



GemCITE

Gender Mainstreaming Concept for IT Education

Ein Handbuch zur Entwicklung und Verbesserung der Qualität von IT-Aus- und Weiterbildungen
als Beitrag zur Gleichstellung von Frauen und Männern

2005



GemCITE Concept

Gender Mainstreaming Concept for IT Education

Ein Handbuch zur Entwicklung und Verbesserung
der Qualität von IT-Aus- und Weiterbildungen
als Beitrag zur Gleichstellung von Frauen und Männern

Mai 2005



Leonardo da Vinci



Bildung und Kultur



INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|--|----|
| I. Einleitung | 1 |
| II. Vorwort | 3 |
| III. Gender Mainstreaming Background und Kontext | 4 |
| IV. Gender Mainstreaming als Umsetzungsprozess | 9 |
| V. Prozesse der Bildungsarbeit – ein Überblick | 10 |
| VI. Die einzelnen Teilprozesse im Fokus des Gender Mainstreaming | 11 |
| A. Prozessschritt: Bildungsidee – Bildungsnachfrage | 11 |
| B. Prozessschritt: Konzepterstellung | 16 |
| C. Prozessschritt: Curriculum | 21 |
| D. Prozessschritt: Werbung – PR | 36 |
| E. Prozessschritt: Maßnahmendurchführung | 40 |
| F. Prozessschritt: Evaluation | 50 |
| VII. Gender Gaps in IT Education – TeilnehmerInnenbefragung | 55 |
| Bericht über die Analyseergebnisse aus der TeilnehmerInnenbefragung im Rahmen von GemCITE | 59 |
| VIII. TeilnehmerInnenfragebogen | 66 |
| IX. Links – Literatur | 67 |

Impressum: Projekt GemCITE 2003–2005, www.gemcite.org

© Copyright: GemCITE Projektpartnerschaft (Frauenservice Graz, Berufsförderungsinstitut Steiermark, Frauen-ComputerZentrumBerlin; Enaip Toscana Est Onlus Firenze, Föreningen Urkraft Skelleftea, HRDF Economic Institute of Maribor, Newham College of Further Education London)

Redaktion: Frauenservice Graz; Berufsförderungsinstitut Steiermark

Gestaltung: Werbeagentur RoRo + Zec, Graz-Austria, Druck: Druckerei Bachernegg, Graz-Austria



Finanziert durch Leonardo da Vinci 

»Für den Inhalt dieser Publikation ist die Projektpartnerschaft verantwortlich. Die darin vertretenen Ansichten müssen nicht unbedingt die Ansichten der Europäischen Kommission zum Ausdruck bringen.«

I. EINLEITUNG

*»Gender Mainstreaming ist die (Re-)Organisation, Verbesserung, Entwicklung und Evaluierung aller politischen Prozesse mit dem Ziel, eine geschlechterspezifische Sichtweise und Gleichstellung in alle politischen Konzepte, auf allen Ebenen und in allen Phasen, durch alle an politischen Entscheidungen beteiligten Akteurinnen und Akteure, einzubeziehen.«
(Europarat 1998)*

Bezugnehmend auf diese offizielle Definition, zielt die Strategie von Gender Mainstreaming (GeM) darauf ab, die Berücksichtigung geschlechtsspezifischer Bedingungen für die Gleichstellung von Männern und Frauen zu »mainstreamen«, d. h. sie wie einen roten Faden in alle Handlungen und Entscheidungen einzubinden. Gender Mainstreaming ist damit eine Querschnittsaufgabe für alle Ebenen und alle Handlungsfelder einer Organisation oder eines Politikbereichs und wird so zu einer gesamtgesellschaftlichen Aufgabe.

Seit der Ratifizierung der »Amsterdamer Verträge« 1999 ist das Prinzip Gender Mainstreaming auf Europäischer Ebene verankert und verpflichtet damit alle Mitgliedsstaaten der Europäischen Union zur Verwirklichung der Gleichstellung von Männern und Frauen.

Unter Bezugnahme darauf haben es sich die GemCITE-ProjektpartnerInnen zur Aufgabe gemacht, Aus- und Weiterbildungen im IT-Bereich hinsichtlich möglicher Gleichstellungskriterien zu untersuchen und die Ergebnisse in einem Handbuch zusammenzufassen.

Obwohl es eine Vielzahl an Aktivitäten und Projekten zur Realisierung von Chancengleichheit im IT-Bereich gibt, fehlt aus unserer Sicht zur Zeit ein integriertes Gender Mainstreaming-Konzept, um IT-Aus- und Weiterbildungen zu reorganisieren.

Das Projekt GemCITE setzt an diesem Problem an und führt alle relevanten Faktoren, Kriterien und Handlungsoptionen zu einem ganzheitlichen und integrierten Konzept zusammen. Das vorliegende Ergebnis soll bei der Implementierung von Gender Mainstreaming in die IT-Aus- und Weiterbildung unterstützen.

Das deklarierte Ziel von GemCITE ist die Entwicklung und Verbesserung der Qualität von IT-Aus- und Weiterbildungen auf der Basis von Gleichstellung und die Erhöhung der Aufmerksamkeit aller operationalen AkteurInnen des IT-Bildungsbereichs für ihren Beitrag zur Strategie Gender Mainstreaming.

Durch die Zusammenarbeit mit Klein- und Mittelbetrieben (KMU) wurden die spezifischen Anforderungen und Bedürfnisse der ArbeitgeberInnen, insbesondere durch deren laufende Integration in die Bewertung der GemCITE-Ergebnisse, mitberücksichtigt.



DIE PROJEKTPARTNER/INNEN

Projektpromotorin:

- **Verein Frauenservice Graz**
Idlhofgasse 20, A-8020 Graz, Austria
Tel: +43 316 71 60 22-0
e-mail: gender@frauenservice.at
WEB: www.frauenservice.at
Kontakt: Sigrid Fischer/Ingrid Franthal

ProjektkoordinatorIn:

- **Berufsförderungsinstitut Steiermark**
Mariengasse 24, 8020 Graz, Austria
Tel: +43 316 7270-810
e-mail: ingrid.theussl@bfi-stmk.at
WEB: www.bfi-stmk.at
Kontakt: Ingrid Theußl, Walerich Berger

ProjektpartnerInnen:

- **FrauenComputerZentrumBerlin**
Cuvrystraße 1, 10997 Berlin, Germany
Tel: +49/30/617 970-0
e-mail: wielpuetz@fcz.B.de
WEB: www.fcz.B.de
Kontakt: Renate Wielpütz/Liselotte Hesberg

- **Enaip Toscana Est Onlus**
Largo M. Liverani n. 20, 50141 Firenze, Italy
Tel: +39055.43.61.969
e-mail: pgiorio@enaipfirenze.it,
mbeccafichi@enaipfirenze.it
WEB: www.enaip.toscana.it
Kontakt: Patricia Giorgio/Michela Beccafichi

- **Föreningen Urkraft**
Box 55, 931 21, Skelleftea, Sweden
Tel: +46 910 579 28
e-mail: susanne@urkraft.se, kicki@urkraft.se,
WEB: www.urkraft.se
Kontakt: Susanne Marklund/Kicki Krane

- **Economic Institute of Maribor d.o.o.**
Human Resource Development Fund
Razlagova ulica 22, 2000 Maribor, Slovenia
Tel: +386 2 230 22 20
e-mail: natalija.kojzek@srucv.org,
karnicnik@srucv.org
WEB: www.srucv.org
Kontakt: Natalja Kojzek/Mateja Karnjcnik

- **Newham College of Further Education**
High Street South, London E6 6ER, UK
Tel: +44 20 8257 4000
e-mail: joyce.amato@newham.ac.uk
WEB: www.newham.ac.uk
Kontakt: Joyce Amato

II. VORWORT

Das vorliegende Handbuch ist das Ergebnis der Projektpartnerschaft GemCITE mit PartnerInnen aus Deutschland, Schweden, Slowenien, Italien, England und Österreich. Die Organisationen der Partnerländer sind aus den Bereichen Aus- und Weiterbildung sowie Personalentwicklung und decken von ihren inhaltlichen Schwerpunkten sowohl frauenspezifische Bildungsarbeit als auch IT-Aus- und Weiterbildung ab.

Ausgehend von einer ersten Identifizierung aller Schnittstellen in Bildungssystemen, an denen sich Geschlechterdisparitäten entwickeln können¹, wurde in allen Partnerländern eine umfassende Datenerhebung durchgeführt, in der AkteurInnen aus allen Feldern zu ihrer Praxis im Kontext Geschlechtergleichstellung befragt wurden. (befragt wurden: IT-Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, frauenspezifische Einrichtungen, bildungspolitische/arbeitsmarktpolitische EntscheidungsträgerInnen, Klein- und Mittelunternehmen (KMU), Werbeagenturen).

Auf Basis dieser Datenerhebung und unter Bezugnahme auf veröffentlichte Ergebnisse bestehender Projekte, sowie Erfahrungen aus der eigenen Bildungspraxis, wurde im Projekt GemCITE das Konzept für ein Handbuch entwickelt, das alle Schnittstellen der Entstehung von »Gender Gaps«² auf Möglichkeiten der strukturellen Umsetzung von Gleichstellung prüft.

Das vorliegende Buch ist eine Zusammenschau aller Inputs und Berichte aus den Partnerländern, die von der Projektpromotorin »Frauenservice Graz« in ein Handbuch zusammengeführt wurden.

Es ist als Nachschlagewerk zur Reorganisation aller Teilprozessschritte von Bildungsarbeit gedacht und bietet eine Fülle an »TIPPs und TOOLS« zum besseren Verständnis und zur Vertiefung der dargestellten Gleichstellungsstrategien.

Sigrid Fischer – Frauenservice Graz

¹ Als Determinatoren für die Entstehung von »Gender Gaps« wurden identifiziert:

- Soziale Situation der Auszubildenden
- Berufsbezogene Sozialisation der Auszubildenden
- Bildungsorganisation/Maßnahmendesign
- Informationsmanagement: Berufsbilder/Anforderungen/Arbeitsmarkt
- Marketing- und Werbestrategien
- Schnittstellen: Arbeitsservice – Bildungsinstitution – Wirtschaft/Arbeitsmarkt
- Modelle/Best Practices für »genderechte« Arbeitsplätze

² »Gender Gaps« bedeutet geschlechtsspezifische Disparitäten



GemCITE meeting, Florenz 2005

III. GENDER MAINSTREAMING BACKGROUND UND KONTEXT

»Wäre es nicht ein Gebot der sozialen Gerechtigkeit, wäre die Gewährleistung der Chancengleichheit für Frauen und Männer im Bereich der Beschäftigung ein wirtschaftliches Gebot. (...) Die zunehmende Erwerbstätigkeit der Frau war ein entscheidender Faktor für das Wirtschaftswachstum in Europa (...).«

(Kommission der Europäischen Gemeinschaften, 2001)

Mit der Ratifizierung des Amsterdamer Vertrages (1999) haben sich die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union verpflichtet, eine Doppelstrategie zur Durchsetzung der Gleichstellung der Geschlechter zu verwirklichen: die Umsetzung Gender Mainstreaming³ als strukturelle und systemische Querschnittsaufgabe in allen Politikfeldern und auf allen gesellschaftlichen Ebenen (präventiv) und spezifische Maßnahmen (positive Aktionen) zum Ausgleich geschlechtsspezifischer Ungleichheiten und Diskriminierungen, die in der Vergangenheit entstanden sind (kurativ).

In der entsprechenden Kommunikation der EU-Kommission⁴ wird die Doppelstrategie konkretisiert: *»... dass bei der Vorbereitung, Durchführung, Begleitung und Bewertung aller allgemeinen Maßnahmen und Tätigkeiten die Auswirkungen auf die jeweiligen Situationen der Frauen und Männer erkennbar und aktiv berücksichtigt werden. Dazu gehört auch die Planung, Durchführung, Begleitung und Bewertung von gezielten Maßnahmen und Tätigkeiten zur Förderung der Gleichstellung und Unterstützung von Frauen, damit diese gleichberechtigt teilnehmen und profitieren können. Die Pläne und Programme sollen insgesamt zur Gleichstellung von Frauen und Männern beitragen und so gestaltet sein, dass ihre Wirkung vor, während und nach der Durchführung erkennbar wird.«*

Am weitesten fortgeschritten ist die Umsetzung des Gleichstellungs-Doppelansatzes inzwischen in der Arbeitsmarkt- und Berufsbildungspolitik der Mitgliedsstaaten durch seine verpflichtende Integration in die Europäische Beschäftigungsstrategie (EBS), die EU-Strukturfonds-Politik sowie die Lissabon-Strategie, mit der u. a. eine deutliche Erhöhung der Frauenbeschäftigung verbunden ist, um die EU-Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

http://europa.eu.int/growthandjobs/index_de.htm/http://europa.eu.int/growthandjobs/key/index_en.htm

Durch die europäische Beschäftigungsstrategie werden v. a. folgende Punkte angestrebt:

- ▶ Elimination der Geschlechterdisparitäten in der Beschäftigung und Halbierung der Einkommensunterschiede (gender pay gaps) in jedem Mitgliedsstaat bis 2010.
- ▶ Kinderbetreuungsplätze in jedem Mitgliedsstaat bis 2010: 33% Verfügbarkeit für Kleinkinder (0–3 Jahre) und 90% für Kinder im Vorschul- und Pflichtschulalter.

http://europa.eu.int/eur-lex/en/dat/2003/l_197/l_19720030805en00220030.pdf.

Der diese Strategien unterstützende »duale« Ansatz der EU-Mitgliedsstaaten wird häufig als »traditionelle Frauenförderung«, kombiniert mit Gender Mainstreaming als »Querschnittsaufgabe Frauenförderung« missinterpretiert. Und wenngleich sich die sogenannten spezifischen oder positiven Aktionen aufgrund der festgestellten Ungleichheiten (Gender Gaps) oder Diskriminierungen in vie-

³ Gender Mainstreaming wurde als politische Strategie erstmals anlässlich der dritten Weltfrauenkonferenz in Nairobi formuliert. Auf der vierten Weltfrauenkonferenz im Peking wurde das Gender-Mainstreaming-Prinzip auf der Arbeitsplattform verabschiedet und alle UN-Mitgliedsstaaten aufgefordert, Gender Mainstreaming in ihre nationalen Gleichstellungs-Politiken zu integrieren.

⁴ »Incorporating equal opportunities for women and men into all Community policies and activities« (COM(96)67final)

len Fällen auf die Situation von Frauen beziehen, ist dies jedoch keinesfalls ein Automatismus. Je nach Ungleichheitstatbestand können im Rahmen der positiven Aktionen auch Männer gefördert werden (z.B. in segregierten Branchen wie den haushaltsnahen Dienstleistungen, der Pflege oder der Kinderbetreuung).

Positive Aktionen sind gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- ▶ Spezielle Maßnahmen, um Geschlechterdisparitäten zu verringern
 - die in der Vergangenheit entstanden sind
 - sie sind reaktiv
 - sie sind zielgruppenorientiert (beziehen sich auf Gruppen von Frauen oder Männern wie MigrantInnen oder ältere Frauen oder Männer – nicht auf Männer oder Frauen im Allgemeinen).

Gender Mainstreaming unterscheidet sich von positiven Aktionen im Wesentlichen durch

- ▶ eine integrierte Gleichstellungspolitik/einen die Strukturen adressierenden Ansatz
 - ist proaktiv
 - betrifft alle AkteurInnen
 - betrifft alle Politikfelder.

Hier werden gleichstellungspolitische Zielsetzungen in das jeweilige Gesamtziel einer Strategie, einer Aufgabe oder einer Aktivität integriert. Diese Integration der Gender-Perspektive in jeglichem Schritt einer Aufgabe ist ein Qualitätsmerkmal. Gleichstellung ist nicht mehr Aufgabe der dafür zuständigen Chancengleichheits- oder Gleichstellungsbeauftragten, sondern betrifft alle Handlungsebenen und die Verantwortung aller AkteurInnen.

DIE GENDER-PERSPEKTIVE

Die Gender-Perspektive einzunehmen, bedeutet nicht nur, die Auswirkungen auf männliche oder weibliche Individuen oder Gruppen zu beleuchten und entsprechende Ziele zur Veränderung der Situation zu formulieren, sondern sie bezieht sich auch auf die geschlechtsbezogenen Normen, Werte und Kulturen in Organisationen und Institutionen.

Dimensionen von Geschlecht werden in der jüngeren Gender-Forschung wie folgt klassifiziert:⁵

Sex: als biologisch definierte Merkmale des Körpers

Desire: als sexuelles Begehren, sexuelle Aktivitäten

Gender: bezeichnet ...

- die individuelle Praxis gegenüber gesellschaftlich gegebenen Regeln für Frauen und Männer
- Erwartungen an Frauen und Männer
- Positionen für Frauen und Männer
- Identifikationsangebote für Frauen und Männer
- die Beziehung zwischen den Geschlechtern und die Muster ihrer Regulierung
- sowie die institutionelle Verankerung dieser Regeln und die Struktur sozialer Praxis in Organisationen

⁵ Barbara Stiegler: *Geschlechter in Verhältnissen – Denkanstöße für die Arbeit in Gender Mainstreaming-Prozessen*. Hrsg.: Wirtschafts- und sozialpolitisches Forschungs- und Beratungszentrum der Friedrich-Ebert-Stiftung – Abtlg. Arbeit und Sozialpolitik. Bonn 2004

GENDER-KOMPETENZ: UNTERSCHIEDE WAHRNEHMEN UND ANALYSIEREN

Eine wichtige Voraussetzung für die Umsetzung der Gender Mainstreaming-Strategie ist die genaue Kenntnis der Geschlechterverhältnisse, geschlechtsspezifischer Unterschiede und Diskriminierungsfaktoren sowie Strukturen und Organisationskulturen im jeweiligen Politik- oder Arbeitsfeld. Zur Definition gleichstellungspolitischer Zielsetzungen oder für die Planung von Maßnahmen ist es unabdingbar, die Ausgangssituationen von Frauen und Männern, die unterschiedlichen Betroffenheiten sowie die Strukturen von Ungleichheiten zu analysieren. Dabei muss beachtet werden, dass Gender immer in Kombination mit anderen Merkmalen wirkt, die Unterschiede produzieren und/oder Ungleichheiten oder Diskriminierungen unterliegen. Merkmale wie z.B. ethnische Zugehörigkeit, Alter, Gesundheit, Religion oder sexuelle Präferenz differenzieren die Gruppen zusätzlich zur Geschlechtszugehörigkeit.

Die Gender-Analyse findet bezogen auf den jeweiligen Arbeitskontext statt, also beispielsweise mit Bezug auf eine geplante Aus- oder Weiterbildungsmaßnahme. Hier wird auf allen betroffenen Ebenen – von der corporate identity (CI) einer Bildungsorganisation über die Gestaltung der Angebote bis hin zur Evaluation – aufgezeigt, wo Unterschiede, Ungleichheiten oder in der Vergangenheit entstandene Diskriminierungen bestehen. Damit wird eine Basis geschaffen für die Planung von Veränderungen bzw. Zielen, die aus der Gender-Perspektive mit der Maßnahme erreicht werden sollen.

Generelle Zielsetzung der Gender-Analyse ist es, die Ausgangssituation in geschlechtssensibler Weise zu betrachten und auf dieser Basis die Formulierung von Zielen bzw. Zieloptionen zu ermöglichen. Dazu wurden unterschiedliche Methoden entwickelt:

GENDER-IMPACT-ASSESSMENT (GIA)

GIA, die Gleichstellungsverträglichkeitsprüfung, wurde in den Niederlanden eingeführt, um die Auswirkungen geplanter Gesetzesvorhaben auf Frauen und Männer im Vorhinein zu untersuchen. Gesetzesvorhaben, Verordnungen und andere politische Maßnahmen werden darauf überprüft, ob Gender-Differenzen berücksichtigt sind und sie dem verfassungsrechtlichen Gleichstellungsgebot entsprechen.

Bei Anwendung der GIA-Methode werden 6 Schritte notwendig:

1. Bewertung der Relevanz der vorgeschlagenen Maßnahme für beide Geschlechter
2. Beschreibung der aktuellen und zukünftigen Situation in Bezug auf die betreffende Entscheidung
3. Analyse der Strukturen und Prozesse
4. Analyse des Vorschlags anhand der Vorgaben
5. Aufzeigen der Auswirkungen von Strukturen und Prozessen
6. Positive und negative Beurteilung der Maßnahme in Bezug auf Gleichstellung

http://www.europrofem.org/02.info/22contri/2.04.en/1en.gend/09en_gen.htm



3-R-METHODE

Mit dieser aus Schweden stammenden Methode wird das Geschlechterverhältnis in den Dimensionen Repräsentation, Ressourcen und Realita analysiert. Die beiden ersten Analyseschritte sind quantitativ ausgerichtet und messen die vertikale und horizontale Verteilung von Frauen und Männern auf Positionen oder die Verteilung von Gestaltungsressourcen – z. B. Budgets, Zeit, Raum – zwischen den Geschlechtern. »Realita« zielt auf die Analyse der Werte einer Organisation, die für die Geschlechterverhältnisse auf allen Ebenen eine wichtige Rolle spielen.

<http://library.fes.de/fulltext/asfo/00967003.htm#E10E3>

In der Folge wurde in verschiedenen EU-Mitgliedsstaaten die »3-R-« auf eine »4-R-Methode« erweitert: Die vierte Dimension »Rechte« analysiert die Auswirkung von Richtlinien und Regelungen auf die Situation von Frauen und Männern.

DIE 4-R ANALYSE IDENTIFIZIERT GESCHLECHTERDISPARITÄTEN AUF VERSCHIEDENEN EBENEN⁶:

Repräsentanz: Beteiligung z. B. Zusammensetzung der Zielgruppe(n) nach Geschlecht oder Anteil von Männern und Frauen in Entscheidungspositionen.

Ressourcen: Verteilung entscheidender Ressourcen z. B. in Bezug auf Geld, Information, Zeit, Raum, politische und wirtschaftliche Macht, Bildung, Aus- und Weiterbildung, Beruf/Laufbahn, neue Technologien, Mobilität, Freizeitverhalten etc.

Realita: Normen und Werte z. B. Geschlechter-Stereotypen und -Rollen; Arbeitsteilung nach Geschlecht; Einstellungen und Verhalten von Frauen und Männern; Ungleichheiten in der Wertschätzung gegenüber den Geschlechtern und ihren Charakteristika.

Rechte: z. B. im Kontext direkter oder indirekter Diskriminierung aus Gründen des Geschlechts; Zugang zum Recht im legalen, politischen oder sozio-ökonomischen Umfeld; Auswirkungen von formellen und informellen Regelungen.

http://europa.eu.int/comm/employment_social/equ_opp/gender/gender_de.pdf

http://europa.eu.int/comm/employment_social/equ_opp/gender/gender_en.pdf

http://europa.eu.int/comm/employment_social/equ_opp/gmprac_guide_en.pdf

GENDER BUDGETING

Mit Hilfe des Gender Budgeting wird die geschlechtsspezifische Verteilung von Haushaltsmitteln oder zur Verfügung stehender Budgets für eine Aufgabe/eine Maßnahme analysiert. Hier stehen die Verteilung und die Nutzung der Ressourcen durch Frauen und Männer (unterschiedliche Zielgruppen) im Vordergrund.

<http://www.gender-mainstreaming.net/gm/gender-budgeting.html>

<http://www.gender-mainstreaming.net/gm/Wissensnetz/instrumente-und-arbeitshilfen,did=16688.html>

<http://www.imag-gendermainstreaming.at/cms/imag/content.htm?channel=CH0133&doc=CMS1060358779484>

⁶ Umsetzung der 4-R-Analyse-Methode für die Betrachtung der Zielgruppe und des Bildungsteams siehe: TOOL 3 Seite 46 ff.

Allen skizzierten Methoden gemeinsam ist die Analyse der Ausgangssituation im jeweiligen Arbeits- oder Aufgabengebiet. Quantitative und qualitative Daten und Fakten über die Ist-Situation sind als Ausgangspunkt der Analyse unerlässlich. Im Kontext von Aus- und Weiterbildung (z. B. im IT-Bereich) ist es für eine Maßnahme wichtig, die Ausgangssituation der anvisierten Zielgruppe so genau wie möglich zu kennen (z. B. schul-, berufsbildungs- und berufsbiographische Daten von Frauen und Männern ebenso wie z. B. qualitative Informationen über die Lernvoraussetzungen, das Lernverhalten und den Technikzugang der TeilnehmerInnen oder die Rahmenbedingungen (kulturell, familiär, finanziell), welche die Lernenden mitbringen.

Gender-Analysen sind vielschichtig und mehrdimensional. Da es nicht nur um die Analyse und Beschreibung der Ausgangssituationen von Frauen und Männern oder von Strukturen und Organisations-Kulturen geht, sondern auch darum, geschlechtsspezifische Zuweisungen und daraus resultierende Diskriminierungen zu erkennen, müssen verschiedene Ebenen betrachtet und analysiert werden. Dabei ist es sowohl notwendig, die vordergründigen Ungleichheiten wahrzunehmen, als auch die Rahmenbedingungen und Strukturen einzubeziehen, auf denen diese Ungleichheiten basieren. Hierzu gehören unter anderem die Struktur der Organisation, ihr Leitbild (CI) und alle damit zusammenhängenden organisationalen und personellen Aspekte, Bedarfsanalysen und Marketing der Organisation, ihr Bildungs- und Lernverständnis, Personalauswahl und Personalentwicklung, Struktur der Angebote, gender-sensible Didaktik, die gender-adäquate Partizipation der Lernenden ebenso wie die, ein Gender-Controlling ermöglichende, Evaluation.

Die Umsetzung der Strategie muß »top-down« erfolgen. Das bedeutet z. B. auf eine Trainings-Organisation bezogen, dass die Geschäftsleitung sich zur GeM-Strategie bekennt und auch Verfahrensschritte zu ihrer Umsetzung festlegt.

Bei einer systematischen Implementierung von Gender Mainstreaming in die Projektpraxis sollte die Gender-Perspektive in jedem Verfahrensschritt, unter Beteiligung aller AkteurInnen und unter Berücksichtigung der Begleitungs- und Bewertungssysteme integriert werden. GeM wird zum Leitgedanken, der sich auf allen Ebenen und in allen Prozessen wiederfindet. Fehlt die Gender-Perspektive in einer Phase, auf einer Ebene oder einer Instanz, kann eine systematische Berücksichtigung der Chancengleichheit von Frauen und Männern nicht gewährleistet werden. Schlussfolgerungen und Ergebnisse müssen von der einen Phase in die nächste übertragen werden. Bei Gender Mainstreaming handelt es sich deswegen um einen integrierten Ansatz, weil es nicht isoliert und punktuell, sondern integriert in strukturellen, inhaltlichen und arbeitsorganisatorischen Vorgängen Berücksichtigung finden muss.⁷

Renate Wielpütz
FrauenComputerZentrum Berlin



GemCITE start-up, Graz 2003

⁷ vgl. Zentrum Frau in Beruf und Technik: Leitfaden zur Berücksichtigung und Überprüfung der Geschlechterperspektive in Bildungsmaßnahmen der EU Strukturfondsprogramme. Leider nur in deutscher Sprache download: http://www.zfbt.de/chance/material/zfbt_bildung_und_gender.pdf

IV. GENDER MAINSTREAMING ALS UMSETZUNGSPROZESS⁸

DIE 4 SCHRITTE DER UMSETZUNG VON GENDER MAINSTREAMING

Analyse: Im ersten Schritt geht es darum, geschlechtsspezifische Fragestellungen und Ungleichheiten im jeweiligen Bereich wahrzunehmen und zu analysieren. (z. B. unter Anwendung der 4-R-Analyse-Methode vgl. S. 7 und Tool 3 S. 46 ff.)

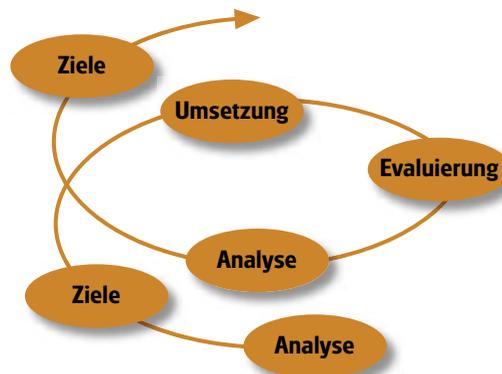
Ziele: Im zweiten Schritt werden davon abgeleitet möglichst konkrete und überprüfbare Gleichstellungsziele formuliert und festgelegt.

Umsetzung: Im dritten Schritt werden die Vorhaben auf mögliche geschlechtsspezifische Wirkungen hin überprüft und so gestaltet, dass sie zu den Gleichstellungszielen beitragen.

Evaluierung: Im vierten Schritt werden die Ergebnisse und Fortschritte hinsichtlich der gesetzten Gleichstellungsziele überprüft.

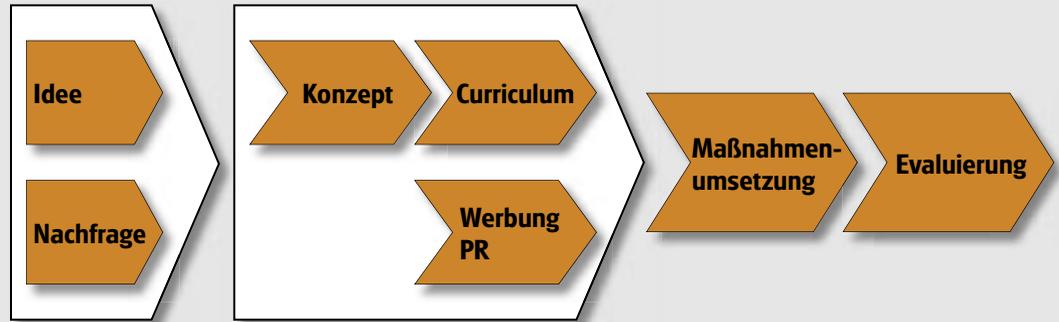
»GEM SPIRALE«

Die vier GeM-Schritte sind kein abgeschlossener Prozess. Der Evaluierung folgt die neuerliche Analyse und Zielformulierung zur kontinuierlichen Weiterentwicklung.



⁸ Quelle: Nadja Bergmann, Irene Pimminger; Praxishandbuch Gender Mainstreaming; Hg: GeM-Koordinationsstelle für Gender Mainstreaming im ESF; Wien 2004. Download: www.gem.or.at

V. PROZESSE DER BILDUNGSARBEIT – EIN ÜBERBLICK



Alle Teilprozessschritte werden an Hand folgender Fragestellungen analysiert:

- ▶ Definition
- ▶ GeM Ziele
- ▶ GeM Aufgaben
- ▶ Erwartete Ergebnisse
- ▶ TOOLS & TIPPs

TOOLS & TIPPs geben den Prozess einer umfassenden Diskussion und Sammlung von best practices im Rahmen des GemCITE Projektes wieder.

Im Kapitel VI finden Sie einen TeilnehmerInnenfragebogen, zusammen mit dem Bericht über mögliche Auswertungsergebnisse und Vorschläge für die Anwendung.



GemCITE meeting, Skelleftea 2004

VI. DIE EINZELNEN TEILPROZESSE IM FOKUS DES GENDER MAINSTREAMING

A. PROZESSSCHRITT: BILDUNGSDIEE – BILDUNGSNACHFRAGE

DEFINITION

Ein neues Produkt einer Bildungsinstitution ist ein solches, welches bisher nicht im Portfolio dieser Organisation ist, aber durchaus von einer anderen Organisation bereits angeboten werden kann.

Die Produktidee oder Produktnachfrage wird einer ersten Machbarkeitprüfung unterzogen, um hinsichtlich der Einleitung einer Konzeptentwicklung eine Entscheidung zu treffen.

INPUT



INPUT:

Idee innerhalb der Bildungsorganisation/An- frage externer KundInnen/Ausschreibung etc.

- 1. Erhebung der Basisdaten**
- 2. Marktbetrachtung**
- 3. Machbarkeitsprüfung**
- 4. Entscheidung**

OUTPUT:

Auftrag zur Konzeptentwicklung



Enaip Toscana Est Onlus

1. Erhebung der Basisdaten

Im ersten Schritt der Erhebung der Produktidee/Marktanforderung sind die Basisdaten unter folgenden Fragestellungen zu dokumentieren:

- ▶ Bedarf
- ▶ Produktbezeichnung
- ▶ Kurze Produktbeschreibung
- ▶ Für welchen Schulungsbereich wird dieses IT-Produkt entwickelt? (Arbeitsmarktservice, öffentlicher Seminarbereich, Firmenschulungen, öffentliche Institutionen, Europäischer Markt)
- ▶ Welchen Abschluss erhalten die TeilnehmerInnen am Ende der Bildungsmaßnahme?
- ▶ Wie lange soll die Bildungsmaßnahme voraussichtlich dauern?
- ▶ Wie viele TeilnehmerInnen sind pro Bildungsmaßnahme vorgesehen?
- ▶ Wie oft soll die Bildungsmaßnahme innerhalb von zwei Jahren zur Durchführung kommen?

1.1. GeM ZIELE

Die Sinnhaftigkeit/Nützlichkeit des Produktes ist für beide Geschlechter definiert.

1.2. GeM AUFGABEN

Die Produktdefinition muss unterschiedliche Zugänge von Männern und Frauen in Betracht ziehen.⁹

Produkttitel und Produktbeschreibung sollten bereits geschlechtsspezifische Blickwinkel beinhalten und Stereotypen vermeiden.

Bei der Festlegung der TeilnehmerInnenanzahl pro Maßnahme ist auf gegebenenfalls erforderliche geschlechtshomogene Gruppenteilung(en) in der Aus- und Weiterbildung Rücksicht zu nehmen.

1.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Bereits die erste grobe Beschreibung des Produktes beinhaltet in jedem Punkt die Gender-Perspektive.

2. Marktbetrachtung

Erforderlich ist eine erste grobe Einschätzung hinsichtlich der Zielgruppe, des Marktes und der Konkurrenz, um die Rahmenbedingungen für eine allfällige Konzeptentwicklung zu kennen.

Definition der Zielgruppe:

- ▶ Ist dieses Produkt für eine spezielle Zielgruppe gedacht?
- ▶ Für welche Altersgruppen ist diese Produkt am ehesten relevant?
- ▶ Für welches Geschlecht soll dieses Produkt speziell entwickelt werden?
- ▶ Für Personen welchen Bildungsniveaus wird dieses Produkt entwickelt?

⁹ Siehe auch Kapitel Curriculum/Rahmenbedingungen aus der Geschlechterperspektive. S. 24 ff

- ▶ Wird dieses Produkt für eine spezielle Gruppe von Berufstätigen oder für arbeitslose Menschen entwickelt?
- ▶ Ist dieses Produkt für das Angebot in einer spezifischen Region zugeschnitten?
- ▶ Benötigt die Zielgruppe für dieses Produkt besondere Voraussetzungen, Eignungen oder Vorkenntnisse? (z. B. sprachliche Voraussetzungen, Mobilität etc.)
- ▶ Gibt es sonstige, bisher nicht erwähnte Kriterien für die Zielgruppe? (z. B. ethnische Zugehörigkeit, Formen der Behinderung etc.)

Markteinschätzung – Bedarfsanalyse:

Woraus leitet sich der Bedarf für diesen Produktvorschlag ab? Anliegen von KundInnen, AuftraggeberInnen, gesellschaftspolitischen Anliegen (Herstellung von Chancengleichheit – Abbau von geschlechtsspezifischer Segregation).

Konkurrenzeinschätzung:

Gibt es bereits vergleichbare oder ähnliche Produkte wie das vorgeschlagene Produkt auf dem Markt?

2.1. GeM ZIELE

Die Marktbetrachtung impliziert nicht nur die Frage nach dem »Verkaufswert« bei KundInnen und AuftraggeberInnen sondern auch die Marktrelevanz von Bildungsprodukten, die zur Schließung von Gender Gaps beitragen. Ziel ist die Positionierung von gleichstellungsorientierten Produkten am Bildungsmarkt.

2.2. GeM AUFGABEN

Bei der Beschreibung der Zielgruppe für die Bildungsmaßnahme sowie der Einschätzung der Marktchancen des Produktes sind die unterschiedlichen Marktrepräsentanzen der beiden Geschlechter zu berücksichtigen und gesondert zu analysieren. Der Bedarf des Produktes ist für beide Geschlechter gesondert zu beschreiben.

Bei ähnlichen Produkten am Markt muss deren Gehalt an Auswirkungen auf die Gleichstellung von Männern und Frauen festgestellt werden.

Die Analyse umfasst auch die Entwicklung von Bildungsstrategien zur Bewältigung von bestehenden Geschlechterdisparitäten (Entwickeln von Angeboten, die Benachteiligungen ausgleichen).

3. Machbarkeitsprüfung

Prüfung der Rahmenbedingungen bezüglich der:

▶ **Produktstrategie der Bildungsinstitution**

Einordnung in die Produktpalette bzw. Begründung warum das Produkt eine Bereicherung wäre.

▶ **Gesetzlichen Rahmenbedingungen**

Müssen bei der Entwicklung des Produktes gesetzliche Rahmenbedingungen berücksichtigt werden? Werden sich diese in absehbarer Zeit verändern?

▶ **Kosten**

Einschätzung der Höhe der Entwicklungskosten (interne und externe Personalkosten, Sachkosten, Werbungskosten ...) sowie der Durchführungskosten (TrainerInnen, Unterrichtsmaterial, PC etc.)

Sind (externe) Förderungen für die Entwicklung des Produktes zu erwarten?

Wie hoch werden die ungefähren Gebühren/Kosten pro TeilnehmerIn sein?

▶ **Zeitlichen Faktoren**

Time to Market – Wie lange wird die Entwicklung des Produktes voraussichtlich dauern? Wann sollte die Produktentwicklung starten?

3.1. GeM ZIELE

Die Machbarkeitsprüfung impliziert die Gender-Perspektive in allen Punkten und definiert die Auswirkungen auf männliche und weibliche Zielgruppen bzw. die geschlechtsspezifischen Bedingungen dieser.

3.2. GeM AUFGABEN

Prüfung: Gibt es aufgrund des Produktportfolios und der GeM-Strategie der Institution Vorbehalte die Produktidee weiter zu verfolgen?

Prüfung: Gibt es gesetzliche Rahmenbedingungen, welche die Anwendung von GeM-Indikatoren auf die Produktidee verhindern?

Prüfung: Gibt es im Bereich der wahrscheinlichen, geschätzten Kosten der Aus- und Weiterbildung bzw. möglicher Förderungen unterschiedliche Auswirkungen oder Begünstigungen für beide Geschlechter?

3.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Alle einschätzbaren Rahmenbedingungen für die Produktidee sind nach GeM-Indikatoren überprüft. Die vorliegenden Daten des Produktes werden für die Entscheidung der weiteren Vorgangsweise herangezogen.

4. Entscheidung

Auf Basis der Erkenntnisse aus den vorigen Aktivitäten wird die Entscheidung über den Beginn einer Konzeptentwicklung getroffen.

4.1. GeM ZIELE

Die Entscheidung impliziert die Fragen der Nutzbarkeit und Sinnhaftigkeit des Produktes für beide Geschlechter.

4.2. ERWARTETE ERGEBNISSE

Eine Entscheidung darüber, ob die vorliegende Produktidee bzw. die externe Anfrage den Gleichstellungskriterien entspricht und ein Konzept in Auftrag gegeben werden kann oder, ob die Idee verworfen wird bzw. der externe Kunde/die Kundin über die Begründung informiert wird, warum kein Angebot erstellt wird.

4.3. TOOLS & TIPPS

Beispiel: Anfrage einer externen Kundin/ eines Kunden nach einer EDV-Schulung für eine Gruppe von Frauen im Gesundheitsbereich. Stundenanzahl und Themen werden von dieser/diesem vorgegeben, ein sehr kurzes Zeitbudget wird zur Verfügung gestellt.

Die Analyse vergleichbarer Produkte – insbesondere die zeitliche und inhaltliche Betrachtung – zeigt, dass für Gruppen mit mehrheitlich (oder ausschließlich) Männern eine deutlich längere Schulungszeit für die gewünschten Themen gegeben ist.

Die externe Anfrage ist daher aus Gründen der Chancengleichheit abzulehnen; es wird keine Konzeptentwicklung beauftragt oder es wird eine Veränderung des Auftrages bei den jeweiligen externen KundInnen erwirkt.

Begründung: Werden von der Bildungsinstitution Frauen und Männer zu denselben bzw. vergleichbaren Themen unterschiedliche Schulungszeiten zugestanden, wird das in der Aus- und Weiterbildung zu erreichende Know-how bzw. die Skills von Frauen und Männern unterschiedlich hoch sein.

B. PROZESSSCHRITT: KONZEPTERSTELLUNG

DEFINITION

Die Konzeption eines IT-Bildungsprogrammes erfordert zunächst eine umfassende Datenanalyse, die den Auftrag verifizieren und bestätigen soll. Das Ergebnis ist eine Beschreibung der nötigen Rahmenbedingungen und Maßnahmen des Bildungsprogramms auf Basis der Vermittlung zwischen Zielgruppenbedürfnissen, Arbeitsmarktanforderungen und Gleichstellungszielen.



INPUT:

Auftrag zur Erstellung eines IT-Bildungsprogrammes

- 1. Gender-Analyse die Zielgruppen betreffend (Gender Impact Assessment – GIA)**
- 2. Gender Impact Assessment – GIA den Arbeitsmarkt und Unternehmensbedürfnisse betreffend**

- 3. Vermittlung (matching) der Zielgruppenbedürfnisse mit den Anforderungen des Arbeitsmarktes und zukünftiger wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen**

OUTPUT:

Konzept auf Basis einer umfassenden Datenanalyse als Basis zur Erstellung von Curriculum, Marketingstrategien und Evaluationskonzept, sowie zur Entscheidungsfindung über die Wahl der adäquaten Gleichstellungsstrategie (Frauenförderung oder Gender Mainstreaming).



GemCITE meeting, London 2004

1. Gender-Analyse die Zielgruppe betreffend (Gender Impact Assessment – GIA)

1.1. GeM ZIELE

Identifikation der Geschlechterdisparitäten (Gender Gaps) verschiedener Zielgruppen in Bezug auf:

- ▶ Beschäftigung – Arbeitslosigkeit
- ▶ Bezahlung – Einkommen
- ▶ Verteilung der Voll- und Teilzeitarbeit
- ▶ Bildungshintergrund der Zielgruppen
- ▶ Formelle und informelle Qualifikationen
- ▶ Berufserfahrungen und Karriereverläufe
- ▶ Lebenskonzepte: Work-Life-Balance-Bedürfnisse, Familienpflichten
- ▶ Lernbedürfnisse (Inhalte, Lernumgebung, Lernstrategien)
- ▶ Geschlechtsspezifische Verteilung der Arbeitsplätze in technischen und nicht-technischen Berufsfeldern der IT-Branche
- ▶ Geschlechtsspezifische Verteilung der Arbeitsplätze in verschiedenen Segmenten der IT-Branche und Abteilungen der »old economy«
- ▶ Informationen über Strategien, Methoden, gesetzliche Bedingungen für Geschlechtergleichstellung im IT Bildungsbereich in anderen Ländern

1.2. GeM AUFGABEN

- ▶ Analyse und geschlechtsspezifische Aufbereitung von Arbeitsmarktstatistiken
- ▶ Analyse und geschlechtsspezifische Aufbereitung von Daten der statistischen Einrichtungen (auf bundesstaatlicher, regionaler, lokaler Ebene)
- ▶ Interviews (um qualitative Daten zu erhalten):
 - mit Personen aus der potenziellen Zielgruppe
 - mit Personalmanagement-Verantwortlichen von Unternehmen
 - mit Frauen und Männern als ArbeitnehmerInnen der verschiedenen Berufsfelder (Rollenmodelle)
 - mit Mitgliedern von Fachverbänden
 - mit GeschäftsführerInnen und Schlüsselkräften der Gleichstellungs- und Diversity-Arbeit aus Unternehmen

1.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Gender Impact Assessment-Ergebnisse beinhalten Fakten und Daten über die Zielgruppe, welche als Basis für die Erstellung von geschlechtersensiblen und nach verschiedenen Zielgruppen spezifizierten Trainingsinhalten, Methoden, Rahmenbedingungen verwendet werden. Sie werden auch wegweisend für die Kompetenzanforderungen des Trainingsstuffs sein.

1.4. TOOLS & TIPPS

Gender & Diversity

Die Analyse von Statistiken sollte sich immer

1. auf alle Männer und Frauen im relevanten Feld beziehen
2. Männer und Frauen in verschiedene Zielgruppen spezifizieren (z. B. alleinerziehende Mütter/Väter, Jungen und Mädchen in einem bestimmten Alter, Jungen und Mädchen abhängig vom sozialen Hintergrund, Mitglied einer ethnischen Minderheit etc.)

Quantitative Untersuchungsfragen z. B.:

Geschlechterverhältnis in Bezug auf:

- ▶ Arbeitszeit, Arbeitsbedingungen, Anteil an Teilzeit-Jobs

- ▶ Einkommensunterschiede
- ▶ Anteil an Arbeitslosenraten
- ▶ Zeitverteilung (bezogen auf Beruf, Hausarbeit, Familienarbeit, Freizeit)

Qualitative Untersuchungsfragen z. B.:

Geschlechterverhältnis in Bezug auf:

- ▶ Lernverhalten und Lernstile von Frauen und Männern
- ▶ Einstellungen von Frauen und Männern gegenüber technischen Aufgaben/technischen Berufen
- ▶ Kernkompetenzen, die Frauen und Männer »typischerweise« repräsentieren/offizieren

2. Gender Impact Assessment – GIA den Arbeitsmarkt und Unternehmensbedürfnisse betreffend

2.1. GeM ZIELE

2.1.1. Identifizierung von Arbeitsmarkt- und Unternehmensbedürfnissen

betreffend neuer oder im Laufe der Zeit veränderter IT-Jobprofile:

- ▶ benötigtes technologisches Know-how
- ▶ benötigte Kernkompetenzen
- ▶ benötigte »Soft Skills«

2.1.2. Identifizierung von Personalmanagementstrategien in IT-Unternehmen

- ▶ Haltungen gegenüber der Einstellung von Frauen und Männern (Gründe für diese Haltung)
- ▶ Haltungen gegenüber der Einstellung von Männern und Frauen von ethnischen Minderheiten
- ▶ Einstellungen gegenüber erwarteten Kompetenzen (erwarteten Kompetenzlücken), die speziell Frauen/Männer mitbringen
- ▶ Einstellungen/Vereinbarungen betreffend Arbeitszeit-Flexibilität und räumlicher Mobilität
- ▶ Einstellungen/Vereinbarungen betreffend Weiterbildung der MitarbeiterInnen getrennt nach Geschlecht (Erwartungen an die MitarbeiterInnen, Karrierepläne für die MitarbeiterInnen, Zeit und Geldressourcen, die zur Verfügung gestellt werden)

2.1.3. Identifizierung von Veränderungen in IT unterstützten Arbeits- und Lernformen

2.1.4. Identifikation aller Faktoren, die Personen aufgrund ihres Geschlechtes benachteiligen könnten.

2.2. GeM AUFGABEN

- ▶ Analyse der Wirkungen zukünftiger Arbeitsmarktentwicklungen auf die Situation von Frauen und Männern
- ▶ Analyse zukünftiger Arbeitsorganisationsformen, Unternehmensformen, oder zukünftiger Lernformen

2.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Die Ergebnisse dieser umfassenden Datenanalyse über den Status Quo aber auch über zukünftige Entwicklungen am Arbeitsmarkt ermöglicht eine bedarfsorientierte Bildungsentwicklung ebenso wie die Antizipation von Gleichstellungsstrategien innerhalb globaler Entwicklungen und Herausforderungen. (z.B. durch die Identifikation von »Nischen« für bestimmte Zielgruppen).

2.4. TOOLS & TIPPS

Argumente für Gleichstellungsstrategien

Ergebnisse der Interviews mit Arbeitsmarkt- und Unternehmens-AkteurInnen als auch die Analyse der Personalrekrutierungsstrategien könnten eine Argumentationsgrundlage für die Innovation von Unternehmensstrategien in Richtung Geschlechtergleichstellung bilden.

Zum Beispiel:

- ▶ Marketing- und Image Argumente
- ▶ KundInnenzufriedenheit
- ▶ Zufriedenheit der MitarbeiterInnen
- ▶ Vorbereitung auf erwartete demografische Veränderungen
- ▶ etc.

3. Vermittlung (matching) der Zielgruppenbedürfnisse mit den Anforderungen des Arbeitsmarktes und zukünftiger wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen

3.1. GeM ZIELE

- ▶ Verbindung aller identifizierten Anforderungen unter gleichstellungspolitischen Gesichtspunkten
- ▶ »Bridging« von Angebot und Nachfrage am Arbeitsmarkt
- ▶ Bewältigung des zukünftigen Arbeitskräftebedarfs unter dem Gesichtspunkt der bestehenden Geschlechtersegregation in der IT-Branche
- ▶ Schaffung einer win-win-Situation für ArbeitgeberInnen und den männlichen und weiblichen Mitgliedern der Zielgruppen

3.2. GeM AUFGABEN

Definition und Verifizierung von Fähigkeiten und Kompetenzen, welche im IT-Trainingsprogramm erworben werden sollen, beginnend mit einem »lernzentrierten Zugang« und unter Anpassung an Unternehmensbedürfnisse.

Definition und Verifizierung von Differenzen betreffend Vorerfahrungen, Rahmenbedingungen und Lernerfahrungen der Zielgruppen und Erschaffung von relevanten didaktischen Ideen, die Unternehmensbedürfnisse berücksichtigen.

Definition und Verifizierung von verschiedenen Rahmenbedingungen, die zur Finanzierung des Trainings benötigt werden, sowie Work-Life-Balance-Bedürfnissen. Diese könnte Hand in Hand mit einer Sensibilisierungspolitik zur Veränderung von Unternehmenskulturen gehen.

3.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Konzeptualisierung des »Bridgings« zwischen Angebot und Nachfrage und Klärung der benötigten Strategien und Rahmenbedingungen für Individuen und Zielgruppen mit verschiedenem Hintergrund und Vorbedingungen. Hand in Hand mit einer Sensibilisierung von Unternehmen für die Profits von Gender Mainstreaming Innovationen.

3.4. TOOLS & TIPPS

Fokus-Gruppen

Unter Einbeziehung des Bildungszieles könnten Unternehmen und zukünftige Auszubildende in die Entwicklung des Konzeptes und der Definitionen und Verifikationen des Bildungskonzeptes eingebunden werden.

In diesem Sinne könnten Bildungsinstitutionen auch Fokusgruppen organisieren (Fokus-Gruppen sind Teil von Marketingstrategien für die Testung neuer Produkte oder Dienstleistungen).

C. PROZESSCHRITT: CURRICULUM

DEFINITION

Das Curriculum ist ein detailliert ausgearbeiteter Lehrplan, der auf Basis des Leitbildes und unter Kenntnis der Lebens- und Vorbedingungen der Lernenden, operationalisierbare Lernziele definiert und die Ausgestaltung des Bildungsprogrammes in Bezug auf Strukturen, Methodenwahl, Bildungsinhalte, Ressourcen (Lernumgebung, Lehrmittel, Kompetenz der Lehrpersonen) festlegt.



INPUT:

Das Konzept, das auf Basis einer umfassenden Datenanalyse die notwendigen Strategien und Maßnahmen für eine näher definierte Zielgruppe beschreibt.

- 1. Ausrichtung der gesamten Bildungsarbeit auf die im Leitbild (CI) festgelegten Werte (»ethos«) Geschlechterdemokratie betreffend**
- 2. Design der Rahmenbedingungen und Zeitstruktur des Lehrplans**

3. Festlegung der Methodik und Didaktik für die Umsetzung, der im Konzept näher definierten Bildungsziele

OUTPUT:

Curriculum für ein Bildungsprogramm, das sowohl die individuellen Bedingungen der erwarteten TeilnehmerInnen, als auch die geschlechtsspezifischen Bedingungen der männlichen und weiblichen Teilnehmenden berücksichtigt.



GemCITE meeting, Skelleftea 2004

1. Ausrichtung der gesamten Bildungsarbeit auf die im Leitbild (CI) festgelegten Werte (»ethos«) Geschlechterdemokratie betreffend.

1.1. GeM ZIELE

Bildungsarbeit findet niemals im wertefreien Raum statt. Die Wirkung von Bildungsarbeit auf jeder Ebene in Richtung Gleichstellung der Geschlechter muss als Grundlage und Leitbild quer durch alle Bildungsprozesse laufen und alle beteiligten AkteurInnen als Grundhaltung begleiten. Humanistische, demokratische Bildungsarbeit, die mit dem Respekt gegenüber der Integrität jedes Individuums korrespondiert, impliziert auch die Gleichstellung von Frauen und Männern sowie jede Form von Diskriminierungsfreiheit.

1.2. GeM AUFGABEN

- ▶ Analyse der geschlechterdemokratischen Grundhaltungen im Leitbild (CI) der Bildungsorganisation.
- ▶ Formulierung von Qualitätskriterien als Richtlinien für die praktische Arbeit.
(Die Formulierung der Kriterien ist so zu handhaben, dass sie anhand definierter Indikatoren gemessen werden können).
- ▶ Einschulung der MitarbeiterInnen auf Leitbild und Qualitätskriterien
- ▶ Kontrolle der erfolgreichen Umsetzung durch Evaluation

1.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Abbildung der im Leitbild (CI) verankerten Gleichstellungsziele in der Bildungspraxis.

Klarheit und Orientierung der MitarbeiterInnen des Bildungsteams an den Werthaltungen der Organisation.



GemCITE meeting, Skelleftea 2004

1.4. TOOLS & TIPPS

Beispiel für die Formulierung der Bildungsphilosophie im schwedischen Schulungszentrum
»Urkraft«¹⁰:

Ethos

»The activities of the education shall be designed in correspondance with basic democratic values and strengthen the respect for the intrinsic value of the individual.

The inviolability of the human life; the freedom and integrity of the individual; the equal value of all human beings; the equality between men and women and solidarity with the weak and vulnerable – this should characterise education with a gender perspective.

The curriculum must in every way take the differences/similarities between the genders into account, and – from this point of departure – create a meaningful context for each learner/participant from which they on an equal basis may take part of their choice of education. (...) Education based upon the gender mainstreaming concept is meant to bring room for divergent views and support that these are expressed in a context where men and women share equal opportunities.

The education shall be adjusted to the specific conditions and needs of the single learner/participant. The disparate conditions, needs and levels of competence of the participating men and women shall be respected. There are various ways to obtain knowledge, and the final aims – as well as the education as such – shall be adjusted to each individual. All learners/participants shall be encouraged to develop their interests, in utter disregard to preconcieved notions on what is male and what is female.

From the perspective of the previous education and experiences of the learners/participants, this education is meant to deepen and develop the knowledge of vocational activities and continued studies. It also strives to bring a gender perspec-

tive and investigate how we may take part in society on an equal basis.

It is not sufficient to teach basic democratic values by ways of speech. The education must be run in a way so that the learners/participants are able to experience the effects of these notions on a concrete level. The co-ordinators of the education are obliged to elucidate the basic values, the aim of the education, its content and forms of practice – everything so that each learner/participant is completely clear with the concept of education and the consequences this may lead to for their own education/development.

There are several different aspects of knowledge, since knowledge in no way is a homogeneous term. Knowledge makes itself known through various forms, such as facts, skills, understanding and deep insight, who all condition and correspond to each other. The education mustn't emphasise one aspect of knowledge to the detriment of another. The education of the concept is characterised by the use of both theoretical and practical competence, and it recognises the capacity which imbues all people if one is able to acknowledge the experience, thoughts and ideas of each person. It is knowledge as common sense.

Learners/participants shall have the right to sojourn in a liberal climate, designed so that each individual in the group may feel secure and reside in the task at hand. Such an atmosphere increases the opportunities of learning.

Each learner/participant shall be rewarded and respected for her own accomplishments. People learn in various ways, and the modes of learning are diverging. Therefore, the methods of education should follow the same pattern and be adjusted to the individual premises of each person.«

¹⁰ Kiki Krane; Urkraft, Skelleftea, 2004

2. Design der Rahmenbedingungen und Struktur des Lehrplans

2.1. GeM ZIELE

Rahmenbedingungen und Struktur der Bildungsmaßnahme (Unterrichtszeiten, Ort, Abfolge der Lern- und Unterrichtsphasen, Zugang zu IT Equipment) sollten den bereits im Vorfeld erhobenen Bedingungen der potenziellen TeilnehmerInnen gerecht werden und insbesondere geschlechtsspezifische Lebensbedingungen berücksichtigen.

2.2. GeM AUFGABEN

Daten über die erwarteten TeilnehmerInnen sollten nach Geschlechtern getrennt aufbereitet und analysiert werden.

- ▶ Lebenssituation (familiäre Situation und Verpflichtungen, zeitliche und örtliche Mobilität)
- ▶ Vorerfahrungen (bezogen auf Schule, Beruf, Qualifikationen)
- ▶ Fähigkeit zu selbstorganisiertem Lernen/Bedarf nach unterstütztem Lernen
- ▶ Abwesenheit/Kontakt zum Arbeitsmarkt

Gestaltung einer Maßnahmenstruktur, die soweit wie möglich flexibel gehandhabt werden kann und verschiedenen Bedürfnissen und Lebenssituationen entgegenkommt (modulares System: Nivellierung von Kompetenzen und Wissen/variables System aus selbstorganisiertem und betreuten Lernen/Gruppenlernen/Tandemlernen und Einzellernen).

2.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Informationen über Geschlechterdifferenzen hinsichtlich Lebensbedingungen und demografischer Faktoren wie Flexibilität, Mobilität, Status Quo der schulischen und berufsbezogenen Vorqualifikationen.

Ein Maßnahmensystem, das modular zu individuellen Lernbedingungen passend, zusammengestellt werden kann.

2.4. TOOLS & TIPPS

BEST PRACTICES¹¹

Pretrainings – »Rampen«

Das Angebot von verschiedenen Pretrainings im Vorfeld der Bildungsmaßnahme ermöglicht Chancengleichheit durch Homogenisierung der Wissensstände und Möglichkeit für

einen sanften Einstieg speziell für Personen mit geringer Techniksozialisation.

Pretrainings bieten den Raum zur Auseinandersetzung mit der eigenen Techniksozialisation und damit die Möglichkeit, Unerfahrenheit von Inkompetenz zu unterscheiden. Sie bieten auch Raum, sich ausführlich und

¹¹ Ergebnisse aus den Interviews im Rahmen der GemCITE Datenerhebung; 2004

praxisbezogen mit den Tätigkeitsbereichen verschiedener Berufsfelder zu beschäftigen sowie die dazu benötigten fachlichen Kompetenzen zu überprüfen und zu adaptieren. Sie können speziell für Personen mit Betreuungspflichten ein Vorfeld bieten, das Familien- und Zeitmanagement zu planen, was insbesondere Barrieren für Frauen abbauen helfen würde. Ebenso können Pretrainings zur Standortbestimmung und Entscheidung genutzt werden, wie viel Zeit, Energie, ökonomische Ressourcen in eine Aus- und Weiterbildung investiert werden soll und ob die Lernfähigkeit mit den Anforderungen übereinstimmt.

Erweiterung der Kompetenzprofile

Die Erweiterung der Kompetenzprofile für IT-Aus- und Weiterbildungen auch auf sogenannte »Soft Skills« (wie Kommunikation und KundInnenumgang) oder Kulturtechniken (wie Texte verfassen und Grammatik etc.) impliziert ein breites Pretrainingsangebot für alle Aus- und WeiterbildungsanwärterInnen im Vorfeld und vermeidet ein Gefälle zwischen TeilnehmerInnen mit und ohne Pretrainingsbedarf.

Persönliche Begleitung

Die Aufnahmephase inklusive Auswahlverfahren und Tests sollten von persönlichen Gesprächen begleitet sein, damit mögliche Barrieren und Hemmschwellen aufgrund persönlicher Rahmenbedingungen (Mobilität, Flexibilität, Kinderbetreuungspflichten etc.) ausfindig gemacht werden und unterstützend Lösungen gefunden werden können.

Maßgeschneidertes Trainingsprogramm

Idealerweise findet die Aus- und Weiterbildung in einem individuell maßgeschneiderten Trainingsprogramm statt, das mit den jeweiligen Möglichkeiten der TeilnehmerInnen

korrespondiert. (Teilzeitmöglichkeit, »blended learning«-Möglichkeiten, Zugang zu IT Equipment auch außerhalb der regulären Zeiten oder als Leihgerät).

Verknüpfung von Pretrainings, Gruppenarbeit, selbstorganisiertem Lernen, Phasen für vertiefende Wiederholung und Üben mit Coachingmöglichkeit und Begleitgespräche in modularen Systemen könnten den individuellen Bedürfnissen der TeilnehmerInnen am ehesten entgegenkommen.

Damit wäre ein erster Schritt zur Vermeidung von Selektion getan, welche Personen ausschließt, die nicht einem bestimmten »Prototypus« entsprechen.

Firmenpraktika

Die Einplanung von begleitenden Firmenpraktika bedeutet eine wesentliche Verringerung der Hemmschwelle für weibliche TeilnehmerInnen beim späteren Eintritt in die IT-Arbeitswelt. Vorurteile und Ängste können verifiziert und abgebaut werden, der durch die Aus- und Weiterbildung bereits erworbene Kompetenzzuwachs kann in der Realität erprobt werden, begleitende Reflexion der Praktika im Rahmen der Aus- und Weiterbildung schaffen einen geschützten Raum für die Vorbereitung auf den Berufseintritt.



3. Festlegung der Methodik und Didaktik für die Umsetzung der im Konzept näher definierten Bildungsziele

3.1. GeM ZIELE

Ziel ist die Ermöglichung von Partizipation am Lernprozess für alle TeilnehmerInnen durch Methoden und Inhalte, die mit den Bedingungen der Zielgruppe korrespondieren und weder Männer noch Frauen aufgrund ihrer Geschlechtszugehörigkeit bevorzugt oder benachteiligt.

3.2. GeM AUFGABEN

Didaktische Umsetzung beginnt mit der Thesenbildung über Lernziele für die Zielgruppe und für die einzelnen Individuen unter Beachtung möglicher geschlechtsspezifischer Komponenten und der Diversität der TeilnehmerInnen.

(z. B. Alter, ethnische Zugehörigkeit, Familienstatus, Bildungsstatus etc.).

Insbesondere im technischen Bereich sind Lernprozesse nur dann chancengleich zu gestalten, wenn der geschlechtsspezifische Zugang besondere Berücksichtigung findet. Unterschiede in den Lebens- und Lernerfahrungen von Männern und Frauen in Bezug auf Technik sind auf allen drei unten genannten Ebenen differenziert zu beantworten.

Aus der Thesenbildung über die Bedürfnisse der Zielgruppe werden für die Zielerreichung adäquat abgeleitet:

A. Bildungsinhalte

Berufs- und Persönlichkeitsbildung

B. Methoden

Ermittlung von Lernstrategien und Lernbedürfnissen und Beantwortung durch entsprechende Methoden und Settings

C. Ressourcen

Lernumgebung, Lernmedien, Qualifikation der TrainerInnen

3.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Beschreibung der didaktischen Ausrichtung der Bildungsmaßnahme unter Bezugnahme auf:

- ▶ bereits dokumentierte geschlechtsspezifische Lernbedürfnisse
- ▶ Erfordernisse anderer Diversitäts-Dimensionen wie Alter, Herkunft, Bildungsstand, Familienstand etc.
- ▶ Einplanung der Ermittlung individueller Rahmenbedingungen der TeilnehmerInnen im Vorfeld oder zu Beginn der Maßnahme

3.4. TOOLS & TIPPS

A. Bildungsinhalte¹²

BERUFBEZEICHNUNGEN

»Job-labels« im IT-Bereich sind mehr und mehr auf ein paar Buchstaben reduzierte Akronyme, die kaum Informationen über das Berufsfeld und die Art der Tätigkeit geben. An dieser Stelle wäre es wichtig Vorselektion zu vermeiden, die daraus entsteht, ob Personen mit den Akronymen vertraut sind oder nicht. Hier ergibt sich ein Bildungsauftrag in der Bearbeitung von zielgruppenadäquater Information über die Berufe und Tätigkeitsfelder.

BERUFSBILDARBEIT

Eine Analyse traditioneller Berufsbeschreibungen ergibt, dass diese eine Menge geschlechterstereotyper Vorstellungen über den Beruf mittransportieren.

Ein Vergleich von Berufsbeschreibungen aus dem Sozialbereich mit dem IT-Bereich ergibt den Eindruck, dass Berufsbilder für die jeweilige weibliche oder männliche Zielgruppe verfasst sind. So sind Sozialberufe hauptsächlich mit Soft Skills (Kommunikationsfähigkeit, Einfühlungsvermögen etc.) beschrieben und tabuisieren den Einsatz körperlicher Kraft (z.B. in Pflegeberufen) – Berufsbilder über technische Berufe fokussieren hingegen auf die Beschreibung von fachlichen und physischen Fähigkeiten und lassen zumeist die Anforderungen an soziale/kommunikative Kompetenzen außer Acht.

Hier wird die Klassifikation von Berufen in »männliche« und »weibliche« Berufe antizi-

piert und damit die geschlechtsspezifische Segregation bereits innerhalb von Berufswahlprozessen eingeleitet.

Chancengleichheit durch Berufsbildarbeit zu verwirklichen, besteht in der Ausarbeitung von umfassenden und realistischen Beschreibungen der verschiedenen Berufsfelder im IT-Bereich, fernab jeder Geschlechter-Klassifizierungen. Eine Möglichkeit besteht darin, die beschriebenen Tätigkeiten und Kompetenzen auf nicht nur fachlich-technische sondern auch auf die gesamte Palette der geforderten sozialen und kommunikativen Tätigkeiten und Anforderungen zu erweitern, um damit Identifikationsmöglichkeiten für beide Geschlechter zu gewährleisten.

Darüber hinaus wird heute in Betrieben ein breites Set an Schlüsselqualifikationen gefordert, das sich in Fachkompetenzen – Methodenkompetenzen – Sozialkompetenzen gliedern lässt.

Siehe dazu TOOL 2 S. 35 »Übersicht über Kompetenzen«

IDENTIFIKATION ERMÖGLICHEN

- ▶ Durch Lernbeispiele, die an die Lebenserfahrungen der teilnehmenden Frauen und Männer anknüpfen.
- ▶ Durch die Bezugnahme des Lernstoffs auf die Verwertbarkeit im Berufsalltag.
- ▶ Durch Rückblick auf Identifikationsfiguren aus Geschichte und Gegenwart:
z.B. Vorbilder: Frauen als Expertinnen in der IT-Branche/Sichtbarmachen der Leis-

¹² Trainingsmaterialien zur Sensibilisierung für Gender- und IT-Themen finden Sie in der Website des Leonardo da Vinci Projektes PRO:ICT – Reflections, perspectives and recommendations for professional gender-sensitive teaching, training and consultancy; unter http://www.pro-ict.net/pro_ict/training_material

tungen weiblicher Expertinnen in der Entstehungsgeschichte der EDV.

PERSÖNLICHKEITSBILDUNG

Unterstützung von persönlicher Entwicklung der TeilnehmerInnen

- ▶ durch Erhöhung der Fähigkeit, Geschlechterdifferenzen wahrzunehmen und kritisch zu hinterfragen
- ▶ durch Ermutigung, über die traditionellen Optionen hinauszugehen
- ▶ durch Auseinandersetzung mit geschlechtsspezifischen Mustern im Kommunikationsverhalten von gemischten Lerngruppen und Ermutigung zur Erprobung nichttraditioneller Verhaltenweisen und Kommunikationsmuster

B. Methoden:

B.1. GRUNDPRINZIPIEN

Die Grundprinzipien emanzipatorischer Bildungsarbeit berücksichtigen Menschen als Individuen mit ihren jeweils individuellen Lernbedürfnissen und setzen auf Methodenvielfalt, um unterschiedlichsten Bedürfnissen gerecht zu werden.

Subjektorientierung – bedeutet die Ausrichtung des Unterrichts an den individuellen Bedürfnissen der einzelnen Gruppenmitglieder, statt an einer vermeintlichen »Lerngruppe«.

Ganzheitlichkeit – bedeutet die Verknüpfung von Denken – Fühlen – Handeln in den Unterrichtsmethoden und die Adressierung von Teilnehmenden als Personen mit einem sozialen, familiären, biografischen etc. Background (Verbindung von Berufs- und Persönlichkeitsbildung).

Erfahrungsorientierung – bedeutet die Anknüpfung der Lernsettings und -inhalte an den Erfahrungen und Kompetenzen der Teilnehmer und Teilnehmerinnen und die Möglichkeit für die Teilnehmenden, eigene Erfahrungen einzubringen bzw. das Erlernte in die Praxis direkt umsetzen zu können (Verbindung von Theorie und Praxis).

Partizipation – der TeilnehmerInnen an der Gestaltung der Lernbedingungen, Ermutigung Fragen zu stellen und sich einzubringen, sind grundlegende Säulen für eine teilnehmerInnenorientierte Lernsituation, die Geschlechterdifferenzen implizit berücksichtigt.¹³

B.2. GESTALTUNG INDIVIDUELLER LERNPROZESSE

B.2.1. Ermittlung von Lernstrategien und Lernbedürfnissen der TeilnehmerInnen

Zur Ermittlung individueller Lernbedürfnisse und Lernstrategien, kann während einer Einführungsphase eine Abklärung über individuelle Lernbedürfnisse durchgeführt werden. Dies kann mittels Einzelinterviews mit den erwarteten TeilnehmerInnen erfolgen (Kompetenzbilanzierungen)

Ergebnisse könnten sein:

- ▶ Bevorzugtes Lernsetting (Gruppe, Tandem, Einzelarbeit)
- ▶ Unterstützungsbedarf durch TrainerInnen
- ▶ Umgang mit computerunterstützten Lernprogrammen
- ▶ Interessen, Hobbies etc.

In Anlehnung an das Modell von David. A. Kolb¹⁴ können vier verschiedene Lernstile identifiziert werden, die sich an der Ausrichtung von Lernenden an den Polen: Konkrete Erfahrung/Beobachtung und Reflexion/Er-

¹³ Siehe auch: Hirsch Elisabeth, *Frauen und Computerbildung in der Informationsgesellschaft*, IFF/IFZ ; www.ifztu-graz.at; 2003. Und: Kettschau Irmhild, *Methodik und Didaktik der Frauenbildungsarbeit am Beispiel der Frauenstudien Dortmund*, in: *Dok. der Werkstattreihe Feministische Erwachsenenbildung in Österreich*; Graz, 1995.

¹⁴ David. A. Kolb: *Experimental learning*, 1984, Englewood cliffs, NJ.: prentice hall

stellen abstrakter Konzepte/Ausprobieren in neuen Situationen, orientieren.

Dieses Modell ermöglicht die Ausrichtung der Methodik an die individuellen Lernprozesse der Teilnehmenden.

Siehe dazu TOOL 1, S. 33 David. A. Kolb über experimentelles Lernen

B.2.2. Beantwortung der ermittelten Lernbedürfnisse und Rahmenbedingungen durch entsprechende Methoden und Bildungsinhalte

»If the learner doesn't understand what I say, I must change my way of expression.«

Die Ausrichtung der Methodik und Didaktik der Lernveranstaltung orientiert sich an den Erfolgskriterien: angenommen werden, unterstützend wirken, Kompetenzzuwachs gewährleisten.

Im Perspektivenwechsel wird nicht von dem ausgegangen »was wir noch nicht können«, sondern von dem »was wir schon können«¹⁵.

Dies bildet die selbstwertstärkende Grundlage, auf der Wissen und Kompetenz »aufgestockt« werden kann. Dies setzt auch einen Kontrapunkt zur Defizitorientierung, die weibliche Interessentinnen für IT-Aus- und Weiterbildungen stets in die Kategorie des »zu fördernden Personenkreises« setzt.

Der Perspektivenwechsel schärft die Wahrnehmung von etwaigen Unterschieden beim Zugang von Frauen und Männern zu neuen Technologien **und** soll die Vorannahme über das »männliche Technikinteresse« und die »weibliche Technikdistanz« ersetzen.

Beobachtungen von Lehrpersonen über unterschiedliche Zugänge von Mädchen und Jungen im Informatikunterricht¹⁶

- ▶ *Mädchen sind eher daran interessiert, beim Computer Zusammenhänge zu begreifen, Jungen wollen sich in der konkreten Anwendung verbessern.*
- ▶ *Mädchen interessieren sich mehr für Anwendungsbereiche des Computers und weniger für Spiele und Experimente als Jungen.*
- ▶ *Mädchen lösen beim Programmieren ein Problem tendenziell zuerst eher theoretisch, Jungen hingegen eher durch Ausprobieren. In der Selbst- und Fremdwahrnehmung hingegen gehen beide Geschlechter davon aus, Mädchen würden durch Ausprobieren vorgehen und Jungen über Theorie!*
- ▶ *Mädchen arbeiten (zumindest anfangs) gerne zu zweit am Computer, Jungen oft lieber allein.*
- ▶ *Mädchen haben meist andere Vorkenntnisse in punkto Funktion und Aufbau des Computers, Jungen verfügen eher über praktische Erfahrungen und Spezialwissen.*
- ▶ *Mädchen sind mehr an der Reflexion und den gesellschaftlichen Konsequenzen des Computers interessiert als Jungen.*

Überprüfen Sie diese Beobachtungen anhand eigener Erfahrungen!

¹⁵ Elisabeth Hirsch, Keine Angst! In Zeitschrift Anschläge; Verein für feministische Medien u. Politik; Wien 02/2003

¹⁶ Aus: Merz Veronika; Salto, Rolle Pflicht und Kür; Gender Manual 2; Zürich 2001

B.3. MANAGEN VON GRUPPENPROZESSEN

In Kenntnis der Entwicklungsphasen von Gruppen ist die Methodik/Didaktik an den jeweiligen »Reifegrad« der Gruppe anzupassen, um die optimale Entwicklung jedes Individuums unterstützen zu können.

Im Sinne der Gender-Perspektive ist es von entscheidender Wichtigkeit, sich der Interaktionen und interaktiven Geschlechterinszenierungen bewusst zu sein und sie entsprechend zu bearbeiten und aufzufangen.

Siehe dazu: FIRO Theorie zum Verständnis von Gruppenprozessen¹⁷



Belonging-Phase: Ist geprägt von einem großen Bedürfnis nach Leitung, Struktur und Klarheit der Aufgabenstellungen, die den einzelnen Individuen Sicherheit in der noch fremden Gruppe gibt und vor allem zurückhaltende Gruppenmitglieder schützt und stärkt.

Roleseeking-Phase: Ist geprägt vom Bedürfnis nach Rollenklärung der Gruppenmitglieder. Vielleicht auch die Phase, wo traditionelles Geschlechterrollenverhalten am deutlichsten präsent wird (z. B. Männer übernehmen die thematische Steuerung und Frauen lassen ihnen den Vortritt).

Togetherness-Phase: Ist geprägt von der Fähigkeit und dem Bedürfnis der Gruppenmitglieder nach selbstorganisierter Arbeit.

C. Ressourcen

Lernumgebung

Lernmaterialien

Qualifikation der TrainerInnen

C.1. AUSWAHL DER OPTIMALEN LERNUMGEBUNG

Ausschnitte aus einem Leitfaden zur gendergerechten Gestaltung neuer Medien in der Bildung¹⁸ geben Ihnen Hinweise über mögliche Veränderungsstrategien:

Technologie und Design:

- ▶ Zit.: »Nutzende am Entwicklungsprozess des Lernmoduls/der Lernumgebung beteiligen«
- ▶ Zielsetzung ist das Wohlfühlen mit Technik
- ▶ Technik als gestaltbar erfahrbar machen – technische Neugier durch Nutzungsmöglichkeiten wecken
- ▶ Lernumgebung am Kenntnisstand der Nutzenden ausrichten
- ▶ Systemvoraussetzungen wie Rechnerleistung, Übertragungsbandbreiten, spezielle Software, Ausstattung, Rahmenbedingungen u. a. für alle in gleicher Weise berücksichtigen; bei unterschiedlicher technischer Verfügbarkeit unterschiedliche technische Angebote machen
- ▶ Nutzende sollten Lernumgebung selbst konfigurieren können
- ▶ Unterschiedliche Darstellungsformen ermöglichen: Bildschirmausgabe, Druck-Textausgabe, On-Offline-Version

¹⁷ der amerikanischen Psychologe Will Schutz entwickelte anhand einer Studie die FIRO Theorie. FIRO steht für Fundamental Interpersonal Relationship Orientation.

¹⁸ Heike Wiesner et al; Gender Mainstreaming in »Neue Medien in der Bildung« Leitfaden DE; Universitäten Bremen und Dortmund; 2004, leider nur deutschsprachig download unter: http://www.medienbildung.net/pdf/themen_seiten/GMLeitfaden21072004.pdf

- ▶ zusätzliche Präsenzkurse auf unterschiedlichem Niveau für die Nutzenden anbieten, gegebenenfalls auch als mono-educative Angebote anbieten
- ▶ Hardware: Schnittstellen sollten kompatibel sein, unterschiedliche Ein- und Ausgabegeräte berücksichtigen (unterschiedliche Displays: PDA, WAP, Braillezeile, ...)
- ▶ Bookmark Funktion anbieten, um bei Unterbrechung Standort speichern zu können
- ▶ Usability Kriterien berücksichtigen, z.B. Seiten übersichtlich gestalten, intuitive Bedienung ermöglichen etc.
- ▶ Grafisches Design und Gestaltung der Lernumgebung von NutzerInnen testen lassen, ... u.v.a.«

Lernszenarien und Nutzungsprofile:

- ▶ »... unterschiedliche Lernformen anbieten: z.B.: Selbstlernprogramm (WBT oder CBT)/Online-Seminar (Teletutoring, Tele-teaching)/Blended Learning (Kombination verschiedener Lernwelten)
- ▶ ... unterschiedliche Lernprozesse ermöglichen: z.B.: *aufnehmendes Lernen* (Wissensakkumulation, Frontalunterricht)/*entdeckendes Lernen* (problemorientiertes Arbeiten, Lehrende als TutorInnen)/*kooperatives Lernen*/(Klein-Gruppenarbeit, Lehrende in Lenkungsfunktion)/*integratives Lernen/handlungsorientiertes Lernen*, selbstorganisiertes Lernen«.

C.2. AUSWAHL DER OPTIMALEN LERNMATERIALIEN

- ▶ Lernmaterialien sollten diskriminierungsfrei und frei von Geschlechterstereotypisierungen sein. Darstellungen von Frauen und Männern sollten ausgewogen sein und Gleichwertigkeit vermitteln.
- ▶ Arbeitsunterlagen sollten mit Beispielen ausgestattet sein, die an die Interessen und Lebenszusammenhänge von Frauen ebenso anknüpfen, wie an die der Männer
- ▶ Sprache transportiert Wertschätzung: die Verwendung der männlichen Form in Sprache und Schrift macht Frauen unsichtbar. Sprechen wir auch von IT-Technikerinnen, so aktivieren wir bewusst Vorstellungen über weibliche Expertinnen in diesem Berufsfeld.
- ▶ Partizipation der Teilnehmenden an der Gestaltung und Auswahl der Lernmaterialien ermöglicht auch die Sicherstellung von »Geschlechtergerechtigkeit«!

C.3. AUSWAHL DER OPTIMALEN TRAINER/INNEN

Neben der Fähigkeit eine emanzipatorische Bildungssituation zu schaffen, die methodisch vielfältig ist und auf Partizipation und Mitsprache setzt, sollten Trainingspersonen auch folgende Leitungskompetenzen reflektieren können:

- ▶ Problemfokus: Leitungsverhalten als Beitrag zur Inszenierung des Geschlechterverhältnisses in der Lerngruppe durch Verstärkung von Geschlechterstereotypen und Hierarchisierungen

CURRICULUM

- ▶ Der Trainer/die Trainerin als Rolemodel (Vorbild sein in Sprache und Verhalten)
- ▶ Wirkung des Geschlechts der Leitungsperson (Identifikation bieten durch weibliche Expertinnen in der Männerdomäne IT)

- ▶ Didaktische Kompetenz als wesentlichen Baustein für Vermittlung von Technik erkennen
- ▶ Persönlichkeitsbildung und berufsbezogene Bildung kombinieren können

Siehe auch TOOL4 , S. 49 »Was ist Gender Kompetenz?«

VIER-FELDER-MATRIX FÜR EINE UNTERSTÜTZENDE LERNUMGEBUNG¹⁹

Das Modell der externen und internen Lernumgebung beschreibt eine Matrix, die Anregungen bietet, förderliche und hemmende Faktoren für Lernprozesse zu fokussieren. Die Vier-Felder-Matrix beschreibt jeweils äußere und innere unterstützende Faktoren sowie äußere und innere hemmende Faktoren. Lernende können mit dieser Matrix Faktoren für eine unterstützende Lernumgebung zusammensetzen und in Zusammenarbeit mit den TrainerInnen umsetzen.

| Unterstützende Faktoren INTERN | Hindernde Faktoren INTERN |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ Freier Wille ▶ Spaß, Motivation, Begeisterung, Interesse ▶ Selbstachtung ▶ Flexibilität ▶ Zuhören und beobachten können ▶ Bewusste Entscheidungen setzen können ▶ Fähig sein, Verantwortung zu übernehmen etc. | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Das Gefühl, nicht so kreativ wie andere zu sein ▶ Ruhelosigkeit ▶ Erschöpfung ▶ Angstgefühle, in Erinnerung an Schulsituationen ▶ Das Verhalten anderer kopieren ▶ Hohe Erwartung an eine gute Performance etc. |
| Unterstützende Faktoren EXTERN | Hindernde Faktoren EXTERN |
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ Aufmerksamkeit bekommen ▶ Verhalten der Lehrenden ▶ Gruppenklima/Aus- und WeiterbildungskollegInnen ▶ Mentoring ▶ Rollenmodelle, Vorbilder ▶ Verantwortung übertragen bekommen ▶ Körperliche Bewegung ▶ Möglichkeit selbstständig zu arbeiten etc. | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Ungleichbehandlung, Diskriminierung ▶ fehlende Unterstützung von Leitungspersonen ▶ Gemobbt werden ▶ Geschlechtsspezifische Vorurteile ▶ Kulturelle Vorurteile etc. |

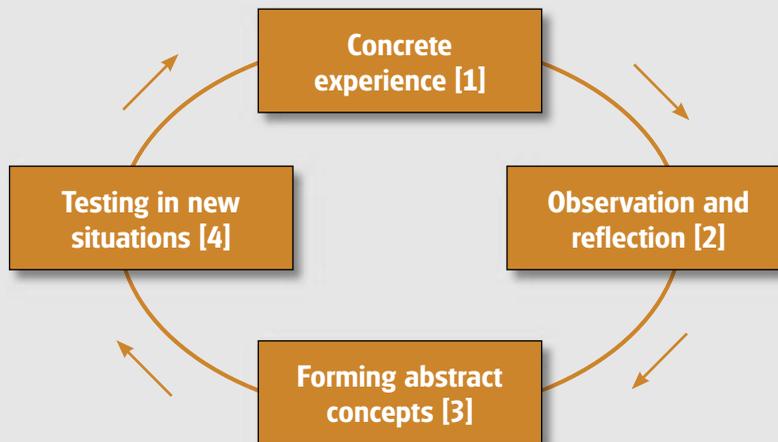
¹⁹ Kicki Krane, Urkraft, Skelleftea.

ANHANG TOOL 1

DAVID A. KOLB ÜBER EXPERIMENTELLES LERNEN²⁰

David A. Kolb (et Roger Fry) schuf das Modell über die vier Elemente experimentellen Lernens: Konkrete Erfahrung (1), Beobachtung und Reflexion (2), Bildung abstrakter Konzepte (3) und Erproben in neuen Situationen (4).

Er stellte diese im »experimentellen Lernzirkel« dar (nach Kurt Lewin):



Nach Kolb und Fry (1975) kann der Lernzirkel bei jedem der vier Punkte beginnen und sollte als kontinuierliche Spirale zugänglich sein.

Im Modell beginnen Lernprozesse durch eine bestimmte Handlung einer Person und das Wahrnehmen der Auswirkung dieser Handlung. Der zweite Schritt im Lernprozess besteht darin, die Auswirkungen zu verstehen und damit die Möglichkeit zu schaffen, die Folgen einer Handlung unter den gleichen Bedingungen beim nächsten Mal zu antizipieren. Im dritten Schritt wird das generelle Prinzip erkannt unter das der einzelne Fall einzuordnen ist. Wenn das generelle Prinzip verstanden wurde, ist der letzte Schritt die Anwendung der Erkenntnisse durch Aktionen unter neuen Bedingungen.

DAVID KOLB ÜBER LERNSTILE

Nach David A. Kolb und Roger Fry beinhaltet effektives Lernen den Zugang zu allen vier Fähigkeiten.

Wenige können das »Ideal« in diesem Zusammenhang erreichen und tendieren dazu, eine Stärke oder eine Orientierung hin zum Pol einer Dimension zu entwickeln.

Kolb und Fry identifizierten vier Basis-Lernstile, die sich auf den Linien zwischen den Polen »Konkrete Erfahrung und Abstrakte Konzeptualisierung« und »Aktives Experimentieren und Reflexive Beobachtung« bewegen.

²⁰ Zusammenfassung des Artikels: David A. Kolb on experimental learning; <http://www.infed.org/biblio/b-explrn.htm>

KOLB UND FRY LERNSTILE (TENNANT 1996)

| Lernstil | Lern-Charakter | Beschreibung |
|-----------------|--|--|
| »Converger« | Abstrakte Konzeptualisierung + aktives Experimentieren | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Stark in der praktischen Umsetzung von Ideen ▶ Kann sich auf hypoduktive Argumentation zu spezifischen Problemen fokussieren (vom Einzelfall Regeln ableiten) ▶ Eher unemotional ▶ Hat wenig gestreute Interessen |
| »Diverger« | Konkrete Erfahrung + reflexive Beobachtung | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Starke Vorstellungskraft ▶ Gut im Ideenfinden und Betrachten der Dinge aus anderen Sichtweisen ▶ An Menschen interessiert ▶ Breitgefächerte kulturelle Interessen |
| »Assimilator« | Abstrakte Konzeptualisierung + reflexive Beobachtung | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Große Fähigkeit, theoretische Modelle zu entwickeln ▶ Übertreffend in induktiver Argumentation (von Regeln auf den Einzelfall schließen) ▶ Interesse eher an abstrakten Konzepten als an Menschen |
| »Accommodator« | Konkrete Erfahrung + aktives Experimentieren | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Größte Stärke ist Umsetzungsfähigkeit ▶ Risikofreudig ▶ Reagiert gut, wenn es darum geht, unvorhergesehene Sachverhalte zu bewältigen ▶ Löst Probleme intuitiv |

Jede Lernstilskategorie birgt Stärken und Schwächen. Die Fixierung von Lernenden auf einen einzigen Stil kann stark benachteiligend sein.

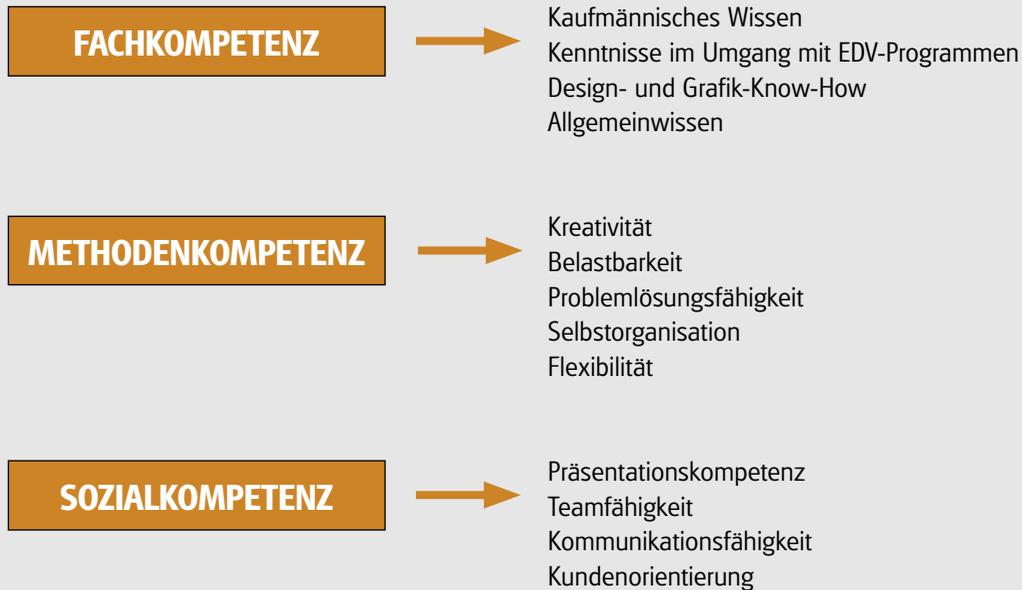
Wie bei jedem Modell, das Menschen in Kategorien ordnet, ist auch dieses Modell problematisch und soll nicht dazu dienen, Lernende zu klassifizieren, sondern zur Unterstützung einer Stärken-/Schwächen-Analyse dienen, die zur Erweiterung des Handlungsspektrums führen soll.



Economic Institute of Maribor

ANHANG TOOL 2

ÜBERSICHT ÜBER AM ARBEITSMARKT GEFORDERTE KOMPETENZEN²¹



Quelle: L&R Sozialforschung 2000



²¹ aus: Riesenfelder Andreas, Aktive Arbeitsmarktpolitik im Brennpunkt VII: Evaluierung von Kursen im EDV-und kaufmännischen Bereich, AMS report 30, Hg.: Arbeitsservice Österreich 2002.

D. PROZESSSCHRITT: WERBUNG – PR

DEFINITION

»Marketing ist ein Prozess im Wirtschafts- und Sozialgefüge, durch den Einzelpersonen und Gruppen ihre Bedürfnisse und Wünsche befriedigen, indem sie Produkte und andere Dinge von Wert erzeugen, anbieten und miteinander austauschen«. (Philip Kotler)

Werbung und PR stellen darin die wichtigsten Instrumente dar, um die Meinungsbildung der Zielgruppe zu beeinflussen.



INPUT:

Konzept/Curriculum/Aus- und Weiterbildungsmaßnahme

1. Identifikation der Zielgruppe
2. Identifikation des passenden Werbemediums
3. Gestaltung des Werbemediums – Werbeauftritt

OUTPUT:

Diskriminierungsfreie, geschlechtersensible, aktiv aufsuchende TeilnehmerInnenwerbung, welche männliche wie weibliche Zielgruppen tatsächlich erreicht.



GemCITE meeting, London 2004

1. Identifikation der Zielgruppe

1.1. GeM ZIELE

Die Diversität der Zielgruppe hinsichtlich verschiedener im Konzept näher beschriebener Kriterien (Alter, Ethnie, Familiensituation etc.) identifizieren und in allen Kriterien genderbezogene Spezifika definieren.

1.2. GeM AUFGABEN

Erforschen der Zielgruppe und deren momentaner Meinung und Einstellung gegenüber der durchführenden Bildungsinstitution und gegenüber deren Produkten und Leistungen. Erforschung der Einstellungen gegenüber IT-Aus- und Weiterbildungen.

Im Sinne der Gender-Perspektive ist es wichtig, gender-differente Reaktion auf Marketing/Werbung zu kennen und in der eigenen Marketing-Strategie umzusetzen.

1.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Geschlechterspezifika und Unterschiede der identifizierten Zielgruppe sind in die Marketingstrategie eingearbeitet.

1.4. TOOLS & TIPPS

Die Erforschung des KundInnennutzens könnte aus der Gender-Perspektive unterschiedliche Ergebnisse hervorbringen. So ergeben Interviews mit Frauenorganisationen, dass die Attraktivität und der Nutzen einer Aus- und Weiterbildung für Frauen stark davon abhängt, ob die erlernte Qualifikation am Arbeitsmarkt gefragt ist und ob damit Jobchancen für sie als Frauen verbessert werden können.

Es wird also die geschlechtsspezifische Segregation und die Schwierigkeit, in die Männerdomäne IT vorzudringen, von weib-

lichen Interessentinnen wahrgenommen und müsste im Werbeauftritt beantwortet werden.

An zweiter Stelle in der Prioritätenliste steht bereits die Möglichkeit das »Einkommen zu verbessern«, gefolgt von »Spaß an der Arbeit« haben und der »Möglichkeit zu selbstorganisierter Arbeit«.

Auch in der Beschreibung der Anforderungsprofile gibt es Gender-Spezifika: Frauen werden Interesse daran haben – entlang ihres Selbstverständnisses – ihre Sozialkompetenzen einbringen zu können.²²

²² Ergebnisse aus den Interviews im Rahmen der GemCITE Datenerhebung, 2004

2. Identifikation passender Werbemedien

2.1. GeM ZIELE

Chancengleichheit beider Geschlechter im Zugang zur Werbebotschaft (Information über das Bildungsprodukt).

2.2. GeM AUFGABEN

Recherche: Informationsgewohnheiten der Zielgruppe nach Geschlechtern getrennt. Welche Informationskanäle/Medien werden üblicherweise von Männern und Frauen gewählt? Gibt es geschlechtsspezifische Präferenzen?

Auswahl passender Medien/Informationskanäle/Orte für die Übermittlung der Werbebotschaft.

2.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Information über Geschlechtsspezifika der Informationsgewohnheiten der Zielgruppe: Medien, Informationskanäle, Orte.

Nach geschlechterspezifischen Bedürfnissen entwickelte differente Werbestrategien.

2.4. TOOLS & TIPPS

INFORMATION ÜBER QUALIFIZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

Die Studie women@web ergab folgende Geschlechtsspezifika: Frauen, insbesondere mit ethnischem Hintergrund, erhalten Informatio-

nen über Qualifizierungsmöglichkeiten eher über persönliche Kontakte. (insbesondere über Kontakte zu Beratungsstellen, weniger über schriftliche Medien) Ebenso wäre es sinnvoll, »peer groups« und migrantenspezifische Medien zu nutzen.²³

3. Gestaltung des Werbemediums – Werbeauftritt

3.1. GeM ZIELE

Die Gestaltung des Werbemediums sollte Identifikation und Motivation für den weiblichen wie für den männlichen Teil der Zielgruppe gleichermaßen bieten (insbesondere aber für Frauen als unterrepräsentierte Gruppe im IT-Bereich) und für Personen beiderlei Geschlechts nicht diskriminierend sein.

3.2. GeM AUFGABEN

- ▶ Qualitätsrichtlinien für Werbeprodukte erstellen
- ▶ Diskriminierung in Werbemedien definieren (Sexismus, Stereotypisierungen, Nicht-Existenz etc.)
- ▶ Recherche des jeweiligen KundInnennutzens unter geschlechtsspezifischen Gesichtspunkten und Umsetzung der Ergebnisse in Werbesprache und -inhalte.

²³ Studie: Begleit-evaluierung der Maßnahme women@web; L&R Sozialforschung; Wien 2002, http://www.lsocialresearch.at/pdf/endbericht_women_web_an_den_waff.pdf

- Unterweisung der Werbeverantwortlichen über Gender-Kriterien und Kontrolle aller ausgehenden Produkte auf Diskriminierungsfreiheit und Gendergerechtigkeit.

3.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Werbematerialien, die Personen aufgrund ihres Geschlechts weder bevorzugen noch benachteiligen und für die unterrepräsentierte Personengruppe (Frauen im IT-Bereich) motivierend und auffordernd wirken, sowie aktive Akquisestrategien anwendet (»aufsuchende TeilnehmerInnenwerbung«).

3.4. TOOLS & TIPPS

SPRACHE-BILDMATERIAL- ILLUSTRATIONEN²⁴

Sprache, Bildmaterial, Illustrationen sollten nicht den Eindruck vermitteln, dass die Teilnahme an einem Kurs oder Training auf ein Geschlecht beschränkt ist. Technische Berufsbezeichnungen sollten deshalb sowohl die männliche wie die weibliche Form beinhalten.

Bildmaterial sollte die Darstellung beider Geschlechter in nicht stereotypisierter Körpersprache beinhalten und auf Klischees und Darstellungen traditioneller Arbeitsteilungen (der Chef – die Sekretärin/der Trainer – die Teilnehmerin) verzichten, sie sollten im Gegenteil innovative Interaktionen bevorzugen und gerade untypische, untraditionelle Darstellungen benutzen, um Frauen den ohnehin barrierevollen Zugang zum männerdominierten IT-Bereich zu erleichtern.

Die mediale Aufbereitung von IT-Berufen sollte auch auf Dichotomisierungen folgender Art verzichten: Unter dem Titel »Internet-Powerfrauen« präsentierte im Frühjahr 2000 ein Wochenmagazin eine erfolgreiche Rundfunkmoderatorin, diese meinte jedoch nur, dass sie das Internet sehr gerne und sehr viel nutze. Im Gegensatz dazu sind »Powerman«

im Internet in der Regel Softwareproduzenten oder Topmanager aus der Branche.²⁵

IT-Berufsprofile und -Qualifizierungen sollten im ganzen Spektrum an Kompetenzanforderungen (fachlich – sozial) dargestellt werden, um Anknüpfungspunkte für beide Geschlechterinteressen gleichermaßen zu gewährleisten.

Eine besondere Herausforderung besteht auch in der klaren Beschreibung von Inhalten und Zielen (Verwertbarkeit) der Aus- und Weiterbildung und der erreichten Abschlüsse.

(So gab es z. B. 1999 in Nordrhein-Westfalen eine unüberschaubare Anzahl von 350 verschiedenen Weiterbildungsangeboten bei 13 neugeordneten dualen IT-Berufen).²⁶

Die Information sollte anschaulich und mit einfachen Erklärungen verfasst sein und unnötige Techniksprache vermeiden.

Zeiten, Struktur und Ablauf der Aus- und Weiterbildung sollte klar erkennbar sein.

Es wird empfohlen, Gender-ExpertInnen hinzuzuziehen, um Marketingstrategie und Werbematerialien einer Gleichstellungsprüfung zu unterziehen.

²⁴ Ergebnisse aus den Interviews im Rahmen der GemCITE Datenerhebung, 2004

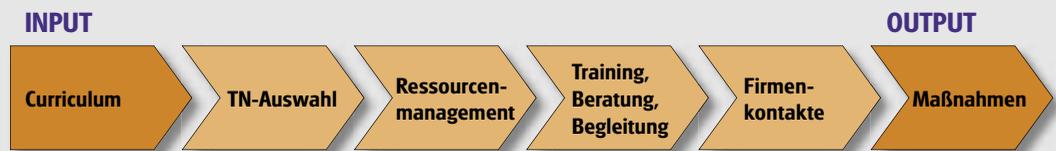
²⁵ Aus: Helene Schiffbänker; Zur Qualifizierung von Frauen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien. In: AMS report 27, Hg: Arbeitsmarktservice Österreich, 2002.

²⁶ Aus: ebd.

E. PROZESSSCHRITT: MASSNAHMENDURCHFÜHRUNG

DEFINITION

Die Maßnahmendurchführung beinhaltet alle Aktivitäten, die zur Erreichung der im Curriculum formulierten Ziele dienen.



INPUT:

Curriculum

- 1. Information und Auswahl der TeilnehmerInnen**
- 2. Ressourcenmanagement**
- 3. Training, Beratung, Begleitung**
- 4. Firmenkontakte**

OUTPUT:

Durchgeführte IT-Aus- und Weiterbildung, die

- ▶ die Partizipation der stark unterrepräsentierten Zielgruppe der weiblichen Interessentinnen gewährleistet
- ▶ Qualität im Sinne der Chancengleichheit für beide Geschlechter (Optimierung von Lernprozessen und Lernergebnissen) gewährleistet
- ▶ die Aufmerksamkeit aller operationalen AkteurInnen des IT-Bildungsbereichs für ihren Beitrag zur Strategie Gender Mainstreaming gewährleistet.



GemCITE meeting, Skelleftea 2004

1. Information und Auswahl der TeilnehmerInnen

Im Vorfeld jeder Aus- und Weiterbildung steht die Akquise der TeilnehmerInnen und die Gruppenzusammenstellung für die betreffende Bildungsmaßnahme. Zu den Akquisestrategien zählen Informationsveranstaltungen und Informationsgespräche für InteressentInnen sowie Auswahlverfahren (Assessments) und Aufnahmegespräche mit potenziellen TeilnehmerInnen. Diese sollten bestmögliche Information über die Bildungsmaßnahme bieten, sowie klären, ob die Eignung der TeilnehmerInnen mit dem Angebot übereinstimmt.

Die KundInnen werden entweder vom Auftraggeber (z. B. Arbeitsmarktservice) vermittelt und/oder werden durch die Öffentlichkeitsarbeit der Bildungsinstitution auf das jeweilige Angebot aufmerksam.

1.1. GeM ZIELE

- ▶ Das Geschlechterverhältnis der im Konzept näher definierten Gesamtzielgruppe²⁷ sollte sich in der Gruppenzusammensetzung widerspiegeln
- ▶ Sicherstellung, dass Frauen und Männer die bereitgestellte Information gleichermaßen nutzen können und dass diese an ihre jeweiligen Fragen und Interessen anknüpft
- ▶ Sicherstellung, dass sich Frauen und Männer gleichermaßen motiviert fühlen an einem Auswahlverfahren oder Auswahlgespräch teilzunehmen
- ▶ Auswahlverfahren und Auswahlgespräche sind so gestaltet, dass sie Personen aufgrund ihrer Geschlechtszugehörigkeit weder bevorzugen noch benachteiligen

1.2. GeM AUFGABEN

- ▶ Überprüfung des Geschlechterverhältnisses im Zugang und bei der Überprüfung der Gründe wenn sich das Geschlechterverhältnis der Gesamtzielgruppe nicht abbildet (Vorselektion durch Zuweisung von Seiten des Auftraggebers? Vorselektion durch Öffentlichkeitsarbeit und Werbematerial? ...)
- ▶ Informationsveranstaltungen gendergerecht aufbereiten
- ▶ Auswahlmethoden (Tests und Diagnoseinstrumente) auf implizite geschlechtsspezifische Vorurteile oder Diskriminierungen überprüfen
- ▶ genderspezifische Assessments; gut geeignet sind Potenzial-Assessments, die die TeilnehmerInnen unterstützen, zu Erkenntnissen bezüglich der eigenen Potenziale zu kommen
- ▶ Gender-Kompetenz der AssessorInnen klären

1.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

- ▶ Sichtbare Verbesserung des Zugangs von Frauen in den IT-Aus- und Weiterbildungsbereich
- ▶ Gleiche Zufriedenheit, Motiviertheit und umfassende Informiertheit der weiblichen und männlichen Zielgruppen
- ▶ Gendergerechte Gestaltung der Informationsveranstaltungen
- ▶ Genderkompetentes Verhalten der AssessorInnen und BeraterInnen

²⁷ z. B.: Geschlechterverhältnis der Gesamtzielgruppe aller Personen, die eine technisch-gewerbliche Grundausbildung abgeschlossen haben/Oder Geschlechterverhältnis aller Jugendlichen zwischen 15–25 Jahren mit Lehrabschluss etc.

1.4. TOOLS & TIPPS

BEST PRACTICES²⁸

Beratung zuweisender Stellen

Die Vorselektion durch zuweisende Stellen (z. B. Arbeitsmarktservice, Berufsorientierungsstellen etc.) kann nur durch aktive Beratung und Information von BeraterInnen über passende weibliche Zielgruppen bewältigt werden. Das Anforderungsprofil muss auf weibliche Interessentinnen abgestimmt werden, damit diese von AMS-BeraterInnen auch als Zielgruppe wahrgenommen werden.

Informationsveranstaltungen

Informationstage und Informationsveranstaltungen können teilweise in geschlechterhomogenen Gruppen abgehalten werden. Erfahrungsgemäß haben Frauen und Männer aufgrund der verschiedenen technischen Vorsozialisation auch andere Fragen an den Ablauf und die Inhalte der Bildungsmaßnahme.

Als besonders hilfreich hat sich auch die methodisch vielfältige und praxisorientierte Gestaltung von Informationsveranstaltungen erwiesen. Berufsprofile zum Ausprobieren und Experimentieren ermöglichen die Anknüpfung an breitere Interessensgrundlagen und bauen vor allem bei Personen mit geringen technischen Vorerfahrungen Hemmungen und Barrieren ab.

Das Vermeiden von Technikfachsprache und die Verwendung von weiblichen und männlichen Sprachformen (der Techniker oder die Technikerin, Teilnehmer und Teilnehmerinnen) schaffen ebenso wie die Einbindung

von weiblichen IT-Expertinnen auch für Frauen ein offenes und einladendes Klima, sich um einen Bereich zu bemühen in dem sie zahlenmäßig vielleicht noch zur Minorität gehören.

Auswahlkriterien

Auswahlkriterien sollten nicht nur technische Kompetenzen und Vorerfahrungen ermitteln, sondern auch Kompetenzen, die sich auf Kommunikationsfähigkeit, Sprache, Texten, Teamfähigkeit und vor allem Lernfähigkeit beziehen. So werden beide Geschlechter in einem ganzheitlichen Spektrum gefordert und es werden Gender-Differenzen in »Könnende« und »Nichtkönnende« vermieden. Das fördert die Motivations- und Identifikationsmöglichkeit für Männer und Frauen.

Beratung

Zusätzlich zu Informationsveranstaltungen in Gruppen sollten individuelle Beratungsgespräche angeboten werden, die bei der Analyse und Klärung persönlicher Rahmenbedingungen (z. B. Mobilität, zeitliche Flexibilität, Familienpflichten, Gesundheit, persönliche Unsicherheiten) unterstützend zur Seite stehen.

Gender Performanz der AssessorInnen

AssessorInnen und Personen die im Erstkontakt mit potenziellen KundInnen stehen, sollten sich der Wirkung ihrer Sprache und Einstellungen bewusst sein und ihre eigene Gender-Performanz hinsichtlich abwertender oder stereotypisierender Verhaltenweisen überprüfen.

²⁸ Ergebnisse aus der GemCITE Datenerhebung, 2004

2. Ressourcenmanagement

Der im Curriculum beschriebene Ressourcenbedarf wird in dieser Phase mit den konkreten räumlichen und personellen Gegebenheiten sowie auf die konkreten Potenziale und Bedürfnisse der TeilnehmerInnengruppe hin abgestimmt und adaptiert.

Als Ressourcen werden hier Personal, technisches Equipment und Lernmaterialien definiert.

2.1. GeM ZIELE

Alle Ressourcen werden den spezifischen Interessen und Bedürfnissen beider Geschlechter gerecht und schaffen den optimalen Lern- und Entwicklungsraum für weibliche Teilnehmerinnen gleichermaßen wie für männliche Teilnehmer.

2.2. GeM AUFGABEN

- ▶ Analyse und Management der Lernbedürfnisse (Wissenstand, Vorerfahrungen, Selbstverständnis im Umgang mit IT, Motivation, Lernstrategien) differenziert nach Geschlechtern²⁹
- ▶ Analyse und Management der Ressourcenausstattung der Teilnehmenden differenziert nach Geschlechtern (Zugang zu technischem Equipment, Vorqualifikation, Vorerfahrungen, Mobilität)
- ▶ Analyse und Management von gendergerechten Personalressourcen intern/extern:
Erweiterung der Genderkompetenz der TrainerInnen durch Schulung und »briefing« (Gendertrainings)
Adaptierung des Geschlechterverhältnisses im TrainerInnenteam durch Integration weiblicher IT-Expertinnen (auch als Rolemodels wichtig)
- ▶ Analyse und Management von gendersensiblen und zielgruppengerechten Lernmaterialien

2.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

- ▶ Optimale Lernergebnisse bei beiden Geschlechtern
- ▶ Optimales Lernklima und Zufriedenheit mit den Lernbedingungen bei beiden Geschlechtern
- ▶ Optimale Beantwortung der spezifischen Bedürfnisse der Teilnehmer und Teilnehmerinnen durch personelle, räumliche, das Lernequipment betreffende Ressourcen
- ▶ Gender Kompetenz der TrainerInnen

1.4. TOOLS & TIPPS

Siehe: Good Practice für die gendergerechte Gestaltung digitaler Lernmodule³⁰

Sie auch Anhang TOOL 4 , S. 49 »Was ist Gender Kompetenz«

²⁹ Siehe auch Kapitel »Curriculum« – TOOLS & TIPPS zu »Gestaltung individueller Lernprozesse« und »Auswahl der optimalen Lernumgebung, S. 28 ff.

³⁰ Artikel »Good Practice für die gendergerechte Gestaltung digitaler Lernmodule«, (Universität Bremen) undat. DE, Leider nur in Deutsch download: <http://dimeb.informatik.uni-bremen.de/documents/artikel.2004>. Wiesner-etal.gendergerechteGestaltung.pdf

3. Training – Beratung – Begleitung

Betrifft die pädagogische Arbeit der TrainerInnen innerhalb der Bildungsmaßnahme, sowie die Vor- und Nachbereitung und die Zusammenarbeit im TrainerInnenteam.

3.1. GeM ZIELE

Evidenz von Gender Themen und geschlechtsspezifischen Anforderungen und die Verankerung von »Reflexionsgefäßen« in bestehende Strukturen (Teamsitzung, Jour fixe, MitarbeiterInnengespräche etc.)

3.2. GeM AUFGABEN

Ebene TrainerInnenteam:

Reflexion der Arbeitsteilung sowie der Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit unter Geschlechterperspektiven und Gleichstellungsaspekten.

Ebene Gruppenleitung:

Reflexion der pädagogischen Arbeit im Sinne bestmöglicher Unterstützung für beide Geschlechter sowie der Vorbildwirkung als Leitungsperson für die TeilnehmerInnen.

Reflexion der Lern- und Trainingsmaterialien unter der Gender-Perspektive.

Ebene TeilnehmerInnengruppe:

Reflexion der Gruppendynamik unter weiblichen und männlichen TeilnehmerInnen und der damit verbundenen Auswirkungen auf das Gruppenklima und auf den Lernerfolg der Teilnehmenden.

3.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Teamzufriedenheit im Hinblick auf die Zusammenarbeit zwischen männlichen und weiblichen KollegInnen.

TeilnehmerInnenzufriedenheit im Hinblick auf Gruppenklima, Lernumgebung und Leitung.

3.4. TOOLS & TIPPS

Siehe auch Anhang Tool 3, S. 46 ff.

Die 4 R-Gender-Analyse zur Selbstevaluation von Bildungsteams und zur Analyse der Aus- und Weiterbildungsgruppe.

4. Firmenkontakte

4.1. GeM ZIELE

- ▶ Sensibilisierung von Firmen für weibliche Fachkräfte
- ▶ Sensibilisierung von pädagogischem Personal für die adäquate Vorbereitung und Beratung von speziell weiblichen Aus- und Weiterbildungsteilnehmerinnen auf den Eintritt in den Arbeitsmarkt
- ▶ Schaffung von niederschweligen Eintrittsmöglichkeiten/Praxismöglichkeiten am Arbeitsmarkt

4.2. GeM AUFGABEN

Kooperation mit Firmen zur maßgeschneiderten Qualifizierung von Fachkräften unter dem Hauptfokus der Erschließung von neuen Berufsfeldern für Frauen.

Organisation von Firmenkontakten – Firmenpraktika – Traineeprogrammen etc.

4.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

An den Interessen der Unternehmen orientierte Aus- und Weiterbildungen und Verbesserung der Chancen für Frauen am IT-Arbeitsmarkt.

4.4. TOOLS & TIPPS

best practices³¹

»Round Tables« oder »Working Partnerships« (UK). VertreterInnen der ArbeitgeberInnen-seite und der IT- Aus- und Weiterbildungs-

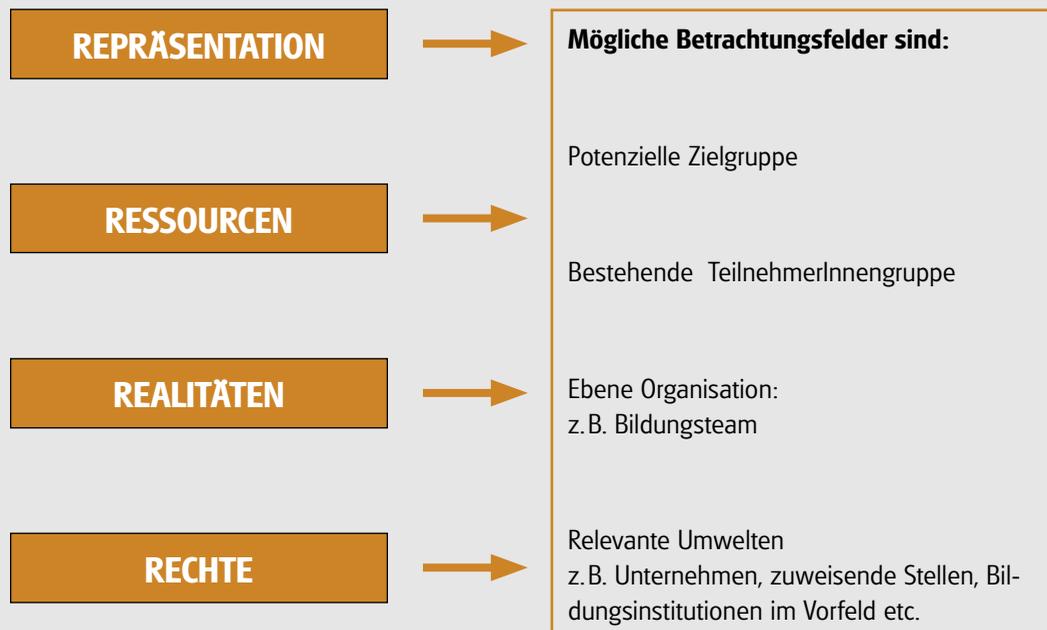
institutionen sowie Marketingagenturen treffen sich zur gegenseitigen Information über aktuelle Entwicklungen und Trends.



³¹ Ergebnisse aus der GemCITE Datenerhebung, 2004

TOOL 3

DIE 4-R-METHODE ZUR UNTERSTÜTZUNG VON EIGENEN GENDER ANALYSEN*¹



Die Selbstanwendung der 4-R-Gender Analyse dient zur Thesenbildung und unterstützt selbstreflexive Prozesse für den eigenen Tätigkeitsbereich – sie hat immer auch blinde Flecken und ersetzt die Analyse von Datenmaterial auf Forschungsebene nicht.

¹ Vorlagen Quelle:
GenderWerkstätte
Graz – eine Koopera-
tion von Frauenservice
und Männerberatung
Graz zu Gender Main-
streaming,
www.genderwerk
staette.at

TOOL 3

**VORLAGE 2: EXEMPLARISCHE FRAGEN ZU –
ZIELGRUPPE/TEILNEHMER/INNEN²**

| | |
|-----------------------|---|
| Repräsentation | <p>Wie ist das Zahlenverhältnis zwischen Männern und Frauen gemessen am Geschlechterverhältnis der Gesamtzielgruppe (z. B. arbeitssuchende Lehrlinge ...)</p> <p><i>Was ist der Grund für das ungleiche Zahlenverhältnis Männer/Frauen bei Interessent/innen (im Zugang)?</i></p> <p><i>Wurden Versuche unternommen Barrieren oder Gründe für das ungleiche Zahlenverhältnis zu verhindern oder aufzuheben?</i></p> <p><i>Wurden bereits Vorkehrungen getroffen das in der Minderheit befindliche Geschlecht speziell zu fördern? Wie ist die Wirkung dieser Maßnahmen?</i></p> |
| Ressourcen | <p>Wie ist die Verteilung folgender Ressourcen zwischen männlichen und weiblichen Teilnehmer/innen:</p> <p>Fachspezifische Qualifikation, informelles oder schulisches Vorwissen, fachspezifische berufliche Erfahrungen, positive fachliche Selbsteinschätzung, berufliche Vorbilder und Rolemodels, geschlechtsspezifische Identifikationsmöglichkeiten bei Fachexpert/innen (Trainer/innen), Mobilität, Flexibilität, Ökonomische Ressourcen, Zugang zu Information, zu Informationstechnologien ...?</p> <p><i>Aufmerksamkeit der Trainer/innen, Raum, technisches Equipment, Partizipation und Redezeit in der Lerngruppe. Gibt es bereits Maßnahmen, die der ungleichen Ressourcenverteilung gegen wirken sollen? Wie ist die Wirkung dieser Maßnahmen?</i></p> |
| Realitäten | <p>Wie unterscheiden sich die Lebenskonzepte und Lebensbedingungen der männlichen und weiblichen Teilnehmenden in Bezug auf Familien und Partnerschaftskonstellationen, Betreuungspflichten, Arbeitszeitwünsche, Karriere- Aufstiegsmotivation, Vorstellungen von work-life balance?</p> <p>Wie sind die Einstellungen zu Geschlechterrollen, zur Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern und hinsichtlich der Repräsentanz von Frauen/Männern in diesem Bildungsfeld?</p> <p><i>Welche Vorurteile, Stereotypen werden kommuniziert? Wie werden sie kommuniziert (Witze/Diskussion)?</i></p> <p><i>Wie wirken sich Lebenskonzepte und Geschlechterrollenmuster innerhalb der Gruppe auf die Bildungssituation von Männern und Frauen aus?</i></p> |
| Rechte | <p>Wirken sich bestehende Richtlinien unterschiedlich auf Männer und Frauen aus oder bestehen geschlechtsspezifische Unterschiede bei formellen oder informellen Rechten?</p> <p>z. B. Müssen Frauen für den Besuch einer Bildungsmaßnahme die Organisation der Kinderbetreuung nachweisen – Männer nicht? <i>Gibt es innerhalb der Bildungsgruppe offene oder verdeckte »Spielregeln«, die Rechte unterschiedlich geschlechtsspezifisch zuordnen?</i></p> |

² Vorlagen Quelle: GenderWerkstätte Graz – eine Kooperation von Frauenservice und Männerberatung Graz zu Gender Mainstreaming, www.genderwerkstaette.at

TOOL 3

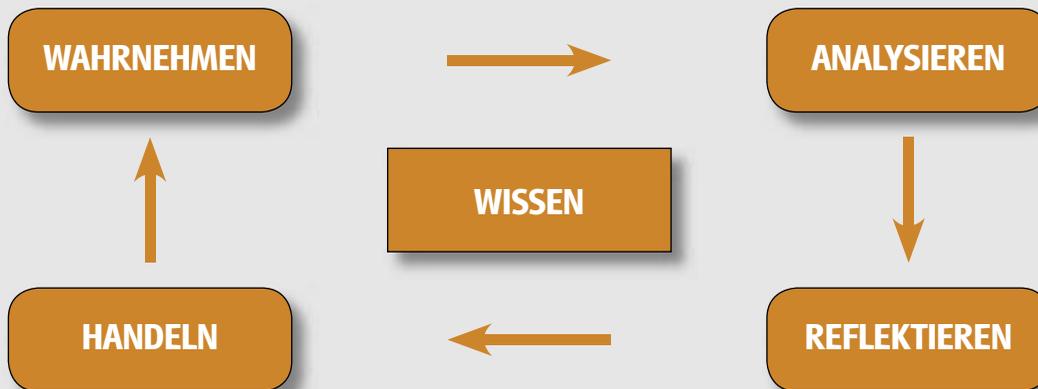
VORLAGE 3 : EXEMPLARISCHE FRAGEN ZU – BILDUNGSTEAM³

| | |
|-----------------------|---|
| Repräsentation | <p>Wie ist das Zahlenverhältnis zwischen männlichen und weiblichen Trainer/innen gemessen am Geschlechterverhältnis der Teilnehmenden? Welche Auswirkungen hat die repräsentative Verteilung?</p> <p>Wie ist das Geschlechterverhältnis in verschiedenen Funktionen insbesondere Entscheidungsfunktionen?</p> |
| Ressourcen | <p>Wie ist die Verteilung folgender Ressourcen zwischen männlichen und weiblichen Arbeitskolleg/innen des Bildungsteams: Arbeitszeit, Einkommen, zeitliche und örtliche Flexibilität, Qualifikation, berufsbezogene Erfahrung und Selbstverständnis, Redezeit und Partizipation bei Teamsitzungen und informellen meetings, persönliches Durchsetzungsvermögen, technische Ausstattung, Zugang zu Information, Raum, Materialien, Status und Anerkennung in der Organisation, zahlenmäßige Vertretung des gleichen Geschlechts innerhalb des Teams/ der Organisation ...?</p> <p>Wie ist die (informelle?) Arbeitsteilung bei der Abwicklung von Bildungsmaßnahmen auf die Geschlechter verteilt? Entscheidungen, Assistenz, Administration, Durchführung (referierende Tätigkeiten – versorgende, unterstützende Tätigkeiten), Verantwortung für Kommunikation und Atmosphäre ...?</p> |
| Realitäten | <p>Wie ist die Einstellung der Beteiligten des Bildungsteams in Bezug auf Geschlechterfragen und Gleichstellung der Geschlechter?</p> <p>Wie ist die Einstellung und das Verhalten der Trainer/innen gegenüber Frauen/Männern in jeweils nichttraditionellen Tätigkeitsfeldern?</p> <p>Wie wird über Chancengleichheit für beide Geschlechter kommuniziert? (Formelle und informelle Ebene , Witze Erfahrungsaustausch etc)</p> <p>Haben die Trainer/innen Einsicht in Geschlechtsspezifika hinsichtlich Lebenskonzepten, gesellschaftlichen Rollenerwartungen? Sind sie motiviert unterschiedliche Lernstrategien und Kommunikationsmuster durch didaktische Maßnahmen zu bewältigen?</p> <p>Wie ist die gegenseitige Anerkennung zwischen männlichen und weiblichen Trainer/innen in ihrer fachlichen Kompetenz, in ihrer Sozialkompetenz? Wie gelingt die Reflexion der Geschlechterrollenmuster im Trainer/innenteam?</p> |
| Rechte | <p>Wirken sich bestehende Richtlinien unterschiedlich auf Männer und Frauen aus oder bestehen geschlechtsspezifische Unterschiede bei formellen oder informellen Rechten? z.B. Ist der Zeitpunkt von Besprechungen oder Meetings für Personen mit Betreuungspflichten günstig?</p> <p>Gibt es innerhalb des Bildungsteams »Spielregeln«, die Rechte unterschiedlich geschlechtsspezifisch zuordnen?</p> |

³ Vorlagen Quelle: GenderWerkstätte Graz – eine Kooperation von Frauenservice und Männerberatung Graz zu Gender Mainstreaming, www.genderwerkstaette.at

TOOL 4

WAS IST GENDER-KOMPETENZ?⁴



Gender-Kompetenz betrifft das Wissen über die Prägung der Geschlechterverhältnisse durch Gesellschaft und Kultur in Bezug auf:

- ▶ ökonomische und soziale Lebensbedingungen von Frauen und Männern
- ▶ geschlechtsspezifische Lebens- und Berufs- Karrierekonzepte
- ▶ geschlechtsspezifische Rollenmuster von Frauen und Männern in ihren Interessen und Selbstbildern etc.
- ▶ Strukturen, Rechte, Rahmenbedingungen, die Privilegierung und Diskriminierung hervorbringen

Gender-Kompetenz vermeidet Stereotypisierungen durch Verallgemeinerung (Männer sind ... Frauen sind ...). Gender-Kompetenz stützt sich auf die Fähigkeit zur Wahrnehmung – Analyse und Reflexion von Gender-Substrukturen und Gender-Dynamiken in bestimmten Systemen (z.B. System: Organisation, Team, Ausbildungsgruppe, Familie etc)

Das Verständnis für das geschichtliche »Gewordensein« von geschlechtsspezifischen Lebensbedingungen von Männern und Frauen unterstützt die Vorstellung über die Veränderbarkeit von Geschlechterrollen. Jede Person kann also aktiv in ihrem eigenen »doing gender« an der Auflösung von Benachteiligung mitwirken.

⁴ Vorlagen Quelle: GenderWerkstätte Graz – eine Kooperation von Frauenservice und Männerberatung Graz zu Gender Mainstreaming, www.genderwerkstaette.at

F. PROZESSSCHRITT: EVALUATION

DEFINITION – EVALUATION

Evaluation ist der Prozess der Kontrolle von: Wert, Qualität, Validität und Relevanz der Gender Mainstreaming-Perspektive innerhalb aller Teilprozessschritte der gesamten Aus- und Weiterbildungsmaßnahme.

INPUT



INPUT:

Konzept, Werbestrategie, Curriculum und Trainingslehrplan

1. Evaluation der Effektivität der Werbestrategie hinsichtlich der im Konzept formulierten Gleichstellungsziele
2. Evaluation der Gleichstellungsziele im Zugang zur Aus- und Weiterbildung und in den Aufnahme- und Auswahlverfahren

3. Evaluation der Gleichstellungsziele bezogen auf die Durchführung der Aus- und Weiterbildungsmaßnahme

4. Evaluierung des Kompetenzerwerbs der TeilnehmerInnen und der Verbesserung der Berufseinstiegs- und Karrieremöglichkeiten am Arbeitsmarkt

OUTPUT:

Informationen darüber, ob die in den jeweiligen Teilprozessschritten formulierten Gleichstellungsziele erreicht wurden bzw. Informationen über noch nicht identifizierte Faktoren für Gender Gaps (Geschlechterdisparitäten).



GemCITE start-up, Graz 2003

1. Evaluation der Auswirkungen und der Effektivität der Werbestrategie

1.1. GeM ZIELE

Implementierung der Geschlechterperspektive in die Erfolgskriterien der Werbestrategie und Evaluierung, ob die im Konzept näher spezifizierte weibliche und männliche Zielgruppe mit der Marketingstrategie erreicht werden konnte.

(Konnten Gender Gaps geschlossen werden?)

1.2. GeM AUFGABEN

Erfassung und Analyse relevanter Daten nach Frauen und Männern getrennt aus

- ▶ Anmeldeunterlagen
- ▶ Aufnahmeunterlagen
- ▶ TeilnehmerInnenfragebogen (Maßnahmenabschluss)

1.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Informationen über erfolgreiche Werbestrategien, bzw. über fehlende oder gar hinderliche Faktoren der Marketingelemente.

1.4. TOOLS & TIPPS

TeilnehmerInnenfragebogen

sollte die Erfahrungen mit Informationen über die Aus- und Weiterbildung abfragen.

Siehe Tool 5, S. 66–70

Diversity Dimensionen

Zur Erfassung möglicher Hemmnisse und Barrieren sind auch jene potenziellen TeilnehmerInnen nach Geschlechtern getrennt zu befragen, die aus welchen Gründen auch immer, nicht in die Bildungsmaßnahme eintraten oder diese vorzeitig abgebrochen haben. Bei der Stichprobe ist hier vor allem

auf Diversity-Komponenten zu achten: wie z.B. kulturelle, ethnische, religiöse, wirtschaftliche oder soziale Hintergründe. (Auswertung hinsichtlich Sprachbarrieren, Verständnisbarrieren, kulturelle Barrieren etc.)

Beispiel: Eine Untersuchung ergab, dass der Zugang von islamischen Frauen in gemischtgeschlechtliche EDV-Aus- und Weiterbildungen deshalb nicht erfolgte, weil es aus kulturellen/religiösen Gründen für die Zielgruppe nicht möglich ist, Frauen mit Männern gemeinsam zu unterrichten.³²

³² Ergebnisse aus der GemCITE Datenerhebung, 2004

2. Evaluation der Gleichstellungsziele im Zugang zur Aus- und Weiterbildung und in den Auswahl- und Aufnahmeverfahren

2.1. GeM ZIELE

Identifikation aller Faktoren, die Personen aufgrund ihres Geschlechtes benachteiligen könnten.

2.2. GeM AUFGABEN

Analyse aller Assessments (Erstgespräch, Tests, Auswahlverfahren etc.) auf geschlechterstereotypisierende oder diskriminierende Fragestellungen und Formulierungen.

Analyse der Bewertungskriterien auf Implikationen, die Personen aufgrund ihrer spezifischen Bedingungen als Männer oder Frauen bevorzugt oder benachteiligt.

Analyse der Chancengleichheit im Zugang zur Maßnahme hinsichtlich möglicher Barrieren für Personen aufgrund ihrer zeitlichen Flexibilität, Mobilität, physischen Möglichkeiten.

Analyse der Chancengleichheit im Zugang zur Maßnahme hinsichtlich des Informationsmanagements zuweisender Stellen (Arbeitsmarktservice, Beratungsstellen etc.).

2.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Informationen über förderliche und hinderliche Faktoren bei allen Teilschritten im Zugang zu einer Bildungsmaßnahme.

2.4. TOOLS & TIPPS

Bewertungskriterien

Eine hohe Bewertung von technischen Vorerfahrungen und Selbstverständnis im Umgang mit technischem Equipment als Auswahlkriterium bietet für Frauen aufgrund ihrer schulischen Erfahrungen nicht die gleichen Chancen wie für Männer. Durch die Trennung vom Werkunterricht in textiles und technisches Werken und die bis heute in hohem Maß geschlechtsspezifische Zuordnung der bei-

den Fächer können Frauen nicht die gleichen Vorerfahrungen mitbringen wie Männer.

Zuweisung

Zu überprüfen ist in dieser Hinsicht, inwieweit Frauen und Männer bereits im Vorfeld von zuweisenden Stellen über die Bildungsmaßnahme informiert wurden, inwieweit hier bereits geschlechterstereotyp eingefärbte Informationen die Motivation von Frauen verringert, Erwartungssängste produziert etc.

3. Evaluation der Durchführung der Aus- und Weiterbildungsmaßnahme

3.1. GeM ZIELE

Überprüfung der Zufriedenheit aller AkteurInnen mit der Durchführung der Maßnahme

3.2. GeM AUFGABEN

Zufriedenheitsanalysen getrennt nach Geschlecht aufbereitet:

TeilnehmerInnenzufriedenheit

- ▶ mit Aufbau und Struktur der Aus- und Weiterbildung (Erreichbarkeit, Zeiten, Räumlichkeit)
- ▶ über Zusammensetzung der Aus- und Weiterbildungsgruppe und die Zusammenarbeit bzw. das Arbeitsklima in der Lerngruppe
- ▶ mit Lernmaterialien und Arbeitsunterlagen
- ▶ mit Kompetenzzuwachs und Transfermöglichkeit erworbenen Wissens
- ▶ mit Leitungskompetenz und Gender-Sensibilität der TrainerInnen
- ▶ etc.

TrainerInnenzufriedenheit:

- ▶ über die Kooperation im TrainerInnenteam
- ▶ über didaktische Kompetenz für geschlechtersensible Unterrichtsformen
- ▶ über die Möglichkeiten der Umsetzung von Leitbild und Qualitätskriterien
- ▶ etc.

3.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Infos über geschlechtsspezifische Bedürfnisse der TeilnehmerInnen und der TrainerInnen.

3.4. TOOLS & TIPPS

Siehe Tool 5 , S. 66–70

TeilnehmerInnenfragebogen

Siehe auch Auswertung der TeilnehmerInnenfragebögen S. 55 ff.

Offene Fragestellungen lassen Raum für neue Informationen!

4. Evaluation des Kompetenzerwerbs der TeilnehmerInnen und der Verbesserung der Berufseinstiegs- und Karrieremöglichkeiten am Arbeitsmarkt

4.1. GeM ZIELE

Der Kompetenzerwerb sollte bei Frauen und Männern in gleichem Maße zufriedenstellend sein.

Die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sollten für beide Geschlechter gleichermaßen erfolgreich auf einen Berufsantritt vorbereiten, bzw. Karrieremöglichkeiten fördern.

4.2. GeM AUFGABEN

Kompetenzdiagnose nach Männern und Frauen getrennt aufbereiten.

Überprüfung der am Arbeitsmarkt gängigen Rekrutierungsverfahren (Tests, Bewerbungsverfahren etc.) auf geschlechtsspezifische Vorannahmen bzw. Erwartungen, um die TeilnehmerInnen optimal auf den Übertritt in den Arbeitsmarkt vorzubereiten.

4.3. ERWARTETE ERGEBNISSE

Informationen über geschlechtsspezifische Barrieren am Arbeitsmarkt.

Informationen darüber, ob für Frauen und Männer die Verwertbarkeit der Aus- und Weiterbildung gleichermaßen gegeben ist.

4.4. TOOLS & TIPPS

Entwickeln von neuen Formen von gendergerechten Rekrutierungsverfahren, um Sie Unternehmen zur Verfügung zu stellen.

Stellenmarktanalysen, Fach-Magazine, Journale, Fachmessen, Wirtschaftsseminare und Fragebögen aus Unternehmen für ArbeitnehmerInnen geben Auskunft über gängige Trends am Arbeitsmarkt.



VII. GENDER GAPS IN IT EDUCATION – TEILNEHMER/INNENBEFRAGUNG

BERICHT ÜBER DIE ANALYSEERGEBNISSE AUS DER TEILNEHMER/INNENBEFRAGUNG IM RAHMEN VON GemCITE

*Elli Scambor & Christian Scambor*¹

1. Erhebung

Die vorliegenden Darstellungen beruhen auf einer Fragebogenerhebung im Rahmen von GemCITE, die in fünf der beteiligten Partnerländer (Österreich, Deutschland, Italien, Slowenien und Schweden) im Herbst 2004 durchgeführt wurde. Ziel dieser Erhebung war es, mit einem neu entwickelten Instrument relevante Gender Gaps in der IT-Qualifizierung transparent zu machen und damit einen wesentlichen Beitrag für eine geschlechtergerechte Konzeption und Durchführung von IT-Qualifizierungsmaßnahmen zu leisten.

Auf Basis der Erhebungsergebnisse wurde der Fragebogen überarbeitet. Dabei wurden Items, die sich als unbedeutend erwiesen hatten, weggelassen und neu gewonnene Erkenntnisse integriert. Der in diesem Band abgedruckte Fragebogen ist also das Ergebnis eines mehrstufigen Entwicklungsprozesses (Entwicklung des Erhebungsinstruments, Erprobung in den beteiligten Partnerländern, Weiterentwicklung zur vorliegenden Version). Bei der Entwicklung des Fragebogens wurde darauf geachtet, dass die Auswertung aller Fragen über das Office-Programm MS Excel möglich ist. Auf diese Weise ist die Praktikabilität und Handhabbarkeit dieses Manuals in umfassender Weise gewährleistet.

1.1. STICHPROBE

Die Fragebögen von 171 Aus- und WeiterbildungsteilnehmerInnen aus fünf beteiligten Partnerländern bilden die Basis der vorliegenden Analyse.

Es wurden weniger Männer erreicht als Frauen. Die vorliegenden Analysen basieren auf einer Stichprobe mit einer Geschlechterverteilung von knapp 39% Männern und 61% Frauen (in absoluten Zahlen: 105 Frauen und 66 Männer; n = 5 Personen haben keine Angaben zu ihrem Geschlecht gemacht. Die Daten aus diesen fünf Fragebögen wurden nicht in die Analyse miteinbezogen).

Für eine gezielte Betrachtung unterschiedlicher Sichtweisen von Frauen und Männern und für eine adäquate Analyse der Gender Gaps wurde weiters darauf geachtet, Männer und Frauen in den zwei übergeordneten IT-Aus- und Weiterbildungstypen »Software-Anwendung« und »Software-Entwicklung« in die Untersuchung einzubeziehen.

¹ *Christian Scambor, Psychologe, Mitarbeiter von research@maennerberatung.at
Elli Scambor, Soziologin, Mitarbeiterin von research@maennerberatung.at*

1.2. ANALYSE

Die Vorerhebung und erste Auswertung der Daten erfolgte in Österreich. In einem zweiten Schritt wurden die Daten aus den anderen Partnerländern integriert.

Im vorliegenden Artikel wird eine cursorische Auswahl von Analyseergebnissen präsentiert. Auf diese Weise sollen einerseits einige wesentliche Gender Gaps in der IT-Aus- und Weiterbildung transparent gemacht werden, andererseits sollen die Analysemöglichkeiten exemplarisch veranschaulicht werden. All jene, die den vorliegenden Fragebogen im Rahmen von IT-Aus- und Weiterbildungen nutzen wollen, haben damit die Möglichkeit, Auswertungsbeispiele einzusehen.

Der gesamte Analysebericht wird im Rahmen von GemCITE veröffentlicht³³. Die Analyse wurde vorwiegend auf folgende Ebenen bezogen:

- ▶ Daten der österreichischen Teiluntersuchung
- ▶ Daten aller Länder zusammengefasst
- ▶ Ländervergleiche

Für Auswertungen, die Daten *anderer Länder als Österreich* beinhalten, gelten Einschränkungen (vgl. u.). Dort, wo über diese Analysen im vorliegenden Artikel berichtet wird, werden die Ergebnisse deskriptiv festgestellt bzw. die Interpretationen sind als erste Hypothesen aufzufassen. Diese Einschränkungen haben folgende Gründe:

- ▶ Die Interpretation von Daten aus einem Land setzt umfassende Kenntnis der relevanten Verhältnisse im jeweiligen Land voraus (Datenlage, sozial- und geschlechterpolitische Maßnahmen etc.). Gute Ländervergleiche benötigen ein hohes Maß an zeitlichen Ressourcen und einschlägig qualifizierten MitarbeiterInnen. Soll z.B. ein vorgefundener statistisch bedeutsamer Unterschied hinsichtlich einer Variablen zwischen zwei Ländern nicht nur festgestellt, sondern auch erklärt werden, so ist dies am besten durch sozialwissenschaftlich geschulte Teams, die aus Personen aus den einzelnen Ländern zusammengesetzt sind, möglich. Aus unseren eigenen ländervergleichenden Forschungsarbeiten^{34 35} können wir die Methodologie der Grounded Theory³⁶ für diesen Zweck empfehlen. Bei Ländervergleichen ist auch darauf zu achten, dass dann, wenn keine Unterschiede gefunden werden, nicht sofort darauf geschlossen wird, dass in den jeweiligen Ländern die entsprechenden Verhältnisse gleich seien: Es ist denkbar, dass völlig andere Prozesse in den einzelnen Ländern zu gleichen Werten auf einer Variablen führen.
- ▶ Bezüglich der Darstellungen in diesem Artikel, in denen alle Länder zusammengefasst wurden, sei darauf hingewiesen, dass bei solchen Zusammenfassungen immer vorsichtig vorzugehen ist. Die Zusammenfassung der Länderstichproben zu einem »Aggregat« ist eigentlich nur dann sinnvoll, wenn alle Länder-Teilstichproben dasselbe Muster hinsichtlich der interessierenden Variablen aufweisen. Anderenfalls könnten bedeutsame Unterschiede zwischen einzelnen Ländern »verdeckt« werden.

³³ www.GemCITE.org

³⁴ Gärtner M./Puchert R./Höyng S. (Hrsg.) (2005). *Work Changes Gender. Men and Equality in the Transition of Labour Forms*. Leverkusen-Opladen: Barbara Budrich.

³⁵ www.work-changes-gender.org

³⁶ Strauss A., Corbin J. (1998). *Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE.

- ▶ Mit dem umgesetzten GemCITE-Versuchsplan kann die Frage beantwortet werden, wie sich Männer und Frauen unterscheiden, die sich bereits in Anwendungs- oder Entwicklungskursen befinden. Unterscheiden sich die Zugangswege der Personen zu den Schulungsmaßnahmen in den einzelnen Ländern und Institutionen, dann spiegeln die Ländervergleiche auch diese Unterschiede wieder, was die vergleichende Interpretation von Länderergebnissen erheblich erschwert.

Als »Standardfall« wird aber wohl die Anwendung des vorliegenden Fragebogens in einer bestimmten Einrichtung zu sehen sein, und weniger Vergleiche zwischen mehreren Ländern (obwohl der Fragebogen für Ländervergleiche geeignet ist). Die Auswertungsbeispiele in diesem Artikel orientieren sich daher eher an diesem »Standardfall«. Dabei können uns zukünftige AnwenderInnen dieses Fragebogens bei der Auswertung der österreichischen Daten »über die Schulter schauen« und dieselben bzw. ähnliche Auswertungsschritte mit ihren Daten vornehmen. Die Beispiele in diesem Artikel haben daher den Charakter von modellhaften Demonstrationen, wie Auswertungen vorgenommen werden können.

2. Ergebnisse in ausgewählten Bereichen

2.1. AUS- UND WEITERBILDUNG

Mögliche Analyseschritte: Abbildung der Häufigkeiten von Männern und Frauen in den einzelnen Kategorien. Berechnung eines Mittelwertes. Berechnung eines Streuungskennwertes. Signifikanztests.

Hinsichtlich des *durchschnittlichen Aus- und Weiterbildungsniveaus* unterscheiden sich Frauen und Männer nicht signifikant voneinander, es lassen sich nur tendenzielle Unterschiede feststellen. Unterschiede in der Streuung lassen sich aber ausmachen: In der österreichischen Stichprobe zeigt sich bei Frauen ein deutlich breiteres Aus- und Weiterbildungsspektrum als bei Männern (Abb. 1).

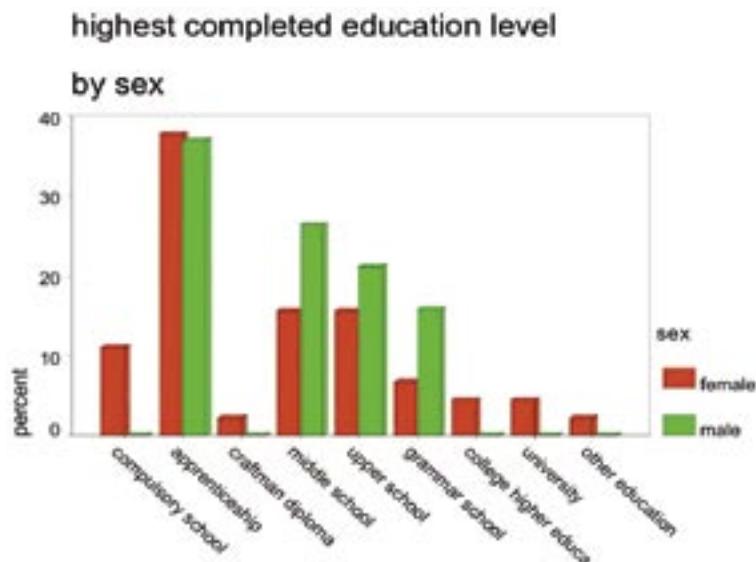


Abb. 1: Höchste abgeschlossene Aus- und Weiterbildung, Frauen und Männer in Österreich

Auffälligkeiten, Interpretationen:

Ein tendenziell höheres Aus- und Weiterbildungsniveau der Frauen kann in allen Ländern festgestellt werden, insbesondere aber in Schweden und Italien. In Italien z. B. hängt das deutlich niedrigere Aus- und Weiterbildungsniveau bei Männern vor allem damit zusammen, dass die befragten Männer ausschließlich in der Lehrlings-Aus- und Weiterbildung anzutreffen sind. Dies ist ein Indikator für unterschiedliche Zugangswege in den Stichproben der einzelnen Länder, vgl. oben: »Analyse«. Das unterschiedliche Qualifikationsniveau der Geschlechter in der italienischen Stichprobe müsste vor dem spezifischen Hintergrund der Zugänge zu den Schulungsangeboten in den italienischen Einrichtungen interpretiert werden. (Vor allem in Italien und Slowenien werden die Aus- und Weiterbildungen von den befragten Männern im Rahmen von Lehrlings-Aus- und Weiterbildungen bzw. Fortbildungen absolviert.)

Allgemein gilt: Männer sind im obersten und untersten Aus- und Weiterbildungsniveau seltener anzutreffen und zeigen insgesamt eine homogenere Qualifikationsstruktur als Frauen.

Setzen wir dieses Ergebnis in Bezug zur *Art der Aus- und Weiterbildung*, dann finden wir ein ähnliches Verteilungsmuster. Frauen sind in einem größeren Aus- und Weiterbildungsspektrum anzutreffen als Männer. Es lässt sich festhalten: Die Frauen in der Stichprobe weisen tendenziell ein etwas höheres Qualifikationsniveau auf als ihre männlichen Kollegen, auch dann, wenn sie dieselben Aus- und Weiterbildungen absolvieren.

2.2. BERUFSWEGE

Hinsichtlich der umfangreichen Ergebnisse in diesem Themenbereich wird auf den Gesamtbericht verwiesen. Einige **Auffälligkeiten** seien cursorisch erwähnt:

- ▶ Die befragten Frauen haben im Laufe ihrer Berufskarriere durchschnittlich 2–3 Jobs ausgeübt, Männer haben durchschnittlich 2 Jobs ausgeübt. Je häufiger Personen den Job wechseln, umso eher handelt es sich dabei um Jobs mit unqualifizierten Tätigkeitserfordernissen.
- ▶ Hinsichtlich der beruflichen Mobilität³⁷ (»job mobility«) zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Frauen und Männern in allen beteiligten Ländern. Die befragten Frauen müssen häufiger als die befragten Männer nicht nur ihren Arbeitsplatz, sondern auch den Beruf wechseln (»external mobility«) und sie sind seltener in der Kategorie »steady state« (=Einstieg/Umstieg in gleichen oder ähnlichen Beruf) anzutreffen.
- ▶ Umgekehrt bedeutet dies: Selbst dann, wenn Männer ihren Arbeitsplatz wechseln, sind sie weniger stark als die befragten Frauen von externer Mobilität betroffen. Sie wechseln den Arbeitsplatz, aber nicht zwangsläufig den Beruf.
- ▶ Frauen haben doppelt so lange Berufsunterbrechungen wie Männer. Einer durchschnittlichen Berufsunterbrechungsdauer von 31 Monaten bei Frauen stehen 15 Monate bei Männern gegenüber. Mehr als die Hälfte der befragten Frauen und etwas mehr als ein Drittel der befragten Männer geben an, zumindest eine Unterbrechung im Laufe ihrer Erwerbskarriere gehabt zu haben. Der Ländervergleich zeigt deutliche Unterschiede in Dauer und Begründung der Berufsunterbrechung bei Frauen und Männern.

³⁷ vgl. Mutz G., Ludwig-Mayerhofer L., Koenen E.J., Eder K., Bonß W. (1995): *Diskontinuierliche Erwerbsverläufe. Analysen zur postindustriellen Arbeitslosigkeit*. Opladen: Leske + Budrich.

Anknüpfend an den letztgenannten Punkt soll an dieser Stelle ein Beispiel für einen Ländervergleich mit Interpretation angeführt werden.

Mögliche Analyseschritte: Auswahl der Angaben zur Dauer der **ersten Berufsunterbrechung**. Berechnung der Mittelwerte für Männer und Frauen. Graphische Darstellung dieser Mittelwerte. Auszählung der **»Gründe für die Berufsunterbrechung«**. Vergleich zwischen verschiedenen Einrichtungen in verschiedenen Ländern, graphisch und statistisch. Interpretation auf der Basis von Hintergrundwissen und Theorien.

Unter der Annahme, dass sich in den Stichproben die Verhältnisse in den Gesellschaften zum Teil widerspiegeln und nicht lediglich unterschiedliche »Filtereffekte« in den verschiedenen Einrichtungen oder Ländern wirksam sind, legen wir folgende **Interpretation** für den Ländervergleich zwischen Österreich und Schweden vor:

Betrachten wir die durchschnittliche Dauer (in Monaten) der ersten Berufsunterbrechung, dann erhalten wir folgende Werte:

| | Frauen | Männer |
|------------|--------|--------|
| Österreich | 40 | 9 |
| Schweden | 14 | 15 |

Tab. 1: Durchschnittliche Dauer der ersten Berufsunterbrechung bei Frauen und Männern in Österreich und Schweden, in Monaten

Zur Erklärung dieses eklatant hohen Gender Gaps in Österreich im Vergleich mit einer verschwindend geringen Differenz zwischen Männern und Frauen in Schweden muss auf jene strukturellen Bedingungen hingewiesen werden, die einer Zementierung der traditionellen geschlechterrelevanten Aufteilung von Produktions- und Reproduktionsarbeit zwischen den Geschlechtern zuträglich sind (»Gender System³⁸«). Betrachten wir die Begründung der Berufspausen, dann werden diese Bedingungen beispielsweise in den gegenwärtigen Karenzregelungen manifest, die im österreichischen Falle – gekennzeichnet durch lange Karenzzeiten, geringe Zuverdienstmöglichkeiten und »Pauschalleistungen« – die Verdrängung von Frauen aus dem Erwerbsleben eher unterstützen als verhindern, wohingegen kurze Karenzzeiten mit einkommensabhängigen Transferleistungen in nordeuropäischen Ländern wie Schweden die Partizipation der Frauen am Erwerbsarbeitsmarkt sowie die stärkere Integration von Männern in die Haus- und Erziehungsarbeit eher fördern.^{39 40}

Befragt nach den Gründen für Berufunterbrechungen bei Frauen und Männern in Schweden und Österreich zeigt sich ein deutlicher Gender Gap für beide Länder. Frauen unterbrechen ihre Erwerbsarbeit für Familienarbeit, Männer »unterbrechen« die Erwerbsarbeit hauptsächlich dann, wenn sie erwerbsarbeitslos werden. Während wir in Schweden einige Männer im Bereich der Familienarbeit antreffen, kommt diese Möglichkeit bei den österreichischen Männern aber überhaupt nicht vor.

³⁸ Vgl. Kreimer Margareta (2003). (Un-)Vollkommene Konkurrenz auf Arbeitsmärkten? Zur Bedeutung der Arbeitsteilung für Frauen- und Männerkarrieren. Work Changes Gender Arbeitspapier. Verfügbar unter http://www.maennerberatung.at/download/research_arbeitsteilung.pdf [1.7.2004]

³⁹ Vgl. Holter Oystein Gullvag (2003). Can men do it? Men and gender equality – the Nordic experience. Copenhagen: Oystein Gullvag Holter and Nordic Council of Ministers.

⁴⁰ Vgl. Gärtner Marc/ Puchert Ralf/Höyng Stephan (Hrsg.) (2005): Work Changes Gender. Men and Equality in the Transition of Labour Forms. Leverkusen-Op-laden: Barbara Budrich.

2.3. IT-AUS- UND WEITERBILDUNGSTYPUS

Mögliche Analyseschritte: Auszählung und Abbildung der Häufigkeiten von Männern und Frauen in den einzelnen Kurs-Kategorien. Auszählung und Abbildung der Häufigkeiten von Männern und Frauen in den Kurs-Oberkategorien »IT als Werkzeug« und »IT als Beruf«. Signifikanztests.

Auffälligkeiten und Interpretationen:

Die Fragebogenerhebung wurde in Aus- und Weiterbildungen durchgeführt, in denen die Informationstechnologie als Werkzeug (IT als **Werkzeug**), also anwendungsbezogen Verwendung findet und in Aus- und Weiterbildungen, die auf Software-Entwicklung sowie Koordination und System-administration ausgerichtet sind (IT als **Beruf**). Insgesamt wurden deutlich *mehr* Personen in *anwendungsbezogenen* Aus- und Weiterbildungen erreicht. Lediglich 1% aller befragten Frauen und etwas mehr als jeder zehnte Mann waren TeilnehmerInnen in *Software-Entwicklungs*-Aus- und Weiterbildungen.

Eine Differenzierung der einzelnen Aus- und Weiterbildungen nach oben genannten Kriterien zeigt eine klare geschlechtsspezifische Verteilung, wenn wir uns allein auf die Daten aus der vorliegenden Erhebung beziehen. Jene Aus- und Weiterbildungstypen, die gemessen an Einkommen und beruflichen Einstiegs- aber auch Aufstiegsmöglichkeiten *deutlich bessere Möglichkeiten* bieten, sind von *Männern* frequentiert (z.B.: software development), während *Frauen* die Informationstechnologie eher im Rahmen *administrativer und kaufmännischer Tätigkeiten* nutzen bzw. im Rahmen *kommunikativer, interaktionsbezogener Tätigkeiten* (z.B.: sale, project management).

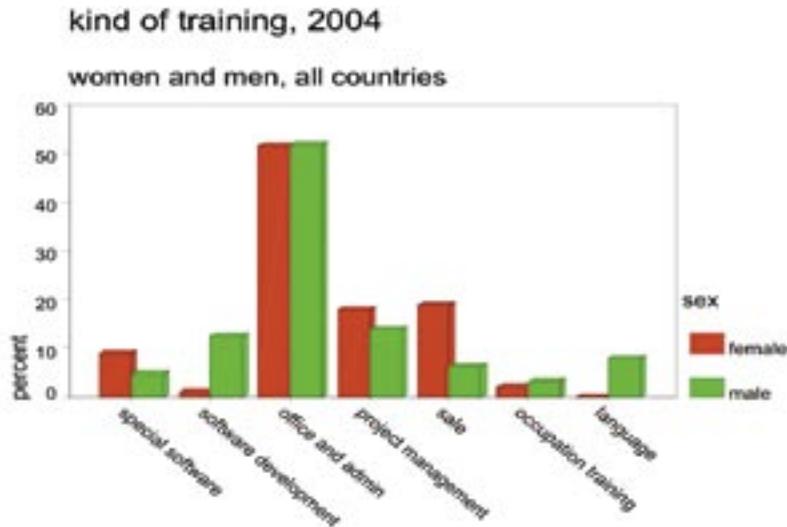


Abb. 2: Aus- und Weiterbildungstyp, gesamt

2.4. GESCHLECHTERVERTEILUNG IN DER AUS- UND WEITERBILDUNGSGRUPPE

Mögliche Analyseschritte: Berechnung von Mittelwerten für die entsprechenden Items, jeweils für Männer und Frauen. Graphische Darstellung, Signifikanztests.

Auffälligkeiten und Interpretationen:

Ein deutlicher Gender Gap zeigt sich in den Stellungnahmen von Männern und Frauen zur Frage, ob sie sich mit der gegebenen Geschlechterverteilung in der Gruppe wohlfühlen. Insgesamt fühlen sich Männer seltener wohl als Frauen. Die entsprechenden Ergebnisse aus Österreich verweisen auf einen starken Zusammenhang zwischen Geschlecht und Wohlbefinden in der Gruppe. Kritische geschlechterbezogene Anmerkungen zum Gesprächsklima in der Aus- und Weiterbildungsgruppe in der österreichischen Erhebung wurden hauptsächlich von Männern geäußert, und zwar von jenen Männern, die in frauendominierten Aus- und Weiterbildungsgruppen anzutreffen waren. 75% der geschlechterbezogenen Anmerkungen wurden von Männern vorgebracht. Auf Seiten der Frauen wurden geschlechterbezogene Aspekte von jenen Frauen vorgebracht, die als einzige weibliche Teilnehmerinnen in »Männergruppen« anzutreffen waren. Die österreichischen Ergebnisse können in folgendem Statement zusammengefasst werden:

Personen fühlen sich insbesondere unwohl, wenn sie Ausnahmen in einer fast geschlechtshomogenen Gruppe des anderen Geschlechts sind.

Auch in anderen Ländern ergibt sich ein ähnliches Bild: Zwei von drei befragten Frauen in der italienischen Stichprobe lehnen die Geschlechterverteilung in der Gruppe (vorwiegend »Frauengruppen«) ab. Die befragten Männer in Italien hingegen befinden sich größtenteils in ausgewogenen Geschlechtergruppen und antworten entsprechend positiv. Alle befragten Männer fühlen sich in der Gruppe wohl.

Ähnliche Ergebnisse liefert die Erhebung in Schweden: Hier sind es vor allem die Männer, die die Geschlechterverteilung in der Gruppe beklagen. Beinahe jeder zweite Mann ist mit der Verteilung unzufrieden. Es handelt sich dabei vorwiegend um Männer in geschlechtshomogenen (Männer-) Gruppen. Die befragten Frauen hingegen äußern sich durchwegs positiv in Bezug auf die größtenteils heterogene, ausgewogene Geschlechterverteilung in der Gruppe.

Insgesamt werden geschlechtshomogene Gruppen von den TeilnehmerInnen eher abgelehnt.

2.5. VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

Mögliche Analyseschritte: Graphische Darstellung und Berechnung von Mittelwerten für das Item »Den TrainerInnen ist daran gelegen...«, für Frauen und Männer. Signifikanztest. Rang-Reihung der Häufigkeiten der Antworten bezüglich »Bewältigung des alltäglichen Aufwandes« für Männer und Frauen.

Auffälligkeiten und Interpretationen:

Auf die Aussage »Den TrainerInnen ist daran gelegen, dass ich mein Privatleben und die Aus- und Weiterbildung gut miteinander vereinbaren kann« zeigen Frauen und Männern ein deutlich unterschiedliches Antwortverhalten. Jeder fünfte Mann, aber jede zweite bis dritte Frau stimmen dieser Aussage nicht zu. Das heißt, doppelt so viele Frauen wie Männer haben den Eindruck, dass die Vereinbarkeit von Privatleben und Aus- und Weiterbildung von TrainerInnen in der Aus- und Weiterbildung nicht thematisiert wird. Im Ländervergleich sind es mehr als die Hälfte der befragten Frauen aus Österreich, gefolgt von Slowenien und Deutschland, die diese Situation beklagen.

Verdeutlicht wird dieses Ergebnis, wenn es mit der Frage zur Bewältigung des alltäglichen Aufwandes verknüpft wird. Jede vierte Frau hält den mit der Aus- und Weiterbildung verbundenen Aufwand im Alltag für nicht leicht bzw. schwer zu bewältigen. Von den mehr als 40% aller befragten Frauen mit Kindern werden vor allem familiäre, betreuungsbezogene Gründe geltend gemacht. Die täglichen Aus- und Weiterbildungszeiten erschweren die Situation für die betroffenen Teilnehmerinnen. Interessant ist darüber hinaus der Umstand, dass es ausschließlich Frauen sind, die die Bewältigung des mit der Aus- und Weiterbildung verbundenen Aufwands mit dem Argument: »Ich habe keine Kinder« oder »meine Kinder sind nicht mehr zu Hause« begründen. Dabei handelt es sich um junge Frauen, die (noch) keine Kinder haben, aber in ihrer Argumentation bereits auf ihre Rolle als potenzielle Mütter und die damit verbundene Doppelbelastung Bezug nehmen, und es handelt sich um Frauen, deren Kinder bereits den Haushalt verlassen haben. Gemeinsam ist diesen Aussagen, dass sie alle auf die Vereinbarkeitsproblematik Bezug nehmen. *Männer tun dies nicht*, sondern verweisen in erster Linie auf Freizeit-Kosten, Mobilitätskosten und Einschränkungen in der Erledigung alltäglicher Aufgaben. Eine klare Zuteilung der Produktions- und Reproduktionsaufgaben im Gender-System trägt offenbar dazu bei, dass Vereinbarungsprobleme ausschließlich bei Frauen virulent werden, Männer scheinen von diesen Problemen nicht betroffen zu sein, weil ihre zugeschriebene Nicht-Zuständigkeit für den Reproduktionsbereich außer Frage steht.

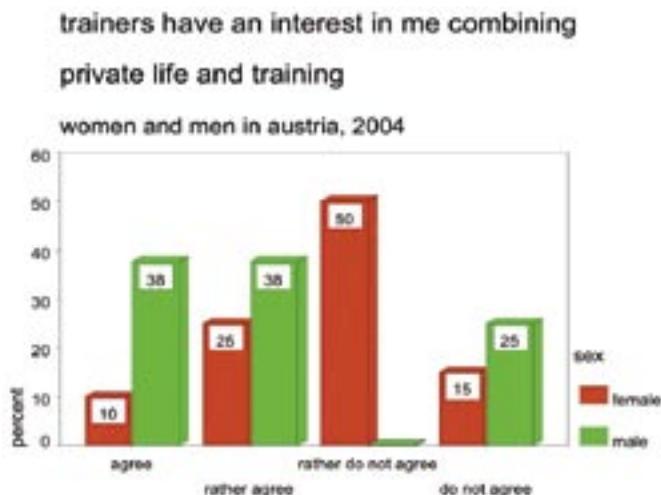


Abb. 3: Den TrainerInnen ist daran gelegen, dass ich mein Privatleben und die Aus- und Weiterbildung gut miteinander vereinbaren kann, Frauen und Männer in Österreich

Zusammengefasst lässt sich festhalten: Die geschlechterrelevante Substruktur (Gender Substructure)⁴¹ in den einzelnen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen trägt sehr klare traditionelle Züge. Die vorgegebenen Aus- und Weiterbildungszeiten ebenso wie das Fehlen konkreter Möglichkeiten der Kinderbetreuung (6 von 171 Befragten verweisen auf Kinderbetreuungsmöglichkeiten in der Aus- und Weiterbildungseinrichtung) weisen deutlich in Richtung Nicht-Wahrnehmung des Lebens außerhalb der Aus- und Weiterbildungsinstitution. Die Aus- und Weiterbildungsbedingungen sind in vielen Fällen auf eine starke Fokussierung des Vollzeit-Normalerwerbsverhältnisses ausgerichtet, unabhängig von privaten Verpflichtungen. Das dieser Struktur zugrunde liegende Modell des »abstract bodyless worker«⁴² geht von den eben genannten Voraussetzungen aus, vom männlich besetzten Erwerbsmodell, der Vollzeit-Standard-Beschäftigung und von einer Elternrolle, die der aktiven Arbeit entbunden ist.

Diese Substruktur der Schulungsmaßnahmen hat folgende Konsequenz:

Die Möglichkeit, ein Aus- und Weiterbildungsangebot in Anspruch zu nehmen, ist in vielen Fällen an jene Erfordernisse geknüpft, die mit der Ausübung einer Vollzeit-Beschäftigung verbunden sind. Dies bedeutet aber, dass wir all jene Personen, die diesen Erfordernissen nicht nachkommen können – weil beispielsweise keine Kinderbetreuungsmöglichkeiten vorhanden sind – **nicht in der Aus- und Weiterbildungseinrichtung antreffen werden** (die Aus- und Weiterbildungseinrichtung bietet überwiegend keine Kinderbetreuungsmöglichkeiten an). Dort, wo die Hauptverantwortung für die Reproduktionsarbeit Frauen zugeordnet ist, stellt die geschlechterrelevante Substruktur der Kursmaßnahmen ein Selektionskriterium dar, das insbesondere Frauen mit Betreuungspflichten den Zutritt zu adäquaten Qualifizierungsmöglichkeiten verwehrt. Dort, wo dieser Mechanismus wirkt, ist zu beachten, dass nicht Frauen generell, sondern tendenziell Frauen ohne Reproduktionsaufgaben die Fragebögen beantworten.

2.6. ERFÜLLUNG AUS- UND WEITERBILDUNGSBEZOGENER ERWARTUNGEN

Mögliche Analyseschritte: Berechnung von Mittelwerten für die Zufriedenheits-Items, jeweils für Männer und Frauen. Graphische Darstellung, Signifikanztests. Interpretation im Zusammenhang mit anderen Teilergebnissen.

Auffälligkeiten und Interpretationen:

Auffallend ist die deutlich unzufriedenere Haltung der Aus- und Weiterbildungsteilnehmerinnen im Vergleich mit ihren männlichen Kollegen. Angesichts der vorliegenden Ergebnisse sei an dieser Stelle noch einmal auf zwei Aspekte hingewiesen, die zur Klärung der Unzufriedenheit bei Frauen beitragen dürften:

► Einerseits die in den Aus- und Weiterbildungseinrichtungen vorherrschende Strukturen, gekennzeichnet durch eine starke Ausrichtung auf das sogenannte Standard-Normalarbeitsverhältnis. Dieses Beschäftigungsverhältnis ist hauptsächlich im männlich besetzten Arbeitsmarktsegment anzutreffen, tendenziell aber im Verschwinden begriffen⁴³. Frauen arbeiten im prekären Segment des Arbeitsmarkts^{44 45}. Vor allem im unteren und mittleren Segment des Dienstleistungsbereichs und dort wiederum hauptsächlich im atypischen Beschäftigungsfeld:

⁴¹ Acker Joan (1991). *Hierarchies, Jobs, Bodies: A Theory of Gendered Organizations*. In: Lorber J./Farrell, S.A. (1991): *The Social Construction of Gender*. London: Sage (162–179).

Acker Joan (1992). *Gendering Organizational Theory*. In: Mills A.J./Tancred P. (1992). *Gendering Organizational Analysis*. London: Sage (248–260).

⁴² ebd.

⁴³ Gärtner Marc/Puchert Ralf/Höyng Stephan (Hrsg.) (2005). *Work Changes Gender. Men and Equality in the Transition of Labour Forms*. Leverkusen-Op-laden: Barbara Budrich.

⁴⁴ Vgl. Leitner, Andrea/Wroblewski, Angela (2000): *Chancengleichheit und Gender Mainstreaming. Ergebnisse der begleitenden Evaluierung des österreichischen NAP. IHS, Reihe Soziologie No. 41*. Wien.

⁴⁵ Vgl. Scambor Elli (2003). *Die Arbeitsmarktentwicklung in Österreich – wesentliche Trends und Effekte arbeitsmarktpolitischer Gleichstellungsmaßnahmen*. http://www.maennerberatung.at/download/forschung_dieArbeitsmarktentwicklungInOesterreich.pdf

teilzeitbeschäftigt, geringfügig beschäftigt, und ähnliches. Vollzeit-Aus- und Weiterbildungen erfordern adäquate Vollzeit-Rahmenbedingungen (v.a. Kinderbetreuungsmöglichkeiten). Die sind bei Personen aus dem prekären Arbeitsmarktsegment zumeist aber nicht vorhanden.

- ▶ Darüber hinaus aber auch der Umstand, dass Frauen vorwiegend in qualifikationsheterogenen Aus- und Weiterbildungsgruppen anzutreffen sind, mit allen damit verbundenen Nachteilen (siehe oben). Die Unzufriedenheit mit den vermittelten Inhalten wurde von den befragten hoch qualifizierten Frauen beispielsweise häufig mit zu geringen Anforderungen begründet. Andererseits beklagen Frauen mit einem niedrigerem Aus- und Weiterbildungsniveau den Umstand, zu wenig Zeit für die Verarbeitung all der neu erlernten Inhalte zu haben. Beide absolvieren dieselben Aus- und Weiterbildungen. Im Vergleich dazu besuchen Männer zumeist Aus- und Weiterbildungen mit homogeneren Qualifikationsanforderungen.

Im Ländervergleich sehen Frauen aus Schweden ihre Erwartungen im Großen und Ganzen erfüllt. Die Frauen aus den anderen beteiligten Partnerländern hingegen üben Kritik. Frauen aus Italien, Slowenien und Deutschland kritisieren hauptsächlich die im Rahmen der Aus- und Weiterbildung vermittelten Inhalte, aber auch die didaktische, methodische Herangehensweise. Frauen in Österreich sind am unzufriedensten. Neben den Inhalten und Methoden wird hier vor allem Kritik an der zeitlichen Strukturierung der Aus- und Weiterbildung laut.

3. SCHLUSSBEMERKUNG

Wir möchten abschließend nochmals darauf hinweisen, dass die Darstellungen in diesem Artikel *kursorisch* sind, sowohl was die *Auswahl der dargestellten Bereiche* als auch deren *Abhandlung und Interpretation* betrifft. Der Fragebogen in der vorliegenden Fassung erfasst viel mehr Bereiche als hier angesprochen wurden, z. B.:

- ▶ Technische Vorkenntnisse
- ▶ Aus- und Weiterbildungszeiten
- ▶ Vorschläge zur Veränderung der Aus- und Weiterbildung
- ▶ Erwartungen an die Zukunft
- ▶ etc.

Für eine Darstellung weiterer Ergebnisse wird auf den Gesamt-Analysebericht verwiesen, der im Rahmen von GemCITE veröffentlicht wird⁴⁶. Die Auswahl der hier behandelten Aspekte sowie die Ausführungen in Punkt (1.) sollen lediglich für die folgenden grundlegenden Fragenbereiche sensibilisieren:

- ▶ **Stichprobe:** Wer wurde erreicht? Welche Stichprobenverzerrungen liegen vor? Welche Aussagen können gemacht werden, welche nicht?
- ▶ **Gender Gaps:** Welche Gender Gaps liegen bereits vor, bevor die Personen in die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen eintreten? D. h.: Was ist der gesamtgesellschaftliche Kontext, in den die Erhebung eingebettet ist? Welche Gender Gaps werden in den Maßnahmen reproduziert?
- ▶ **Evaluation der Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen:** Welche Bereiche könnten verbessert werden?

⁴⁶ www.GemCITE.org

Bei der *Interpretation von Fragebogenergebnissen* ist immer Vorsicht geboten. Wenn statistische Verfahren eingesetzt werden, so dienen diese zur Aussortierung jener Ergebnisse, die (gemäß bestimmter statistischer Kriterien) als bedeutsam erachtet und »zur Interpretation freigegeben werden« (statistische Verfahren spielen hier die Rolle von Qualitätsstandards, deren Einführung empfohlen wird). Aber auch ohne den Einsatz von statistischen Verfahren können einige deutliche Unterschiede auffallen, oder es liegen z. B. Zielgrößen/Benchmarks vor, die erreicht werden sollen. In jedem Fall wird die Kommunikation und Diskussion der Ergebnisse, am besten in multiprofessionellen Teams, zur Qualitätserhöhung der Interpretationen und abgeleiteten Handlungen beitragen.

Abschließend soll auf die Möglichkeit aufmerksam gemacht werden, den Fragebogen als *Item-pool* aufzufassen, aus dem einzelne Items ausgewählt werden können, um einen maßgeschneiderten Fragebogen für eine Erhebung mit bestimmten Fragestellungen zusammenzustellen. Ökonomie ist ein Qualitätskriterium von Erhebungen, d. h. es sollte genau so viel erhoben werden, wie für die Beantwortung der Fragestellungen erforderlich ist.

A) Die ersten Fragen betreffen Ihre Arbeitssituation vor Ausbildungsantritt

| | |
|---|--|
| <p>1) Geben Sie bitte Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung an.</p> <p>_____</p> | |
| <p>2) Hatten Sie in Ihrer bisherigen Berufslaufbahn Berufspausen. Wenn ja, Geben Sie bitte Dauer und Grund der Berufspausen an.</p> | <p>Grund für die Berufspause</p> |
| <p>Dauer der Berufspause von _____ bis _____</p> <p>von _____ bis _____</p> <p>von _____ bis _____</p> <p>von _____ bis _____</p> | <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> |
| <p>3) Bitte geben Sie alle Jobs/Berufe an, die Sie bis jetzt ausgeführt haben, in zeitlicher Reihenfolge:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> | |
| <p>4) Welchen Berufe haben Sie zuletzt, also vor Ausbildungsantritt, ausgeübt?</p> <p>_____</p> | |
| <p>5) Geben Sie bitte das Ausmaß der Wochenarbeitszeit Ihrer letzten Beschäftigung an.</p> <p>_____ wöchentl. Arbeitszeit</p> | <p>Waren Sie mit Ihrer Wochenarbeitszeit zufrieden?</p> <p><input type="checkbox"/> sehr zufrieden</p> <p><input type="checkbox"/> eher zufrieden</p> <p><input type="checkbox"/> eher nicht zufrieden</p> <p><input type="checkbox"/> gar nicht zufrieden</p> |

TOOL 5

VIII. TEILNEHMER/INNENFRAGEBOGEN

| | |
|---|--|
| <p>6) In welchem Beschäftigungsverhältnis haben Sie zuletzt gearbeitet?</p> <p><input type="checkbox"/> unselbständig beschäftigt</p> <p><input type="checkbox"/> selbständig beschäftigt</p> <p><input type="checkbox"/> freie/r Dienstnehmer/in</p> <p><input type="checkbox"/> Werkvertragsnehmer/in</p> <p><input type="checkbox"/> anderes _____</p> | <p>7) Wie hoch war das Netto-Einkommen Ihrer letzten Beschäftigung?</p> <p><input type="checkbox"/> bis 350 Euro</p> <p><input type="checkbox"/> 350 – 700 Euro</p> <p><input type="checkbox"/> 700 – 1100 Euro</p> <p><input type="checkbox"/> 1100 – 1400 Euro</p> <p><input type="checkbox"/> 1400 – 1700 Euro</p> <p><input type="checkbox"/> über 1700 Euro</p> |
| <p>8) Geben Sie bitte Ihren Arbeitsmarktstatus vor Antritt der Ausbildung an.</p> | <p><input type="checkbox"/> selbständig erwerbstätig</p> <p><input type="checkbox"/> unselbständig erwerbstätig</p> <p><input type="checkbox"/> in Schulung</p> |
| <p>9) Wie wird die Ausbildung finanziert, die Sie derzeit absolvieren?</p> <p><input type="checkbox"/> ich bekomme Arbeitslosenschulungsgeld</p> <p><input type="checkbox"/> mein/e Arbeitgeber/in finanziert die Ausbildung</p> <p><input type="checkbox"/> ich finanziere die Ausbildung selbst</p> <p><input type="checkbox"/> anderes: _____</p> | <p><input type="checkbox"/> arbeitsuchend ALC-Bezug</p> <p><input type="checkbox"/> arbeitsuchend NH-Bezug</p> <p><input type="checkbox"/> arbeitsuchend ohne Bezug</p> <p><input type="checkbox"/> Karenz</p> <p><input type="checkbox"/> Familienphase ohne Bezug</p> <p><input type="checkbox"/> Präsenzdienst</p> |
| <p>10) Können Sie mit Ihren derzeitigen Einkünften Ihr Auskommen finden?</p> <p><input type="checkbox"/> ich kann damit gut mein Auskommen finden</p> <p><input type="checkbox"/> ich habe Schwierigkeiten, mit meinen derzeitigen Einkünften auszukommen</p> <p><input type="checkbox"/> ohne zusätzliche finanzielle Unterstützung durch andere Personen (Partner/in, Eltern,...) könnte ich mit meinen derzeitigen Einkünften nicht auskommen.</p> <p><input type="checkbox"/> ohne Ersparnisse könnte ich mit meinen derzeitigen Einkünften nicht auskommen.</p> <p><input type="checkbox"/> anderes: _____</p> | |

B) Die nächsten Fragen betreffen die Ausbildung, die Sie derzeit absolvieren.

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|--|---|------------------------|--------------------|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <p>11) Um welche Ausbildung handelt es sich? Geben Sie bitte die genaue Bezeichnung der Ausbildung an.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>12) Sie haben sich mit dieser Ausbildung für eine Ausbildung im technischen Bereich entschieden. Haben Sie Vorerfahrungen im technischen Bereich? <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein Falls ja: Wo haben sie Erfahrungen im technischen Bereich gesammelt? <input type="radio"/> im Rahmen von Ausbildungen <input type="radio"/> im Rahmen meiner beruflichen Erfahrung <input type="radio"/> ich bin in einem technischen Umfeld aufgewachsen <input type="radio"/> sonstiges _____</p> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>13) Wie bzw. durch wen wurden Sie erstmals über diese Ausbildung informiert?</p> <table border="1"> <tr> <td> <input type="radio"/> AMS <input type="radio"/> Zeitschriften <input type="radio"/> Infobroschüre </td> <td> <input type="radio"/> Bekannte <input type="radio"/> Beratungseinrichtung <input type="radio"/> Bildungsprogramm </td> <td> <input type="radio"/> Firma <input type="radio"/> Internet <input type="radio"/> andere _____ </td> </tr> </table> | | <input type="radio"/> AMS <input type="radio"/> Zeitschriften <input type="radio"/> Infobroschüre | <input type="radio"/> Bekannte <input type="radio"/> Beratungseinrichtung <input type="radio"/> Bildungsprogramm | <input type="radio"/> Firma <input type="radio"/> Internet <input type="radio"/> andere _____ | | | | | | | | | | | | |
| <input type="radio"/> AMS <input type="radio"/> Zeitschriften <input type="radio"/> Infobroschüre | <input type="radio"/> Bekannte <input type="radio"/> Beratungseinrichtung <input type="radio"/> Bildungsprogramm | <input type="radio"/> Firma <input type="radio"/> Internet <input type="radio"/> andere _____ | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>14) Haben Sie an einer Informationsveranstaltung teilgenommen? <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein</p> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>15) Beantworten Sie bitte die nachfolgende Frage, falls Sie an einer Informationsveranstaltung teilgenommen haben! Hatten Sie nach der Informationsveranstaltung eine klare Vorstellung davon...?</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>ja</td> <td>Eher ja</td> <td>Eher nein</td> <td>nein</td> </tr> <tr> <td>was Sie in der Ausbildung erlernen werden</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>wie Sie das Erlernete berufliche umsetzen können</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table> | | | ja | Eher ja | Eher nein | nein | was Sie in der Ausbildung erlernen werden | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | wie Sie das Erlernete berufliche umsetzen können | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| | ja | Eher ja | Eher nein | nein | | | | | | | | | | | | |
| was Sie in der Ausbildung erlernen werden | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | | | | | | | | | | | |
| wie Sie das Erlernete berufliche umsetzen können | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | | | | | | | | | | | |
| <p>16) Haben Sie an einem Aufnahmeverfahren teilgenommen? <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein Wenn ja: Welche Anforderungen wurden dabei an Sie gestellt?</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Hohe Anforderungen</td> <td>Mittlere Anforderungen</td> <td>Niedrige Anforderungen</td> </tr> <tr> <td>Schriftlicher Teil</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Gruppenarbeit</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table> | | | Hohe Anforderungen | Mittlere Anforderungen | Niedrige Anforderungen | Schriftlicher Teil | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Gruppenarbeit | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | | |
| | Hohe Anforderungen | Mittlere Anforderungen | Niedrige Anforderungen | | | | | | | | | | | | | |
| Schriftlicher Teil | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | | | | | | | | | | | | |
| Gruppenarbeit | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <p>17) Wieviele Stunden verbringen Sie in dieser Ausbildung ? _____ Stunden täglich _____ Stunden wöchentlich</p> | | | | | | | | | |
| <p>18) Sind Sie mit den Ausbildungszeiten zufrieden ?</p> <table border="1"> <tr> <td>sehr zufrieden</td> <td>eher zufrieden</td> <td>wenig zufrieden</td> <td>gar nicht zufrieden</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table> | | sehr zufrieden | eher zufrieden | wenig zufrieden | gar nicht zufrieden | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| sehr zufrieden | eher zufrieden | wenig zufrieden | gar nicht zufrieden | | | | | | |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | | | | | |
| <p>19) Was würden Sie an den Ausbildungszeiten verändern? <input type="radio"/> nichts <input type="radio"/> Verlängerung der täglichen Zeiten <input type="radio"/> Verkürzung der täglichen Zeiten <input type="radio"/> Veränderung der Ausbildung <input type="radio"/> Teilzeit-Ausbildung <input type="radio"/> Veränderung der Trainingszeiten <input type="radio"/> stärkere Selbstbestimmung <input type="radio"/> sonstiges _____</p> | | | | | | | | | |
| <p>20) Sind Sie mit den Ausbilderäumlichkeiten zufrieden (Größe, Licht, Bilder,...)</p> <table border="1"> <tr> <td>sehr zufrieden</td> <td>eher zufrieden</td> <td>wenig zufrieden</td> <td>gar nicht zufrieden</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table> | | sehr zufrieden | eher zufrieden | wenig zufrieden | gar nicht zufrieden | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| sehr zufrieden | eher zufrieden | wenig zufrieden | gar nicht zufrieden | | | | | | |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | | | | | |
| <p>21) Was würden Sie an den Ausbilderäumlichkeiten verändern? _____ _____</p> | | | | | | | | | |
| <p>22) Sind Sie mit der technischen Ausstattung zufrieden (PC's, Internet, Telefon, Fax, Overhead, Video,...) ?</p> <table border="1"> <tr> <td>sehr zufrieden</td> <td>eher zufrieden</td> <td>wenig zufrieden</td> <td>gar nicht zufrieden</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table> | | sehr zufrieden | eher zufrieden | wenig zufrieden | gar nicht zufrieden | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| sehr zufrieden | eher zufrieden | wenig zufrieden | gar nicht zufrieden | | | | | | |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | | | | | |

23) Falls in Ihrer Ausbildungseinrichtung künftig Kinderbetreuungsmöglichkeiten angeboten würden. Würden Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch machen?
 Ja nein

24) Die folgenden Aussagen beziehen sich auf die Ausbildung, die Sie derzeit besuchen. Geben Sie bitte Ihre Beurteilung dazu ab.

| | stimme zu | stimme eher zu | stimme eher nicht zu | stimme nicht zu |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Die TrainerInnen können gut mit den AusbildungsteilnehmerInnen umgehen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Die TrainerInnen haben meine Stärken und Schwächen gut erkannt | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Meine Wünsche und Bedürfnisse wurden von den TrainerInnen erkannt und ernst genommen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Den TrainerInnen ist daran gelegen, dass ich mein Privatleben und die Ausbildung gut miteinander vereinbaren kann | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

25) Ist der mit der Ausbildung verbundene Aufwand im Alltag bewältigbar?

| leicht bewältigbar | bewältigbar | nicht leicht bewältigbar | schwer bewältigbar |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

26) Welches sind die größten Erfordernisse in der Vereinbarkeit von Ausbildung und alltäglichem Leben

| | |
|---|--|
| <input type="radio"/> hohe Mobilitätsanfordernisse <input type="radio"/> wenig Freizeit <input type="radio"/> geringes Einkommen <input type="radio"/> sonstiges _____ | <input type="radio"/> Schwierigkeiten in der Erledigung alltäglicher Aufgaben <input type="radio"/> Schwierigkeiten in der Erledigung familiärer Aufgaben, Verpflichtungen <input type="radio"/> Schwierigkeiten, Trainingsaufwand zu bewältigen <input type="radio"/> Schwierigkeiten, Erwerbsarbeit und Ausbildung zu vereinbaren |
|---|--|

27) Wie viele Frauen und Männer sind in Ihrer Ausbildungsgruppe?
 Frauen _____ Männer _____
 Fühlen Sie sich in dieser Zusammensetzung von Frauen und Männern wohl?
 ja nein

Würden Sie etwas an der Ausbildungsgruppe ändern?

28) Entspricht die Ausbildung bisher Ihren Erwartungen?

| entspricht voll meinen Erwartungen | entspricht teilweise meinen Erwartungen | entspricht wenig meinen Erwartungen | entspricht gar nicht meinen Erwartungen |
|------------------------------------|---|-------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Bitte begründen Sie Ihre Antwort.

29) Gibt es Personen in der Ausbildungseinrichtung, die Ihnen beratend zur Seite stehen?
 - Bei Fragen und Problemen die die Ausbildung betreffen ja nein
 - Bei Fragen die die Vereinbarkeit von Ausbildung und Privatleben betreffen ja nein
 - Bei Fragen die Ihren beruflichen Einstieg betreffen ja nein

30) Was erwarten Sie sich von der Ausbildung im Hinblick auf Ihre berufliche Zukunft?
 Einstieg in die Arbeitswelt spezifische Kompetenzen erwerben
 berufliche Karriere künftig gute Arbeitsbedingungen
 eine spezifische Arbeit berufliche Veränderung
 anwendbares Wissen das Leben unter Kontrolle bekommen
 sonstiges _____

42) Geben Sie bitte Ihren Wohnort und Wohnbezirk an.

43) Ist die Ausbildungsstätte für Sie gut erreichbar ?

..... sehr gut erreichbar
 gut erreichbar
 mittelmäßig gut erreichbar
 nicht gut erreichbar
 gar nicht gut erreichbar

44) Wie alt sind Sie? Ich bin _____ Jahre alt.

45) Geschlecht Frau _____ Mann

46) Staatsbürgerschaft _____

Danke für die Beantwortung unserer Fragen!

Fragenbogenerstellung: Elfi Scambor/research@maennerberatung.at

39) Wenn die erwachsenen Personen in Ihrem Haushalt arbeiten: Bitte geben Sie für jede Person an, ob Sie selbst mehr, gleich viel oder weniger verdienen als diese Personen (Zutreffendes ankreuzen)!

| Die Person ist... | Ich verdiene mehr | Ich verdiene gleich viel | Ich verdiene weniger | Weiß nicht |
|-------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| weitere Personen: | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

40) Falls Sie Kinder haben bzw. Kinder betreuen, geben Sie bitte Alter und Anzahl der Kinder an.

Anzahl der Kinder _____
 Alter der Kinder _____

41) Wer betreut die Kinder während Sie die Ausbildung besuchen?

Schule andere Kinderbetreuungseinrichtungen
 Kindergarten Verwandte (Eltern, Großeltern,..)
 schauen auf sich selbst andere _____

Falls Sie Schwierigkeiten hatten, die Ausbildungszeiten und die Kinderbetreuungszeiten aufeinander abzustimmen:
 Beschreiben Sie bitte diese Schwierigkeiten

IX. LINKS – LITERATUR

| LINK | BEZEICHNUNG | INHALT |
|---|---|--|
| www.europa.eu.int/comm/employment_social/equ_opp/index_de.htm | EU Portal: Gleichstellung von Frauen und Männern | GeM Definitionen/Rechtsgrundlagen/Methoden/Dokumente Gesetzgebung zur Geschlechtergleichstellung/Förderprogramme |
| www.gem.or.at | GeM – Koordinationsstelle für Gender Mainstreaming im esf (Wien) | Aktuelle Veranstaltungen rund ums Thema GeM, Vernetzung, Themenforen GeM Tool Box: Verschiedene Leitfäden zu Implementierung von GeM, GeM Datenbank: Materialien und Literatur zum Thema Gender Mainstreaming und Chancengleichheit am Arbeitsmarkt Gender Training Datenbank GeM Praxishandbuch (download verfügbar) |
| www.imag-gendermainstreaming.at | Interministerielle Arbeitsgruppe Gender Mainstreaming in Österreich | Umsetzung von GeM auf der Bundesebene und in den Ländern |
| http://www.zfbt.de/chance/material/zfbt_bildung_und_gender.pdf | Zentrum Frau in Beruf und Technik | Leitfaden zur Berücksichtigung und Überprüfung der Geschlechterperspektive in Bildungsmaßnahmen der EU-Strukturfondsprogramme |
| http://dimeb.informatik.uni-bremen.de/documents/artikel.2004.Wiesner_etal.gendergerechteGestaltung.pdf | Uni Bremen | Leitfaden: Good Practice für die genderechte Gestaltung digitaler Lernmodule |
| www.medien-bildung.net/pdf/themen_seiten/GMLeitfaden21072004.pdf | Uni Bremen und Uni Dortmund | Leitfaden: Gender Mainstreaming in: »Neue Medien in der Bildung« |
| www.pro-ict.net | Leonardo da Vinci PRO: ICT | Reflections, perspectives and recommendations for professional gender-sensitive teaching, training and consultancy |
| www.pro-ict.net/pro_ict/training_material | Leonardo da Vinci PRO: ICT | Trainingsmaterialien zur Sensibilisierung für Gender und IT Themen |
| www.books.ocg.at | woman@work | Frauen in der IT-Branche |
| www.didact.ac.at | Women's IT summer studies Salzburg | Weiterqualifikation im IT-Bereich für Schülerinnen Studentinnen und Wissenschaftlerinnen |
| www.webwomen.at | Webakademie – von Frauen für Frauen | |
| www.equal-burgenland.at | Equal – Frauen und IKT im Burgenland | |
| http://wit.tuwien.ac.at | GITI@WIT | Girls IT information |
| www.fitwien.at | FIT Frauen in die Technik | |

| LINK | BEZEICHNUNG | INHALT |
|--|--|--|
| www.frauen-informatik-geschichte-de | Universität Bremen | Frauen in der Geschichte der Informatik |
| www.frauen-technologie.at | Mädchen und Frauen in den neuen Technologien | Broschüre für Trainerinnen und Trainer in der Berufsorientierung |
| www.gendermainstreaming-it.de | Equal – Gender Mainstreaming in der Informationsgesellschaft | |
| www.gendup.sbg.ac.at | GendUp-Zentrum für Frauen- und Geschlechterforschung | |
| www.girls-crack-it.org | Equal – Girls crack it | Girls within the technix – Mädchen und Frauen in technischen Berufen |
| www.nowa.at | Nowa - Netzwerk für Berufsausbildung | Berufsorientierung, Qualifizierungsberatung und Qualifizierung für Frauen im technisch-handwerklichen Bereich. |
| www.lrsocialresearch.at/pdf/endbericht_women_web_an_den_waff.pdf | L&R Sozialforschung | Studie: Begleitevaluierung der Maßnahme women@web, Wien 2002. |
| www.lrsocialresearch.at/downloads | L&R Sozialforschung | Studie: Berufsorientierung und Einstieg von Mädchen in einen geteilten Arbeitsmarkt, Wien 2002. |
| www.maennerberatung.at/download/forschung_dieArbeitsmarktentwicklungInOesterreich.pdf | r@m – research at Männerberatung Graz; Scambor Elli | Studie: Die Arbeitsmarktentwicklung in Österreich - wesentliche Trends und Effekte arbeitsmarktpolitischer Gleichstellungsmaßnahmen, Graz 2003. |
| www.maennerberatung.at/download/research_arbeits teilung.pdf [1.7.2004] | r@m - research at Männerberatung Graz; Kreimer Margareta | Studie:(Un-)Vollkommene Konkurrenz auf Arbeitsmärkten? Zur Bedeutung der Arbeitsteilung für Frauen- und Männerkarrieren. Work Changes Gender Arbeitspapier |
| www.women.or.at | Equal-Projekt Women | Tiroler Gemeinschaftsinitiative für Chancengleichheit und marktorientierte Qualifizierung und Beratung der IKT-Branche |
| www.work-changes-gender.org | EU Projekt: Work Changes Gender | Forschungsprojekt: Neue Formen der Arbeit – Neue Orientierungen für männliche Lebensweisen – Chancen für die Gleichstellung der Geschlechter |
| www.zfbt.de | Zentrum Frau in Beruf und Technik | |
| www.genderwerkstaette.at | Genderwerkstätte Graz – eine Kooperation von Frauenservice und Männerberatung Graz | Gender-Kompetenz für Gender-Mainstreaming. Download: Impulse für gendergerechte Bildungsarbeit. |

LITERATUR

- ▶ Acker, Joan (1991). Hierarchies, Jobs, Bodies: A Theory of Gendered Organizations. In: Lorber J./ Farrell, S.A. (1991): The Social Construction of Gender. London: Sage
- ▶ Acker, Joan (1992). Gendering Organizational Theory. In: Mills A.J./ Tancred P. (1992). Gendering Organizational Analysis. London: Sage
- ▶ Baur Christine, Fleischer Eva, Schober Paul (2005) Gender Mainstreaming in der Arbeitswelt, Grundlagen für Projekte, Unternehmen und Politik, Innsbruck
- ▶ Baur Esther, Marti Madelaine (2000). Kurs auf Gender Kompetenz. Leitfaden für eine geschlechtergerechte Didaktik. Basel.
- ▶ Bergmann Nadja, Pimminger Irene (2004). Praxishandbuch Gender Mainstreaming; Hg: Koordinationsstelle für Gender Mainstreaming im ESF; Wien (download unter www.gem.or.at)
- ▶ Collmer, Sabine (1997). Frauen und Männer am Computer: Aspekte geschlechtsspezifischer Technikaneignung; Wiesbaden
- ▶ Gärtner M./ Puchert R./ Höyng S. (Hrsg.) (2005). Work Changes Gender. Men and Equality in the Transition of Labour Forms. Leverkusen-Opladen
- ▶ Hirsch, Elisabeth, Frauen und Computerbildung in der Informationsgesellschaft, IFF/IFZ ;www.ifztu-graz.at; 2003.
- ▶ Hirsch, Elisabeth: Keine Angst! In Zeitschrift Anschläge; Verein für feministische Medien u. Politik; Wien 02/2003
- ▶ Holter Oystein Gullvag (2003). Can men do it? Men and gender equality – the Nordic experience. Copenhagen: Oystein Gullvag Holter and Nordic Council of Ministers
- ▶ Jansen-Schulz, Bettina (1993). Ein Mädchen braucht doch keine Mathematik! Einflüsse der Schule auf das Technikinteresse von Mädchen; in: Wächter et al. (Hrsg.): Frauen in Naturwissenschaft und Technik; Profil Verlag, München
- ▶ Ketschau Irmhild (1995). Methodik und Didaktik der Frauenbildungsarbeit am Beispiel der Frauenstudien Dortmund, in: Dok. der Werkstattreihe Feministische Erwachsenenbildung in Österreich; Graz
- ▶ Leitner, Andrea / Wroblewski, Angela (2000). Chancengleichheit und Gender Mainstreaming. Ergebnisse der begleitenden Evaluierung des österreichischen NAP. IHS, Reihe Soziologie No. 41. Wien
- ▶ Merz Veronika (2001). Salto Rolle, Pflicht und Kür, Basel. Basiswissen zum geschlechterbewussten Handeln in Alltag, Wissenschaft und Gesellschaft, Zürich
- ▶ Merz, Veronika (2001) Salto, Rolle Pflicht und Kür; Gender Manual –Gender Training in der Erwachsenenbildung; Zürich

- ▶ Mutz G., Ludwig-Mayerhofer L., Koenen E.J., Eder K., Bonß W. (1995). Diskontinuierliche Erwerbsverläufe. Analysen zur postindustriellen Arbeitslosigkeit. Opladen
- ▶ Riesenfelder, Andreas (2002) AMS Österreich (Hrsg.): Aktive Arbeitsmarktpolitik im Brennpunkt VII: Evaluierung von Kursen im EDV- und kaufmännischen Bereich, Wien
- ▶ Schiffbänker, Helene (2002) AMS Österreich (Hrsg.): Zur Qualifizierung von Frauen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien, Wien
- ▶ Stiegler, Barbara (2004). Geschlechter in Verhältnissen – Denkanstöße für die Arbeit in Gender Mainstreaming-Prozessen. Hrsg.: Wirtschafts- und sozialpolitisches Forschungs- und Beratungszentrum der Friedrich-Ebert-Stiftung – Abtlg. Arbeit und Sozialpolitik. Bonn
- ▶ Strauss A., Corbin J. (1998). Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE
- ▶ Techno-Z (1999). FH Forschung und Entwicklung GmbH; Büro für Frauenfragen und Gleichbehandlung des Landes Salzburg (Hrsg.): Qualitätsrichtlinien für frauenadäquate EDV-Ausbildungen
- ▶ Wächter, Christine (2001). Technik-Bildung und Geschlecht. Ursachen für die Unterrepräsentanz von Frauen in hochqualifizierten Technikberufen und Ansätze zur Veränderung; Universität Klagenfurt (Hrsg.)
- ▶ Zentrum Frau in Beruf und Technik (Hrsg.) (2003). Gender im Projektmanagement Erfahrungsbericht und Materialsammlung für die Praxis