

„Wir hätten gerne welche, aber es bewerben sich keine“

Barrieren für Technikerinnen beim Berufseinstieg

Techniker_innen verzweifelt gesucht! So tönt es seit Jahren aus Industrie und Wirtschaft. Gleichzeitig berichten Absolventinnen technischer Studien regelmäßig von Problemen beim Berufseinstieg. Wir haben uns im Rahmen eines Forschungsprojektes zu Berufseinstiegsbarrieren für Technikerinnen die Schnittstelle Universität – Unternehmen näher angesehen.



Brigitte Ratzer

ist seit 2005 Leiterin der Abteilung für Genderkompetenz der TU Wien. Dem Studienabschluss der Technischen Chemie im Jahr 1995 folgte 2003 eine Promotion im Fachbereich Wissenschaftsforschung. Wissenschaftliche Arbeitsschwerpunkte: Technik und Gesellschaft, feministische Technikforschung, Gender in Research.

E-Mail: brigitte.ratzer@tuwien.ac.at



Elisabeth Günther

ist Universitätsassistentin am Institut für Managementwissenschaften der TU Wien. Sie hat ein Soziologiestudium absolviert und befasst sich im Rahmen ihrer Dissertation mit Intersektionalität und Diversität in Organisationen.

E-Mail: elisabeth.guenther@tuwien.ac.at

Projekt-Design

Um einen Einblick in die Recruiting-Strategien von Unternehmen zu bekommen, wurden Leitfaden-Interviews mit aktiv ins Personalauswahlverfahren involvierten Expert_innen aus elf sehr unterschiedlichen Großunternehmen geführt. Es sind dies Organisationen aus verschiedenen Industriezweigen (z. B. Verkehr, Großmaschinen, Energie, IT, ...), die alle selbst aktiv an der TU Wien rekrutieren. Eine schriftliche Befragung unter 38 Studentinnen und 55 Studenten der TU Wien ergänzte das Material.

Gibt es überhaupt genügend Technikerinnen?

Die TU Wien alleine hatte in den letzten Jahren rund 700 Absolventinnen technischer Studien jährlich. Der Anteil der Nicht-Österreicherinnen in diesem Sample ist steigend, derzeit haben rund 35-40% keine österreichische Staatsbürger_innenschaft. Jene ca. 20%, die aus sogenannten Drittstaaten kommen, unterliegen zu einem großen Teil einer Beschäftigungsbe-

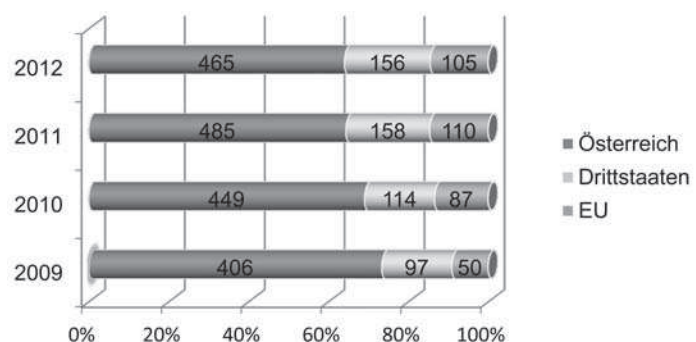
willigung und haben damit einen erschweren Zugang zum Arbeitsmarkt.

Wege in ein Unternehmen

■ Schritt 1: Der unverbindliche Kontakt
Alle Unternehmen haben ähnliche Strategien, Mitarbeiter_innen anzuwerben. Unverbindliche Kontakte, wie sie im Rahmen von Abschlussarbeiten, Karriereprogrammen oder Praktika entstehen, sind erste, wesentliche Möglichkeiten, um einen Fuß in die Unternehmenstür zu bekommen. Suchen Unternehmen später technische Mitarbeiter_innen, so wählen sie sehr gerne aus dem Pool jener, mit denen man schon gearbeitet hat. Rückmeldungen aus dem Sample der Studierenden zeigen jedoch, dass das Ergattern von Praktikums-Stellen ein hoch selektiver Vorgang ist. Kaum jemand weiß, wo man Praktikumsplätze findet, diese werden oft gar nicht ausgeschrieben und einige berichten von der Erfahrung, dass man „jemanden im Unternehmen kennen muss“, um einen solchen Praktikumsplatz zu bekommen. Als besondere Hürde erweisen sich Praktika für ausländische Studierende, die einer Arbeitsbewilligung unterliegen. Der massive bürokratische Aufwand, der mit Beschäftigungsbewilligungen einher geht, ist vielen Unternehmen selbst für Vollenstellungen zu kompliziert und langwierig, für ein Praktikum zieht man das gar nicht erst in Erwägung.

■ Schritt 2: Die Ausschreibung
Sucht man neue Mitarbeiter_innen, so werden diese Positionen i. d. R. zuerst intern und danach öffentlich ausgeschrieben. Solche Ausschreibungen enthalten fast immer sehr

Abb. 1: Absolventinnen der TU Wien



Quelle: TISS TU Wien



umfangreiche Anforderungsprofile – man sucht die „eierlegende Wollmilchsau“. In den Worten einer Interviewpartnerin:

„Also, das Fachwissen muss da sein (...). Das Englisch muss fließend sein. (...) Reisebereitschaft, internationale Mobilität und interkulturelle Zusammenarbeit (muss sein). Sonst alles Gängige, Kommunikationsfähigkeit, Durchsetzungskraft (...) Leute, die Neues entwickeln wollen (...), die motiviert sind, sich selber motivieren können und die ihren Weg machen wollen. Die sich weiterentwickeln wollen (...), da müssen sie auch lebenslang lernen, damit sie dann immer Up-To-Date bleiben. (...) eben auch soziale Fähigkeiten. Er muss zu uns (...) in die Kultur passen. (...) wir haben Personen, die Hands-On sind. Also die wirklich (...) anpacken können, die einen gesunden Menschenverstand haben, die durchaus ehrgeizig sein dürfen, sich selber und auch die Firma weiterbringen wollen. Und genau danach suchen wir eigentlich.“ (Interview 2) Dabei ist den Verantwortlichen klar, dass kaum jemand das gesamte Profil erfüllen kann. Man sucht einfach diejenige Person, die noch am besten auf das Profil passt. In den Ausschreibungen wird daher, zumindest intern, nach „musts and nice to have“ (Interview 3) unterschieden. Nach außen wird diese Abstufung jedoch nicht immer kommuniziert. Die Interviewpartner_innen nehmen zwar zum Teil wahr, dass sich Frauen auf solche Ausschreibungen kaum bewerben, jedoch wird dieser Umstand we-

nig reflektiert. Fehlendes Selbstbewusstsein der Frauen wird als Ursache gesehen. Derzeit gibt es über das unterschiedliche Verhalten von Frauen und Männern in kompetitiven Settings, das in einer Reihe von Forschungsprojekten beschrieben wurde (vgl. Balafoutas, Sutter 2012), kaum faktenbasiertes Wissen. Kein einziges Unternehmen erwähnt Strategien, bereits in der Formulierung der Ausschreibung darauf zu achten, dass Frauen angesprochen werden und sich damit der Pool der Bewerberinnen vergrößert.

■ Schritt 3: Das Auswahlverfahren

Die Ausschreibung ist gelaufen, die Bewerbungen sind eingetroffen. Sehr einheitlich stellen sich die weiteren Schritte der Auswahlverfahren dar. Zunächst findet eine Vorselektion anhand der fachlichen Vorbildung statt. Bewerbungen, die als überhaupt nicht geeignet erachtet werden, scheiden aus. Für die weitere Beurteilung werden persönliche Gespräche, Interviews oder auch Assessment-Center herangezogen, oft eine Kombination in einem mehrstufigen Verfahren. Die Einbeziehung der künftigen Führungskraft ist Standard. Dominieren bei den Ausschreibungen und Vorselektionen „objektive“ Fakten, so spielen in diesem Teil des Aufnahmeverfahrens subjektive Kriterien eine wichtige Rolle.

„Man kann es schwierig beschreiben, es muss halt ein typischer [Firmenname] sein. Das ist einfach – das haben wir einfach irgendwie im Gefühl, wer vom Typ her, vor allem mit den Kollegen heuer, wo ich schon

sehr viele Gespräche geführt habe. Da wissen wir oft nach einer Viertelstunde, der könnte zu uns dazu passen, oder der passt gar nicht.“ (Interview 3)

„Also da hilft sonst, also... Weil wenn das Menschliche nicht passt, dann kann zwar das Fachliche in Ordnung sein, aber irgendwie willst dann doch eine Harmonie im Team haben, (...)“ (Interview 4)

Das Auswahlkriterium „ins Team passen“ kann sich für Frauen zur schwer überwindbaren Hürde entwickeln. Im hoch segregierten technischen Berufsfeld entsprechen Frauen mit ihrer Geschlechterrolle von vornherein nicht den impliziten Erwartungen an künftige Mitarbeiter_innen. Die mangelnde Übereinstimmung zwischen der weiblichen Geschlechterrolle und den Anforderungen an die Berufsrolle wird als Rollenverstoß wahrgenommen (Eagly, Karau 2002). Diese Inkongruenz wiederum führt zu zwei Formen von Vorurteilen: das Potenzial von Frauen, die Berufsrolle zu erfüllen, wird negativer bewertet und das tatsächliche Verhalten im Beruf wird ebenfalls negativer bewertet. Beispielsweise wurde auffällig häufig von den Expert_innen angemerkt, Frauen sollten „selbstsicherer auftreten“, „ihr Licht nicht unter den Scheffel stellen“. Selbstsicheres Auftreten kann jedoch auch negativ bewertet werden (vgl. Eagly 2007): übertreiben Frauen es mit der Selbstsicherheit, wirken sie arrogant. Das richtige Maß zu finden, kann so zu einer Gratwanderung im Nebel werden. Man weiß nicht, wo genau die Grenze

ist, wann Selbstsicherheit zur Arroganz wird. Wendy Faulkner (2007) spricht im Zusammenhang mit berufstätigen Ingenieurinnen von „gender (in-)authenticity“, die dazu führt, dass Ingenieurinnen als Frau besonders sichtbar, als Ingenieurin aber unsichtbar sind, also ständig damit befasst werden, sich als „richtige“ Ingenieure und als „richtige“ Frauen zu beweisen.

Ein Interview-Zitat illustriert besonders anschaulich, wie der Rollenverstoß „Frau und Technikerin“ im Alltag wirkt. Dabei ist die Rede von einer besonders hoch qualifizierten Bewerberin, die erstmals dem künftigen Team vorgestellt wird: „Die hat so ziemlich auch optisch jede Voraussetzung gehabt, um nicht akzeptiert zu werden. Sie war klein, extrem zart, also wirklich ein zierliches Mädchen. Und da ging ich dann mit dem Abteilungsleiter rauf und hab sie vorgestellt. Die haben uns angeschaut, (...) ich sag frostig ist eine Untertreibung, eher die Meinung, die zwei sind deppert. (...) Die Frau war eine Spezialistin (...). Nach ein paar Monaten sind diese 50 Knaben an ihren Lippen gegangen im wahrsten Sinne des Wortes, weil sie so gut war.“ (Interview 6)

In diesem Fall wurde über Vorbehalte, die ihr optisches Erscheinen (klein, zart, zierlich) hervorgerufen hat, hinweg gesehen, weil sie eine nicht zu ignorierende Koryphäe war. Es ist anzunehmen, dass eine solche Situation nicht immer so ausgeht.

Dennoch zeigt sich in den Interviews, dass fast alle Unternehmen gerne mehr Technikerinnen aufnehmen möchten, einige haben sogar fixe Zielquoten vorgegeben, um den Frauenanteil im technischen Bereich zu steigern. Und sehr viele Unternehmen haben bereits Einzelmaßnahmen, um Frauen gezielt anzusprechen bzw. im Sinne des employer brandings an das eigene Unternehmen zu binden. Teilweise gibt es in den Unternehmen eigene Stellen, die für diese Maßnahmen zuständig sind.

Und wenn sie dann noch Muslimin ist ...

Ein nicht zu vernachlässigender Anteil der Absolventinnen sind keine Mehrheitsösterreicherinnen. Diese Absolventinnen entsprechen noch weniger den Erwartungen an künftige Mitarbeiter_innen, da sie sich neben ihrem Geschlecht auch noch durch ein zusätzliches Merkmal unterscheiden. In den Interviews wurde die Frage gestellt, ob die Unternehmensvertreter_innen wissen, woran es liegen könnte, dass muslimische Absolventinnen ganz schwer eine ihrer Ausbildung adäquate Stelle finden.

Eine Sequenzanalyse der Antworten auf diese Frage hat gezeigt, dass dieses Thema fast alle Firmen überfordert. Das äußert sich zunächst im Rückgriff auf eine vage, unverbindliche Rhetorik. Vielfach wird ausgewichen, indem über andere Mitarbeiter_innengruppen gesprochen wird, die auch nicht der Norm entsprechen, beispielsweise Inder oder Pakistani, die im global agierenden Unternehmen beschäftigt sind. Es wird außerdem betont, dass es für das eigene Unternehmen kein Problem ist, aber es für Kunden bzw. Kundinnen oder andere, insbesondere regional agierende Unternehmen ein Problem sein könnte. Aus diesen Rückmeldungen und Reaktionen kann geschlossen werden, dass es in den befragten Unternehmen i. d. R. keine offizielle, breit verankerte Diversity Strategie gibt. Die Sprachlosigkeit bei den Interviews lässt auf eine noch nicht erfolgte Auseinandersetzung mit dem Thema schließen, was durchaus zu großen Hürden für Absolventinnen führen kann.

Fazit

Die interviewten Firmen haben alle durchaus Interesse an dem Thema und selbst bereits einige Sensibilisierungsmaßnahmen gesetzt. Allerdings kann fehlendes Diversity Management dazu führen, dass ein großes Potenzial an ausgebildeten Fachkräften nicht angesprochen wird. Eine weitere Hürde stellt neben den sehr anspruchsvollen Stellenausschreibungen (Stichwort „eierlegende Wollmilchsau“) das Auswahlverfahren dar, wo insbesondere subjektive Kriterien wie „ins Team passen“ schlagend werden. Wengleich sich die Firmen um eine Objektivierung ihrer Personalauswahl bemühen, kann eine weitreichende Verbesserung nur durch einen einhergehenden Kulturwandel und Sensibilisierung erreicht werden.

Literatur

- Balafoutas, Loukas, Matthias Sutter: Affirmative action policies promote women and do not harm efficiency in the lab. In: Science 335/2012, 579-582.
- Eagly, A. H., S. J. Karau: Role Congruity Theory of Prejudice Toward Female Leaders. In: Psychological Review 109, 3/2002, 573-598.
- Eagly, A. H.: Female Leadership Advantage and Disadvantage: Resolving the Contradictions. In: Psychology of Women Quarterly 31, 1/2007, 1-12.
- Faulkner, Wendy: „Nuts and bolts and people“: Gender-troubled engineering identities. In: Social Studies of Science 37, 3/2007, 331-356. ■

DIE ZUKUNFT DES WIRTSCHAFTENS HAT BEGONNEN!



Die Zeitschrift *Ökologisches Wirtschaften* schließt die Lücke zwischen Theorie und Praxis einer nachhaltigen Gestaltung der Wirtschaft.

GÜNSTIGES PROBEABO

Zwei Ausgaben für nur
19,- Euro statt 35,50 Euro
(inkl. Versand in Dtl.)

JETZT
PROBEABO
ANFORDERN!

Bestellung an: abo@oekom.de

Leseproben, Informationen zur
Zeitschrift und Abobedingungen:
www.oekologisches-wirtschaften.de

oekom
verlag