

Viel Spaß im (vermeintlichen) Männerberuf

Kam als 14-Jährige über den Girls'Day zu ihrem heutigen Arbeitgeber – und engagiert sich inzwischen als Betreuerin beim Mädchen-Zukunftstag: Johanna Sehnert Mechatronikerin bei Semikron Danfoss in Nürnberg

Mädchen werden Kauffrau für Büromanagement und Jungen Elektroniker für Betriebstechnik? Von wegen – auch wenn sich die Klischees über klassische Männer- und Frauenberufe immer noch hartnäckig halten. Dass Technik auch was für junge Frauen ist, zeigt ein Beispiel aus Nürnberg.

Ihre Freundinnen arbeiten alle in ganz anderen Berufen. Aber das macht Johanna Sehnert nichts aus, denn die 21-Jährige ist Mechatronikerin mit Leib und Seele bei Semikron Danfoss in Nürnberg. Das Unternehmen fertigt innovative Halbleiterprodukte und hat weltweit über 3.500 Beschäftigte, mehr als die Hälfte davon arbeitet in Nürnberg. Hier startete auch Johanna Sehnert vor fünf Jahren als Auszubildende für Mechatronik.

„Ich arbeite schon immer viel und gern mit den Händen und habe von klein auf zuhause meinem Papa dabei geholfen, Lampen zu montieren, Schränke aufzubauen oder die LAN-Dosen neu zu installieren“, erzählt die 21-Jährige. „Meine Freundinnen

haben mich für mein technisches Wissen immer bewundert. Komisch findet das eigentlich keine.“ Das liegt vielleicht auch daran, dass sie mit einigen schon zusammen an der Maria-Ward-Schule war. Die katholische Mädchenschule in Nürnberg wirbt mit dem Slogan „Für die starken Frauen von morgen“ und setzt sich aktiv gegen Klischees ein. Wie gut das klappt, zeigt die Erfolgsgeschichte von Johanna Sehnert.

↳ Löten ist „richtig meditativ“

Mit 14 Jahren meldete sich Sehnert für den Girls'Day bei Semikron – wie das Unternehmen damals noch hieß – an. Der Mädchen-Zukunftstag findet regelmäßig am vierten Donnerstag

Jungen-Zukunftstag
Boys'Day
Girls'Day
Mädchen-Zukunftstag

im April statt und will zeigen, wie interessant technische Ausbildungsberufe für junge Frauen sind. Bei Sehnert funktionierte das prima. Ein Jahr nach dem Girls'Day machte sie ein Praktikum bei Semikron und wiederum ein Jahr später begann sie ihre Ausbildung als Mechatronikerin. Ein voller Erfolg also für den Girls'Day. Das sieht auch Anja Oberndörfer so, Ausbildungsleiterin und HR Business Partnerin bei dem Unternehmen in Nürnberg. „Wir machen seit 2014 mit und seitdem ist der Aktionstag ein fester Bestandteil unseres Azubimarketings“, erklärt sie. „Jedes Jahr kommen zehn Schülerinnen ins Unternehmen und stellen in der Lehrwerkstatt ihr handwerkliches Geschick unter Beweis.“



Bildnachweis: Elke Zapf

ANGEBOTE FÜR DEN "GIRLS' UND BOYS' DAY" MELDEN

Der bundesweite Aktionstag „Girls'Day und Boys'Day“ am 27. April 2023 will Schülerinnen und Schülern berufliche Alternativen jenseits der klassischen Rollenverteilung aufzeigen. Unternehmen, die mitmachen und den jungen Leuten einen „Kennenlerntag“ ermöglichen, finden alle nötigen Infos und Formulare im Internet unter:

🌐 www.girls-day.de beziehungsweise 🌐 www.boys-day.de.



👉 Für Ausbildungsleiterin Anja Oberndörfer ist der Aktionstag seit 2014 „ein fester Bestandteil unseres Azubimarketings“

Auf einer Platine löten die Mädchen Leuchtdioden, Widerstände oder Kondensatoren, und daraus entsteht an diesem Tag ihr „SEMI-Girl“ – eine kleine Figur. „Dabei können sich die Mädchen an unterschiedlichen Stationen ausprobieren und drehen, fräsen, bohren, aussägen, feilen und löten.“ Den meisten Spaß macht den Schülerinnen immer das Löten. Das weiß Oberndörfer aus den Feedbackbögen und aus den Gesprächen mit Johanna Sehnert. Denn die engagiert sich inzwischen als Betreuerin selbst beim Girls'Day – und gibt da ihre eigene Leidenschaft fürs Löten weiter. „Ich finde das richtig meditativ“, sagt sie und lacht. Aber auch alle anderen Tätigkeiten machen ihr Spaß, denn „Mechatronikerin ist einer der abwechslungsreichsten Berufe, die es gibt“.

Dass er oft als klassischer Männerberuf bezeichnet wird, gefällt ihr aber nicht. „Es ist zwar ein männerdominiertes Berufsbild“, sagt sie selbstbewusst, „aber da muss sich kein Mädchen Sorgen machen.“ Sie selbst sei sehr herzlich aufgenommen worden und schwärmt von dem tollen

👉 In der Lehrwerkstatt stellen die Mädchen ihr handwerkliches Geschick unter Beweis: Sie löten Leuchtdioden, Widerstände oder Kondensatoren, und daraus entsteht (passend zum Unternehmensnamen) ein „SEMI-Girl“

Arbeitsklima in den dreieinhalb Jahren ihrer Ausbildung. Etwas, was auch Anja Oberndörfer wichtig ist: „Jeder Männer-Azubi-Gruppe tut eine Frau gut“, sagt sie. Ihrer Erfahrung nach seien die Fachbereiche sehr offen dafür, aber es gebe oft nicht genügend Bewerbungen von Mädchen. Das kann Jana Heiberger, Referatsleiterin u.a. für Berufsorientierung bei der DIHK, nur bestätigen: „Das Interesse für technische und naturwissenschaftliche Berufe ist bei Mädchen leider immer noch gering, sollte aber möglichst früh geweckt werden.“

Deshalb fördern die IHKs bundesweit vielfältige Projekte in den sogenannten MINT-Bereichen – also Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik.

Elke Zapf

VIER TIPPS 4

MÄDCHEN FÜR TECHNISCHE BERUFE BEGEISTERN: VIER TIPPS FÜR UNTERNEHMEN

- 👉 Beim Girls'Day mitmachen: Der Mädchen-Zukunftstag findet jedes Jahr am vierten Donnerstag im April statt und will Mädchen für technische Berufe begeistern. Er ist bei Schülerinnen sehr beliebt – vor allem, wenn sie an dem Tag selbst etwas ausprobieren können.
- 👉 Frauenförderpreise vergeben: Ob an der Schule oder der Universität: Unterstützen Sie technikbegeisterte junge Frauen und vergeben Sie Frauenförderpreise.
- 👉 Vorbilder zeigen: Binden Sie Frauen in den Girls'Day ein und zeigen Sie auch in ihren Werbeanzeigen immer wieder Frauen in technischen Berufen.
- 👉 Klischees aufbrechen: Sprechen Sie nicht von klassischen Männer- und Frauenberufen, sondern setzen Sie auf eine klischeefreie Berufsorientierung.

„Wer die richtige Ansprache wählt, kann nur gewinnen!“

Bei der Berufswahl setzen Mädchen immer noch häufig auf „typisch weibliche“ Berufe. Wie können Arbeitgeber das ändern und Schülerinnen für technische Ausbildungsberufe begeistern? Was bringt dabei der Girls' Day konkret? POSITION sprach mit Lore Funk vom Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. (kompetenzz). Auch über Zahlen und Fakten.



Bildnachweis: istockphoto.com ©AndreyPopov

Girls' Day Mädchen-Zukunftstag

Frau Funk, seit 2001 findet in Deutschland einmal im Jahr der Girls' Day statt, der nächste Termin ist am 27. April. Warum lohnt sich die Teilnahme für beide Seiten?

Der Girls' Day zeigt den Mädchen auf, wie interessant Ausbildungsberufe im technischen Bereich sind. Zum Beispiel eine Ausbildung zur Elektronikerin für Betriebstechnik, zur Fachinformatikerin oder zur Mechatronikerin. Das alles sind Berufe, unter denen sich viele Schülerinnen vor dem Aktionstag oft gar nichts vorstellen können.

Und genau das können die Unternehmen beim Girls' Day ändern. Wer die jungen Frauen richtig anspricht, kann dabei nur gewinnen und wertvolle Kontakte aufbauen. Denn unsere Daten zeigen: In zwei von fünf Betrieben erkundigen sich die Mädchen nach dem Aktions-

tag nach Ausbildungsmöglichkeiten und etwas häufiger sogar nach Praktikumsplätzen.

Mit welchen Aktionen erreichen Ausbildungsunternehmen die Mädchen am besten?

Die Angebote sollten möglichst spannend und praxisnah sein und zum Mitmachen, Mitdiskutieren und Mitgestalten einladen. Zum Einstieg empfehle ich ein Kennenlernspiel oder ein Quiz über das Unternehmen. Danach können Auszubildende den Betrieb vorstellen und erzählen, warum sie sich selbst für diese Ausbildung entschieden haben. Wenn es „Rolemodels“ im Unternehmen gibt – also kompetente weibliche Vorbilder – dann sollten die auf jeden Fall den Girls' Day mitgestalten. Und insgesamt ist es immer gut, wenn die jungen Gäste möglichst schnell ins Tun kommen und zum Beispiel wie bei Semikron Danfoss

(Artikel auf Seite 8) ihr handwerkliches Geschick unter Beweis stellen können.

Wie kommt der Girls' Day bei den Mädchen an?

Sehr gut! Das zeigen unsere Vorher-Nachher-Befragungen zum Girls' Day 2022 bei mehr als 5.000 Schülerinnen. (Siehe Grafik, Anm. der Redaktion) 94 Prozent der Mädchen sind mit ihrer Teilnahme am Aktionstag zufrieden oder sehr zufrieden –

BUNDESWEITE IHK-AKTION AM GIRLS'DAY – ICH WERDE CHEFIN!

- **Unternehmerinnen gesucht:** Am Vormittag des Girls' Days am 27. April besuchen Schülerinnen ab der 8. Klasse Unternehmerinnen in ihren Betrieben. Dort erhalten sie Einblicke in das „Chefin-Sein“ und sollen für die Selbstständigkeit begeistert werden.
- **Hintergrund:** Die Aktion basiert auf einer Initiative der IHK für München und Oberbayern und wird koordiniert von der DIHK und dem Netzwerk „Business Women IHK“.
- **Nächste Schritte:** Unternehmerinnen mit Interesse, an der Aktion teilzunehmen, wenden sich bitte an ihre IHK, die bei der konkreten Umsetzung unterstützt.
- **Ansprechpartnerinnen in der DIHK:** Fragen zu dem Thema beantworten auch Julia Arnold (0151-11313041, arnold.julia@dihk.de) und Jana Storbeck (0151-11313438, storbeck.jana@dihk.de).



INTERESSE GEWECKT: SCHÜLERINNEN MIT GIRLS'DAY (SEHR) ZUFRIEDEN

94 % sind mit ihrer Teilnahme zufrieden oder sehr zufrieden.

Ich habe heute interessante Tätigkeiten oder einen interessanten Beruf kennengelernt. **68 %**

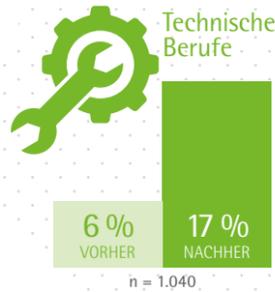
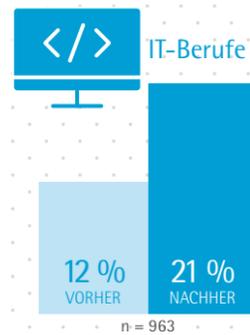


n = 5.149

Mehr zur Aktion gibt es hier!



WELCHEN BERUF, WELCHE AUSBILDUNG ODER WELCHES STUDIUM KÖNNTEST DU DIR NACH DER SCHULE VORSTELLEN?



» In zwei von fünf Betrieben erkundigen sich die Mädchen nach dem Aktionstag nach Ausbildungsmöglichkeiten. «

Lore Funk, kompetenz

☛ Vorher-Nachher-Befragungen zum Girls' Day 2022 bei mehr als 5.000 Schülerinnen. Quelle: Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

und 68 Prozent sagen, ich habe heute interessante Tätigkeiten oder einen interessanten Beruf kennengelernt. Durch den Girls' Day werden technische Berufe also attraktiver, und nach dem Aktionstag können sich deutlich mehr Teilnehmerinnen vorstellen, eine Ausbildung in diesen Bereichen zu beginnen: Bei technischen Berufen stieg der Anteil von sechs Prozent vor dem Aktionstag auf 17 Prozent danach. Und 42 Prozent der Schülerinnen haben sogar Lust, später in dem Unternehmen zu arbeiten.

Wie zufrieden sind die Unternehmen mit dem Girls' Day? Sehr zufrieden! Das zeigt unsere Evaluation zum Girls' Day 2022 bei 952 Unternehmen. In diesem Jahr fanden – nach den rein digitalen Angeboten während der Corona-Pandemie – fast alle Aktionen wieder in Präsenz statt.

Und 93 Prozent der Unternehmen und Institutionen waren mit dem Girls' Day sehr zufrieden oder zufrieden und beobachteten bei den Mädchen großes Interesse und Engagement.

Der Girls' Day wirkt also. Tut das auch der Boys' Day, der seit 2011 Jungen für Berufe aus dem sozialen, erzieherischen und pflegerischen Bereich begeistert will? Ja, auch der Boys' Day wirkt. Hier haben wir mehr als 900 Schüler ab elf Jahren vor und nach ihrer Teilnahme am Aktionstag 2022 befragt, und 90 Prozent waren mit dem Orientierungstag zufrieden oder sehr zufrieden. Und auch Jungs können sich nach dem Boys' Day deutlich häufiger einen sozialen oder Pflegeberuf für sich vorstellen.

Interview: Elke Zapf

Jungen-Zukunftstag
Boys' Day

Girls' Day
Mädchen-Zukunftstag

VIER TIPPS, WIE IHR GIRLS'DAY GELINGT:

1. Binden Sie Ihre Auszubildenden ein, denn sie können den Schülerinnen auf Augenhöhe berichten, warum sie sich genau für diese Ausbildung und dieses Unternehmen entschieden haben.
2. Zeigen Sie Vorbilder auf: Junge Menschen suchen nach Orientierung. Zeigen Sie also weibliche Vorbilder in Ihrem Unternehmen oder in Ihrer Branche auf.
3. Starten Sie spielerisch in den Aktionstag, zum Beispiel mit einem Quiz zum Unternehmen oder mit einem „Speed-Dating“ mit den Auszubildenden.
4. Halten Sie Kontakt: Nennen Sie den Mädchen eine Ansprechpartnerin, verteilen Sie eine Teilnahmebescheinigung und geben Sie den Schülerinnen kleine Werbegeschenke mit.

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

Azubi-Recruiting startet in der Schule

Warum das Erfolgsrezept in einer systematischen Berufsorientierung liegt.

Von Viola Bösebeck

Nicht erst seit Corona ist Ausbildungsbetrieben schmerzlich bewusst, dass es jungen Menschen an belastbaren Vorstellungen von Beruf und Arbeitswelt mangelt. Schon 2019 gaben rund die Hälfte der Unternehmen (47 Prozent) an, dass realistische Berufsvorstellungen das Ausbilden erleichtern würden. Und auch der Eingang oder auch Nichteingang von Bewerbungen zeigen die Notwendigkeit auf, den Wert der Berufsorientierung zu beleuchten. Denn, wenn 42 Prozent der IHK-Ausbildungsbetriebe in 2021 nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen und 27.000 von ihnen sogar gar keine Bewerbungen erhalten haben, liegt dies zum einen an demographischen Effekten, aber auch an einer unzureichenden Berufsorientierung.

☛ Zwar viele Infos, aber ...

Die Einschränkungen durch Corona führten auch zu tiefgreifenden Spuren in der beruflichen Orientierung junger Menschen. Nachdem Betriebserkundungen, Schülerpraktika oder auch Ausbildungsmessen teilweise gar nicht oder nur digital stattfinden konnten, geben über die Hälfte der Schülerinnen und Schüler (53 Prozent) an, dass sie zwar über genügend Informationen zu Beruf und Ausbildung verfü-

gen, sich darin aber schwer zu rechtfinden, stellt die Bertelsmann-Stiftung fest. Eine Berufsorientierung ist aber nur dann erfolgreich, wenn sie jungen Menschen die Vielfalt der Ausbildungsberufe nahebringt, vor allem aber ihnen einen Abgleich mit den eigenen Interessen, Stärken und Talenten ermöglicht. Das eigene Erleben von Beruf kann in der Schule nur in Grenzen stattfinden. Unterricht in Werkstätten oder berufsbezogene Projekte sind daher wichtige Elemente, das Kennenlernen eines Unternehmens und seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aber ein Schlüssel bei der Berufswahl.

☛ Generation Z früh binden

Verstehen zu wollen, wie die Generation Z tickt, ist unternehmerisch sinnvoll – und zwar als elementarer Baustein beim Azubi-Recruiting. Bewerberinnen und Bewerber der Generation Z achten auf die Trennung von Beruflichem und Privatem, sie wollen ein Arbeitsumfeld unter Menschen, zu denen sie sich dazugehörig fühlen, und sie sind sensibel für ein authentisches Engagement in Themenfeldern der sozialen Verantwortung und Nachhaltigkeit.

Als Gründe für die Entscheidung für einen Ausbildungsbetrieb rangieren deshalb ein sympathisches Bewerbungsgespräch und der gute Ruf eines Betriebes ganz vorne. Außerdem ist für sie wichtig, was Unternehmen in den Bereichen Vielfalt, soziale Gerechtigkeit und Chancengleichheit tun, und ob Mitarbeiter fair und freundlich behandelt werden. Diese Elemente des Zwischenmenschlichen und die übergreifenden Werte lassen sich nur bedingt auf der Unternehmenswebsite oder in Social Media-Anzeigen vermitteln. Hinzu kommt, dass die Jugendlichen der Generation Z eher kritisch

Berufswahl: viel Information, aber der Durchblick fehlt



auf klassische Werbung reagieren. Daher gilt es umso mehr, diese Generation auf persönlicher Ebene zu überzeugen. Die Vermittlung der eigenen Unternehmenswerte sollte dabei einen Schwerpunkt einnehmen. Um hier erfolgreich zu sein, bedarf es eines langfristigen Kontakts und somit systematischer Schulkooperationen.

☛ Langfristig kooperieren

Oft finden Praxiskontakte zu Unternehmen durch Praktika, Betriebsexkursionen oder Berufserkundungstage nur punktuell statt – und können auch dazu führen, dass sich junge Menschen aufgrund des nur geringen Einblicks gegen ein Unternehmen oder eine Branche entscheiden. Zielführender ist es daher, Jugendlichen, die Ihnen bei diesen Aktivitäten positiv auffallen, ein Angebot zu unterbreiten und den Weg für einen längerfristigen Kontakt zu ebnen.

Durch stabile Schulkooperationen können Unternehmen mit Regionalität und überzeugenden Werten bei der jungen Zielgruppe punkten – und auch schon weit vor dem Praktikum Interesse bei ihnen wecken. Demnach sind Schulkooperationen keine Pflichtübung. Kontinuierlich, intensiv, kreativ und verbindlich betrieben, sind sie ein wichtiger Kanal für das Azubi-Recruiting.



DIE AUTORIN

Viola Bösebeck arbeitet als Referentin für Ausbildungsmarketing bei der IHK Berlin, Tel: 030 31510 -835
✉ viola.boesebeck@berlin.ihk.de

WEITERFÜHRENDE LINKS

Aus- und Weiterbildungs-Umfrage DIHK:



Bertelsmann-Stiftung – Studie zur Berufswahl:



ZUR PERSON

Lore Funk ist Sozialwissenschaftlerin am Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. Dieser bundesweit aktive gemeinnützige Verein koordiniert die Projekte Girls' Day und Boys' Day, die immer am vierten Donnerstag im April stattfinden. Um die Evaluation der beiden Aktionstage kümmert sich Lore Funk und führt dafür Vorher-Nachher-Befragungen durch.