

*INISEK*magazin



Fachkräftesicherung durch klischeefreie berufliche Orientierung

*Wie bekommen Jungen und Mädchen
gleiche Chancen bei der Berufswahl?*



*INISEK*magazin



Inhalt

2 Editorial

4 Ein Gewinn für alle!

Ein Interview mit dem Soziologen Miguel Diaz, dem Leiter der Servicestelle der Initiative Klischeefrei

6 Bewusstsein schaffen und aktiv werden.

Die Initiative Klischeefrei stellt sich vor

10 Von rosa Prinzessinnen über Germany's Next Topmodel zu Instafame.

Dr. Maya Götz über die Mediensozialisation von Mädchen heute

15 Ich brauche fürs Tischerrücken ein paar starke Jungs – starke Mädchen aber auch!

Ein Interview mit Tanja Berger über geschlechtergerechte Arbeit in der Bildungs- und Begegnungsstätte HochDrei e.V. Potsdam

19 Fachkräftesicherung durch klischeefreie Berufsorientierung.

Ein Erfahrungsbericht der Handwerkskammer Potsdam

23 Impressum

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

bereits seit dem Schuljahr 2015/16 unterstützt die Initiative Sekundarstufe I Brandenburger Schüler/innen bei der beruflichen Orientierung durch die Förderung von Kooperationsprojekten an Ober-, Gesamt- und Förderschulen mit dem Schwerpunkt Lernen. In den Projekten können Jugendliche ihre ganz eigenen Stärken und Interessen kennenlernen und der Frage nachgehen, welcher Beruf zu ihnen passt.

Trotz einer Vielzahl an Unterstützungsmöglichkeiten fällt auf, dass sich die Berufswahl der Jungen und Mädchen oft leider immer noch an den Geschlechterklischees orientiert und somit das Spektrum an möglichen Berufen eingeschränkt wird. Statt sich an individuellen Stärken und Interessen zu orientieren, wählen Mädchen oftmals Berufe mit einem hohen Frauenanteil, während sich Jungen häufig für Berufe mit einem hohen Männeranteil interessieren. Dieses Muster hat in der Folge auch Auswirkungen auf die Chancengleichheit von Männern und Frauen im Beruf. Man spricht von dem sogenannten Gender Gap in der Bezahlung, und noch heute sind Führungspositionen in Unternehmen weitaus häufiger von Männern als von Frauen besetzt.

Mit dem vorliegenden *INISEKmagazin* wollen wir den Fragen nachgehen, was die angesprochenen Geschlechterklischees ausmachen, warum diese immer noch eine so große Bedeutung für die Berufswahl junger Menschen haben und welche Ansätze es in INISEK-Projekten für das Aufbrechen dieser Klischees gibt. Denn Ziel all unserer Bemühungen ist es, dass die Schüler/innen Berufe wählen, die zu ihren Persönlichkeiten und Stärken passen und somit den Weg in eine dauerhafte berufliche Zufriedenheit ebnen.

Zu Beginn des Magazins befragen wir Miguel Diaz als Servicestellenleiter der Initiative Klischeefrei, welche Auswirkungen eine stereotypgeleitete Berufswahl bei jungen Menschen hat. Anschließend werden die Angebote der bundesweiten Initiative vorgestellt.

Auch der Projektverbund kobra.net ist Mitglied der Initiative Klischeefrei. Dafür wurden wir im Mai 2019 bei einer Veranstaltung in Berlin mit einer Plakette ausgezeichnet. Projektleiter Markus Wicke nahm sie dort stellvertretend für kobra.net entgegen.



In einem weiteren Beitrag beschreibt Dr. Maya Götz vom Internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen in München, wie die Klischees von Weiblichkeit durch Medien erzeugt und reproduziert werden und welche Auswirkungen dies auf die Identität von jungen Mädchen haben kann.

Tanja Berger, Leiterin des Bereiches „Bildung“ bei HochDrei e.V. in Potsdam, berichtete uns im Interview über ihre Erfahrungen bei der klischeehaften Berufswahl von Jugendlichen und über mögliche Methoden, um eine geschlechtergerechte Arbeit in Bildungseinrichtungen sicherzustellen.

Das Magazin schließt mit einem Erfahrungsbericht der Handwerkskammer Potsdam über die Strategien einer klischeefreien beruflichen Orientierung während des Praxislernens in Werkstätten. 2018 gab es im Kammerbezirk Potsdam 3.290 Lehrlinge, davon waren 553, d.h. knapp 17 %, weiblich. Die Kammer sieht hier Handlungsbedarf, um mehr Mädchen als bisher für das Handwerk zu interessieren.

Wir möchten mit diesem Heft alle am Berufswahlprozess Beteiligten motivieren, die eigenen Rollenvorstellungen zu reflektieren und eine geschlechterbewusste Haltung einzunehmen, damit alle Jugendlichen ihre Fähigkeiten bestmöglich – auch außerhalb von vorgegebenen Stereotypen – einsetzen können. Unsere Gesellschaft ist auf gut ausgebildete Fachkräfte angewiesen, die sich ausgewogen über alle Berufsfelder verteilen – auch um berufsspezifische Engpässe, wie sie derzeit der Fall sind, zu vermeiden.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Erkenntnisgewinn beim Lesen und freuen uns über ein Feedback.

Stephanie Blohm
Beraterin beim INISEK-Regionalpartner West

Ein Gewinn für alle!

Ein Interview mit dem Soziologen Miguel Diaz, dem Leiter der Service- stelle der Initiative Klischeefrei

Die Initiative Klischeefrei stellt Inhalte und Vorteile einer Berufsorientierung – frei von Geschlechterklischees – in den Mittelpunkt ihrer bundesweiten Arbeit. Sie vernetzt unterschiedlichste Organisationstypen und stellt für sie fundierte Informationen und Materialien bereit. Weil eine Berufs- und Studienwahl jenseits von Rollenstereotypen stets ein Gewinn für alle ist, schließen sich immer mehr Institutionen, Hochschulen und Schulen oder Ausbildungsbetriebe der Initiative an.



Die Initiative Klischeefrei gibt es seit Ende 2016. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, geschlechtsspezifische Vorurteile in der Berufs- und Studienorientierung mit Rat und Tat anzugehen. Hinter der Initiative steht ein starkes, bundesweites Netzwerk von Partnerinnen und Partnern aus Politik, Wissenschaft, Bildung und Wirtschaft. Gefördert wird die Initiative Klischeefrei vom Bundesministerium für Bildung und Forschung sowie dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Elke Bündenbender, die Ehefrau des Bundespräsidenten Frank-Walter Steinmeier, hat die Schirmherrschaft übernommen. Für sie ist Bildung und mehr Gleichstellung in diesem Bereich ein wichtiges, persönliches Anliegen.

INISEKmagazin: Herr Diaz, Geschlechterklischees im Beruf, gibt es sie tatsächlich noch immer?

Miguel Diaz: Auch im Jahr 2019 haben Stereotype einen noch immer großen Einfluss auf die Berufswahl von jungen Menschen. Gerade in der Arbeitswelt gibt es viele Annahmen darüber, was Frauen und Männer angeblich können oder nicht können. Viele Berufe werden mit einem bestimmten Geschlecht in Verbindung gebracht: Schülerinnen schließen für ihre Ausbildungen sehr oft handwerkliche oder technische Berufe aus. Jobs in der Pflege sprechen weniger junge Männer an. Die historische Entwicklung von Berufen – zum Beispiel im Gesundheitswesen – zeigt jedoch, dass diese Assoziationen wandelbar sind. Während der Arztberuf mit Entstehung des Medizinstudiums allein Männern vorbehalten war, liegt der Anteil der Studentinnen im Studienfach Allgemeinmedizin heute bei rund 60 Prozent.

INISEKmagazin: Sie bzw. Ihre Initiative wirbt mit dem Slogan: Berufe für Frauen? Berufe für Männer? Berufe für Menschen! Können Sie uns dies bitte vertiefend erläutern?

Miguel Diaz: Für den zuvor erläuterten Wandel gibt es heute viele, viele weitere Beispiele, was deutlich zeigt, dass es keine Frauenberufe und Männerberufe gibt. Ob ein Beruf mehr-

heitlich von Frauen oder Männern ausgeübt wird, ist vor allem davon abhängig, ob Männern und Frauen im jeweiligen historischen Kontext die dafür notwendigen Eigenschaften und Fähigkeiten zugeschrieben werden. Geschlechterklischees halten sich häufig so hartnäckig, weil sie bereits im frühen Kindesalter erlernt und im gesamten Lebensverlauf von ganz verschiedenen Seiten an uns herangetragen werden: durch das familiäre Umfeld, die Peergroup, in Institutionen, in der Sprache und vieles mehr. Natürlich spielen die Medien heute ebenfalls eine enorm große Rolle bei der Reproduktion von Geschlechterklischees. Viele Studien zeigen, dass Jungen und Mädchen bzw. Männer und Frauen in den Medien oft klischeehaft dargestellt werden, obwohl dies häufig nicht einmal von den Nutzerinnen und Nutzern gewünscht ist. Hier sind dringend mehr gute und vor allem vielfältige Vorbilder gefragt und auch die Politik ist gefordert. Durch gezielte Maßnahmen lassen sich gleichberechtigte Grundlagen schaffen und Stereotype aufbrechen.

INISEKmagazin: Könnte dies Jugendliche nicht auch in ihrer beruflichen Entscheidungsfindung verunsichern?

Miguel Diaz: Ich denke, doch eher, wenn sie sich beschränkt fühlen. Umso einfacher wird es dann, sich entsprechend dem jeweiligen Geschlecht für etwas, in Führungszeichen, Typisches zu entscheiden. Aber junge Menschen haben eben ganz individuelle Stärken und Interessen, denken zunehmend über die Kategorien „männlich“ und „weiblich“ hinaus. Insofern sollte es immer darum gehen, ihnen alle Berufe vorzustellen. Denn die, die zu den persönlichen Interessen und Stärken passen, wecken im besten Fall sogar eine Leidenschaft. Natürlich bleiben Bezahlung oder das Image für Viele bedeutsame Faktoren bei der Berufs- und Studienwahl, aber es sollten nicht die wichtigsten Kriterien sein.

INISEKmagazin: Und hier setzt die Initiative Klischeefrei an?

Miguel Diaz: Genau, um jungen Menschen eine nach individuellen Talenten, Stärken und Interessen orientierte Berufswahl zu ermöglichen. Dazu ist es notwendig, dass alle am Berufswahlprozess Beteiligten für die Wirkungsweisen dieser Klischees sensibilisiert werden. Sie arbeiten an entscheidenden Positionen und Drehkreuzen und können junge Menschen im Unterricht oder in der Ausbildungsberatung dazu ermutigen, ihren eigenen Weg zu gehen.

INISEKmagazin: Die Initiative Klischeefrei adressiert insofern verschiedene Zielgruppen: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in der Frühen Bildung, in Schulen und Hochschulen, aber auch in der Berufsberatung, in sozialen Einrichtungen, in Betrieben und Unternehmen aktiv sind und auch die Eltern?

Miguel Diaz: Ja, das ist die Strategie unseres Netzwerks. Oftmals unterschätzen Eltern und Organisationen ja ihren direkten Einfluss auf die Berufs- und Studienwahl von Jugendlichen, auf das, was diese sich auf ihrem Berufsweg zutrauen und vorstellen können. Allein ein klischeefreier Sprachgebrauch, wenn es um Diskussionen zur Berufsfindung geht, ist schon ein guter Anfang und schafft Bewusstsein für das, was am Ende möglich ist.

INISEKmagazin: Welche Auswirkungen hat das Ihrer Meinung nach für den Arbeitsmarkt bzw. Betrieb und Unternehmen?

Miguel Diaz: Wenn in Zukunft nicht mehr der Einfluss von Geschlechterstereotypen, sondern Individualität, Diversität sowie das Talent jedes Einzelnen den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt prägen, profitieren auch Unternehmen jeder Größe davon. In vielen Berufsfeldern kann der Fachkräftemangel durch die gezielte Ansprache des anderen Geschlechts mit ausgeglichen werden.

Bewusstsein schaffen und aktiv werden.

Die Initiative Klischeefrei stellt sich vor

Die Chancen und Vorteile einer geschlechterbewussten Haltung auf dem Ausbildungs- und Arbeitsmarkt zeigt Folgen. Wenige Studien belegen: Unternehmen und Einrichtungen, in denen Männer und Frauen gleichermaßen vertreten sind, sind im Vergleich zur Konkurrenz oft erfolgreicher, so eine Untersuchung von McKinsey & Company „Delivering through Diversity“ aus 2018. Doch wie gelingt es, mehr Geschlechtergerechtigkeit und Geschlechtervielfalt in Unternehmen und Einrichtungen zu integrieren? Wer an Personalentscheidungen beteiligt oder für die Kommunikation zuständig ist, ist oft mit der Förderung betraut. Ein erster Schritt ist es, sich mit den eigenen, teils unbewussten Rollenbildern auseinanderzusetzen. Darüber hinaus lohnt sich, bei der Anwerbung von Auszubildenden oder neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine geschlechtersensible Bild- und Wortsprache zu verwenden. Die potentiellen Arbeitskräfte von morgen sollen sich für jede Berufsausbildung angesprochen fühlen. Ein prüfender Blick auf die eigene Internetseite, auf die Präsentation bei Ausbildungsmessen, in Stellenanzeigen und letztendlich in den Geschäftspapieren kann neue Horizonte eröffnen. Berufsorientierungsmaßnahmen unter klischeefreien Gesichtspunkten anzubieten und dabei gezielt dem Geschlecht, das in der eigenen Organisation unterrepräsentiert ist, Möglichkeiten zu eröffnen, berufspraktische Erfahrungen zu sammeln, kann zusätzlich zu interessierten und motivierten Bewerbungen führen. Und auch dabei gilt es bei der Ansprache und der Auswahl von Auszubildenden darauf zu achten, dass kein Geschlecht benachteiligt wird.

Das Berufs- und Studienwahlspektrum von Mädchen und Jungen erweitern

Für Schülerinnen und Schüler bietet der alljährliche Aktionstag Girls' Day oder Boys' Day einen frühen Einstieg in das Thema. Schulen können in dem Kontext zudem gezielt Kontakt zu Unternehmen aufbauen und Kooperationen eingehen. Dass ein einzelner Praktikumstag schon viel bewirken kann, belegt eine aktuelle Evaluation. Die jüngst veröffentlichte Studie „Girls' Day und Boys' Day – klischeefreie Berufsorientierung, die wirkt!“ zeigt: Mehr als jedes vierte Unternehmen bzw. jede vierte Institution mit Mehrfachbeteiligung am Girls' Day stellt später ehemalige Teilnehmerinnen als Praktikantinnen oder Auszubildende ein. Bei den am Boys' Day aktiven Unternehmen und Institutionen lag der Anteil bei 17 Prozent. 66,7 Prozent der Jungen, die am Boys' Day Gesundheitsberufe in einem Krankenhaus kennengelernt haben, fanden diese interessant. Eine spätere Berufswahl in diesem Sektor zogen 31,2 Prozent der Befragten in Erwägung. Alle Ergebnisse der großangelegten Befragung sind in der Infothek unter www.klischee-frei.de abrufbar.

Die Infothek: eine große Daten- und Faktensammlung

Akteurinnen und Akteure der Berufsorientierung sowie Personalverantwortliche finden weitere hilfreiche Beispiele, Materialien für den Unterricht oder Lehrgänge in der neu eingerichteten Klischeefrei-Infothek. „Über die Suche und die Filterfunktion sind Themen einfach auffindbar“, so Miguel Diaz über das Angebot. Das Fachportal www.klischee-frei.de wird so zum zentralen Informationsmedium aller Branchen mit einer unvergleichlichen Materialienvielfalt. Das Infothek-Angebot beinhaltet Statistiken zu geschlechtsspezifischen Unterschieden bei Ausbildung, Studium oder Arbeitsmarkt oder Daten und Fakten zur Arbeitsteilung zwischen Frauen

und Männern sowie eine Vielzahl an Fachartikeln und Studien zu diesem Themenfeld. Neben Literaturempfehlungen, Handreichungen, Toolboxes, Methodensammlungen, Leitfäden oder Checklisten gibt es dort auch Informatives zu thematisch angrenzenden Bereichen, wie etwa zur Einkommensverteilung, unbezahlter Arbeit, Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Eine Mediathek mit Videobeiträgen, die für Klischees und festgefahrene Vorstellungen sensibilisieren, sowie verschiedene Aspekte von Chancengleichheit thematisieren, rundet das Angebot der Infothek ab.



Klischeefrei macht Schule

Im Rahmen der 2. Fachtagung im Mai 2019 in Berlin stellte die Schirmherrin der Initiative, Elke Büdenbender, das Methoden-Set „Klischeefrei macht Schule“ zur Berufs- und Studienwahl frei von Geschlechterklischees vor. Es umfasst 14 Arbeitsblätter und unterstützt Lehrkräfte aller Schulformen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Schulsozialarbeit oder Berufsberatung mit methodischen Anregungen zum Thema. In der A4-Mappe befinden sich ausführliche Beschreibungen praxisorientierter Methoden rund um die Themen Chancengleichheit und Geschlechtervielfalt – mit Fokus auf die Berufsorientierung junger Menschen. Für welche Altersgruppe sind die Methoden geeignet? Welche zusätzlichen Arbeitsmaterialien oder welcher Zeitaufwand werden benötigt? Neben Tipps zur Vorbereitung und Durchführung enthält das Set Weblinks zu Ergänzungsmaterialien, die Lehrenden zur Verfügung gestellt werden. Das Methoden-Set „Klischeefrei macht Schule“ kann kostenfrei über die Website klischee-frei.de als PDF heruntergeladen oder als Printprodukt bei der Servicestelle per E-Mail unter info@klischee-frei.de bestellt werden.



Zahlen und Fakten – gut aufbereitet

Ein weiteres Angebot für interessierte Expert/innen sind die Faktenblätter der Initiative Klischeefrei. Sie geben auf zwei Seiten einen guten Überblick über Geschlechtsunterschiede in Ausbildung und Beruf. Eines von inzwischen zehn Themen ist zum Beispiel die Quote aufgelöster Ausbildungsverträge. Das Faktenblatt liefert hier die aktuellsten Zahlen und Studienergebnisse. So haben sich in den letzten Jahren bei Frauen und Männern Abbrüche leicht erhöht. „Dies geschieht öfter in Berufszweigen, in denen Frauen zahlenmäßig unterrepräsentiert sind, beispielsweise in der Landwirtschaft oder im Handwerk“, so Miguel Diaz, Leiter der Servicestelle. Ein ähnlicher Effekt sei bei männlichen Auszubildenden festzustellen. Das ebenfalls kostenfrei zugängliche Angebot im A4-Format wird von einem Fachteam zusammengestellt.

Aktiv werden und sich bundesweit vernetzen

All die, die sich in der Berufsorientierung engagieren, sind eingeladen, sich der Initiative anzuschließen. Teilnehmen können alle juristischen Personen. Insgesamt 185 Partnerinnen und Partner zählt das Netzwerk derzeit. Täglich werden es mehr. Eine große Signalwirkung für Unternehmen und Institutionen hat die Beteiligung der großen Arbeitgeberverbände Deutschlands bei der Initiative Klischeefrei. Mit der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) hat die Initiative starke Partnerinnen und Partner, die nicht zuletzt dem Fachkräftemangel entgentreten möchten. Aber auch der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB) macht mit. Als erstes Bundesland trat im Frühjahr Mecklenburg-Vorpommern der Initiative bei. Die Landesregierung hatte in einer Kabinettsitzung die Unterzeichnung der Klischeefrei-Selbstverpflichtung beschlossen. 2018 schloss sich auch die Stadt Bielefeld als erste kommunale Verwaltung an. Für die Stadtverwaltung war dies ein wichtiger Schritt zu mehr Diversität in ihrem Personalmanagement. Im gesamten technischen Dienst der städtischen Betriebe soll die Unterrepräsentanz von Frauen ausgeglichen und insbesondere im feuerwehrtechnischen Dienst der Frauenanteil gesteigert werden. Durch die zusätzliche Beteiligung der Stadtverwaltung Bielefeld am Girls' Day und Boys' Day sollen junge Menschen schon in der Phase der Berufsorientierung über den Tellerrand schauen und Berufe kennenlernen, die Mädchen bzw. Jungen sonst eher selten in Betracht ziehen.

„Beruf und Bildung sind heute gesellschaftspolitische Themen von großer Bedeutung. Vor diesem Hintergrund freuen wir uns, dass wir inzwischen eine festgeschriebene Maßnahme zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter in der Agenda 2030 sind, der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung. Wir wissen, der Weg ist lang, doch gelingt es uns als Initiative immer wieder Anlässe für dieses Thema in der Öffentlichkeit zu schaffen“, blickt Miguel Diaz optimistisch nach vorn.

Kontakt und weitere Informationen:



Initiative zur Berufs-
und Studienwahl

**Servicestelle der Initiative Klischeefrei
im Kompetenzzentrum Technik-Diversity-
Chancengleichheit e.V.**

Miguel Diaz
Am Stadtholz 24
33609 Bielefeld
Tel.: 0521 106-7351
info@klischee-frei.de
www.klischee-frei.de

Von rosa Prinzessinnen über Germany's Next Topmodel zu Instafame.

Dr. Maya Götz über die Mediensozialisation von Mädchen heute



Sie werden gefördert, sind leistungsstark, haben oftmals sogar bessere Noten als die Jungen und dennoch fokussieren sie sich auf typische Frauenberufe wie Friseurin und Erzieherin, strömen in ein Studium der Germanistik oder Romanistik, obwohl sie wissen, dass es im MINT-Bereich und Handwerk – jenseits der Friseurin – deutlich besser bezahlte und zukunfts-trächtigere Jobs gibt. Diese Tendenz ist nicht nur in Deutschland, sondern auch in vielen anderen EU-Ländern so, doch Deutschland liegt im Vergleich auf dem vorletzten Platz, was z.B. die geschlechterstereotype Studienplatzwahl angeht. Die Hintergründe hierfür sind sicherlich vielfältig. Ein Hintergrund könnte in den Medienbildern und medial getriebenen Größenfantasien liegen, die wir Mädchen anbieten bzw. eben nicht anbieten.

Was ist es denn? – Das eine oder das andere von Anfang an

Schon in der Schwangerschaft und spätestens, wenn das Kind geboren ist, ist die erste Frage stets: Was ist es denn? Die Frage zielt nicht etwa darauf, ob das Kind gewollt oder gesund ist, also Fragen, die durchaus sinnhaft wären, sondern welches Geschlecht das Kind hat, d.h. ob es ein Junge oder ein Mädchen ist. Das hilft, das Kind von Anfang an in das eine oder andere einzuordnen. Von dem Augenblick an, an dem die Hebamme das eine oder andere angekreuzt hat – oder die dritte Kategorie kennzeichnet bzw. das Feld vorerst frei lässt – und das Kind mindestens einen eindeutig geschlechterkennzeichnenden Namen erhalten hat, ist das ganze Leben des Kindes bestimmt, denn von nun an wird es als das eine oder andere gesehen und so angesprochen. Um dies äußerlich möglichst deutlich zu signalisieren (und die Frage nach dem Geschlecht vielleicht auch unnötig zu machen), kleiden die Eltern das Kind dann entsprechend: mit kraftvollen Farben für die Jungen und die Mädchen in Rosa, mit Schleifen oder irgendetwas anderen, das das Neugeborene verschönt. An sich gibt es keinen Grund, den kleinen Menschen von Anfang an einzuteilen und mit Kennzeichen für stark oder schön zu versehen. Das ist eine gesellschaftliche Konvention, „man macht das halt so“, und diese gesellschaftliche Konvention, die vorgibt, was es heißt, ein Mädchen oder ein Junge zu sein, lässt sich als „Gender“ bezeichnen. Spätestens mit 2,5 Jahren wird sich das Kind selbst dem einen oder anderen zuordnen und ein Doing Gender entwickeln. Gender wird so zu einer der ersten und stärksten Identitätskategorie von Anfang an.

Welten in Rosa und Grün-Schwarz-Blau Globalisierte Konsumwelten verstärken die Bipolarität

Die Forschung zeigt sehr deutlich: Für die meisten Dimensionen, wie beispielsweise Begabung, Fähigkeiten etc., ist die Kategorie Geschlecht bei Kindern so gut wie unbedeutend. Eigentlich sind sich Kinder unabhängig von Geschlecht, Hautfarbe, Haarfarbe und -struktur ausgesprochen ähnlich. Spätestens beim Gang in die großen Bekleidungs- oder Spielzeugkaufhäuser wird aber klar: Mädchen und Jungen müssen ganz und gar unterschiedlich sein. Rosa, Plüsch und Glitzer mit Schönheit, kommunikativen Spielen und Barbies auf der einen Seite und Grün, Schwarz und viel Kraft und Technik auf der anderen Seite der Abteilung. Hairstyling, Reiten, Swimmingpool auf der einen und Hubschrauber, Handwerker und Action auf der anderen Seite. Von Anfang an teilen wir Kindern mit, dass es zum Mädchen- und Jungen-Sein nun mal dazugehört, ganz unterschiedliche Bedürfnisse und Zukunftsperspektiven zu haben. Und diese Tendenz hat in den letzten Jahrzehnten deutlich zugenommen, denn Geschäfte wollen ihre Kund/innen möglichst effizient steuern. Angesichts des Überangebots, welches mit der Globalisierung einhergeht, erscheint die Einteilung der Kinder nach Mädchen und Jungen dabei der effizienteste Weg – unabhängig davon, ob dies für Kinder und ihre Zukunftsperspektiven sinnvoll oder gar förderlich wäre. Denn natürlich nehmen Kinder erstmal diese Kategorien auf und folgen den Geschlechterverhältnissen zu Hause, und wenn die Mama nun mal (neben ihrer Lohnerwerbsarbeit) noch den gesamten Haushalt macht und sich ständig um ihr Aussehen sorgt und der Papa das Auto wäscht und für die Reparaturen zuständig ist, dann nehmen sie dies selbstverständlich als Vorbild.

Barbie und Bob der Baumeister – Die Medienheld/innen der Kinder

In diese deutlich nach Geschlecht geteilten Welten kommen nun bestimmte Medienheld/innen. Das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) in München befragt seit nahezu zwei Jahrzehnten Kinder nach ihren Lieblingsfiguren im Fernsehen. In der Befragung von Vorschulkindern 2018 nannten Jungen am häufigsten Feuerwehrmann Sam und Bob der Baumeister. Beide sind Männer, die sich im Team in handwerklichen Berufen für das Wohl der anderen einsetzen und ein erfülltes Leben haben. Mädchen nennen neben der Maus (aus Die Sendung mit der Maus) Biene Maja, Hexe Lilli und Barbie. Es sind Mädchenfiguren, die Abenteuer erleben, indem sie anderen helfen (Biene Maja, Hexe Lilli), meist mithilfe von Kommunikation, sowie Barbie, die als schöne Prinzessin Probleme löst und z.B. auf der Bühne steht. Es sind also ganz unterschiedliche Lebensvorstellungen, die wir Mädchen und Jungen hier anbieten. Aber warum funktioniert dies? Warum machen Mädchen und ihre Mütter dies mit?

Der Stolz darauf, weiblich zu sein

„Prinzessin Lillifée lebte in einem märchenhaften Blütenschloss mitten in einem wunderschönen Garten. Von morgens bis abends kümmerte sie sich um all die Tiere und Pflanzen, die dort lebten.“ (Finsterbusch, 2004) Schon in den ersten Zeilen des ersten Buches von Prinzessin Lillifée, einem Prototyp einer modernen rosa Prinzessin, wird deutlich, worum es geht. Ein Mädchen hat ihr eigenes Königinnenreich, in dem sie sich selbstbestimmt als ausgesprochen kompetent und wichtig für alle Bewohner/innen erweist. Für Mädchen, die Fans von Lillifée sind, sind diese rosa glitzernden Welten zunächst ein ästhetisches Erlebnis, mit dem sie sich eindeutig als Mädchen definieren können. Denn Rosa ist die einzige Farbe, die nicht Junge ist.

Im Symbol der Prinzessin finden sie ihr Lebensgefühl wieder: Sie fühlen sich wertgeschätzt und kompetent. Inhaltlich projizieren sie oftmals den Beruf der Mutter in die Geschichten. Mütter tragen die Begeisterung meist (z.T. ungewollt) mit, denn sie erahnen, worum es hier nachweislich geht: Der Stolz, ein Mädchen zu sein, was auch heißt, so toll, fähig und machtvoll wie die Mutter und Erzieherin zu sein. Dies ist ein wichtiger Identitätsschritt, denn jede und jeder sollte darauf stolz sein, was er oder sie ist. Aber es sind eben keine Welten des Handwerks oder der MINT-Berufe, die sich hier mit einer weiblich konnotierten Lebensperspektive verbinden.

Gleichzeitig fehlt jegliche kritische Perspektive, denn auch wenn Mädchen heute selbstbewusst in einer Welt voller machtvoller Frauen aufwachsen, leben wir nicht in einer geschlechtergerechten Gesellschaft. Wir haben nach wie vor z.B. einen deutlichen Gender Pay Gap, eine familienunfreundliche Arbeitswelt und Frau und alleinerziehend zu sein, sind nach wie vor mit die größten Risikofaktoren für drohende Altersarmut. Dies sehen Mädchen und ihre Mütter jedoch meist nicht. Postfeministisch geprägt gehen sie davon aus, dass Gleichberechtigung erreicht sei und es ihr individuelles Versagen ist, weswegen sie in dieser Gesellschaft nicht erfolgreich sind. Auch dies ist in den Medienheld/innen der Mädchen wiederzufinden und damit tief in die Gendervorstellungen eingeschrieben.

Die neuen Ideale von Frau: perfekt in jeder Hinsicht

Werden Kinder zwischen 6 und 12 Jahren repräsentativ nach ihrer Lieblingsfigur gefragt, stehen 2018 bei den Jungen, wie seit Jahren, SpongeBob und Bart Simpson ganz oben, gefolgt von Garfield und Sheldon Cooper (The Big Bang Theory). Sie alle sind Helden, welche die an sie gestellten Anforderungen unterlaufen. SpongeBob will zwar immer alles richtig machen, er ist aber stets zu selbstbezogen, als dass es ihm gelingen kann. Bart Simpson genießt es geradezu, sich über alle moralischen Grenzen und Anforderungen hinwegzusetzen. Garfield ist egozentrisch und faul, Sheldon Cooper in seinen MINT-Spezialgebieten herausragend gut, dafür aber sozial total inkompetent. Die aktuellen Helden der Jungen sind alles Figuren, die trotz aller Fehlbarkeit am Ende stets als die Gewinner dastehen.

Die Lieblingsfiguren der Mädchen hingegen sind, wie schon seit Jahren, alles Mädchen, die sich dadurch auszeichnen, dass sie kompetent ihre Probleme lösen. Hexe Lilli reist mit ihrem kleinen Drachen durch die Weltgeschichte und rückt sie wieder zurecht. Sally Bollywood löst Kriminalfälle an ihrer High-School, Kim Possible rettet die Welt und Barbie ist selbstbewusst in allen Geschichten und auf allen Bühnen zu Hause, stets mit den schönsten Kleidern und perfekten langen Haaren. Alle verkörpern aufaddierte Idealeigenschaften (Add-on-Figuren) und ihre Handlungen sind immer gut begründet, moralisch motiviert und sie agieren kompetent. Selbstverständlich sehen sie dabei perfekt aus, mit langem wallendem Haar, und sind ausgesprochen dünn. Starke Mädchen sind perfekt und zwar in allen Dimensionen! Ein gezieltes Unterlaufen von Anforderungen, wie wir es Jungen zugestehen, finden wir bei den Heldinnen der Mädchen nicht. Fehler machen sie maximal, wenn sie verliebt sind. Damit legen wir Mädchen den nächsten schweren Wackerstein in ihren Identitätsrucksack, denn gerade wenn es um MINT-Bereiche geht, gehört Fehlermachen selbstverständlich mit dazu. Jedes Experimentieren und Ausprobieren, aber auch jede handwerkliche Tätigkeit geht quasi naturgemäß mit Fehlern einher, was für Mädchen dann oft mit dem Gefühl der Unzulänglichkeit verknüpft ist. Unterstützt von stereotypen Vorannahmen wie „Mädchen können nun mal kein Mathe“ oder „Frauen und Technik ...“ werden sie in der Vorstellung bestärkt, dass sie, da sie ja einen Fehler gemacht haben, dies nun mal auch wirklich nicht könnten.

Dies stimmt oftmals mit dem Grundgefühl, defizitär zu sein, überein, das wir Mädchen und Frauen schon früh tief in ihr Körpergefühl einschreiben und das sie meist ein Leben lang belastet.

Wo (fast) keine Frau genügen kann: der Körper der Medienfrauen

Schon im Erwachsenenfernsehen ist es auffällig, dass fast ausschließlich schlanke Frauen zu sehen sind, wohingegen Männer durchaus auch ihren Bierbauch zeigen dürfen. Im Kinderfernsehen erreicht dies noch einmal besondere Dimensionen, insbesondere im Zeichentrick, wo jede zweite Mädchen- oder Frauenfigur eine Wespentaille hat, die auf natürlichem Weg nicht zu erreichen ist. Besonders deutlich wird dies bei den Disneyfiguren, die allesamt schmaler um die Taille sind als die klassische Barbie. Um die Maße der Barbie zu erreichen, müsste eine Frau allerdings mindestens 2,15 m groß sein oder die untere Rippe herausoperieren lassen. Unsere Mädchen wachsen also mit einem inneren Körperbild auf, das sie niemals erreichen können. Doch starke Mädchen sehen immer so aus und entsprechend entsteht das Deutungsmuster: Sie selbst sind wohl entsprechend defizitär.

Mit spätestens zehn Jahren kommt dann die Sendung Germany's Next Topmodel (GNTM) hinzu, die zwei von drei Mädchen zumindest manchmal schauen – mit 16 Jahren sind es neun von zehn Mädchen. Die Kandidatinnen erscheinen ihnen wie Mädchen von nebenan und es entsteht die Vorstellung, es sei normal, so auszusehen. Doch nur um sich bei GNTM bewerben zu können, müssen die jungen Frauen mindestens 1,76 m bei einer maximalen Kleidergröße von 36 sein. Statistisch hat nur eine von 40.000 Frauen überhaupt diesen Körperbau. Werden diese Körper, die die Werbung dominieren, als normal angesehen, dann sind 99,998 % aller Frauen defizitär. Entsprechend kann GNTM Essstörungen befördern und hat einen Einfluss auf die Berufsvorstellung von Mädchen: 67 % der Neun- bis Elfjährigen könnten sich – bevor sie in die Pubertät kommen und erkennen müssen, dass ihr Körper selbstverständlich nicht so aussieht – „Model“ als Beruf für sich selbst vorstellen. Aber: Wie viele Models braucht unsere Gesellschaft?

Influencer/innen und Instafame

Bei den Jugendlichen, die heute gut 3,5 Stunden täglich online sind, kommen dann soziale Netzwerke und YouTube als wichtige Sozialisationsfaktoren hinzu. Gut sieben von zehn 14- bis 19-Jährigen nutzen täglich oder mehrfach wöchentlich Instagram und folgen u.a. Influencer/innen, den neuen Stars von Preteens und Jugendlichen. Influencer/in ist der neue Traumberuf, bei dem sich kreativ und frei arbeiten und scheinbar schnell viel Geld verdienen lässt. Die Realität sieht aber ganz anders aus und nur wenige – die sich mit langen Arbeitstagen, viel Fleiß und dicker Haut durchbeißen – schaffen es, sich längerfristig durch Sponsoren und Werbeeinnahmen zu finanzieren. Während sich Männer in ihrer Vielfältigkeit von Körpern und Interessen kreativ inszenieren können, ist eine Finanzierung für Frauen meist nur in Themenbereichen wie Beauty und Lifestyle möglich.

Die Bilder, was anerkanntes Frausein heißt, werden hier noch einmal enger, als dies in den „traditionellen elektronischen“ Medien der Fall war.

Mit Instagram, der zurzeit weltweit größten Plattform der visuellen Selbstdarstellung von Jugendlichen, wird der Anspruch an das eigene Bild noch einmal eingeschränkter. Um Anerkennung durch Likes und Kommentare zu bekommen und Instafame zu spüren, müssen die Bilder, die Influencerinnen, Mädchen und junge Frauen hier veröffentlichen, „perfekt“ in jeder Hinsicht sein. Oft braucht es 20 bis 50 Anläufe, um ein instagramfähiges Bild herzustellen,

gefolgt vom entsprechenden Einsatz von Filter-Apps, die nicht nur Farbtemperatur, Schärfe etc. verändern, sondern mit denen sich leicht der eigene Körper verändern lässt. Da dieser meist nicht dem inneren Bild genügt, werden Haare, Haut und Figur in Shape gebracht, um genau so auszusehen wie alle anderen – und wehe eine hat nicht den entsprechenden Körper. Der Druck der Vereinheitlichung in Bezug auf das Aussehen und der Anspruch, bloß nicht durch Individualität oder ein unweibliches Bild aufzufallen, vermehren sich noch einmal. Die Identitätsschraube zieht sich für Mädchen hier immer enger, selbstverständlich ohne dass Handwerk oder MINT hier auch nur eine marginale Rolle für die Zukunftsperspektiven spielen würden.

Mädchen heute: gut ausgebildet, stark, stolz – und doch voller Selbstzweifel

Noch nie waren Mädchen so gut ausgebildet und standen ihnen so viele Perspektiven offen wie heute und doch bleiben sie (meist) auf den begrenzenden Wegen „weiblicher Berufe“ und meiden (tendenziell) Handwerk und MINT. Ein Hintergrund:

Gender ist eine der zentralen Identitätsdimensionen von Mädchen. Von Anfang an erzählen wir ihnen, sie seien grundsätzlich anders als Jungen, geben ihnen unbewusst mit, Aussehen sei für sie besonders wichtig, und anderen zu helfen sei der zentrale Weg, als Mädchen oder Frau ein erfülltes Leben zu haben.

Anstatt die eingeschränkten Bilder zu überwinden, verstärkten sich in den letzten Jahrzehnten zunehmend die Bilder scheinbar perfekter Frauen mit einer Körperlichkeit, wie sie nur für sehr wenige erreichbar ist. Konsum und Medienbilder, und nicht zuletzt die Frauen der Generation davor, erhalten das Bild aufrecht, dass es letztendlich nur an den Mädchen selbst läge, die Ideale zu erreichen und ihren Platz in dieser Gesellschaft zu finden – anstatt gezielt Fehler und Verweigerung zu loben, Probleme als systemisch zu benennen und andere Bilder anzubieten.

Und so zweifeln Mädchen meist tief innerlich an sich selbst, gehen nur sehr widerwillig an Bereiche heran, in denen sie sich Fehler eingestehen müssten, denn das geht für sie mit dem Gefühl einher, defizitär zu sein. Insbesondere im Handwerk und in MINT-Bereichen gehört es aber dazu, aus Fehlern zu lernen, denn sie sind wertvolle Teile des Lernprozesses. Insofern braucht es gerade heute besonders viel Energie, Mädchen zu mehr Individualität und Fehler-toleranz zu ermutigen, und ihnen zu verdeutlichen, wie vielfältig berufliche Wege zu einem erfüllten, spannenden Leben führen können – wenn man sich nur traut.

Kontakt und weitere Informationen:

Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

Dr. Maya Götz

Rundfunkplatz 1

80335 München

Tel.: 089 5900-42991

izi@br.de

www.br-online.de/jugend/izi/

Ich brauche fürs Tischerücken ein paar starke Jungs – starke Mädchen aber auch!

Ein Interview mit Tanja Berger über geschlechtergerechte Arbeit in der Bildungs- und Begegnungsstätte HochDrei e.V. Potsdam



Die Gleichstellung der Geschlechter ist eines der drei Querschnittsziele der vom Europäischen Sozialfonds geförderten Projekte (Förderperiode 2014–2020). Auch für die Projekte der Initiative Sekundarstufe I (INISEK) ist dies also von Bedeutung. So sind z.B. die Kooperationspartner aufgefordert, im pädagogischen Konzept unter dem Punkt „Heterogenität“ darzustellen, wie sie Gleichberechtigung u.a. in Bezug auf das Geschlecht sicherstellen. Das *INISEKmagazin* hat bei Tanja Berger nachgefragt, wie sie geschlechtergerechte Bildungsarbeit umsetzt. Sie ist für die Koordination des Bereiches „Bildung“ der Bildungs- und Begegnungsstätte HochDrei e.V. in Potsdam zuständig.

INISEKmagazin: *Warum ist geschlechtergerechte Bildungsarbeit bei HochDrei e.V. so wichtig?*

Tanja Berger: *Das ist eigentlich ganz einfach zu beantworten. Vielfalt und vor allem Geschlechtergerechtigkeit sind bei uns in der Vereinspräambel festgeschrieben. Geschlechtergerechtigkeit, Demokratie und Gendermainstreaming gehören zu den Grundsätzen unserer Bildungsarbeit und werden daher nicht diskutiert. Wir arbeiten eben geschlechtergerecht und möglichst diskriminierungsarm. Die Gleichberechtigung zwischen Mann und Frau bzw. die gleichen Chancen für Mädchen und Jungen sind uns wichtig und das spiegelt sich in all unseren Projekten wider, ob es deutsch-polnische Jugendbegegnungen sind oder die Bildungsarbeit im Bereich Berufs- und Studienorientierung. Deswegen brauche ich bei diesem Thema auch nicht auf Unterstützung hoffen, sondern die ist da. Der Verein ist 1998 von Studierenden gegründet worden, die z.T. stark feministisch waren und die Männer, die im Verein waren, kamen aus der Frauenbewegung zugeneigten Initiativen. Geschlechtergerechtigkeit war von Anfang an im Leitbild festgeschrieben. Und ich bin davon überzeugt, dass, wenn man sich Dinge bewusst macht und sie festschreibt – das ist wie mit Gesetzen – dann handelt man auch danach. So ist unsere Haltung eigentlich entstanden und das prägt wirklich unsere ganze Arbeit.*

INISEKmagazin: *Wie stellen Sie die geschlechtergerechte Arbeit in Ihrem Team sicher?*

Tanja Berger: *Unsere Teamer/innen, die unsere Seminare und Begegnungen begleiten, werden größtenteils durch uns in der so genannten Teamer/innen-Ausbildung in geschlechtergerechter bzw. geschlechtersensibler Pädagogik geschult. Wenn bei uns jemand Teamer/in ist, dann muss sich die Person tatsächlich damit identifizieren. Mir ist wichtig, dass ich*

den Teamer/innen vertrauen kann und unterschiedliche Rollen gelebt werden und nicht die Mädchen zum Abwaschen und die Jungs in die Fahrradwerkstatt geschickt werden. Und in unseren Seminaren zur Berufs- und Studienorientierung läuft ja die tägliche Verpflegung über die Selbstorganisation der Jugendlichen. Da können sie sich nicht auf das Geschlecht zurückziehen. Gendergerechte Sprache ist der Mindeststandard, wobei die Entwicklung einer Genderkompetenz wünschenswert ist.

INISEKmagazin: Was ist darunter zu verstehen?

Tanja Berger: Dazu gehört für mich: Wie wähle ich Methoden aus und wie sensibel bin ich für unterschiedliche Fähigkeiten unabhängig von Geschlecht? Niemand ist besser oder schlechter aufgrund seines Geschlechtes und es sollte daher keine Zuschreibung aufgrund des Geschlechtes geben. Wenn man mit Bildern arbeitet, finde ich es wichtig, passende Bilder auszuwählen – gerade wenn es um Hierarchien geht: Nicht Arzt und Krankenschwester, sondern Ärztin und Krankenpfleger. Da gibt es so viele Möglichkeiten. Die Leitlinien zur geschlechtergerechten Jugendarbeit des Landes Brandenburg¹ finde ich hier übrigens sehr hilfreich. Auch wenn diese schon ein paar Jahre alt sind und Ergänzungen bedürfen, bieten sie wichtige Anregungen.

Zur Genderkompetenz gehört für mich auch, dass man mit aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen und der pädagogischen Fachdiskussion vertraut ist und einen geschlechterreflektierten Blick auf Historie hat. Die Eigenreflexion finde ich ganz wichtig, diese verlangen wir ja auch von den Jugendlichen. Im Rahmen von Seminararbeit sollte man sich immer selbst hinterfragen, Dinge mit Kolleg/innen besprechen, offen sein für Anregungen und anerkennen, wenn sich jemand verletzt fühlt.

Wie schon erwähnt, achten wir auf sexistische Sprache. Niemand sollte zu einem Jungen sagen: „Du benimmst dich wie ein Mädchen. Sei nicht wie ein Mädchen!“ Mädchen ist kein Schimpfwort. Mädchen sind Mädchen, Jungen sind Jungen, und ich möchte es nicht als Abwertung benutzt wissen. Das kann ich mit Jugendlichen total gut besprechen. Mit Lehrkräften ist es manchmal schwieriger.

INISEKmagazin: Inwiefern?

Tanja Berger: Lehrkräfte sagen auch Dinge wie: „Heul doch nicht wie ein Mädchen“. Bei dieser sexistischen Sprache können wir, auch die Teamer/innen, noch mehr tun. Alles, was nicht vermeintlich männlich ist, wird als lächerlich und schwach dargestellt. Und dann wird auch noch darüber gelacht. Das Schlimme ist, dass es auch noch funktioniert. So ein Kommentar trifft die Jungen zutiefst. Da wünschte ich mir mehr Mut, mit den Lehrkräften in eine Diskussion zu gehen, und von der Schule mehr Reflexion. Es werden manchmal Bilder selbst reproduziert, da bin ich fassungslos. Ich glaube, dass die Ausbildung und die pädagogische Fachliteratur oder Zeitschriften einen großen Anteil daran haben. Aber wir haben auch Gegenbeispiele, z.B. einen Mathematiklehrer, der geschlechtergerecht gesprochen hat. Da ist mein Herz aufgegangen, muss ich ganz ehrlich sagen. Die Gesellschaft an sich ist ja schon sehr klischeehaft und sexistisch und in Lehrbüchern werden z. T. auch sexistische Bilder reproduziert.

INISEKmagazin: Wie reagieren die Schüler/innen auf die geschlechtergerechte Pädagogik?

Tanja Berger: Gendergerechte Sprache z.B. fällt den Jugendlichen erst mit der Zeit auf, sie wenden sie nicht an. Was wir aber merken, ist: Wenn es einen Alltag gibt dazu, dann kommen die Jugendlichen auf die Idee anders zu sprechen oder anders mitzudenken, ohne dass es als

¹ https://mbjs.brandenburg.de/media_fast/6288/final_broschuere_leitlinien_web.pdf

Doktrin verstanden wird. Die Allermeisten nutzen immer noch das generische Maskulinum, aber wir verbessern die Schüler/innen sprachlich nicht. Wir bleiben bei uns und leben das vor, und dann können sie das für sich bewerten. Wenn ich z.B. bei Berufsbezeichnungen stets beide Geschlechter nenne, dann kommt schon mal: „Wir haben das verstanden“. Die Jugendlichen wissen schon, worum es geht. Sie sind ja total pfiffig. Aber mir ist das total wichtig, denn es gab mal eine Studie² an der FU Berlin, die belegt, wenn Berufsbezeichnungen in männlicher und weiblicher Form ausgesprochen werden, trauen sich Kinder eher zu, diese Berufe auszuüben. Geschlechtergerechte Sprache hat Einfluss auf unser Denken. Es nutzt also Jungen und Mädchen, weil sie sich dann vorstellen können, Ingenieurin oder Erzieher zu werden. In den Lebenswünschen und -träumen sind sich Jungen und Mädchen übrigens total ähnlich.

INISEKmagazin: Welche Methoden nutzen Sie, um das Thema „Geschlecht“ aufzugreifen?

Tanja Berger: Ich arbeite gerne z.B. mit gegenderten Quizspielen. Da stelle ich u.a. Fragen zu Gehaltsunterschieden, z.B. bei Chemikern und Chemikerinnen. Dann kommt schnell die Frage: Warum ist das so? Es ist selten, dass die Jugendlichen es so hinnehmen. Und wenn, kann man ja auf die Sprünge helfen: Ist das denn richtig so? Über Geschlechtersegregation kann man locker ins Gespräch kommen. Das ist sehr niedrigschwellig. Man kann auch sehr gut über das Thema Berufsbiographie sprechen. Welche Berufe gibt es in den Familien? An einem Berufestammbaum kann man die Berufswahl von Frauen und Männern sehr gut nachvollziehen.

INISEKmagazin: Haben Sie den Eindruck, dass die Berufswahl der Jugendlichen noch sehr an den traditionellen Geschlechterrollen orientiert ist?

Tanja Berger: Ich finde schon, dass die Berufswahl noch sehr segregiert ist. Die Jungen tendieren zur Technik und die Mädchen im Handwerk z.B. zu den „schönen Künsten“. Manchmal gibt es auch einen Jungen, der Sozialassistent und später Erzieher werden möchte, aber es ist eher selten, dass sich die traditionelle Berufswahl verschiebt. Was noch sehr unterschiedlich ist, ist dieses Zutrauen. Leistungsschwächere Jungen trauen sich auch nicht so viel zu, aber in aller Regel trauen sich Jungen mehr zu als Mädchen, obwohl sie es vielleicht nicht so gut können. Mädchen sind oft noch sehr zurückhaltend und haben Angst vor der Verantwortung. Da müssen wir sie ermuntern.

Und ich glaube schon, dass für die Mehrheit der Jungen nach wie vor das Ernährer-Modell gilt und sie sich erst erfolgreich fühlen, wenn sie die Familie versorgen können. Da haben es junge Frauen etwas einfacher, sie dürfen auch Misserfolge haben, weniger verdienen und in Teilzeit sein. Aber auch hier bewegt sich gerade ganz viel, weil die nachkommenden Generationen nicht bereit sind, den Fokus auf die Erwerbsarbeit zu legen und Tag und Nacht zu arbeiten.

Was den Berufswahlprozess betrifft, ist ganz klar, dass unsere Teamer/innen oder Referent/innen bei den Fähigkeiten ansetzen und nach Interessen schauen, um die Jugendlichen zu bestärken. Wir schauen nicht, was wird gebraucht, sondern wo liegen die Stärken der/s Einzelnen. Was macht der Jugendliche gerne? Wobei vergisst er seine Zeit? Uns geht es darum, eine stereotyp- und nicht-interessengeleitete Berufswahl zu verhindern.

Wenn eine junge Frau sagt: „Ich möchte Kosmetikerin oder Friseurin werden“ und die Berufswahl ist interessengeleitet, dann ist das völlig in Ordnung. Ich kann nur Hinweise z.B. auf den Verdienst geben und mit ihnen an ihren Kompetenzen und Interessen arbeiten.

² www.fu-berlin.de/presse/informationen/fup/2015/fup_15_223-einfluss-geschlechtergerechte-sprache/index.html

Aber ich möchte es auch nicht immer auf das Geld fixieren. Wenn es Spaß macht und das Interesse da ist, darf man auch weniger verdienen. Letztendlich geht es den Jugendlichen aber auch heute noch stark um einen sicheren Job, mit dem sie auf eigenen Füßen stehen können.

Kontakt und weitere Informationen:

**HochDrei e. V. –
Bilden und Begegnen in Brandenburg**
Tanja Berger
Schulstr. 9
14482 Potsdam
Tel.: 0331 5813-224
berger@hochdrei.org
www.hochdrei.org

Fachkräftesicherung durch klischeefreie Berufsorientierung.

Ein Erfahrungsbericht der Handwerkskammer Potsdam

Sophie Runge ist Auszubildende im Handwerksbetrieb „Florian Birkholz und André Mohns Dentallabor“ in Oranienburg und hat ihre Entscheidung für den Beruf nicht einen Tag bereut. Schon im Praktikum war Sympathie auf beiden Seiten da. Die 23-Jährige erfährt im Dentallabor eine hohe Anerkennung, nicht nur wegen ihrer gewissenhaften Arbeitsweise und ihrer Lust, im Team zu wirken. Ihre digitalen Kompetenzen überzeugen auf ganzer Linie. „Kundenprodukte am Computer zu modellieren und digitale Bewegungsbahnen von Neuentwicklungen zu analysieren – bei diesen Ausbildungsinhalten macht ihr so schnell keiner etwas vor“, weiß Zahntechnikermeister André Mohns. Im März 2019 wurde sie als „Azubi des Monats“ für ihr vorbildliches Ausbildungsengagement durch den Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Potsdam Ralph Bührig geehrt.

Sophie hat einen beruflichen Weg gewählt, der perfekt zu ihren Stärken und Interessen passt. Und sie zeigt mit ihrer Entscheidung, dass Frauen und Technik gut zusammenpassen – auch wenn es das Klischeebild von Männern und Frauen oft leider anders vermittelt. Mit dem Format „Azubi des Monats“ möchte die Handwerkskammer Potsdam aufzeigen, wie vielfältig und modern das Handwerk als ältester Wirtschaftszweig ist. Jeden Monat werden besonders engagierte Azubis geehrt und damit auch zu Botschafter/innen für Diversität und Klischeefreiheit.

Das Westbrandenburgische Handwerk weist seit mehreren Jahren volle Auftragsbücher und eine stabile Ausbildungsbilanz aus – mit regionalen und berufsbezogenen Unterschieden. Etwa 18 % der Auszubildenden in den Handwerksbetrieben Westbrandenburgs sind weiblich – eine Zahl mit Steigerungspotenzial. Aber wenn Frauen einmal den Weg in das Handwerk gefunden haben, sind sie oft sehr erfolgreich bei der Gesell/innenprüfung und haben den Meisterbrief fest im Blick.

Handwerkskarrieren beginnen in 130 Ausbildungsberufen, wobei sich 80 % der weiblichen und 73 % der männlichen Azubis seit Jahrzehnten für die berühmten TOP 10¹ entscheiden. Auch in vielen anderen Wirtschaftsbereichen konzentrieren sich Jugendliche sehr auf bestimmte Bereiche und Berufe. Uralte und auch neuere Klischees wirken lange und hartnäckig. In der Folge bleiben Geschlechter in Berufen „unter sich“, was für das Betriebsklima und Unternehmenskultur nachteilig sein kann.

Bei den Angeboten zur beruflichen Orientierung von A wie Ausbildungsmesse bis Z wie Zukunftstag hat die Handwerkskammer das Thema Klischeefreiheit auf dem Schirm. „Gemischte“ Berater/innenteams auf Berufsorientierungsveranstaltungen, bei Lehrstellen- und Ausbildungsberatung, beim Willkommencoaching und in der Bildungsberatung garantieren eine klischeefreie, offene Unterstützung. Die bundesweite Imagekampagne des Handwerks #einfachmachen setzt ein für alle sichtbares Zeichen für Diversität und Weltoffenheit.

¹ 1. Kraftfahrzeugmechatroniker/in, 2. Elektroniker/in, 3. Anlagenmechaniker/in, 4. Friseur/in, 5. Tischler/in, 6. Maler/in und Lackierer/in, 7. Fachverkäufer/in Lebensmittelhandwerk, 8. Metallbauer/in, 9. Zimmerer/in, 10. Maurer/in (Quelle: <https://www.deutsche-handwerks-zeitung.de/die-zehn-beliebtesten-lehrberufe-im-handwerk/150/9447/177834>, letzter Zugriff am 02.10.2019)



Seit 2003 sind die Götzer Werkstatt-Tore für Schüler/innen offen. Etwa 8.000 Jugendliche aus der Sekundarstufe I haben in Werkstatttagen bzw. im Praxislernen in Werkstätten Handwerksluft geschnuppert. Erfahrungen in vermeintlich typischen und untypischen Berufsfeldern helfen, eigene Neigungen und Stärken herauszufinden. Klischees lassen sich am besten in der Praxis überwinden – mit klischeefreiem pädagogischen Personal an der Seite sowie viel Neugier und Offenheit im Gepäck. Eine gute Vorbereitung des Praxislernens durch die Schule ist dabei äußerst wichtig. Vorurteile wie „Mädchen können doch kein Rad am PKW wechseln“ oder „Kosmetik ist doch nichts für Jungs“ werden im Unterricht und in der Werkstatt proaktiv zum Thema gemacht. Schüler/innen können sich dann bei der Projektarbeit selbst ein Bild über Berufe machen und Klischees kritisch hinterfragen. Wichtig ist die Botschaft: Jede/r kann bei entsprechendem Interesse, Fleiß und Geschick in jedem Beruf erfolgreich sein. Das beweisen auch die Leitungseinschätzungen am Ende des Praxislernens – oft eine positive Überraschung für alle. Prima Chemiekenntnisse im Friseursalon, Kommunikationsstärke in der Kfz-Werkstatt und Teamwork bei Metallarbeiten können alle Geschlechter zeigen – gern auch in gemischten Gruppen. Persönliche Begegnungen mit einer Tischlermeisterin oder einem Friseurmeister komplettieren die klischeefreie Berufsorientierung. Pädagog/innen, die das Praxislernen begleiten, lernen nicht nur ihre Schüler/innen neu kennen, sondern entdecken auch selbst das Handwerk jenseits klassischer Rollenbilder.

Praxislerner/innen von heute sind die Handwerker/innen von morgen. Und vielleicht tauscht Sarah A. aus der 8. Klasse im Jahr 2030 bei ihrem ehemaligen Lehrer die veraltete Heizungsanlage aus – ganz ohne Vorurteile.



Kontakt und weitere Informationen:



**Handwerkskammer
Potsdam**

Handwerkskammer Potsdam

Rita Müller

Am Mühlenberg 15

14550 Groß Kreutz (Havel)

Tel.: 033207 34-336

rita.mueller@hwkpotsdam.de

www.hwk-potsdam.de

Impressum

INISEKmagazin Ausgabe IV 2019

1. Auflage, 1.000 Exemplare

Herausgeber:

ARGE INISEK-Regionalpartner West GbR

Benzstr. 8/9

14482 Potsdam

Tel.: 0331 704 869-41

Mail: info@inisek-west.de

www.inisek-west.de

www.facebook.com/inisekwest



WIBB GmbH

Wohnraumbeschaffung, Instandsetzung,
Beschäftigung, Betreuung

kobra.net

Beratung, Bildung, Brandenburg

Redaktion:

Stephanie Blohm, Markus Wicke

Layout und Satz:

eckedesign, Potsdam

Fotonachweis:

Umschlag außen/innen: Boys'Day – Neue Wege für Jungs/Steffi Behrmann;

S. 2: BMFSFJ/Phil Dera; S. 4: Initiative Klischeefrei/Bettina Straub; S. 7, S. 8: BMFSFJ/Phil Dera;

S. 10: Dr. Maya Götz; S. 15: Tanja Berger; S. 20, S. 21: HWK Potsdam/Judith Wedig

Der Herausgeber war bestrebt, die Urheberrechte der verwendeten Fotos zu beachten. Sollten trotz sorgfältiger Prüfung Rechte Dritter berührt sein, bitten wir, uns dies schriftlich mitzuteilen.

Förderer

Die Initiative Sekundarstufe I (INISEK I) wird gefördert durch das Ministerium für Bildung, Jugend und Sport aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg. Die Projekte zum Praxislernen in Werkstätten werden zusätzlich durch die Bundesagentur für Arbeit kofinanziert.

Der Europäische Sozialfonds (ESF) ist Europas wichtigstes Instrument zur Förderung der Beschäftigung. Er fördert die Chancengleichheit auf dem Arbeitsmarkt, unterstützt die Menschen beim Zugang zu besseren Arbeitsplätzen und bei der beruflichen Bildung und Qualifizierung.

Im Land Brandenburg wird mit den ESF-Förderprogrammen in der Förderperiode 2014–2020 das Ziel verfolgt, die Beschäftigungsmöglichkeiten zu verbessern und Bildung, Fachkräftesicherung und Integration in Arbeit zu fördern. Der ESF trägt so auch zur Armutsbekämpfung und zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts bei. Der ESF investiert in Menschen. Er unterstützt Unternehmen und Beschäftigte bei der Qualifizierung und Fachkräftesicherung. Der ESF fördert die Chancengleichheit und den Zugang zu Beschäftigung. Er leistet so einen Beitrag zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts und zur Armutsbekämpfung.



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds



Notizen:

INISEKmagazin

INISEKmagazin