

Gender, Diversity und MINT Workshop am 2.11.2012 in Berlin

Ute Waag

Vom 2. bis 3. November 2012 fand das zweite Symposium des Fachbereichs „Informatik und Gesellschaft“ der GI in der Malzfabrik in Berlin statt. Motto war „Verantwortung übernehmen. Mitten in der Turing-Galaxis“. Die Fachgruppe arbeitete weiter am Thema Gender und Diversity. Dieses Thema war mit anderer Akzentuierung bereits Thema des Fachgruppen-Workshops des vorjährigen Workshops.

Kontext: Symposium

Die übrigen Fachgruppen des Fachbereichs, die sich beteiligten, deckten ein vielfältiges Spektrum ab, darunter die soziale Entwicklung im Wechselspiel mit der IT-Entwicklung seit den 60-er Jahren des 20. Jahrhunderts, die Veränderung des Internetverständnisses und damit einhergehend der gesellschaftlichen Kommunikationsregeln und -strukturen sowie Langzeitarchivierung in der Praxis. Die Workshops, von denen jeweils zwei parallel stattfanden, waren von lebendigen Diskussionen geprägt. Ein Teil der kreativen Atmosphäre war sicher auch dem besonderen Ambiente des Veranstaltungsortes, der Malzfabrik, zu verdanken. Gerahmt wurde der Workshop mit einer Führung durch die in der Malzfabrik aktuell ausgestellten Kunstwerke sowie eine Abendveranstaltung mit Würdigung von Prof. Dr. Coy anlässlich seiner Emeritierung. Der Samstag wurde zu einer übergreifenden Diskussion und Zusammenstellung der Ergebnisse der durchgeführten Workshops genutzt; leider konnte ich an diesem Teil wegen eines anderen Kongresses nicht mehr teilnehmen.

Kontext: Thema

Während im letzten Jahr (Kooperations-)Projekte der Fachgruppe sowie der Frauenstudiengang in Berlin und das Projekt „GeniaL“ zur Genderforschung in der akademischen Lehre an Thüringer Hochschulen vorgestellt wurden, standen diesmal die Themen Frauen in Führungspositionen und die feststellbaren Wirkungen von Genderforschung auf andere Bereiche im Mittelpunkt.

„Unternehmenskulturen verändern – Karrierebrüche vermeiden“

Simone Kaiser [1] berichtete von den ersten Ergebnissen einer Erhebung zur Identifikation von Karrierehemmnissen für Frauen in Unternehmen und der Entwicklung von Instrumenten zu ihrer Überwindung. Die Untersuchung wurde von der Fraunhofer-Gesellschaft mit der Technischen Universität Berlin sowie dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI mit finanzieller Förderung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) bis Ende 2012 durchgeführt. Es ist als qualitative Studie mit neun Partnerunternehmen, darunter auch zwei aus der IT-Branche, angelegt. [2]

Im Unterschied zu vorherigen Erhebungen, bei denen die Zahl und Art der familienfreundlichen Maßnahmen, der Frauenfördermaßnahmen, der Anteile an Frauen auf den verschiedenen Ebenen gezählt werden, wurden in diesem Projekt die Unternehmenskulturen hinsichtlich ihrer frauenfördernden und -hemmenden Merkmale untersucht und damit ein neuer Ansatz gesucht, mit dem sich mehr Frauen für Führungspositionen gewinnen lassen. Auf Basis von Interviews mit weiblichen und männlichen Führungskräften auf verschiedenen Ebenen zu ihrem bisherigen beruflichen Werdegang – Karrierepläne, Hindernisse, Erfolge – wurden im Rahmen des Projektes vier grundlegende Unternehmenskultur-Typen und ihre jeweils fördernden und hemmenden Potenziale für den Aufstieg von Frauen in Führungspositionen identifiziert.

Diese vier Typen sind:

- I. „offene Hochleistungskultur“,
- II. „konformistische Formalkultur“,
- III. „konservative Ausschlusskultur“ und
- IV. „veränderungsorientierte Bewahrungskultur“.

Aus Simone Kaisers Vorstellung der kulturellen Idealtypen habe ich folgendes Wesentliche mitgenommen:

Während die Kulturen II und III Frauen qua Regel (II – die geltenden Regeln können von Frauen nicht erfüllt werden) oder qua Norm (III – Frauen sollen nicht führen) Frauen grundsätzlich ausschließen, sind die Kulturen I und IV ambivalenter und eröffnen Frauen teilweise individuelle Chancen zum Aufstieg, wenn sie bestimmte Merkmale der Kulturen erkennen und nutzen können (I – Frauen, die sich mit dem Leistungsbewusstsein und –willen identifizieren und sich entsprechend präsentieren sowie die nötige zeitliche Flexibilität persönlich organisieren können / IV es gibt treibende Kräfte und Role Models im Unternehmen, die zeigen, dass Frauen in Führungspositionen dem Unternehmen Erfolg bringen ohne die Kultur zu revolutionieren). Entsprechend sind besonders bei den Kulturen I, II und auch IV Entscheidungen der Unternehmensleitungen und ihre deutliche Kommunikation bzw. Vorgabe an die gesamten darunter liegenden Ebenen notwendig, dass Frauen als Führungskräfte gewünscht werden, damit überhaupt eine Chance eröffnet wird, konkret als Frau in dem Unternehmen aufsteigen zu können (über die in dem jeweiligen Unternehmen als kritische Führungsebene hinaus).

Insgesamt konnte in dem Projekt ermittelt werden, dass die Unternehmenskultur tatsächlich wesentliche Einflussfaktoren für die Förderung oder Behinderung („gläserne Decke“) des Karriereverlaufs von Frauen – weil sie Frauen sind – beinhaltet.

In ihrem Fazit des Projektes stellte Simone Kaiser fest, dass es keinen Königsweg für Unternehmen gibt, auf dem Unternehmen Frauen als Führungskräfte fördern können,

Gender, Diversity und MINT Workshop am 2.11.2012 in Berlin

die konkreten zu entwickelnden Maßnahmen aber an der vorhandenen Kultur im Unternehmen orientiert werden sollten, damit sie Erfolg versprechend sind. Dabei stellte Simone Kaiser zwei allgemeine Prinzipien heraus, die immer gelten, unabhängig von der konkreten Kultur:

- Argumentation mit ökonomischem Nutzen für Gender und Diversity,
- Adressierung von Frauen und Männern bei allen Maßnahmen.

Im November bei unserem Workshop konnten erste Ergebnisse vorgestellt werden, das Projekt war frisch abgeschlossen. Mittlerweile liegt ein schriftlicher Projektbericht vor, der als Druckwerk und als Datei zu beziehen ist. [3]

Im Anschluss an den Vortrag entspann sich eine rege Diskussion, aus der ich im Folgenden wenige interessante Aspekte aufgreifen möchte. Mit der Studie wurde versucht, das Verhältnis von informellen und formalen Regeln zu erfassen – in dem Wissen, dass eine Unternehmenskultur sich aus beiden Bereichen bestimmt. Als besonders markant waren die informellen Regeln in der Unternehmenskultur IV, „veränderungsorientierte Bewahrungskultur“ zu beobachten.

Man sollte das Betriebsverfassungsgesetz ändern und dort Diskriminierungsfreiheit verankern, um auch von der arbeitnehmervertretungsrechtlichen Seite Gleichstellung und Vielfalt verbindlicher einzubringen. Unternehmen, die familienfreundliche Maßnahmen auflegen, sollten, z. B. von einer Bewerberin oder einer Gleichstellungsbeauftragten, daraufhin geprüft werden, ob diese unter rollenbewahrenden/Frauen im Beruf hemmenden oder verändernden/Frauen und Männer mit Familienverpflichtungen beruflich fördernden Vorzeichen eingeführt und angewendet werden. Die Kennzeichnung „familienfreundliches Unternehmen“ und Frauen in Führungspositionen haben nur begrenzt miteinander zu tun.

Die Karriere wird in der Regel nicht mehr nachgeholt, bzw. kann nicht mehr im Vergleich zu anderen aufgeholt werden, wenn jemand länger als ein Jahr aus dem Beruf aussteigt. Das gilt für Frauen und Männer. Für Männer ist selbst ein mehr als zwei- bis dreimonatiger Ausstieg (aus familiären Gründen) oft ein No go. Die Frage lautet also vorrangig, wie müsste ein frauenfreundliches Unternehmen aussehen. Eine mögliche Antwort in der Diskussion: Mut zu haben, Unterschiedlichkeit in jedweder Form zuzulassen und als Mehrwert zu begreifen.

PROFIT-Mentoringprogramm

Dr. Marina Ripke stellte das von ihr geleitete Mentoringprogramm „PROFIT“ für Informatik-Studentinnen an der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Berlin [4] vor.

An der Hochschule gibt es einen starken IT-Bereich mit einem Frauenanteil von 15 %, das sind ca. 360 Studentinnen. Seit 2009 gehört dazu ein Frauenstudiengang mit derzeit ca. 130 Studentinnen. Das Mentoring ist ein Angebot an alle IT-Studentinnen, um berufliche Orientierung zu gewinnen. Ein weiteres wichtiges Element ist der Austausch unter den Mentorinnen. Daher besteht das Mentoring aus der 1:1-Mentée-Mentorin Beziehung, aus Netzwerktreffen der Mentées und Mentorinnen sowie Bildungs- und Veranstaltungsangeboten für die Mentées, z. B. Firmenexkursionen und Expertenvorträge, Workshops zu Führungskompetenz oder Konfliktmanagement. Zu den Partnerunternehmen gehören Scout 24, DB, IBM, Siemens, KPMG, Axel Springer, Lufthansa und aquinet tech. Im Rahmen von „PROFIT“ wurde außerdem das Projekt „Mintport“ [5] aufgelegt, das gleichstellungsorientierte Organisationsberatung für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Einzelcoaching für Mentorinnen und Weiterbildung (Gendertrainings und Potenzialanalysen) anbietet.

Auch der Vortrag von Dr. Marina Ripke wurde lebhaft diskutiert. Unter anderem wurden folgende Punkte angesprochen.

Es wurde diskutiert, ob es realisierbar ist, besonders frauenfreundliche Unternehmen oder Unternehmen, die bestimmte ethische Mindeststandards erfüllen, für ein Mentoringprogramm zu werben, bzw. ggf. auch entsprechend abzulehnen. Dies wurde im Ergebnis als nicht praktikabel eingeschätzt. Zudem hat ja u. a. der vorherige Workshop-Teil gezeigt, dass es so gut wie keine Unternehmen gibt, die als „frauenfreundlich“ zu bezeichnen wären.

Warum bei diesem Mentoringprogramm nur Frauen als Mentorinnen eingesetzt werden, wurde gefragt. Die Antwort lautete, dass einerseits Firmenkultur besser von Frau zu Frau (Mentorin zu Mentée) vermittelt werden kann, und andererseits dieses Mentorinprogramm als wichtigen Teil ja die Mentorinnen-Vernetzung, also Frauennetzwerke, beinhaltet.

Es wurde auf andere Mentoringprogramme hingewiesen, so für Physik- und Mathe-Studentinnen in Freiburg. Dort ist das – gelingende – Ziel, die Studentinnen in den Studiengängen zu halten. Als weiteres erfolgreiches Mentoringprogramm, das auch den Mentorinnen Gewinn bringt, wurde das hessische Habilitationsprogramm, ebenfalls ein 1:1-Mentoring, genannt.

Workshop Genderforschung

Im dritten und abschließenden Teil unseres Fachgruppen-Workshops arbeitete Prof. Dr. Corinna Bath [6] mit uns an der Frage, wie und warum Gender-Forschung Innovationen für Lehre und Forschung in der Informatik bewirken könnte. Zunächst gab sie einen kurzen Input über verschiedene

Ansätze und damit verbundene Wirkungsansprüche der Genderforschung. In diesem Zusammenhang wies sie auf das Forschungsprojekt der Fraunhofer-Gesellschaft „Discover gender“ hin, das 2006 abgeschlossen wurde und im Ergebnis zu einem Leitfaden zur Ermittlung von Gender-Aspekten führte. [7] Insbesondere erläuterte sie den Ansatz von Prof. Londa Schiebinger, einer amerikanischen Wissenschaftlerin, die u. a. Mitglied der UNO-Experten-Gruppe „Gender, Science and Technology“ und Leiterin des EU/US-Projekts „Gender, Science and Technology“ ist. [8] Ihr Ansatz „gendered innovation“ [9] und ähnliche Ansätze aus dem Bereich von Gender Mainstreaming setzen den Fokus auf Beispiele. Londa Schiebinger nennt drei Wege, wie der Gender-Aspekt eingebracht werden kann: durch Festlegungen und Zielzahlen hinsichtlich der Anzahl der im Unternehmen/der Wissenschaft tätigen Frauen, durch Festlegungen für die Institutionen und durch Vermittlung des notwendigen Wissens. In Verbindung von Beispielen und den genannten Wegen werden konkrete Handlungsleitfäden entwickelt. Von Seiten anderer Gender-Forscher/-innen wird dieser Ansatz als nicht genügend weiterführend kritisiert; die Erstellung von Checklisten und Handlungsempfehlungen wäre zu einfach und könnte nicht zu nachhaltigen Ergebnissen in Institutionen führen.

Im praktischen Teil des Workshops, der den größten Raum dieses dritten Abschnitts einnahm, untersuchten wir in mehreren Klein-Arbeitsgruppen (jeweils drei Personen) verschiedene Beispiele („case studies“) aus dem IT-Bereich, die auf der Website „Gendered Innovations“ gelistet sind. Unsere Fragestellungen waren:

- Ist das jeweilige Beispiel verständlich dargestellt?
- Ist gut und konsistent argumentiert?
- Ist der Forschungsgegenstand relevant und aktuell?
- Würde das jeweilige Beispiel Kolleg/-inn/-en, Vorgesetzte, Dekan/-inn/-e/-n überzeugen?

Als Beispiele waren ausgewählt:

1. Information for air-travelers (Bilddiagramm-Schilder auf Flughäfen),
2. Make machines talk (Sprachausgaben-Geräte verschiedenster Art, digitale und menschliche Stimmen),
3. Videogames (Rollenbilder in Videospiele – in der Sprache, in den Bildern).

Die ersten zwei Fragestellungen (verständliche Darstellung, Konsistenz der Argumentation) wurden je nach Beispiel unterschiedlich, in keinem Fall jedoch als ausgezeichnet, bewertet. Besonders unverständlich war die Darstellung des Beispiels „machine talk“, hier fehlte auch der Argumentation der rote Faden.

Die Fragestellung nach der Relevanz des Forschungsgegenstands wurde nach meiner Wahrnehmung bei den

Beispielen 2 und 3 nicht hinterfragt, bei Beispiel air-traveler information aber angezweifelt: im Fokus stand mehr der Aspekt der Barrierefreiheit als Gender. Einigkeit bestand bei den ersten beiden Beispielen darin, dass damit Personen nicht von der Notwendigkeit zu überzeugen sind, Gender zu berücksichtigen. Für das dritte Beispiel Videogames wurde die Frage positiv beantwortet. Zu der allgemeinen Schlussdiskussion dieses Abschnitts des Workshops habe ich nur notiert (das mag meiner zu dieser Zeit vorhandenen Müdigkeit geschuldet sein), dass die ökonomische Argumentation für Gender kritisch hinterfragt wurde: Die Frage wurde gestellt, ob Erfolg am Markt tatsächlich (so im Beispiel Videogames aufgeführt) als positives Kriterium für Gendern verwendet werden sollte.

Schluss

Wir haben im Workshop weitere und neue Perspektiven zu dem Themenbereich Gender, Diversity und MINT gewonnen. Ein kurzes, klares Fazit lässt sich für mich nicht ziehen, da es – erfreulicherweise – ein Thema in Bewegung ist. Wir werden als Fachgruppe das Thema sicher weiterhin bearbeiten. Nach wie vor treibt uns z. B. die Frage nach dem Verhältnis von Gender und Diversity um. Zu dem Symposium des Fachbereichs im November 2012 ist keine Veröffentlichung vorbereitet. Es gibt jedoch einen Blog „Turing-Galaxis“, in dem Beiträge der Vortragenden zu finden sind, u. a. ein Eintrag von März 2013 zu einem Vortrag von Corinna Bath. [10]

Literatur, Links und Anmerkungen

- [1] Simone Kaiser gehört neben Katharina Hochfeld, Elena Gertje und Prof. Dr. Martina Schraudner zu dem Team, das das Projekt durchführte und den Abschlussbericht verfasste.
- [2] Die Partnerunternehmen sind Allianz Deutschland AG, BASF SE, Bayer AG, Bosch-Gruppe, Daimler AG, Deutsche Bahn AG, EADS, Infineon Technologies AG und Microsoft.
- [3] Kaiser, S., Hochfeld, K., Gertje, E., Schraudner, M.: Unternehmenskulturen verändern – Karrierebrüche vermeiden. Stuttgart (Fraunhofer Verlag) 2012, ISBN: 978-3-8396-0467-0 PDF (30.05.2013): <http://publica.fraunhofer.de/eprints/urn:nbn:de:0011-n-2171498.pdf>
- [4] Link zu dem Mentoringprogramm (30.05.2013): <http://www.f4.htw-berlin.de/fuer-studierende/profit-mentoring/>
- [5] Link zur Website „Mintport“ (30.05.2013): <http://www.f4.htw-berlin.de/fuer-unternehmen/mintport/>

**Gender, Diversity und MINT
Workshop am 2.11.2012 in Berlin**

- [6] Inhaberin der Maria-Goeppert-Mayer-(MGM)-Professur „Gender, Technik und Mobilität“ an der Technischen Universität Braunschweig und der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
- [7] Bühner, S., Schraudner, M. (Hrsg.): Wie können Gender-Aspekte in Forschungsvorhaben erkannt und bewertet werden? Karlsruhe (Fraunhofer Verlag) 2006, ISBN 978-3-8167-7003-7
Kurzinfo zu Projekt und Buch (30.05.2013): <http://www.isi.fraunhofer.de/isi-de/p/publikationen/flyer/genderaspekte.php>
- [8] Website von Londa Schiebinger bei der Stanford University (30.05.2013): <http://www.stanford.edu/dept/HPS/schiebinger.html>
Bericht über einen ihrer Vorträge zum Thema „Gendered Innovations“ an der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich im September 2012 (30.05.2013): http://www.equal.ethz.ch/gender_science_technology/gastvortraege/schiebinger
- [9] Website „GENDERED INNOVATIONS“ (30.05.2013): <http://genderedinnovations.stanford.edu/>
- [10] Link (30.05.2013): <http://www.turing-galaxis.de/blog/>

Ute Waag M. A.

Soziologin und Organisationsprogrammierin
Fachgruppe „Frauen und Informatik“
post@uwg-gi2005.de