl von ingenieur- und naturwissenschaftlichen Studiengängen«

Aber auch die Zahlen für Bewerberinnen und Bewerber auf ausgeschriebene Lehrstellen gehen aufgrund der demografischen Entwicklung deutlich zurück. Hinzu kommt, dass immer noch gerade einmal 7 % der Auszubildenden in den technischen M+E-Berufen junge Frauen sind.

Gründe für die geringe Popularität technischer Berufe bei Mädchen sind zum einen mangelnde Berufsorientierung für MINT-Berufe in Schulen, aber auch folgende Faktoren:

- Technikberufe sind vor allem bei weiblichen Jugendlichen zu wenig bekannt, daran ändert auch ein GIRLS'DAY – Mädchen-Zukunftstag nur sehr langsam etwas.
- Viele Berufsbezeichnungen in Technik und Wissenschaft sagen kaum etwas aus über die Tätigkeit an sich und mögliche Einsatzgebiete.
- Bisherige Ausschreibungen für Ausbildungsstellen in Unternehmen sind zu »trocken«: sie verwenden eine zu komplizierte Sprache, die häufig nur von bereits technisch ausgebildetem Personal verstanden wird, und das Bildmaterial zeigt oftmals nur Männer und Maschinen. Diese Darstellung bietet nur eine geringe Identifikationsmöglichkeit für Mädchen.
- Gerade kleine und mittlere Unternehmen verfügen oftmals nicht über jugendgerechte Materialien, die auf Messen oder bei Schulveranstaltungen ausgelegt werden können (Flyer, Postkarten etc.). Auch die Online-Darstellung der angebotenen Ausbildungsmöglichkeiten in den Betrieben beschränkt sich meist nur auf das abgedruckte Stellenangebot, ohne Bildmaterial oder andere mediale Formen wie z.B. Filme oder Audiobeiträge.
- Stellen- und Ausbildungsangebote richten sich zwar verbal an beide Geschlechter, aber selten werden frauen- und familienfreundliche Arbeitsbedingungen (flexible Arbeitsmodelle, Work-Life-Balance Angebote, Mentoring-Programme) explizit genannt.
- Die Sichtbarkeit der Berufsbilder fehlt: Kaum jemand weiß, was sich »hinter den Werkstoren« verbirgt, was dort hergestellt wird und wer die Menschen sind, die dort arbeiten.
- Technische Themen und Technikberufe tauchen selten in den allgemeinen Medien oder in Unterhaltungssendungen auf.

- Frauen in Technikberufen werden sogar noch seltener in Medien und Firmenbroschüren abgebildet, und wenn doch, dann werden Fotos von Models verwendet, die von den Jugendlichen als wenig glaubwürdig und authentisch bewertet werden.



»Für mich war es bei dem Projekt sehr wichtig, andere Mädchen mit ähnlichen Interessen kennen zu lernen, denn Technikinteresse ist schon etwas Besonderes für Mädchen!«

Schülerin

## 5.2 Was spricht Mädchen und junge Frauen an?

Die Erwartungen der Zielgruppen, die ein Arbeitgeber oder ein Ausbildungsunternehmen erreichen möchte, sind wichtig für die Strategie zur Kommunikation der Arbeitgebermarke. Natürlich unterliegen die Vorlieben von Bewerber/innen und Attraktivitätsmerkmale von Unternehmen großen Schwankungen, dennoch sollten sich Betriebe mit den Herausforderungen des Employer Branding beschäftigen, da es im Wettbewerb bei der Nachwuchssuche immer bedeutender wird.

Um herauszufinden, wie Akquisematerialien aufbereitet sein müssten, um die Aufmerksamkeit von Schülerinnen zu gewinnen, befragte das MINTrelation-Team in einem Workshop die am Projekt beteiligten Schülerinnen.

### → Wie sollten Design und Sprache von Flyern und Webseiten aussehen?

Die Antworten der Schülerinnen:

- » Ein Flyer oder ähnliches Material sollte in jugendgerechter Sprache verfasst sein, aber authentisch, nicht anbiedernd. «
- » Ein Flyer sollte handlich und auffällig sein, seine Farben sollten bunt sein (Signalwirkung!). «
- » Kurze, knackige Texte sind besser als lange trockene Sätze. «
- » Es sollte eine Internetadresse angegeben sein, damit man sich genauer informieren kann. «
- » Die Bilder sollten den Arbeitsplatz darstellen und Jugendliche, die dort tätig sind. «

### → Wie sollten die Informationen zum Beruf und zur Ausbildung aussehen?

Die Antworten der Schülerinnen:

- » *Die Voraussetzungen für die Ausbildung sollten am Anfang genannt werden.* «
- » *Der Name des Ausbildungsberufs sollte mit Informationen zum Beruf verknüpft sein.* «
- » *Es sollte genannt werden, in welchem Bereich der Firma man eingesetzt wird.* «

### → Wie sollten die Informationen zum Unternehmen aussehen?

Die Antworten der Schülerinnen:

- » *Wenn es spezielle frauen- und familienfreundliche Angebote im Unternehmen gibt, sollten diese herausgestellt werden.* «
- » *Was bietet der Betrieb zusätzlich zu einem Arbeitsplatz und guter Bezahlung?* «
- » *Wenn die Bezahlung 'gut' ist, sollte diese in die Information einfließen.* «
- » *Interviews mit Mitarbeiter/innen und Auszubildenden helfen, das Berufsbild zu begreifen.* «

## 5.3 Wo suchen Mädchen und junge Frauen nach Informationen?

Der bunteste Flyer, die kreativste Webseite nützen wenig, wenn die Zielgruppen nicht erreicht werden. Neben den regelmäßig stattfindenden Jobbörsen gibt es viele weitere Orte und Gelegenheiten, wo Jugendliche auf den zukünftigen Beruf aufmerksam gemacht werden können, denn Berufsfindung ist ein lange währender Prozess, der den gesamten Alltag von Schüler/innen durchzieht. In einem Workshop mit den am Projekt MINTrelation beteiligten Schülerinnen erfragten wir, an welchen Orten und bei welchen Gelegenheiten sie nach Berufsinformationen suchen.

### → Angebote der Agentur für Arbeit

Die Antworten der Schülerinnen:

- » *Berufsinformationszentren (BIZ)* «
- » *Planet Beruf – ein Internetangebot der Agentur für Arbeit* «
- » *Beruf aktuell – ein Berufe-Lexikon der Agentur für Arbeit* «

### → Schule

Die Antworten der Schülerinnen:

- » *Berufsberater in der Schule und Lehrer/innen* «
- » *Schulpartnerschaften* «
- » *Workshops zur Berufsorientierung (Schule)* «
- » *Berufsinteressenstests* «
- » *Kompetenzcheck Ausbildung NRW – Instrument im Prozess schulischer Berufswahlorientierung* «

## → Veranstaltungen

Die Antworten der Schülerinnen:

- » *Berufemessen* «
- » *Berufsparcours mit Firmen* «
- » *Tag der offenen Tür in Unternehmen* «
- » *Freiwilliges Berufspraktikum* «
- » *Potenzial-Assessment-Verfahren* «

## → Internet

Die Antworten der Schülerinnen:

- » *Suchmaschinen und Berufeseiten im Internet* «

## → Sonstige Medien

Die Antworten der Schülerinnen:

- » *Stellenangebote* «
- » *Zeitschriften, Tageszeitungen, Jugendzeitschriften etc.* «
- » *Fernsehen* «
- » *Broschüren* «

Ergänzend dazu sammelten sie Vorschläge, wo die Unternehmen Werbung für ihre Ausbildungsplätze machen könnten:

- In Supermärkten (z.B. auf Verpackungen)
- In Jugendzentren
- Auf Hausaufgabenheften
- Technikbus mit Experimenten
- Im Radio
- Auf Plakatwänden in Innenstädten
- Bei Facebook(-Gruppen) z.B. von Unternehmenszusammenschlüssen



» Als Botschafterinnen stehen wir den Schülerinnen bei Fragen mit Rat und Tat zur Seite. Dabei sprechen wir besonders die Sorgen an, die uns selbst als junge Frauen vor der Berufswahl bewegt haben. Wir schildern unsere Erfahrungen im Alltag, um den doch oft allzu großen Respekt vor den Naturwissenschaften und 'der Männerberufswelt' zu nehmen. «

Botschafterin

#### 5.4 Weibliche Fachkräfte für die Nachwuchs-Akquise nutzen

Ein außerordentlich wichtiges und wirksames Instrument, Schülerinnen für MINT-Berufe zu begeistern, sind Role Models, weibliche Vorbilder, die ihnen im direkten Kontakt und mit zielgruppengerechter Ansprache technische Berufe näher bringen können. Sowohl weibliche Auszubildende als auch erfahrene Ingenieurinnen können Mädchen viel besser ermutigen, sich für einen technischen Beruf zu entscheiden, weil sie mit ihnen auch über wichtige Fragen wie zum Beispiel Familienvereinbarkeit oder den »Exotinnenstatus« reden können. Eine Studie des SORA (Institute for Social Research and Consulting), ein privates sozialwissenschaftliches Institut in Wien, suchte 2012 im Auftrag des Öl- und Gasunternehmens OMV Aktiengesellschaft in der vorhandenen Forschung nach Bedingungen, unter denen sich Mädchen und junge Frauen für technische Karrieren entscheiden. Darüber hinaus führten die Forscher/innen auch Tiefeninterviews mit 12 jungen Frauen in technischen Berufen durch. Darin erzählten sie, welche entscheidenden Faktoren, Erlebnisse und Begegnungen dazu geführt haben, eine technische Laufbahn zu wählen.

Das Fazit der Studie: Role Models für junge Frauen müssen »erreichbar« sein. Superfrauen in Wissenschaft und Technik schrecken eher ab. Frauen »wie du und ich« müssen sichtbar werden und zeigen, dass die Lebensentwürfe von jungen Frauen mit technischen Berufen vereinbar sind.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Exemplarische Studienergebnisse unter [www.technikqueen.at/frauen-technik/](http://www.technikqueen.at/frauen-technik/)

Um weibliche Fachkräfte in der Metall- und Elektroindustrie sichtbar zu machen, ist es wichtig, sie in die Öffentlichkeit zu bringen: Im MINTrelation-Online-Portal finden sich Porträts der Botschafterinnen, die durch einen ansprechenden Text sich selbst und ihren Beruf den zukünftigen Schülerinnen vorstellen ([www.lizzynet.de/wws/30737700.php](http://www.lizzynet.de/wws/30737700.php)). Versehen mit authentischen Bildern machen die Botschafterinnen so auf sich, ihre Freude am Beruf und ihr Unternehmen aufmerksam.

Auch bei den Betriebserkundungen im Rahmen von MINTrelation waren sie die Hauptakteurinnen und trugen maßgeblich zum Erfolg des Projekts bei. Sie waren für Mädchen »anfassbare« Identifikations-Modelle und konnten ihre Berufe allgemeinverständlich

»Am wichtigsten war mir, den Mädchen zu zeigen, dass so ein 'Männerberuf' nicht nur laute Maschinen und schmutzige Finger mit sich bringt. Die meisten Mädchen wissen ja gar nicht, was sich hinter den Berufen der Zerspanungs- oder Werkzeugmechanikerin versteckt. Und trauen sich auch nicht einfach mal da rein zu schnuppern.«

Botschafterin Sina Frings,  
Zerspanungsmechanikerin bei Weidmüller

erklären. Über das Fachwissen hinaus können Role-Models die Freude und die Herausforderungen eines technischen Berufs vermitteln, beide sind wichtige Berufswahlkriterien – nicht nur – aber besonders für Mädchen!

Nutzen Sie die kommunikativen Fähigkeiten Ihrer weiblichen Mitarbeiter für die Akquise von Nachwuchskräften. Stellen Sie sie auf Ihren Akquisematerialien vor, z.B. mit Fotos am Arbeitsplatz und mit Interviews. Fragen Sie Ihre weiblichen Fachkräfte – die meisten von ihnen geben gerne ihr Wissen und ihre Erfahrungen an andere Mädchen und junge Frauen weiter und begleiten sie in ihrer Berufsorientierung. Unterstützen Sie Ihre Mitarbeiterinnen dabei, in dem Sie sie für diese Aufgabe freistellen und mit ihnen zum Beispiel die Betriebserkundungen planen und sie auf Ausbildungsmessen Standgespräche mit Jugendlichen führen lassen.

## 5.5 Mit Betriebserkundungen potenzielle Bewerberinnen binden

Betriebsbesichtigungen werden bereits von vielen Unternehmen eingesetzt, um das Berufswahlspektrum von Schülerinnen zu erweitern. Wenn diese Begegnungen gut durchdacht und vorbereitet werden, können hier wichtige Erfahrungen und konkrete Vorstellungen von MINT-Berufen vermittelt und Mädchen für eine Ausbildung im Unternehmen gewonnen werden. Gleichzeitig werden die Schülerinnen durch ihre Erfahrungen zu Multiplikatorinnen in ihrem Umfeld.



### Folgende Vorgehensweisen haben sich bei Betriebserkundungen bewährt:<sup>6</sup>

- Kurze abwechslungsreiche Präsentationen (ggf. Kurzvideos) über das Unternehmen bzw. über Arbeitsabläufe zeigen; dabei aber zu ausführliche »Daten und Fakten« des Unternehmens zum Einstieg vermeiden!
- Nach Möglichkeit weibliche Fachkräfte und Auszubildende bei der Betriebserkundung einsetzen (Vorbildfunktion und Abbau von Hemmungen).
- Arbeitsplätze und verschiedene Berufe im Unternehmen (mit Anschauungsmaterialien) vorstellen. Erklären, wozu ein Produkt dient. Wichtig: immer so verständlich und einfach wie möglich ausdrücken, kein Fachvokabular benutzen; eher visuell zeigen als verbal erklären!
- Bei einem Rundgang das Unternehmen, d.h. Arbeitsabläufe und Arbeitsutensilien näher kennenlernen: Vorstellung von Teilbereichen wie z.B. Produktion oder Montage, Rallye durch das Unternehmen oder Quiz mit Fragen, Grundkenntnisse der jeweiligen Branche vermitteln.
- Im Schulungsraum Modelle zeigen und daran die Arbeitsabläufe verdeutlichen. Wichtig: Prozesskette beachten.
- Zu starke körperliche Anstrengung vermeiden oder monotone Tätigkeiten vermeiden!
- Gespräche bzw. Interviews zwischen Kolleginnen und Kollegen, Auszubildenden und den Schülerinnen ermöglichen.
- **Praktische Aufgaben zur Verfügung stellen**, d.h. dass sie selbst etwas herstellen und etwas »Selbstgemachtes« mit nach Hause nehmen können, zum Beispiel löten, verdrahten, Kerzenständer oder Stiftehalter schweißen, etwas zusammenschrauben, Namensschilder herstellen.

<sup>6</sup>Ausführlichere Informationen finden Sie im Anhang : Leitfaden zur Planung der Betriebsbesichtigungen

- Praktische Erprobung relevanter Software, die im Unternehmen eingesetzt wird.
- Wenn die Chance besteht, Bewerbungstraining für Schülerinnen ermöglichen.
- **Tipp:** In der Ausbildungsabteilung nachfragen, welche praktischen Übungen es für Auszubildende gibt, die mit der Ausbildung anfangen.
- Informationen über Ausbildungsmöglichkeiten und Praktika im Unternehmen bereitstellen.
- Gemeinsamer Abschluss, zum Beispiel Fragerunde: Wie hat euch der Tag gefallen? Was hat euch am meisten Spaß gemacht? Seid ihr interessiert an einem Praktikum? etc.

## 5.6 Zusammenfassende Empfehlungen



### Vorbereitungen in der Firma

»Meine Freundinnen und ich kommen jeden Tag an dieser Firma vorbei und wir hätten immer so gerne gewusst, was dort hinter den Mauern passiert. Jetzt nach meinem Besuch weiß ich es, aber es wäre doch schön, wenn die Firma das nach außen darstellt – auch dass man dort ein Praktikum machen darf.«

Schülerin nach einer Betriebskundung

---

<sup>7</sup> Beispiele für Praxistage und Anleitungen für praktische Übungen finden Sie im Anhang

#### Nachwuchsakquise

Gibt es bereits ein Team, das sich um die Nachwuchsakquise kümmert, bestehend aus Personalabteilung, Marketingabteilung, Azubis und weiblichen Fachkräften?

#### Fachkräfte als Botschafterinnen

Welche Ihrer weiblichen Fachkräfte eignet sich als „Botschafterin“ für die Berufe und könnte Schülerinnen durch das Unternehmen führen und sie an ihrem Arbeitsalltag teilnehmen lassen?

#### Praktika und Betriebsbesichtigungen ...

mit Schülerinnen sind erfolgreicher, wenn die Mädchen etwas herstellen, das sie anschließend mitnehmen können (z. B. Stiftehalter, Flaschenöffner oder Spiele aus Metall, Lightning-Box aus Kunststoff etc.). Das Zeigen des selbst hergestellten Gegenstands im Freundeskreis hat einen großen Multiplikator-Effekt!<sup>7</sup>

#### Arbeitskleidung

Gibt es in Ihrem Unternehmen Arbeitskleidung und -schuhe für weibliche Fachkräfte in passenden Größen? Selbst wenn derzeit keine Frauen beschäftigt sind, diese Aufmerksamkeit wird beim nächsten Betriebspraktikum oder GIRLS'DAY positiv bemerkt werden.

#### Außendarstellung

Können Sie auch außerhalb der Firma sichtbar machen, dass Sie Praktika anbieten? Geeignet sind Schilder oder Schaukästen am Eingang, wenn das Unternehmen an einer öffentlichen Straße liegt.



### Flyer, Postkarten, Aufsteller - Texte und Bilder

#### Auffallen mit Akquise-Material

Ist Ihr Nachwuchs-Akquise-Material (Flyer, Postkarten, Aufsteller, Webseite) lebendig und zielgruppengerecht gestaltet? Z.B. bunt, mit vielen Fotos oder eventuell Comics, mit Witz und Charme. Originalität ist hier wichtiger als Corporate Design! So fallen Sie den Schülerinnen zunächst einmal auf!<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Beispiele, wie Mädchen sich dieses Material vorstellen, finden sich im Anhang (Imageprodukte)

### Geschlechter getrennt ansprechen

Ziehen Sie in Erwägung, für Jungen und Mädchen getrennte Materialien zu erstellen? Mädchen mögen es in der Regel bunter und »menschlicher«, d.h. mit vielen Fotos von weiblichen Mitarbeitern. Wenn Sie Material erstellen, das beide Geschlechter anspricht, ist darauf zu achten, dass sich auch Mädchen explizit angesprochen fühlen (z.B. »Wir suchen eine Industriemechanikerin oder einen Industriemechaniker«), mit einer solchen dezidierten Ansprache machen Sie deutlich, dass Sie es ernst meinen mit der Akquise von Mädchen und nicht nur formal die weibliche Form »/in« anhängen.

### Dynamik statt Statik

Ist es möglich, »maschinenlastige« Bildsprache durch lebendigere Bilder zu ersetzen? Sie können Menschen beim Bedienen der Maschine zeigen und das, was dabei herauskommt. Die Identifikation mit dem Produkt, das Ihre Mitarbeiter/innen herstellen ist das größte Zugpferd in der Nachwuchsakquise!

### Authentische Bilder

Bei der Auswahl des Bildmaterials brauchen Sie keine Models; stellen Sie Ihre Mitarbeiter/innen bei Tätigkeiten am Arbeitsplatz vor. Das wirkt authentischer und kommt bei Jugendlichen besser an.

### Authentische Berichte

Stellen Sie Ihre weiblichen Fachkräfte in den Mittelpunkt und lassen Sie sie zum Beispiel in einem Interview über ihren Beruf erzählen.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Beispiele Botschafterinnen-Portraits

Anhang



Entwurf eines Akquiseflyers für Miele von Schülerinnen.

### Alltagsbezug

Wenn Sie bildlich und textlich einen Bezug herstellen zwischen Ihrer Firma, ihren Produkten und dem Alltag der Menschen (siehe Flyer links), erreichen Sie eher den Nachwuchs als mit dem branchenspezifischen Vokabular, das Sie für Ihre Kunden verwenden.

Ein gutes Text-Beispiel aus dem Botschafterinnen-Porträt von Verena Haffert, die anschaulich erklärt, was hinter dem Begriff »Prozesskette der Bäckereitechnik« steckt:

»*Mein Ausbildungsbetrieb ist die Emil Kemper GmbH aus Rietberg – Neuenkirchen. Wir sind Hersteller von Maschinen für Anlagen, die Brötchen, Donuts und Berliner herstellen. Wir produzieren auch Knetmaschinen zum Kneten von Teig (fast so wie der Handmixer bei euch zu Hause, nur in ETWAS größer). Das alles sind Maschinen, die die alltäglichen Aufgaben eines Bäckers erleichtern oder sogar abnehmen.*«

Oder die Darstellung zum Thema »Regelarmaturen« der Botschafterin Heike Boekhaus von HORA:

»*Regelarmaturen? So richtig kann ich diesen Begriff auch erst einordnen seit ich bei HORA arbeite. Regelarmaturen sind z.B. wichtig, um in Kraftwerken die zur Stromerzeugung notwendigen Dampf- und Wassermengen zu 'verwalten'. Im Kraftwerk wird Dampf und Wasser in einer bestimmten Menge, mit einem bestimmten Druck und einer festgelegten Temperatur für die Turbine benötigt. Die Turbine treibt einen Generator, ähnlich einem Dynamo am Fahrrad, zur Stromerzeugung an. Der Wasser- und Dampftransport erfolgt durch Rohrleitungen und unsere Regelarmaturen. Und damit tragen unsere Produkte dazu bei, dass für Laptop, Musikanlage und Kaffeemaschine Strom zur Verfügung steht.*«

## → Webseitengestaltung

### Jugendgerechte Ansprache

Neben einer Rubrik »Karriere« wäre es vorteilhaft, auch eine gesonderte Rubrik »Ausbildung« zu gestalten, die besonders Jugendliche anspricht. Einfaches Vokabular sollte die Berufe auch für Laien verständlich erklären. Beispiel aus dem ELHA-Botschafterinnen-Porträt von Carina und Nicole:

*»Der Name Technische Produktdesignerin ist ein bisschen irreführend, denn mit Design im wesentlichen Sinne hat das nicht so viel zu tun. Man könnte die Berufsbezeichnung eher Technische Konstrukteurin nennen. Als Technische Produktdesignerin kannst du deine eigenen Ideen in die Maschinen mit einfließen lassen, du wirst immer wieder vor neue anspruchsvolle Aufgaben gestellt und musst dein analytisches und strukturiertes Arbeiten unter Beweis stellen. Dabei ist es hilfreich, ein gutes räumliches Vorstellungsvermögen zu haben. Manchmal ist die Arbeit mühsam, aber du wirst immer mit einem fertigen Produkt belohnt, das aus deiner Feder stammt.«*

### Allgemeinverständliche Erklärungen

Zweck und Zielsetzung des Unternehmens und seiner Produkte sollten ebenfalls allgemeinverständlich erklärt werden (besonders Mädchen wollen wissen, wozu ein Beruf da ist). Nicht nur zukünftige Auszubildende werden es Ihnen danken, sondern auch Eltern und Lehrer/innen, die ebenfalls die Berufe meist nicht kennen.

### Erreichbarkeit

Gibt es eine/n Ansprechpartner/in, die telefonisch und per Mail zu erreichen ist für Rückfragen der jungen Interessent/innen?

### Arbeitgeberimage

Was hat das Unternehmen außer einem Arbeits- und Ausbildungsplatz noch zu bieten? Lassen Sie es die jungen Interessent/innen wissen! Zum Beispiel freiwillige betriebliche Sozialleistungen wie betriebliche Weiterbildung, Firmenwagen, Handy, Laptop, Miles & More Vergünstigungen, Familien- und Wiedereinstiegsprogramme, Möglichkeiten der Teilzeitarbeit, Frauenförderung auf dem Weg in Führungspositionen, Traineeprogramme, Auslandsaufenthalte, Fotos der Sozialräume, Umkleieräume, Kantine/Cafeteria, usw.

### Social Media

Planen Sie einen Facebookauftritt zur Nachwuchsakquise? Betreuen Sie ihn regelmäßig und benennen z.B. Azubis, die ihn pflegen (unliebsame Kommentare rausnehmen, aktualisieren, etc.). Berichte von Schüler/innen über ein Praktikum und interessante Fotos aus Ihrem Betrieb machen Ihr Unternehmen interessant.

## → Gelegenheiten und Voraussetzungen für die Nachwuchsakquise

### GIRLS'DAY

Führen Sie im Unternehmen regelmäßig einen GIRLS'DAY durch, der von weiblichen Fachkräften geplant und umgesetzt wird?

### **Vorstellungstage an Schulen**

Gibt es weibliche Fachkräfte, Azubis und ehemalige Praktikantinnen, die als Botschafterinnen das Unternehmen und seine Berufe vorstellen? Lassen Sie sie Gegenstände (Werkstücke, Werkzeug etc.), eventuell Filme, Fotos und anderes Anschauungsmaterial mitnehmen, um die Vorstellung so lebendig wie möglich werden zu lassen.

### **Langfristige Kooperationen mit Schulen**

Hier können Sie Schüler/innen für das Berufspraktikum gewinnen. Sie sollten aus den Klassen 8 bis maximal 10 kommen und bereits Interesse, Offenheit und Neugier für Themen aus Mathematik, Ingenieurs-, und Naturwissenschaften, Technologien oder Handwerk signalisieren. Dabei ist es wichtig, dass Sie sich selbst ein Bild davon machen; denn nicht immer können Lehrkräfte die Neigungen und Interessen der Schüler/innen richtig einschätzen. Entwickeln Sie kleine, einfache »Eignungstests«, die Spaß machen und zum ausprobieren motivieren.

### **Tag der offenen Tür**

Organisieren Sie Tage der offenen Tür? Laden Sie Eltern ein, um sich den Betrieb zusammen mit ihren Kindern anzuschauen, das schafft Vertrauen.

### **Berufemessen**

Haben Sie zielgruppengerechte Flyer oder Postkarten? Eine Möglichkeit ist auch, Steckbriefe mit Bild und persönlichem Text Ihrer weiblichen Fachkräfte und Azubis, in denen sie ihren Arbeitsplatz beschreiben, auszulegen. Wenn Sie dazu noch weibliche Fachkräfte und Azubis zu den Messen mitnehmen, können sie im persönlichen Gespräch den Jugendlichen Auskunft über die Berufe geben.

### **Pressearbeit**

Stellen Sie Ihre Mitarbeiterinnen zu bestimmten Anlässen in regionalen Zeitungen vor; diese werden auch von vielen Eltern gelesen! Die Journalist/innen sind dankbar, wenn sie »Gesichter« und »Geschichten« aus Unternehmen bekommen. Ein Anlass ist z.B. der internationale Frauentag am 8. März oder der GIRLS'DAY. Themen, die das Wirtschafts- und Bildungsressort interessieren sind zum Beispiel Fachkräftemangel und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Schaffen Sie selbst Anlässe, z. B. einen Tag der offenen Tür.

### **Mentoring-Programme**

Falls Sie ein Mentoring-Programm durchführen möchten, planen Sie mindestens 1 bis 1,5 Jahre dafür ein, da Ferienzeiten zu längeren Unterbrechungen führen können. Mehrmalige Besuche der Schülerinnen führen zu vertiefenden Einblicken ins Unternehmen und die dort vertretenen Berufszweige.<sup>10</sup>

*»MINTrelation hat gezeigt, wie wichtig es ist, auch in den MINT-Fächern Mädchen gezielt anzusprechen, um ihnen zu zeigen, wie sie ihre Stärken nutzen können. Ich bin vom Einsatz und der Kreativität der Mädchen beeindruckt. Es freut und überrascht mich, dass so viele Betriebe bereit waren, den Mädchen Berufserfahrungen zu vermitteln.«*

StD' Josefine Sindermann,  
stellvertr. Schulleiterin Gymnasium am  
Waldhof, Bielefeld

---

<sup>10</sup> Gute Tipps zum Mentoring gibt das Handbuch JUMP in MINT. Download: [www.komm-mach-mint.de/MINT-News/Telekom-JUMP-in-MINT-Handbuch](http://www.komm-mach-mint.de/MINT-News/Telekom-JUMP-in-MINT-Handbuch)

## 6. Betriebliche Rahmenbedingungen zur Förderung von Frauen und Mädchen in Technikberufen

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und des Fachkräftemangels gewinnt die Erschließung neuer Fachkräftepotenziale und die Sicherung bereits vorhandener Fachkräfte zunehmend an Bedeutung. In verschiedenen Studien wurde zudem der betriebswirtschaftliche Nutzen von Vielfalt in Teams (hinsichtlich Geschlecht und ethnischer Herkunft) und einer familienorientierten Personalpolitik nachgewiesen.<sup>11</sup> Der folgende Abschnitt enthält eine Übersicht zu Strategien und Maßnahmen, die Unternehmen bei der Gewinnung von Mädchen und Frauen für den MINT- Bereich unterstützen.

<sup>11</sup> Quelle: McKinsey & Company 2007 und 2011, Forschungszentrum familienorientierte Personalpolitik 2008

»Ein frauenfreundliches Unternehmen zeichnet sich dadurch aus, dass Bezahlung, Verträge und Behandlung von Frauen äquivalent zu Männern gehandhabt werden. Dass es familienfreundliche Angebote gibt wie Kitas, individuelle Arbeitszeitmodelle, unkomplizierte Urlaubsregelung z. B. bei Krankheit der Kinder. Und ob eventuell frauenspezifische Weiterbildungsmöglichkeiten angeboten werden.«

Ingenieurinnen, Botschafterinnen bei  
MINTrelation

### 6.1 Flexible Arbeitszeitmodelle

Flexible Arbeitszeitmodelle sind ein wichtiger Baustein zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität und zur Gewinnung sowohl weiblicher als auch männlicher Fach- und Nachwuchskräfte. Zu den flexiblen Arbeitszeitmodellen zählen:

<b>Teilzeitarbeit</b>	Es wird regelmäßig kürzer gearbeitet als bei einer Vollzeitbeschäftigung.
<b>Abgestufte Teilzeit</b>	Stufenweise Erhöhung der Arbeitszeit nach der Babypause.
<b>Jobsharing</b>	Aufteilung der Regelarbeitszeit auf zwei oder mehr Personen, die sich einen Arbeitsplatz teilen.
<b>Gleitzeit</b>	Innerhalb eines geregelten Rahmens können Lage und Dauer der Arbeitszeit frei gewählt werden. Eine Kernzeit kann festgelegt werden.
<b>Arbeitszeitkonten</b>	Die geleistete Arbeit wird nachgehalten und mit der vereinbarten Arbeitszeit verrechnet, insbesondere dort, wo die Arbeitszeiten unregelmäßig sind (Schichtarbeit, Gleitzeit), das Konto wird monatsweise oder jahresweise auf null gehalten.
<b>Zeitwertkonten</b>	Arbeitszeiten werden eingebracht, um eine bezahlte Freistellung zu finanzieren.
<b>Home Office</b>	Für Tätigkeiten, die gut von Zuhause aus erledigt werden können, z.B. die Vorbereitung von Besprechungen, die Erarbeitung neuer Themengebiete etc.

Anregungen und Vorschläge für die konkrete Umsetzung flexibler Arbeitszeitmodelle im Unternehmen:



»Mich hat die Chance motiviert, die Firma und verschiedene Berufe direkt kennenzulernen. So eine Gelegenheit bietet sich nämlich nicht oft, dass man direkt in die Firmen gehen darf und dort alles miterlebt.«

Schülerin

- Familienbewusste Arbeitszeiten: Beziehen Sie bei der Einführung die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und den Personalrat/Betriebsrat in den Veränderungsprozess mit ein.
- Ermöglichen Sie flexible Angebote, die sich an den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter orientieren und die betrieblichen Anforderungen berücksichtigen. Grundlage hierfür können regelmäßige Befragungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sein.
- Ermöglichen Sie auch familienbewusste Arbeitszeiten in Führungspositionen. Die Führungskräfte sind Vorbilder/Multiplikatoren und eher bereit, den Weg mitzugehen. Richten Sie z.B. auch für Führungskräfte die Möglichkeit von Teilzeitstellen ein (z.B. Teilzeitstellen mit 75–90 % Stellenumfang oder Jobsharing: 2 Führungskräfte teilen sich eine Stelle, d.h. es ist immer eine Ansprechperson vor Ort).
- Eine Befragung zu zeitlichem Aufwand und Aufgaben kann Klarheit darüber bringen, wie flexibel die Arbeitszeitmodelle sein können.
- Legen Sie fest, wie viele Stunden angesammelt werden können und wie viele Stunden die Mitarbeitenden im Minus sein dürfen.
- Um den Kontakt zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu gewährleisten, können Präsenzzeiten vereinbart werden bzw. Stundenuntergrenzen.
- Legen Sie fest, für wen die Arbeit im Home Office geeignet ist.
- Möglichkeiten der Teilzeitarbeit bei Schichtarbeit: Ausweitung der Freischichten, Job-sharing, durch eine Staffelung des Arbeitsbeginns die Schichten verkürzen.
- Ansparen von Überstunden, die in Zeiten mit weniger Aufträgen am Stück abgefeiert werden können.

## 6.2 Familienorientierte Personalpolitik

Ein weiterer wichtiger Punkt zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität und zur Gewinnung von Fach- und Nachwuchskräften ist eine familienorientierte Personalpolitik. Hierzu zählen die folgenden Maßnahmen:

»*Technik ist uninteressant, wenn Familie ausgeschlossen wird. Ich persönlich bin davon überzeugt, dass genau die Frauen stark sind, die einen starken Familienhalt haben. Das bedeutet aber auch in den Firmen hohe Flexibilität – da bin ich in meiner Firma sehr gut aufgehoben.*«

Botschafterin Astrid Penner,

Elektroingenieurin bei der Siemens AG,

Standort Bielefeld

- Wertschätzung und Akzeptanz von Familie: Haben Sie eine Unternehmenskultur, in der Familie wertgeschätzt wird? Unterstützend kann z.B. ein Tag der offenen Tür für Familien eingeführt werden, an dem die Eltern ihre Kinder mitbringen, die den Arbeitsplatz ihrer Eltern kennen lernen können.
- Wichtig ist, dass die Geschäftsleitung die Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützt: Die Formulierung familienfreundlicher Unternehmensgrundsätze und Firmenleitlinien sowie familienfreundliche Handlungsgrundsätze in den Zielvereinbarungen von Leitungspersonen sind wichtige Bausteine.
- Flexible Arbeitszeitmodelle: s.o.

### Elternzeit und Wiedereinstieg

- Unterstützen Sie Männer, die in Elternzeit gehen wollen?
- Erleichterung des Wiedereinstiegs nach der Elternzeit: Abgestufte Teilzeit, Kontakt halten und regelmäßig wichtige Informationen übermitteln, Teilnahme an wichtigen Dienstbesprechungen während der Elternzeit, Teilzeitarbeit während der Elternzeit (maximal sind 30 Stunden pro Woche möglich).

### Kinderbetreuung

- Betriebskindergarten: Einrichtung eines Betriebskindergartens, dieser kann z.B. auch in Kooperation von verschiedenen Unternehmen eingerichtet werden.
- Belegplätze in Kindergärten können bei bestehenden Einrichtungen reserviert werden. Als Gegenleistung erhält die Einrichtung eine finanzielle Förderung.
- Notsituationen in der Kinderbetreuung: Betreuungspersonal kann durch die Zusammenarbeit mit einem Familienservice oder Tagesmütterverband vermittelt werden.
- Ein Netzwerk von ehemaligen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen/Senioren und Seniorinnen kann in die Betreuung eingebunden werden.

## → Umsetzungsbeispiele für eine familienorientierte Personalpolitik:

### Elternzeit

- Wenn Sie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Elternzeit Zugriff auf das Intranet ermöglichen, können diese beruflich auf dem Laufenden bleiben.
- Können Sie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Elternzeit an Besprechungen teilnehmen lassen?
- Bieten Sie Weiterbildungsangebote während der Elternzeit an?
- Eine Mentorin oder ein Mentor kann die Mitarbeiterin oder den Mitarbeiter auf dem Laufenden halten.
- Gibt es Möglichkeiten Netzwerke für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufzubauen, die in Elternzeit sind?
- Die Zahlung eines Kinderbonusgelds bei Geburt eines Kindes ist übrigens als Betriebsausgabe steuerlich absetzbar.

### Wiedereinstieg

- Planen Sie gemeinsam den Wiedereinstieg, bevor die Mitarbeiterin oder der Mitarbeiter in Elternzeit geht?
- Gibt es die Möglichkeit, die Arbeitszeit nach dem Wiedereinstieg schrittweise aufzustocken?

### Kinderbetreuung und Betreuung und Pflege Angehöriger

- Für Notsituationen eignet sich die Einrichtung einer Spielecke mit Spielzeug und ein Still- und Wickelzimmer. Betreuungspersonal kann z.B. über eine Vermittlungsagentur für Babysitter und Babysitterinnen bezogen werden oder über selbst organisierte Eltern- oder Patennetzwerke mit ehemaligen Beschäftigten oder Seniorinnen und Senioren.
- Sie können für Bürotätigkeiten ein Arbeits- und Spielzimmer für spontane Engpässe einrichten. Hier kann der Mitarbeiter oder die Mitarbeiterin am Arbeitsplatz arbeiten und das Kind kann im Spielbereich des Zimmers spielen.
- Können Kinder der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Betriebskantine essen oder kann das Essen mit nach Hause genommen werden?
- Sprechen Sie in Mitarbeitergesprächen auch die familiären Bedürfnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an.
- Bieten Sie Kindernachmittage an, z.B. »Werkeln in der Ausbildungswerkstatt«.
- Sind Besprechungen so gelegt, dass sie zu Zeiten stattfinden, die für alle passend sind?
- Stellen Sie Informationen zu Ferienbetreuungsangeboten zur Verfügung?
- Es gibt auch die Möglichkeit, Ferienangebote in Kooperation mit lokalen Anbietern von Ferienbetreuungsmaßnahmen (Jugendamt, Jugendhilfeträger, Wohlfahrtsverbände etc.) zu erstellen.
- Beruf und Pflege Angehöriger: Hilfreich für Ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind Informationspakete zu pflegerelevanten Aspekten. Ermöglichen Sie eine flexible Gestaltung der Arbeitszeit, kooperieren Sie mit Pflegediensten und Beratungsstellen.

### 6.3 Frauenfreundliches Image als Arbeitgeber und Förderung der Karrieren von Frauen

»Das Projekt MINTrelation war sehr wertvoll für unser Unternehmen. Zum einen wurden unsere jungen Botschafterinnen in ihrer Rolle als künftige Know-how-Trägerinnen bestärkt, und zum anderen haben wir uns auf Management-Ebene mit diesem wichtigen Gender-Thema intensiv beschäftigt. Wir konnten gute Impulse für unsere Personalpolitik mitnehmen, die wir umsetzen werden.«

Nicole Vegelahn,

Leiterin Personalentwicklung, HORA  
Holter Regalarmaturen GmbH & Co. KG

Ein frauenfreundliches Image als Arbeitgeber ist wichtig, um weibliche Fach- und Nachwuchskräfte auf das Unternehmen aufmerksam zu machen und gezielt anzusprechen. Hierzu eignen sich die folgenden Maßnahmen:

- Stellenausschreibungen sollten eine Sprache benutzen, die explizit beide Geschlechter anspricht. Achten Sie bei der Verwendung von Bildmaterial auf die Abbildung von Frauen.
- Nehmen Sie am GIRLS'DAY oder an Projekten wie MINTrelation teil?
- Stoßen Sie Medienberichte über die MINT-Schülerinnen und Frauen sowie die Aktivitäten, die zu einem frauenfreundlichen Image beitragen (GIRLS'DAY, Familienorientierte Personalpolitik, Förderung der Karrieren von Frauen, Förderung des Frauenanteils in Führungspositionen) an.
- Kommunizieren Sie Ihre Aktivitäten in Mitarbeiterzeitschriften, über das Intranet sowie im Internetauftritt?
- Stellen Sie Interviewpartnerinnen mit technischem Hintergrund zur Verfügung.
- Fördern Sie die Karrieren von Frauen und den Frauenanteil in Führungspositionen
- Bieten Sie Coaching- und Mentoringangebote für Frauen an?
- Geben Sie Frauen bei gleicher Qualifikation den Vorrang?



*»Wir konnten überall Fragen stellen und wir wurden auch gefragt ob wir noch Fragen hätten, was darauf deutet, dass alle Leute sich sehr für uns interessiert haben und uns auch alles noch einmal näher und verständlich überbringen wollten.«*

Schülerin

#### → Ausstattung

- Gibt es einen/eine Beauftragte/n für Fragen, die die Themen Diversity und Vielfalt betreffen?
- Hat Ihr Unternehmen eine ausreichende Anzahl von Toiletten und Umkleidekabinen für Frauen, die in erreichbarer Nähe liegen?
- Achten Sie auf frauengerechte Arbeitskleidung?

#### → Zertifizierungen

- Lassen Sie sich zertifizieren, z.B. von Audit Beruf und Familie oder Total-E-Quality ([www.beruf-und-familie.de](http://www.beruf-und-familie.de), [www.total-e-quality.de](http://www.total-e-quality.de)).



## 7.1 Leitfaden für Betriebsbesuche

### Ziele von Betriebsbesichtigungen

Mit Betriebsbesichtigungen und Praktika möchten Sie Mädchen und junge Frauen für MINT-Berufe begeistern und diesen Berufen ein lebendigeres und attraktiveres Image geben. Während der Betriebsbesichtigungen kann man Schülerinnen wichtige Erfahrungen und konkrete Vorstellungen über MINT-Berufe vermitteln und sie damit für das Unternehmen gewinnen.

#### → 1. Welche allgemeinen Fragen sind vorab zu überlegen?

- Wie könnte die Betriebsbesichtigung für Schülerinnen konkret aussehen?
- Welche Aktionen sind im Unternehmen möglich?
- Welche Bereiche und Berufsbilder des Unternehmens sollen die Mädchen kennen lernen?
- Welche Arbeitsvorgänge oder welche Produkte sollen gezeigt werden?
- Welche Fragestellungen sind für die Mädchen interessant und nachvollziehbar?
- Wie lassen sich Aufgaben anschaulich, unterhaltsam vermitteln und von den Mädchen praktisch selbst bearbeiten?

#### → 2. Welche Aktionen können im Unternehmen organisiert werden?

Hier finden Sie eine Auswahl an möglichen Aktionen, aus denen Sie gemeinsam mit den Schülerinnen je nach Gegebenheit des Unternehmens und Interesse auswählen können:

- Kurze abwechslungsreiche Präsentationen (ggf. Kurzvideos) über das Unternehmen bzw. über Arbeitsabläufe zeigen, verschiedene Berufe (mit Anschauungsmaterialien) vorstellen.

**Wichtig:** immer so verständlich und einfach wie möglich ausdrücken, kein Fachvokabular benutzen. Ausführliche »Daten und Fakten« des Unternehmens zum Einstieg für Schülerinnen vermeiden!

- Eigenen Arbeitsplatz und wenn möglich auch den von Kolleginnen und Kollegen zeigen, verschiedene Ansprechpartnerinnen und -partner miteinbeziehen. Informationen über Ausbildungsmöglichkeiten und Praktika im Unternehmen bereitstellen.
- Bei einem Rundgang das Unternehmen, d.h. Arbeitsabläufe und Arbeitsutensilien näher bringen: Vorstellung von Teilbereichen wie z.B. Produktion oder Montage, Rallye durch das Unternehmen oder Quiz mit Fragen, Grundkenntnisse der jeweiligen Branche vermitteln.

**Alternative:** Im Schulungsraum Modelle zeigen und daran die Arbeitsabläufe verdeutlichen.

**Wichtig:** Prozesskette beachten, zu starke körperliche Anstrengung und monotone Arbeitsabläufe vermeiden!

- Gespräche bzw. Interviews zwischen Kolleginnen und Kollegen, Auszubildenden und den Schülerinnen durchführen.
- Praktische Aufgaben zur Verfügung stellen, d.h. dass sie selbst etwas herstellen und etwas »Selbstgemachtes« mit nach Hause nehmen können, zum Beispiel löten, verdrahten, Kerzenständer oder Stiftehalter schweißen, etwas zusammenschrauben, Namensschilder herstellen, praktische Erprobung relevanter Software etc.
- Wenn die Chance besteht, ein Bewerbungstraining für Schülerinnen ermöglichen und wenn machbar die Schülerinnen mitnehmen zu Kundengesprächen im Unternehmen.

**Tipp:** In der Ausbildungsabteilung nachfragen, welche praktischen Übungen es für Auszubildende gibt, die mit der Ausbildung anfangen.

### → 3. Was ist noch vor Beginn der Betriebsbesichtigung zu bedenken?

- Wie viele Mädchen können teilnehmen? Teilnehmerinnenanzahl festlegen.
- Liegen die Kontaktdaten der Schülerinnen vor? Namen und Adressen der Mädchen vermerken!
- Wie sieht das Programm für die Mädchen aus? Wie viel Zeit steht zur Verfügung? Pausen einplanen: **Getränkepause und Mittagessen** planen!  
**Programmablauf erstellen und Begrüßung vorbereiten!** Personalverantwortliche bzw. Ausbildungsleiterinnen und -leiter miteinbeziehen.
- Wird Schutzkleidung benötigt? Welche Arbeitsschutzbestimmungen gibt es? Besteht eine Haftpflichtversicherung der Schülerinnen?  
**Hinweise zu Arbeitsschutzbestimmungen und Sicherheitsfragen klären!**
- Sind die Schülerinnen über alles informiert?  
**E-Mail mit wichtigen Informationen versenden** (Beginn, benötigte Kleidung, Essen, Tagesplan etc., Freigabeerklärung für Fotos mitschicken)!
- Dürfen Fotos gemacht werden?  
**Freigabeerklärung für Fotos einsammeln! (Vordruck hier im Anhang).**
- **Gemeinsamer Abschluss** – Mögliche Fragerunde:  
Wie hat euch der Tag gefallen? Was hat euch am meisten Spaß gemacht?  
Was wünscht ihr euch für die nächste Betriebsbesichtigung? Wie bleibt man in Kontakt? Nächstes Treffen?

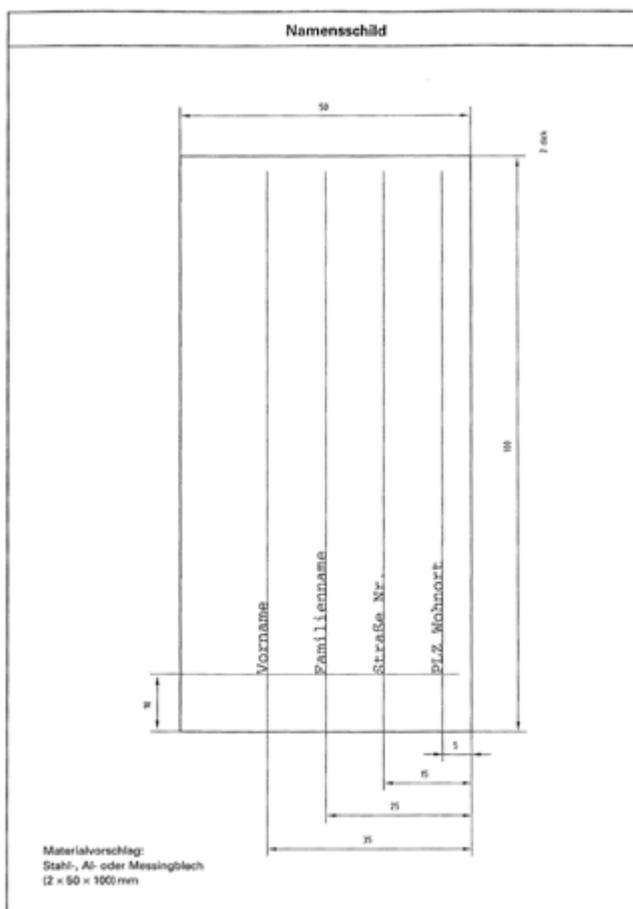
## 7.2 Beispiel für die Gestaltung eines Praxistages

### Anleitung für eine praktische Übung an einem Praktikumstag mit Schüler/innen bei BSS- Metallbau und Schiffsausbau

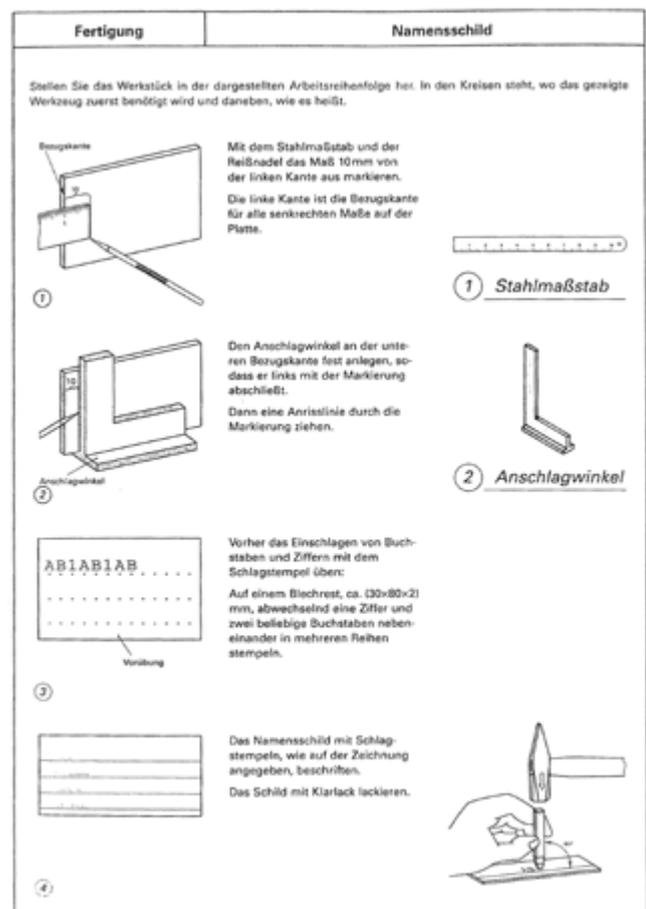
Wir fangen bei uns mit dem Namensschild<sup>1</sup> an und steigern das dann über den Mautschlüssel<sup>2</sup> bis zum Flaschenöffner<sup>3</sup>.

Eine fachlich kompetente Aufsichtsperson sollte in jedem Fall zur Seite stehen.

- Für das Namensschild rechnen wir ca. 20 bis 30 Minuten.
- Für den Mautschlüssel planen wir etwa 15 bis 30 Minuten ein.
- Für den Flaschenöffner benötigen die meisten Probanden 1 bis 1,5 Stunden.



1 Vorlage Schablone



1 Vorlage Fertigungsblatt 1



### Betriebserkundung bei MIT Praxisangebot: Bauen eines Würfels

#### Erstes Treffen:

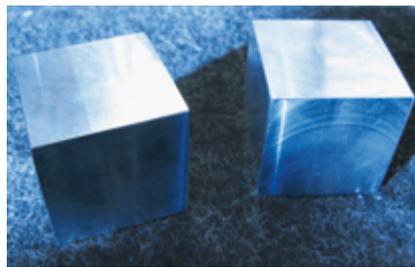
3 Schülerinnen wurden durch das gesamte Unternehmen geführt, angefangen im Betrieb mit sämtlichen Stationen wie Lager, Schweißerei, Montage etc.

Anschließend wurden ihnen die Konstruktion, sowie der kaufmännische Bereich gezeigt.

#### Zweites Treffen:

Die 3 Schülerinnen wurden aufgeteilt: zuerst waren immer 2 Schülerinnen in der Montage und eine in der Schweißerei.

1



Das Ziel war die Anfertigung eines Würfels, wobei zwei Rohstücke geschnitten wurden<sup>1</sup>, die die Mädchen dann in die angegebene Form feilen durften<sup>2</sup>, um anschließend die Augen auf den Würfel zu bohren<sup>3</sup>.



2



3

## 7.3 Beispiele für Nachwuchs-Akquisematerialien

**Beispiel 1** der von Schülerinnen und Botschafterinnen erarbeiteten Image-Produkte:

Hier wurden bewusst Bonbonfarben mit Comic-Design verbunden. Das Corporate Design der Firma wurde nicht in den Vordergrund gestellt, um mit dem Flyer erst einmal Aufmerksamkeit zu erreichen. Im Innenteil wurden die Berufe mit Eigenschaften und Voraussetzungen verknüpft, so dass Schülerinnen direkt erkennen können, ob diese auf sie zutreffen.



**Beispiel 2** der von Schülerinnen und Botschafterinnen erarbeiteten Image-Produkte:

Hier wurde das Produkt, das die Firma herstellt als Gestaltungselement für den Flyer verwendet. In der Waschtrommel befindet sich ein Guckloch, das den Blick auf den Innenteil eröffnet.



Deine Zukunft?  
Technische Berufe

Ein technischer Beruf umfasst die Bereiche der Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik. Vor allem für Leute, die gerne tüfteln, praktisch arbeiten und auch neue Sachen erforschen und/oder entwickeln, sind diese Berufe sehr interessant.

Wir suchen technisch interessierte und engagierte junge Leute.

Wir bilden folgende Berufe aus:

- Elektroanlagenmonteur/in
- Industriemechaniker/in
- Werkzeugmacher/in
- Zerspanungsmechaniker/in
- Technische/r Produktdesigner/in

Diese Berufe bieten wir nicht jährlich an:

- Gießereimechaniker/in
- Verfahrensmechaniker/in

## 7.4 Beispiele für Porträts weiblicher Fachkräfte

So und so ähnlich könnten sich Ihre Fachkräfte/Azubis auf Ihren Ausbildungs-Messeständen und/oder in ihren Nachwuchs-Akquise-Materialien vorstellen:

### Charline Neumann

**macht eine Ausbildung zur Industriemechanikerin  
bei der Paul Hettich GmbH & Co. KG**



Mein Name ist Charline, aber nennt mich Charlie ;). Ich erlerne den Beruf der Industriemechanikerin bei der Firma Hettich. Wir stellen die Auszugsschienen und die Scharniere für eure Schubläden und Schränke her. Bei der Firma habe ich die Aufgabe, die Maschinen und Anlagen (die meist mehrere zig Meter lang sind) zu »warten« und zu »reparieren«, wenn sie eine Störung oder einen Fehler haben, defekte Teile der Maschine auszutauschen oder neu zu fertigen usw. Also ich muss alles machen, damit die Maschinen laufen.

### Ich beschreibe euch mal, wie ein Tag so aussieht:

Wenn ich morgens zur Arbeit komme, weiß ich nicht, was mich den Tag über so erwartet. Also wenn mein (Firmen)Telefon klingelt, weiß ich: Arbeit ruft! :D Mir wird gesagt, zu welcher Anlage ich kommen muss. Also mache ich mich mit meinem Werkzeugwagen auf den Weg. Manchmal dauert der Weg auch ein bisschen länger, denn die Hallen und die Anlagen sind tierisch groß. Habe ich dann mein Ziel erreicht, gucke ich als erstes auf den Computer der Anlage. Der sagt mir dann (fast) ganz genau, wo die Störung ist. Ich suche die Stelle und gucke sie mir an. Dann überlege ich, was ich wohl machen könnte, damit die Anlage so schnell wie möglich wieder läuft. Meistens ist an irgendeinem Teil, z.B. an einem Abstandhalter (ein Quadrat aus Metall) eine Ecke abgebrochen oder so. Das heißt für mich: ich mache mir schnell eine Skizze. Dann gehe ich ins Materiallager und säge mir ein fast passendes Stück Metall zurecht. Nur fast passend, damit ich es mit der Fräse auf Maß bringen kann. Mit einer Fräse kann ich gerade Flächen an mein Werkstück bringen. Wie ihr vielleicht wisst, ist die Sägekante nicht gerade. Die meisten Teile aus Metall haben aber gerade Flächen. Ich nehme mit der Fräse also die oberste Schicht des Metalls ab, so das die Fläche gerade wird. Fräser, also die Werkzeuge, die das Material abnehmen, sehen ein bisschen aus wie Bohrer - nur dicker und auch größer. Aber eine Fräse und eine Drehmaschine kann ich euch zeigen, wenn ihr mich mal in meinem Betrieb besuchen kommt.

Ich habe mich für einen MINT-Beruf entschieden, weil es mir einfach Spaß macht zu sehen, wie aus einem krummen unförmigen Stück Metall zum Beispiel ein rechtwinkliges Bauteil wird. Egal, ob ich das jetzt maschinell oder manuell, also z.B. mit einer Feile bearbeitet habe. Wenn ich einfach sehe, wie es sich verändert. Ich muss die Zeichnungen lesen und verstehen. Ich muss das Werkstück bearbeiten, bohren, drehen, fräsen, feilen usw. Das alles macht mir Spaß - und das habe ich durch ein Praktikum heraus gefunden. Ich kann euch allen nur empfehlen, ein Praktikum in einem MINT-Beruf zu machen, und ihr werdet sehen, das es unheimlichen Spaß macht und auf KEINEN FALL NUR ein Männerberuf ist!

### Melanie Dürbusch

**macht eine Ausbildung zur Verpackungsmittelmechanikerin bei der Gundlach Verpackung GmbH in Oerlinghausen.**



Hallo,

ich heiße Melanie, bin 18 Jahre alt und mache eine Ausbildung zur Verpackungsmittelmechanikerin (zukünftig: Packmitteltechnologin) bei der Gundlach Verpackung GmbH in Oerlinghausen. Bei Gundlach Verpackung stellen wir Papierverpackungen für die Tabakindustrie, bekannte Nahrungsmittelhersteller, Teeproduzenten und für die Teeindustrie her. Das sind z.B. Schachteln, Umhüllungen für Teebeutel, Teeverpackungen, Verpackungen für Süßwaren. Dies sind zwar nicht alle unserer Produkte, aber jetzt alle aufzuzählen wäre viel zu viel ;)

### Meine Ausbildung...

spielt sich in der Weiterverarbeitung der Firma ab. Dort gibt es verschiedene Druckmaschinen und Bereiche, in denen Verpackungen den letzten Schliff bekommen. Langeweile kommt nie auf! Ich arbeite überwiegend an Stanz-, Präge- und Klebmaschinen. An diesen Maschinen muss ich, je nach Auftrag, einrichten d.h. neue Werkzeuge einbauen und den Computer an der jeweiligen Maschine an den Auftrag anpassen bzw. programmieren. An diesem Beruf gefällt mir besonders das verantwortliche Arbeiten an den Maschinen und die Teamarbeit mit den Maschinenführern und Kollegen.

Ich denke, dir wird die Führung durch die Firma sehr viel Spaß machen und besonders, dass du mir und meinen Kollegen in der Weiterverarbeitung »über die Schulter schauen« kannst. Wenn du mich dann in meinem Betrieb besuchen kommen möchtest, würde ich dir die Maschinen, das generelle Arbeiten und die Abläufe in meiner Abteilung zeigen, so dass du einen guten Einblick in meinen Beruf bekommst.

Und wer weiß: vielleicht arbeiten wir ja bald zusammen?!

## 7.5 Formular zur Einholung von Bildrechten der Praktikantinnen



### Einwilligung zur Verwendung von Bildnissen auf Publikationen der Firma (Firmenname)

für:

\_\_\_\_\_  
Vor- und Nachname der Teilnehmerin

\_\_\_\_\_  
Geburtsdatum der Teilnehmerin

\_\_\_\_\_  
Adresse der Teilnehmerin

Das Unternehmen (**Firmenname**), (**Firmenanschrift**), beabsichtigt, Bildnisse von Teilnehmerinnen des Praktikums auf den Webseiten (**URL der Webseite**) und in mit dem Praktikum verbundenen Druckerzeugnissen sowie Medien, die über das Praktikum berichten möchten, abzubilden.

Durch die beabsichtigte Verwendung im Internet können die Bildnisse der Teilnehmerinnen weltweit abgerufen und gespeichert werden. Entsprechende Daten können damit etwa auch über so genannte »Suchmaschinen« aufgefunden werden. Dabei kann nicht ausgeschlossen werden, dass andere Personen oder Unternehmen diese Bildnisse mit weiteren im Internet verfügbaren Daten der Teilnehmerinnen verknüpfen, die Bildnisse verändern oder zu anderen Zwecken nutzen. Über die Archivfunktion von Suchmaschinen sind die Bildnisse teilweise auch dann noch abrufbar, wenn die Angaben aus den oben genannten Internet-Angeboten bereits entfernt oder geändert wurden.

Hiermit willige(n) ich/wir in die oben genannte Verwendung der Bildnisse ohne weitere Genehmigung ein. Die Rechteeinräumung an den Bildnissen erfolgt ohne Vergütung und umfasst auch das Recht zur Bearbeitung, soweit die Bearbeitung nicht entstellend ist.

Die Einwilligung für die Verwendung der Bildnisse ist grundsätzlich unwiderruflich. Die Einwilligung ist freiwillig; aus der Verweigerung der Einwilligung entstehen keine Nachteile.

\_\_\_\_\_  
Ort und Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift (bei Minderjährigen die des/der Erziehungsberechtigten)



## 8.1 Schlusswort

MINTrelation »Mädchen, Frauen und Unternehmen gestalten Zukunftsberufe« – unter diesem Motto haben 20 Unternehmen, 40 Botschafterinnen (weibliche Fachkräfte, Auszubildende) und über 60 Schülerinnen von Oktober 2010 bis März 2013 einen gemeinsamen intensiven Diskussions – und Veränderungsprozess angestoßen.

Profitiert haben alle Beteiligten: die Unternehmen erreichten auf intensive Weise den weiblichen Nachwuchs, die Botschafterinnen erfuhren größten Respekt für ihre tragende Rolle bei der Nachwuchsförderung und die Schülerinnen lernten endlich die Firmen kennen, die sie schon immer mal von innen sehen wollten und die Berufe, die Mädchen oft nicht zugetraut werden. Drei der beteiligten Schülerinnen haben zwischenzeitlich eine gewerblich-technische Ausbildung begonnen.

Es ist besonders dem engagierten Einsatz der Frauen und Mädchen zu verdanken, dass das Image der Berufe in der Metall- und Elektroindustrie eine gründliche Verjüngungs- und Auffrischungskur erfuhr. Wir danken den Akteurinnen, und wir danken den beteiligten Unternehmen, dass sie sich auf das Experiment eingelassen und ihre Werkstore weit geöffnet haben. Wir wünschen uns, dass die Erfahrungen aus dem Projekt und der Praxisleitfaden ihnen und anderen Unternehmen nützlich sein wird bei der Suche nach dem passenden Nachwuchs, sei er nun weiblich – oder männlich. Die Ergebnisse des Projekts werden auch nach Abschluss auf der gut besuchten Plattform [www.lizzynet.de](http://www.lizzynet.de) Beteiligten und Interessierten ausgestellt.

In OstWestfalenLippe (OWL) nimmt der Bereich Maschinenbau mit etwa 300 Unternehmen und 42.000 Beschäftigten eine Schlüsselposition ein. Die mittelständisch strukturierte Branche begegnet den Herausforderungen des demografischen Wandels, der zunehmenden Globalisierung und des beschleunigten technologischen Wandels mit neuen Formen der Kooperation. Ein wichtiges Ziel von OWL MASCHINENBAU ist die Entwicklung von Standortvorteilen für die Unternehmen im globalen Wettbewerb und die Bestandsicherung der Unternehmen zur langfristigen Stabilisierung des Arbeitsmarktes.

Es war deshalb für OWL eine große Chance, im Projekt MINTrelation Modellregion zu sein. Die Beteiligungsbereitschaft unserer Mitgliedsunternehmen zeigte, dass das Interesse, Mädchen und junge Frauen für die technischen Berufe zu gewinnen, sehr groß ist. Nun werden die 40 gut geschulten Botschafterinnen und die MINT-sensibilisierten Mädchen den begonnen Weg fortsetzen: OWL möchte zeigen, dass die Region stark ist in den MINT-Berufen – und dass Mädchen und junge Frauen ein hohes Potenzial mitbringen, die Zukunftsfähigkeit unserer Unternehmen zu sichern.

Hoffen wir, dass die tollen MINT-Mädchen in den Mitgliedsunternehmen unseres Netzwerkes die Karrierechancen erhalten, die sie verdient haben.

## 8.2 Die Projektträger

**GESAMT**METALL

Die Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie

think  
**ING.**  
Die Initiative für  
Ingenieurnachwuchs

Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung ist die Nachwuchsgewinnung eine große Herausforderung, deshalb hat das Thema Nachwuchssicherung beim Arbeitgeberverband Gesamtmetall einen hohen Stellenwert. Gesamtmetall ist seit 2008 Mitbegründer und Partner des Nationalen Pakts für Frauen in MINT-Berufen und Förderer des bundesweiten Girls'Day. Er betreibt die Plattform [www.MeEberufe.info](http://www.MeEberufe.info) mit einem zielgruppen-gerechten multimedialen Informationsangebot sowie Materialien zum Ausbildungsangebot der M+E-Industrie. Mit think ING., der Initiative für Ingenieurnachwuchs ([think-ing.de](http://think-ing.de)) bietet Gesamtmetall ein anspruchsvolles Informationsangebot rund um das Ingenieurstudium und den Ingenieurberuf. Im Bereich GIRLS ING. werden insbesondere junge Frauen gezielt angesprochen, motiviert und in der Entscheidung für einen naturwissenschaftlich-technischen Studiengang unterstützt und gestärkt.

**OWL**maschinenbau

Die Westfalen-Lippe

Das Innovationsnetzwerk OWL MASCHINENBAU formierte sich 2003. Die mittlerweile 200 Mitglieder setzen sich hauptsächlich aus den regional ansässigen mittelständischen Maschinenbau-Unternehmen zusammen. Darüber hinaus sind Verbände, Hochschulen, Wirtschaftsförderer, Kammern etc. vertreten. Der Verein hat das Ziel, die wirtschaftliche und technologische Leistungskraft der Maschinenbauregion OstWestfalenLippe im internationalen Wettbewerb zu stärken. Die Vernetzung der Mitgliedsunternehmen und der Geschäftsstelle wird durch zahlreiche Projekte wie z. B. MINTrelation gepflegt. Schon vor mehr als 10 Jahren wurde mit der Initiative BINGO damit begonnen, qualifizierte erlebnisorientierte Angebote zur Berufsinformation für Jugendliche in technischen Berufen anzubieten. Mit der Gründung des Vereins experiMINT als Träger des zdi-Zentrums experiMINT Bielefeld hat sich das Thema Berufsorientierung als grundlegender Arbeitsbereich im Themenfeld Personal und Organisation etabliert.



Die LizzyNet GmbH betreibt das Internetportal [LizzyNet.de](http://LizzyNet.de), das Mädchen und junge Frauen bei ihrer Lebens- und Berufsplanung unterstützt. LizzyNet.de entstand im April 2000 im Rahmen des Aktionsprogramms der deutschen Bundesregierung zur Erhöhung des Frauenanteils in den IT-Berufen sowie in technischen und naturwissenschaftlichen Studiengängen. Die Informationsplattform mit Community vermittelt Mädchen und jungen Frauen Inhalte aus MINT-Berufen in gendergerechter Form. Die in Online- und Offline-Veranstaltungen gesammelten Informationen über die Bedürfnisse der Zielgruppe fließen in die Darstellung von Berufsbildern ein und können auch für Unternehmen wichtige Impulse zur Gestaltung der Nachwuchsakquise liefern.

## 8.3 Impressum

### → Herausgeber

LizzyNet GmbH  
Ulrike Schmidt, Projektleitung

Neven DuMont Haus  
Amsterdamer Straße 192  
50735 Köln

redaktion@lizzynet.de

### → Redaktion

Rosemarie Stolz

### → AutorInnen

Wolfgang Gollub  
Jennifer Horn  
Sabine Melchior  
Swantje Paar  
Imke Rademacher  
Ulrike Schmidt  
Rosemarie Stolz  
Saskia Wolter

### → Stand

März 2013

### → Layout

designförster, Peggy Förster

### → Druck

Digitaldruck Kriewett

→ **Förderung**

Das Projekt fand im Rahmen der Bundesinitiative »Gleichstellung von Frauen in der Wirtschaft« statt. Dieses Programm wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) gemeinsam mit der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und dem Deutschen Gewerkschaftsbund (DGB) entwickelt und aus Mitteln des BMAS sowie des Europäischen Sozialfonds finanziert.

→ **Bildnachweis**

Titelseite:	Hettich Unternehmensgruppe
Vorwort:	MGEPA NRW – Torsten Stecher
Seite 08:	HORA – Holter Regelarmaturen GmbH
Seite 10:	HORA – Holter Regelarmaturen GmbH
Seite 13:	Hettich Unternehmensgruppe
Seite 16:	LizzyNet GmbH
Seite 19:	Foto: Martin Langhorst, Design: Miele, Gütersloh/Berufskolleg Senne
Seite 23:	ELHA MASCHINENBAU Liemke KG
Seite 26:	ELHA MASCHINENBAU Liemke KG
Seite 30:	alle Bilder von MIT Moderne IndustrieTechnik GmbH
Seite 31:	BSS Metallbau – Schiffsausbau GmbH & Co.KG
Seite 32:	BSS Metallbau – Schiffsausbau GmbH & Co.KG
Seite 33:	HORA – Holter Regelarmaturen/Berufskolleg Senne
Seite 34:	Foto: Martin Langhorst, Design: Miele, Gütersloh/Berufskolleg Senne
Seite 35:	LizzyNet GmbH
Seite 36:	LizzyNet GmbH



**GESAMT**METALL  
Die Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie

think  
**INO.**  
Die Initiative für  
Ingenieurwissenschaften

**OW**maschinenbau  
OWWirtschafts-Liga

