

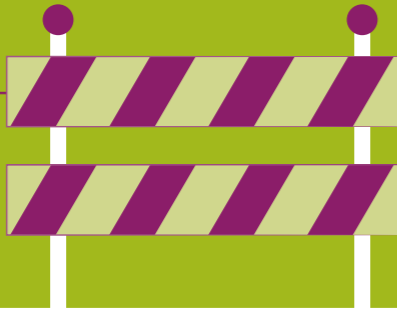
FACHKRÄFTE GEWINNEN – ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN POSITIV GESTALTEN

MEHR MÄDCHEN UND FRAUEN IN MINT UND HANDWERK





VORWORT



Immer mehr Ausbildungs- und Arbeitsplätze bleiben unbesetzt. Eine wachsende Zahl von Ausbildungsstellen steht einer sinkenden Zahl von Bewerberinnen und Bewerbern entgegen – und die potenziellen Bewerber und Bewerberinnen zieht es dann auch noch in Metropolen oder scheinbar attraktivere, größere Unternehmen? Das muss nicht so bleiben!

Vor allem im Handwerk werden Auszubildende gesucht, die keine akademische Laufbahn wählen möchten und sich vom oftmals falschen Image des Handwerks nicht abschrecken lassen.

Aber auch klein- und mittelständische Unternehmen aus anderen Branchen sind betroffen, ihnen fehlen die Nachwuchskräfte. Auf der anderen Seite gibt es viele (junge) Frauen mit guten Schulabschlüssen sowie Interesse und Talent im technischen oder praktischen Bereich. Diese wissen oftmals gar nicht, welche Möglichkeiten für sie bestehen, gerade auch in untypischen Bereichen im Handwerk oder in klein- und mittelständischen Unternehmen.

Oft fehlt an beiden Enden der entscheidende, mutige Schritt sich für Frauen zu öffnen bzw. sich für untypische Berufe zu entscheiden. Dies kann einerseits an unbewusst vorherrschende Rollenbildern und Geschlechterklischees liegen, die mit Bildern in Stellenanzeigen oder einer bestimmten Ansprache vermittelt werden. Andererseits kann es aber auch am fehlenden Know-how liegen, wie das Unternehmen das Interesse an jungen Nachwuchskräften außerhalb von Klischees verdeutlichen oder wie eine gelungene Ansprache aussehen kann.

Wir möchten Sie unterstützen, die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens zu verbessern und die Vorzüge einer Ausbildung bei Ihnen zielgruppenspezifisch zu transportieren. Dabei geht es um Recruitingkanäle sowie Ratschläge zur Kommunikation und Ansprache.

Weibliche Nachwuchskräfte zu gewinnen braucht neben der Ansprache aber auch sukzessive Veränderungen in der Unternehmenskultur, in der Öffentlichkeitsarbeit und im Umgang mit den Auszubildenden. Davon profitierten übrigens auch die männlichen Auszubildenden.

Dieser Leitfaden gibt Ihnen erste Tipps, wie Sie attraktivere Rahmenbedingungen in Ihrem Betrieb schaffen können. Ausführlich können Sie sich zu allen Punkten online weiter informieren. Dafür haben wir Ihnen am Ende dieser Broschüre eine Liste von Links zusammengestellt. So können Sie die Zahl potenziell passender Bewerberinnen und Bewerber erhöhen und präsentieren sich gleichzeitig als attraktiver Arbeitgeber mit einem Zuwachs an Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen.



WERDEN SIE ALS UNTERNEHMEN SICHTBAR UND SPRECHEN SIE ZUKÜNFTIGE ARBEITNEHMERINNEN UND ARBEITNEHMER AN

TIPP

Stellen Sie sicher, dass Sie online gefunden werden. Befassen Sie sich mit dem Stichwort „Suchmaschinenoptimierung“ und der Optimierung für mobile Endgeräte. Jugendliche, die sich für eine Ausbildung bei Ihnen interessieren, googlen häufig.

KOMMUNIKATION

Falls Sie auch das Gefühl haben, dass Ausbildungswillige eher von größeren Unternehmen angezogen werden, betonen Sie Ihre familiäre Kultur, binden Sie die Auszubildenden in Ihr Marketing mit ein und unterstreichen, dass jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter zum Erfolg des Unternehmens beiträgt – auch die Auszubildenden. Kommunizieren Sie auch nach außen, dass es Ihnen wichtig ist, Ihre Auszubildenden zu unterstützen und gut auszubilden. Zeigen Sie die (Aufstiegs-) Chancen auf, die in Ihrem Unternehmen geboten werden.

HOMEPAGE UND STELLENANZEIGEN ONLINE

Es sollte auf Ihrer Homepage schnell erkennbar sein, ob Sie ausbilden oder vakante Stellen zu besetzen haben und wie man mit einem Klick auf die Seiten mit den entsprechenden Informationen gelangt. Viele potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter informieren sich gezielt über die Homepage des Betriebes. Eine gut strukturierte Internetseite mit einem separaten Bereich für Ihr Ausbildungsangebot lohnt sich! Stellen Sie sich als Arbeitgeber vor und zeigen Sie auf, was Sie potenziellen Bewerber und Bewerberinnen bieten.

AUF WORTWAHL ACHTEN

Frauen lassen sich nicht nur von bestimmten Formulierungen abschrecken, sie bewerben sich auch seltener, wenn sie das Gefühl haben, dass sie nicht alle geforderten Voraussetzungen erfüllen. Informationen erhalten Sie auf den aufgeführten Internetseiten. Befassen Sie sich ausführlich mit dem Thema Ansprache und Stellenanzeigen. So erhalten Sie mehr potenziell gut passende Bewerberinnen und Bewerber für Ihr Unternehmen – und keine Stelle bleibt mehr unbesetzt!

ANFORDERUNGEN UND AUSWAHLVERFAHREN

Überprüfen Sie die Ausschreibung und überlegen, welche Anforderungen unbedingt erfüllt sein sollten und welche eher wünschenswert sind. Halten Sie das Auswahlverfahren transparent und für alle Geschlechter fair und zeigen Sie einzelne Schritte auf wie z. B. den folgenden Probearbeitstag. So nehmen Sie Unsicherheiten und die Bewerberinnen und Bewerber wissen, was auf sie zukommt.

PLUSPUNKTE ZEIGEN

Machen Sie Vorteile sichtbar, die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bei Ihnen haben: z. B. Hinweise auf eine gute Arbeitskultur, flexible Arbeitszeitmodelle, eine Kinderbetreuung oder Homeoffice Tage z. B., sollten Sie, soweit vorhanden, in Ihrer Stellenanzeige aufführen.

Was ist unser Ziel mit unserer Social-Media-Präsenz?

Wer ist für die Pflege des Social-Media-Kanals verantwortlich?

Glauben Sie auch, dass es sich nicht mehr lohnt, Printmedien zu veröffentlichen?

Gestalten Sie Ihre Öffentlichkeitsarbeit mit Ausrichtung auch an (junge) Frauen – wer wirbt für das Unternehmen auf Plakaten, auf der Website, der Facebookseite, auf den Firmenfahrzeugen, auf Flyern?

Sind Sie prinzipiell offen für weibliche Auszubildende, es bewirbt sich nur nie eine und Sie wissen nicht genau warum?

Werden Sie aktiv, heben Sie positive Aspekte hervor und stellen Sie heraus, was Sie als Unternehmen zu bieten haben, wenn Sie mit potenziellen Bewerberinnen und Bewerbern in Kontakt treten.

EINE WERTSCHÄTZENDE UND KLISCHEEFREIE ANSPRACHE

weckt Interesse. Wenn Frauen und Männer angesprochen werden, ist die Auswahl an passenden Bewerberinnen und Bewerbern größer. Was die Akquise betrifft: signalisieren Sie Wertschätzung und sprechen Sie (junge) Frauen gezielt an. Dabei sollte die Botschaft vermittelt werden, dass das Unternehmen (junge) Frauen genauso beschäftigen will wie (junge) Männer. Junge Frauen möchten nicht „besonders“ sein, sondern selbstverständlich zum Team gehören. Sie fühlen sich gleichberechtigt und wollen keinen Sonderstatus.

SOCIAL MEDIA

Falls Sie mit einem authentischen Video potenziellen Auszubildenden auf YouTube Ihren Betrieb vorstellen oder sich auf Instagram anmelden wollen, sollten Sie sich in jedem Fall vorher Gedanken dazu machen. Nicht alle Social Media Kanäle eignen sich hierfür.

PRINTMEDIEN

Neben der Agentur für Arbeit, wo Sie Ihre freien Ausbildungsplätze angeben können, ist es auch möglich in regionalen und lokalen Printmedien Anzeigen zu schalten. Auch wenn die Jugendlichen häufig per Tablet oder Smartphone nach freien Ausbildungsplätzen suchen: Kein Grund Ihre Unternehmensbroschüren wegzuwerfen! Nach wie vor werden Plakate, Flyer und Co. (auch) von den Eltern und Großeltern zur Berufsorientierung gelesen – das familiäre Umfeld und Freundinnen und Freunde haben immer noch einen großen Einfluss auf die Berufswahl.

TIPP

Es gibt mehrere Möglichkeiten, Frauen und Männer gleichermaßen anzusprechen: Verwenden Sie die vollständige Form: Kaufmann und Kauffrau oder Maler und Malerin. Sie können auch das Gendersternchen bzw. andere Formen der Inklusion verwenden: ErzieherInnen oder Maler*innen

PRÄSENTIEREN SIE SICH DORT, WO DIE SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER SIND

Sie sollten auf Jugendliche zugehen und sich überlegen, was das Alleinstellungsmerkmal Ihres Unternehmens ist. Denken Sie auch hierbei an das ungenutzte Potenzial von weiblichen Fachkräften: wie wollen Sie diese speziell ansprechen?

Der Beruf hat mehr zu bieten, als oft angenommen: er macht Spaß, es gibt Aufstiegschancen und eine sichere Arbeitsstelle?

Betreiben Sie Marketing für Ihr Unternehmen? Das ist einfacher als es klingt!

KOOPERATIONEN ANGEHEN

Mit Hilfe von Kammern oder Kreishandwerkerschaften können Sie in Kooperation mit Schulen treten. Dies kann auf verschiedenen Arten geschehen, z. B. können Firmen bei Berufsinformationstagen, an Projekten oder den Elternabenden zur Berufsorientierung vertreten sein.

PRAKTIKA ANBIETEN

Bieten Sie zudem Schülerpraktika oder nehmen Sie an Aktionstagen wie dem Grils´Day und Boys´Day teil. So treten Sie direkt mit den Schülerinnen und Schülern in Kontakt, lernen diese vorab kennen und vermitteln einen guten Einblick in das Berufsfeld. Sie präsentieren sich somit als klischeefreien Ausbildungsbetrieb, bei dem im Vordergrund steht, dass Betrieb und Auszubildende/r zusammenpassen und das Geschlecht dabei keine Rolle spielt.

PRÄSENT SEIN

Sie können beispielsweise auch Auszubildende aus Ihrem Unternehmen direkt als Botschafterin und Botschafter in die Schulen schicken, dort können die Auszubildenden von Ihren Erfahrungen berichten. Schulveranstaltungen spielen ebenfalls eine große Rolle bei der Berufsorientierung.

BERUFSMESSEN UND SPEED-DATING

Hier können Ihre weiblichen Auszubildenden ggf. die Hemmung, sich für einen „untypischen“ Beruf zu bewerben, senken. Oder versuchen Sie es mit Speed-Dating – vielleicht gemeinsam mit anderen Unternehmen. Hier lernen sich der Arbeitgeber und potenzielle Auszubildende kennen.

AUSBILDUNG GESTALTEN – ATTRAKTIVITÄT ERHÖHEN

TIPP

Erhalten Sie die Aufmerksamkeit von (jungen) Frauen und Mädchen, indem Sie beispielsweise mit einem großen Banner oder Aufkleber auf Ihrem Role-Up auf Messen dafür werben, dass dieser Beruf auch „etwas für Mädchen ist“. Oder werben Sie mit einem Foto von einer jungen Frau und einem kreativen Text, auf Ihrer Homepage oder auf Messen.

ERHÖHEN SIE IHRE ATTRAKTIVITÄT

Projekte mit Auszubildenden oder die Teilnahme an Wettbewerben machen Spaß! Zeigen Sie, dass Sie Ihre Auszubildenden einbinden. Finanzielle Zuschüsse wie Fahrtkostenerstattung oder Boni für gut bestandene Prüfungen können Punkte sein, die Ihr Unternehmen von anderen unterscheidet. Machen Sie alle Vorteile sichtbar – in Anzeigen und auf der Webseite des Unternehmens. Sie können auch bereits in der Stellenanzeige Perspektiven und Karrierechancen aufzeigen.

Die Intention, alle potenziellen Bewerberinnen und Bewerber anzusprechen, kann nicht beim Marketing enden. Für Auszubildende ist es wichtig, wie sie im Ausbildungsbetrieb oder im Unternehmen behandelt werden. Dabei stehen Mitbestimmung und Wertschätzung an erster Stelle.

EIN RESPEKTVOLLES ARBEITSKLIMA SCHAFFEN

Es gilt, aufmerksam zu sein, damit weibliche und männliche Auszubildende gleichberechtigt miteinander umgehen, angeleitet und behandelt werden. Dazu brauchen Sie Ausbilder und Ausbilderinnen, die sensibel und kompetent sind. Wenn dies noch nicht der Fall sein sollte, helfen Mitarbeiterinnen- und Mitarbeitergespräche oder eine kurze Weiterbildung. In gemischten Teams herrscht nachweislich ein besseres Klima, der Umgang ist respektvoller, davon profitiert der gesamte Betrieb!

ZUM THEMA ARBEITSBEKLEIDUNG

Oftmals gibt es in Unternehmen keine Arbeitskleidung für (junge) Frauen. Das kann nicht nur sehr unbequem sondern auch gefährlich sein, wenn Hosenbeine und Ärmel immer zu lang sind, weil sie auf männliche Körper zugeschnitten sind. Wer Frauen beschäftigt, sollte auch entsprechende Arbeitskleidung zur Verfügung stellen.

Geschlechtergerechte Ausbildung: Es geht weniger darum, mit den Auszubildenden das Geschlechterthema zu diskutieren als vielmehr darum, die Belegschaft bezüglich möglicher Diskriminierungen zu schulen. So kann man den Mitarbeitenden Instrumente an die Hand geben, im Falle von abwertenden Zuschreibungen oder von Diskriminierungen wegen des Geschlechts handlungsfähig zu sein.

Seien Sie kreativ, um gegen große Unternehmen aufzufallen. Bieten Sie ein Gewinnspiel an oder bauen Sie einen besonders auffälligen Stand auf. Machen Sie sich vorab Gedanken und entwerfen ein Konzept. Stellen Sie alles, was Sie zu bieten haben, ausführlich dar. Informieren Sie genau über die Ausbildungsberufe, die Sie anbieten und stellen Sie eine persönliche Ansprechperson für die Bewerber und Bewerberinnen vor.

TEXTCHECK UND BILDHECK

- Sind die Fotos neutral und klischeefrei, wird sogar eine Person in einem untypischen Beruf dargestellt?
- Wurden die Jugendlichen in ihrem authentischen Berufsalltag fotografiert?
- Werden junge Frauen dort mit Fotos oder Kommentaren zu ihrer Ausbildung selbstverständlich sichtbar?
- Social Media: Vor allem Bilder und Videos werden gepostet. Haben Sie hierfür das Wissen und die Zeit? Können Sie uns Unterstützung suchen?

Können Sie wirklich authentische Beiträge posten, haben Sie im besten Fall eine Person, die für Sie Videos aufnimmt und so viel näher an der Zielgruppe ist?

Denken Sie an die konsequente Verwendung von männlicher und weiblicher Sprache! Gerade in frauenuntypischen Ausbildungen fühlen junge Frauen sich nicht angesprochen, wenn sie nicht genannt werden.

Bieten Sie Ansprechpersonen für beide Geschlechter: Dies kann in größeren Unternehmen sinnvoll sein, wobei dabei auch ein Austausch untereinander ermöglicht werden sollte.

TIPP

Sprechen Sie auch auf Bildern beide Geschlechter an! Stellen Sie auf Ihrer Homepage und in Ihren Stellenausschreibungen Rollenbrüche dar. Zeigen Sie Bilder, bei denen beide Geschlechter dargestellt werden oder Frauen/Männer in untypischen Berufen. Wählen Sie ein Bild aus dem Berufsalltag, bei dem die Person aktiv ihrer Arbeit nachgeht.

- Gezielt Gleichheit ansprechen: Schreiben Sie auf Ihrer Karrierewebsite, dass Sie alle ansprechen möchten, Jungen und Mädchen?
- Präsentieren Sie den interessierten Jugendlichen, welche Vorzüge eine Ausbildung bei Ihnen hat?

TIPP

Sie können auch Ihre Auszubildenden in einem Kurzinterview vorstellen. Oder Sie stellen den Beruf vor, indem die Auszubildenden in kurzen Statements erklären, wie ihr Alltag aussieht und welche Aufgaben sie am liebsten erledigen. Werden Sie kreativ! Videos, authentische Fotos von dem, was Sie den Auszubildenden bieten, Betriebsausflüge und Wettbewerbe? Drehen Sie einen Clip darüber!

ÜBERHOLTE VORURTEILE

VORURTEIL

„Wir haben keine eigene Toilette oder Umkleide für Frauen“

GEGENARGUMENT

Das Argument ist leider immer noch oft zu hören, wenn es um Beschäftigung und Ausbildung von Frauen in untypischen Berufen geht. Die Rechtslage sieht jedoch schon längst (seit 1983!) anders aus.

Ist die Errichtung eines zweiten Umkleide- Wasch- oder Toilettenraumes aus wirtschaftlichen oder baulichen Gründen nicht möglich oder zumutbar, reicht ein gemeinsamer Raum aus. Der Betrieb kann durch organisatorische Maßnahmen eine Geschlechtertrennung sicherstellen wie zum Beispiel durch die Festlegung unterschiedlicher Benutzungszeiten der Räume für Männer und Frauen oder dadurch, dass die Räume sind von innen abschließbar sind.

VORURTEIL

„Handwerk ist für Mädchen körperlich zu anstrengend!“

GEGENARGUMENT

Köpfchen – nicht nur Körperkraft: Feinmotorik, Geschick, strukturiertes Vorgehen, Motivation und Tatkraft sind für jeden Betrieb ein Grund, Mädchen auszubilden. Moderne Maschinenteknik sowie ein paar Tricks und ein gut funktionierendes Team ersetzen oft die Körperkraft einer einzelnen Person. Ein gutes Gesundheitsmanagement – vor allem bei körperlich fordernden Tätigkeiten oder bei Berufen, bei denen vorwiegend sehr viel gesessen wird – sind für beide Geschlechter ein wichtiges Thema! Informieren Sie sich, wie Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schützen können.

VORURTEIL

„Mädchen werden schwanger und brechen dann ihre Ausbildung ab!“

GEGENARGUMENT

Auch eine Ausbildung in Teilzeit ist möglich. Dies gilt für alle Ausbildungsberufe im dualen System: es ist möglich, bis zu 75% der normalen Regelarbeitszeit sowie mit einer tägliche Arbeitszeit von bis zu 6 Stunden eine Teilzeitausbildung zu absolvieren. Es gibt 1 – 2 Berufsschultage und eine Abschlussprüfung, wie bei einer Vollzeitausbildung.

Auch Väter haben zunehmend den Wunsch, sich um ihre Kinder zu kümmern und mehr Zeit mit der Familie zu verbringen. Treffen Sie sich gemeinsam und besprechen, wie auch die Väter in die Betreuung eingebunden werden können.

Studien belegen, dass Schwangerschaften bei Mädchen nur einer von vielen Gründen (und nicht der häufigste) für den Abbruch einer Ausbildung sind!

WEITERE ÜBERLEGUNGEN

Haben Sie bereits über eine Frauenquote nachgedacht? Untersuchungen zeigen: Kann ein Frauenanteil von einem Drittel erreicht werden, wird sich die Beteiligung von Frauen im Unternehmen dauerhaft stabilisieren.

Ist eine Teilzeitausbildung auch in Ihrem Bereich möglich? Informieren Sie sich unverbindlich zu diesem Thema.

WEITERFÜHRENDE BROSCHÜREN UND INTERNETSEITEN



www.wuppertal.de/microsite/competentia/mint/ausbildung-von-maedchen-in-untypischen-berufen.php

Gute Beispiele von bergischen Unternehmen, die Frauen in untypischen Berufen beschäftigen oder ausbilden, Rückschauen, Veranstaltungen und weitere Termine

www.klischee-frei.de

Berufsorientierung frei von Geschlechterklischees

www.kompetenz.de

Deutschlands größtes Netzwerk zum Thema Diversity, Technik und Chancengleichheit. Themenfelder sind u.a. Digitale Integration, Diversity und Frauen und MINT

www.komm-mach-mint.de/unternehmen-organisationen

Methoden zur Ansprache von Frauen im MINT-Bereich. Ihre Angebote zur Motivierung und Gewinnung junger Frauen können sichtbar gemacht werden, dazu gibt es viele Angebote für Unternehmen und Organisationen.

www.girls-day.de

Tragen Sie Ihr Angebot kostenlos in den Girls-Day Radar ein und nutzen den Tag, um Mädchen für Ihren Berufsbereich zu begeistern.

www.digiscouts.de

Azubis als Digitalisierungsscouts – suchen Sie nach Potenzial für Digitalisierung im Unternehmen

www.karriereseiten-check.de

Wie gut ist die Karriereseite Ihres Unternehmens und was können Sie verbessern?

www.rkw-azubimarketing.de Wie Unternehmen Jugendliche für eine duale Ausbildung begeistern können. Sie können dort die passende, umfangreiche

Arbeitsmappe „Ausbildungsmarketing für kleine und kleinste Unternehmen“ bestellen. Diese umfasst drei Leitfäden mit vielen Informationen.

Besonders ausführlich: Azubimarketing online als eigenständiger Leitfaden. Sie finden dort aber beispielsweise auch, wie Sie das Alleinstellungsmerkmal

Ihres Unternehmens beschreiben können: www.rkw-kompetenzzentrum.de/fachkraeftesicherung/leitfaden/wahre-schoenheit-kommt-von-innen

www.kofa.de › [Rekrutierung_von_Frauen_eine_pdf](#) „Mit Stellenanzeigen gezielt weibliche Fachkräfte gewinnen.“

Eine ausführliche Broschüre der KOFA und der Kompetenzzentren der Region Köln und Bonn/Rhein-Sieg

Die Auflistung „[Vorurteil und Gegenargument](#)“ dürfen wir mit freundlicher Genehmigung vom Kompetenzzentrum Frau und Beruf Münsterland veröffentlichen

www.handwerkerinnenhaus.org/2021/01/21/unser-handreichung-fuer-azubildende-ist-da

Handreichung für alle, die ausbilden. Praxisnahe Tipps aus Sicht der Auszubildenden. Ein gutes Betriebsklima – gewusst wie!

www.minttoolbox.de

Mehr Frauen in Technikunternehmen – Ideen für die Praxis

Ruhr Initiative Teilzeitausbildung + www.zib-online.net/weiterbildung/ritaplus

Beratungs- und Anlaufstelle für alle, die Teilzeitausbildung anbieten oder durchführen möchten.