



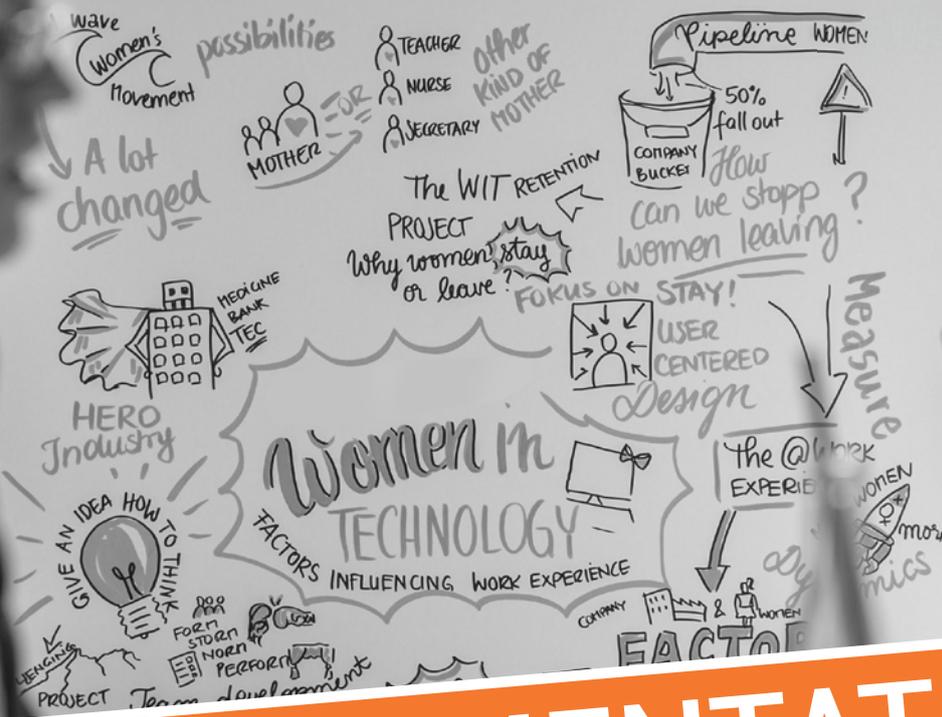
GEWINN

GENDER // WISSEN // INFORMATIK // NETZWERK

FACHTAG

FRAUEN IN DER IT-BRANCHE: NEUE WEGE IM HR-MANAGEMENT

28.09.18 | HAMBURG



DOKUMENTATION

GEFÖRDERT VOM



PROJEKTPARTNER



Herausgeber

Verbundprojekt „Gender. Wissen. Informatik. Netzwerk zum Forschungstransfer des interdisziplinären Wissens zu Gender und Informatik (GEWINN)“

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V.

Am Stadtholz 24, 33609 Bielefeld

Fon: +49 521 106 7322

Fax: +49 521 106 7171

info@kompetenzz.de

www.kompetenzz.de

Wissenschaftliche Leitung

Prof. Dr. Nicola Marsden

Hochschule Heilbronn

Campus Heilbronn-Sontheim

Max-Planck-Str. 39, 74081 Heilbronn

nicola.marsden@hs-heilbronn.de

www.hs-heilbronn.de/nicola.marsden

Redaktion

Ute Kempf, Britta Zachau | Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V.

Nicola Marsden, Kristian Gäckle | Hochschule Heilbronn

Michael Ahmadi, Anne Weibert | Universität Siegen

Gestaltung

Die Lutterlotsen | www.lutterlotsen.de

Fotos

Christian Schmid | www.christianschmid.com

Sketchnotes

Tanja Wehr | www.sketchnotelovers.de

Das Verbundvorhaben ‚Gender. Wissen. Informatik. Netzwerk zum Forschungstransfer des interdisziplinären Wissens zu Gender und Informatik (GEWINN)‘ wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) unter den Förderkennzeichen 01FP1603, 01FP1604 und 01FP1605 vom 01.01.2017-31.12.2019 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt liegt bei den Autor/innen.

INHALTSVERZEICHNIS

Einführung.....	4
Als Frau in IT oder Technik? Wirklich?.....	9
IT-Girls wanted - female recruiting und employer branding in der IT.....	13
Von New Work, Human Relations und Lebensphasenflexibilität: Praxisbericht einer Digitalagentur.....	15
Attracting Students and Professionals – Karrierepräferenzen von Frauen und Männern in der IT.....	17
Personalstrategien in Zeiten des digitalen Wandels und IT-Fachkräftemangels.....	20
Present yourself – Alles von inhaltlicher Konzeption bis zur tatsächlichen Präsentation von Fachthemen & der Präsentation der eigenen Persönlichkeit.....	25
Modellprojekt Reallabor - Wie Unternehmen praktisch von Geschlechterforschung profitieren.....	27
Fachkräftemangel hausgemacht? Blinde Flecken bei der Personalauswahl.....	29
Podiumsdiskussion und Abschluss.....	31
Kontaktliste der Referent/innen.....	33



Prof. Dr. Nicola Marsden

Vortrag 9:30 – 09:45 Uhr

Prof. Dr. Nicola Marsden begrüßte alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer herzlich zum 3. GEWINN-Fachtag zum Thema „Frauen in der IT-Branche: Neue Wege im HR-Management“. Mit der Frage: „Was ist HR-Management?“ eröffnete sie ihren Vortrag. Der deutsche Begriff für HR ist Personalwesen, Personalwirtschaft oder Personalmanagement. Dabei geht es um Personalentwicklung, Personalführung, Entlohnung, Kommunikation und Personalbeschaffung. In diesem Zusammenhang berichtete Nicola Marsden von ihrem Besuch bei der „WomenPower“ in Hannover im vergangenen Jahr: Der Begriff „Human Resources“ stieß beim Publikum, in dem sich viele Expertinnen und Experten aus den Gender Studies befanden, auf Ablehnung – es sei doch unmöglich, Menschen als Ressourcen zu bezeichnen, so die Kritik. Aus Sicht der systemischen, lösungsorientierten Therapie gelten Ressourcen hingegen als das Kostbarste, das ein Mensch hat, das wertzuschätzen und bei jedem Menschen individuell zu betrachten ist. Dass dem Potential von Frauen in der IT noch mehr Wertschätzung entgegengebracht werden könnte und es hier noch einiges zu tun gibt, sollte mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern von verschiedenen Seiten beleuchtet werden.



Im Folgenden stellte sie das Projekt GEWINN vor: Ziel ist u. a., die Rolle von Frauen in Unternehmen zu stärken. Um dies zu erreichen, soll der Transfer von Genderwissen in Organisationen und Unternehmen hergestellt werden. Letztere beschäftigen sich intensiv damit, wie sie Fachkräfte gewinnen und die Unternehmenskultur so beeinflussen können, dass Frauen im Unternehmen bleiben. Aus dem Wissenstransfer sollen praktische Handlungsempfehlungen für Organisationen entwickelt werden, um sie in die Lage zu versetzen Genderwissen anzuwenden. Zielgruppen des Projekts sind die „female young professionals“, die auf ihrem Weg durch die

Organisationen begleitet werden sollen, Verantwortliche aus Unternehmen und Personen aus der IT-Forschung und -Praxis.

Als weitere Handlungsfelder des Projekts wurden gendergerechte Software, Kultur und Vernetzung genannt. Da bereits viele Menschen an diesem Thema arbeiten oder arbeiten wollen, bietet das Projekt eine Plattform zum Austausch – auch darüber, wie schwierig dieser Prozess ist. Es ist notwendig, neue Wege zu gehen, um mehr Frauen in die IT-Branche zu holen und dort zu halten. Manchmal sind auch Umwege nötig oder es werden Überholspuren entdeckt. Damit leitete Nicola Marsden über zu den Referentinnen und Referenten, die im Rahmen des Fachtags Impulse geben und beim Umdenken helfen können. In den Vorträgen und Workshops ging es um Geschlechtervielfalt, es wurden Best-Practice-Beispiele präsentiert und gemeinsam Anregungen erarbeitet.

Was Veränderungen bezüglich der Geschlechtervielfalt angeht ist die IT besonders resistent. Werden Stellenausschreibungen in diesem Bereich betrachtet, so kommt eine ganze Reihe von

Studien zu dem Schluss, dass unterschiedliche Begriffe unterschiedliche Aufforderungscharaktere haben und diese auf Männer, Frauen oder gender-nonkonforme Personen unterschiedlich wirken. In ihrer Präsentation zeigte Nicola Marsden ein Beispiel aus dem Unternehmen „Joblift“, eine Metasuchmaschine für Jobbörsen, in dem 2017 50 Millionen Stellenanzeigen hinsichtlich der Gleichstellung von Geschlechtern untersucht wurden – basierend auf Begriffen, die entweder männlich oder weiblich konnotiert sind¹. Bei 2 % der Stellen wurden Frauen explizit dazu aufgerufen, sich zu bewerben. Interessanterweise waren genau diese Stellenanzeigen mit sehr vielen männlichen Attributen versehen: Die Bewerberinnen und Bewerber sollten entschlossen, stark, kompetitiv und direkt sein – und am Ende gab es dann den Zusatz, dass Frauen besonders aufgefordert sind, sich zu bewerben.

Auf alle Stellenanzeigen bezogen waren weibliche Attribute ungefähr doppelt so häufig vertreten wie männliche. Das ist dem Umstand geschuldet, dass viele Pflegestellen angezeigt wurden. Herausragend war allerdings, dass von den Stellenanzeigen, bei denen weibliche Attribute in der Mehrzahl waren, die Stellenanzeigen für Softwareentwicklerinnen und -entwickler die zweitgrößte Gruppe bildeten.

Daraus folgt die Frage: Wird da explizit um Frauen geworben? Oder sind Kompetenzen wie Kommunikation und Teamfähigkeit in der Art und Weise, wie Softwareentwicklung heute funktioniert, einfach besonders wichtig? Und, falls das so ist: Werden diese Eigenschaften dann bei Frauen und Männern gleich wahrgenommen? Denn dies ist häufig ein Problem: Gibt es vielleicht eine spezielle Teamfähigkeit für Männer? Sind wirklich Frauen gewünscht oder doch eher Männer, die teamfähig sind?

Sogenannte „soft skills“ werden bei Frauen oft vorausgesetzt. Nicola Marsden führte das Beispiel einer Masterabsolventin in der Softwareentwicklung an, die sehr technisch orientiert ist aber immer wieder in die Richtung gedrängt wird, agiler Coach zu werden – also in Richtung einer vermeintlichen Kompetenz, die sie doch haben müsste. Es gibt einerseits einen großen Bedarf an digitalen Kompetenzen, gleichzeitig sind die strukturellen Rahmenbedingungen so, dass Frauen immer noch bestimmte Karriereverläufe nahegelegt werden.

Gendercodes erzählen natürlich nur einen Teil der Geschichte. Die Zuordnung von Attributen hängt damit zusammen, dass unsere Wahrnehmung schon immer eine vergeschlechtlichte ist. Besonders bei der Personalauswahl ist anzunehmen, dass niemand vorsätzlich eine schlechte Entscheidung treffen oder sexistisch sein möchte. Stattdessen werden Fragen gestellt wie: „Was braucht es für diesen Job?“ oder „Wer passt gut in das Team?“ Wie problematisch aber genau diese Fragen sind, ist aus einer Vielzahl an Studien bekannt: Genau dadurch findet Diskriminierung statt. Diese Diskriminierung kostet die Wirtschaft Unsummen, wenn schlechter qualifizierte Männer Frauen vorgezogen werden.

Als Grundlage nannte Nicola Marsden die Studie von Claudia Goldin et al.², die gezeigt hat, dass Antidiskriminierungsgesetze tatsächlich dazu führen können, dass in Unternehmen Männer und Frauen paritätisch besetzt sind. In den US-Symphonieorchestern wurden aufgrund dieser Gesetze „Blind Auditions“ eingeführt: Die Musikerinnen und Musiker spielten vor, ohne dass man

1 siehe Präsentation, S. 4: <http://gender-wissen-informatik.de/content/download/977/file/20180928-GEWINN-Fachtag-Einfuehrung-Marsden.pdf>

2 siehe <https://scholar.harvard.edu/goldin/publications/orchestrating-impartiality-effect-blind-auditions-female-musicians>





erkennen konnte, ob es sich um einen Mann oder eine Frau handelt oder welche Hautfarbe die Person hat. Infolgedessen erhöhte sich die Anzahl der Frauen, die in die nächste Runde kommen, rapide. Nicola Marsden schloss daraus: In den US-Symphoniorchestern oder auch in anderen Unternehmen hat niemand die Einstellung von Frauen explizit abgelehnt. Es war allein eine Konnotation, die dazu geführt hat, dass sie anders wahrgenommen und

damit anders bewertet wurden. Dieses Phänomen lässt sich der Ebene der Vorurteile zuordnen. Auf der nächsten Ebene, der Kognition gibt es Stereotype, z. B. „Italiener essen gerne Pasta“ oder „Frauen können nicht einparken“. Zuletzt kommt die Ebene der Aktion, des Handelns, in diesem Falle die Diskriminierung. Letztere fängt klein an, indem sich neben jemanden gesetzt wird oder nicht und endet damit, eine ganze Gruppe von Menschen auslöschen zu wollen.

Zumeist gehen die drei Ebenen miteinander einher: Wenn eine Person das Vorurteil hat, dass Übergewichtige faul sind und meint, dass sie nicht viel Arbeit schaffen, weil sie so langsam sind, verhält sie sich wahrscheinlich auch dementsprechend und geht vielleicht auf Distanz. Die moderne Stereotypenforschung hat gezeigt, dass es das Vorurteil, also die negative emotionale Komponente nicht braucht, um diskriminierend zu handeln. Allein das Pseudowissen „ist langsam und schafft nicht viel Arbeit“ ist ausreichend, um auf das Verhalten zu wirken, also zu diskriminieren. Es handelt sich um unbewusste Prozesse: Trotz einer positiven Einstellung zu Menschen mit Übergewicht und trotz einer Ablehnung der Annahme, dass Übergewichtige pauschal faul seien, sind dennoch Assoziationen im Kopf, die direkt zum Handeln führen. Diese Verbindung von Pseudowissen und Handlung ohne negative Einstellung ist für das Thema des Fachtags höchst relevant.

Die Forschung zeigt zudem, dass Stereotype auch auf Mitglieder der stereotypisierten Gruppe selbst Auswirkungen haben. Werden ältere Menschen mit Begriffen wie „Demenz“, „Alzheimer“ und „langsam“ anstatt mit „weise“, „gebildet“ und „erfahren“ konfrontiert, dann sind Effekte auf die tatsächliche Gedächtnisleistung nachweisbar. Das wird „stereotype threat“ (stereotype Bedrohung) genannt. Bezogen auf den Minderheitenstatus von Frauen in der IT beobachten wir eine permanente Salienz; es besteht also ein „stereotype threat“.

Nicola Marsden empfahl die Teilnahme an dem Test implicit.harvard.edu. 80 % der weiblichen Probandinnen hatten das Stereotyp „männlich = Arbeit“ und „weiblich = Familie“ im Kopf, unabhängig davon, wie ihr beruflicher Status war. Diese neuen Messmethoden sind insofern spannend, als dass Konnotationen und implizite Assoziationen sichtbar werden. Der Kontrast zwischen dem eigenen Wissen, und einem Handeln, was womöglich gar nicht gefällt, wird verdeutlicht.

Das kann problematisch sein, wenn Frauen aus diesem Grund unterstellt wird, es sei ja ihre eigene Wahl, wenn sie keine Führungsrolle einnehmen. Zu diesem Thema haben Eugene Caruso, Dbromir Rahnev und Mahzarin Banaji eine Studie einer sogenannten „Conjoint-Analyse“³ gemacht.

3 Caruso, Eugene M., Rahnev, Dobromir A., & Banaji, Mahzarin R. (2009). Using conjoint analysis to detect discrimination: Revealing covert preferences from overt choices. *Social Cognition*, 27(1), 128-137.

Statt Fragen zu stellen wie: „Möchtest du lieber eine männliche oder weibliche Führungskraft haben?“ wurden komplexere Szenarien vorgestellt, z. B. „Du kannst nach Seattle gehen, in der Firma X verdienst du Summe Y und hast die Führungskraft Z.“ Durch diese Analyse lässt sich herausfinden, welche Prioritäten die Befragten setzen, ohne dass der Effekt sozial erwünschter Antworten entsteht. Es zeigte sich, dass die Befragten bereit sind, substantielle Gehaltseinbußen hinzunehmen, um für eine männliche Führungskraft zu arbeiten: Die Ergebnisse legen nahe, dass es ihnen im Durchschnitt dreieinhalbtausend Dollar weniger Gehalt im Jahr wert ist, obwohl sie im Vorhinein keine Präferenz angegeben haben. Es ist etwas anderes, wenn die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bewusst aussagen, dass sie lieber für einen männlichen Chef arbeiten möchten. Doch nicht zu wissen, dass das ihre unbewusste Präferenz ist, ist eine ganz andere Situation. Diese Stereotype sind ein „blinder Fleck“.

Die beschriebene Diskriminierung steht dem Versuch, Frauen für IT-Jobs zu gewinnen, im Weg. Nicola Marsden betonte, dass früh angefangen werden müsse, dagegen an zu arbeiten. Doch es gibt ein weiteres Problem: Frauen, die in der IT-Branche arbeiten, verlassen diese sehr häufig wieder. Zahlen aus den USA von NCWIT⁴ besagen, dass Frauen doppelt so häufig wieder gehen als Männer. Für die EU zeigt sich: Nur 20 % der Frauen, die einen Abschluss im Bereich IT haben, arbeiten im Alter von 30 Jahren noch in dem Feld, im Alter von 45 Jahren sind es 9 %.

Dabei ist zu beachten, dass Menschen nicht primär Branchen verlassen, sondern vielmehr ein konkretes soziales Umfeld, das sich ihnen gegenüber in einer bestimmten Art und Weise verhält. Die Erkenntnis „Die Welt sieht für mich anders aus“ kann und darf nicht auf ein Wahrnehmungsproblem von Frauen oder von queeren Menschen reduziert werden. „Fixing the women“ ist ein weitverbreitetes Phänomen. Wichtig ist, sich zu vergegenwärtigen, dass die Situation in der IT tatsächlich für Frauen anders ist als für Männer. Sie müssen sich ständig erklären, warum sie da sind und sich rechtfertigen, weil ihnen die Kompetenz abgesprochen wird und ihnen permanent bestimmte Rollen zugeschrieben werden. Nicola Marsden zog die Analogie zum Beachten von roten Ampeln, die Erwachsene durchaus ab und zu ignorieren: Kinder leben bis zu einem gewissen Alter in dem Glauben, dass Menschen immer an roten Ampeln stehen bleiben, weil diese das tun, sobald kleine Kinder anwesend sind. Das ist keine falsche Wahrnehmung des Kindes, sondern die Welt ist in ihrer Anwesenheit einfach eine andere. Das lässt sich auf die IT übertragen: Es handelt sich nicht um ein Wahrnehmungsproblem von Frauen – das Umfeld, in dem sie sich bewegen, ist tatsächlich ein anderes. Es bleibt die Frage: Nur noch 9 % der Frauen mit IT-Abschluss arbeiten im Alter von 45 Jahren in dem Bereich: Warum ist das so?

Ein Grund ist sicherlich, dass es sehr anstrengend ist, in einer sozialen Situation die Minderheit zu sein. Menschen mögen Gruppen, weil sie dort mit ähnlichen Menschen zusammen sind und erst dadurch in ihrer Individualität wahrgenommen werden. Wenn eine Frau in einem Umfeld nur als Frau wahrgenommen wird, ist das eine ganz andere Situation, als wenn sie sich in einem Umfeld bewegt, wo sie wirklich gesehen wird. Das ist die sozialpsychologische Funktion von Gruppen, die dafür sorgt, dass es Menschen gut geht.

4 NCWIT. (2014). NCWIT Scorecard: A Report on the Status of Women in Information Technology. <https://www.ncwit.org/resources/ncwit-scorecard-report-status-women-information-technology>



Es gibt also noch viel zu tun und viele Punkte, an denen sich ansetzen lässt. Zum Schluss ihrer Einführung verwies Nicola Marsden auf eine Studie⁵, die sie zusammen mit Karen Holtzblatt durchführt, bei der es darum geht, wie Onboarding von Frauen funktioniert. Sie stellte außerdem die Agenda vor und nannte die Projekte, die sich im Rahmen des Fachtags präsentieren.



Anja Schumann

Eröffnungsvortrag 9:45 – 10:30 Uhr

Die Lernatmosphäre in der Coding- und Tech-Szene empfindet Anja Schumann als nicht angenehm. Was sie in Deutschland erlebte, passte nicht zu ihrer Vorstellung von einem modernen Land, sodass sie sich entschloss, ihr eigenes Umfeld aufzubauen. 2017 gründete sie Moinworld e. V. in Hamburg. Der Verein verfolgt einen pragmatischen Ansatz, um mehr Frauen für die IT zu begeistern.

Anja Schumann hat ihre Women-Techmakers-Initiative als Teil von Googles Diversity-Initiative begonnen. Ein Jahr später wurde daraus der Verein Moinworld, der aktuell mit vielen Partnerinnen und Partnern zusammenarbeitet und noch weiterwachsen soll. Aktuell ist eine Kooperation mit Airbus in Planung.

Moinworld e. V. baute eine Plattform in Form einer Website auf. Im dazugehörigen YouTube-Kanal sind Videoportraits über Entwicklerinnen abrufbar: Es soll gezeigt werden, dass viele tolle Frauen in der IT arbeiten, um Vorurteile abzubauen. Außerdem veranstaltet der Verein regelmäßig Community-Events in Form von Meet-Ups. Meet-Up.com ist eine Plattform, über die hauptsächlich in der IT-Branche After-Work-Events organisiert werden. Sie bieten der Community die Möglichkeit, Fachvorträge zu hören und sich im Netzwerk auszutauschen. Nicht zuletzt bietet Moinworld e. V. an, unternehmensnah programmieren zu lernen.



Anja Schumann zeigte ein Foto von einem ihrer Meet-Ups im Büro von Google. Es treffen sich alle zwei Wochen, je nach Thema, 50 bis 70 Menschen. Die meisten Events stehen Männern und Frauen offen, zumeist kommen aber aufgrund des Titels mehr weibliche Teilnehmer. Die Themen der Meet-Ups reichen von sehr technischen Bereichen wie Micro-Services oder Software bis zu breiteren Themen wie Empowerment, Design Thinking oder Innovation. Es ist durchaus das Ziel, Menschen anzusprechen, bei denen das Thema Technik mit Angst besetzt ist, damit diese Entwicklerinnen und Entwickler kennenlernen und einen Zugang zu den Themen finden. Die Meet-Ups finden auf Englisch statt. Das Organisationsteam ist, was die Geschlechter und die beruflichen Hintergründe angeht, divers aufgestellt.

Besonders interessant für Anja Schumann waren im Rahmen der Meet-Ups die Rückmeldungen von Frauen aus anderen Ländern, wo die Situation von Frauen und Männern in der Berufswelt etwas anders ist. Das internationale Feedback habe ihr deutlich gemacht, wo es in Deutschland noch Nachholbedarf gibt.

Da die Women-Techmakers-Meet-Ups in Hamburg gestartet wurden, existiert dort bereits eine große Community. Im Juni hat der Verein zudem in München mit Siemens zusammengear-



beitet. Ein Digitalisierungstraining, das dort für das Top-Management entwickelt wurde, wurde als Angebot für Frauen durchgeführt. Anja Schumann berichtete außerdem von ihrer ersten größeren Veranstaltung zum Thema Artificial Intelligence und Machine Learning sowie von ihren Aktivitäten bei der Karrieremesse „HerCareer“.

Sie hat den Verein allein gegründet und freut sich mittlerweile über 40 ehrenamtlich Engagierte. Die meisten davon sind Entwicklerinnen und Entwickler. Dabei hält sie es für wichtig, dass sich auch Männer für das Thema Diversity einsetzen, da es diese ebenfalls bevorzugen, nicht in homogenen Teams zu arbeiten. Es haben also alle eine Motivation, einen Beitrag zu dieser Veränderung zu leisten.

Konkrete Zahlen zum Thema Frauen in der IT seien schwierig zu finden, sodass Anja Schumann sich über den Austausch mit den anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Fachtags freut. Vor dem Hintergrund, dass die ersten Programmiererinnen Frauen waren, wirkt der aktuell geringe Frauenanteil noch skurriler. Anja Schumann zeigte in ihrer Präsentation ein Bild von Stephanie Shirley, der ersten Gründerin eines Softwareunternehmens in England, und empfahl ihren TED-Talk⁶. Ein weiteres Foto zeigte Jean Bartik, eine der Programmiererinnen des ersten Computers ENIAC – in diesem Projekt haben nur Frauen gearbeitet. In einem Video, das Anja Schumann zeigt, wird außerdem Grace Hopper, die Erfinderin des Compilers, genannt⁷.

Studien zufolge verlieren Mädchen das Selbstvertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten schon ab einem Alter von sechs Jahren und das Interesse an naturwissenschaftlichen Fächern im Alter von etwa 15 Jahren⁸. Das führt dazu, dass die meisten Mädchen sich nicht für ein Informatikstudium entscheiden. Nur 1,6 % der weiblichen Absolventinnen haben einen IT-Bezug. Diese Zahl sinkt – allerdings nicht nur bei den Frauen, sondern auch bei den Männern. Nach Erfahrungen bei Moinworld geben Abiturientinnen und Abiturienten an, in ihrem Jahrgang die einzigen zu sein, die sich für Informatik interessieren. Das passe nicht dazu, welche Fähigkeiten in der Zukunft gebraucht würden. Laut einer Studie des BITKOM⁹ sind 28 % Frauen in der IT-Branche tätig. Anja Schumann bezweifelt diese Zahl, da sie auf Tech-Events und Konferenzen nie einen so hohen Frauenanteil erlebt habe.

Da die Situation, wie sie aktuell ist, von Menschen geschaffen wurde, kann sie auch verändert werden. Das motiviert Anja Schumann zu ihren Aktivitäten. Derzeit scheint es jedoch eine größere Herausforderung zu sein, in der IT divers zusammengesetzte Teams zu etablieren, als selbstfahrende Autos zu entwickeln. Laut einer EU-Studie¹⁰ liegt das am „Unconscious Bias“, der z. B. beim kritischen Blick auf Spielzeuge für Mädchen oder Medien, die sich an Frauen richten, deutlich wird.

IT bildet die Grundlage für die Wirtschaft der Zukunft, sodass über grundlegende Programmierkenntnisse zu verfügen für alle wichtig ist. Da Software die Gesellschaft durchdringt, ist es problematisch, wenn Produkte nur von einer kleinen, homogenen Gruppe entwickelt werden und die Hälfte der Bevölkerung nicht involviert ist.

6 https://www.ted.com/talks/dame_stephanie_shirley_why_do_ambitious_women_have_flat_heads?language=de

7 <https://youtu.be/buAYHonF968>

8 vgl. Margolis/ Fisher (2001): Unlocking the Clubhouse - Women in Computing (<https://mitpress.mit.edu/books/unlocking-clubhouse>)

9 <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Frauenanteil-in-der-ITK-Branche-waechst-langsam.html>

10 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/increase-gender-gap-digital-sector-study-women-digital-age>

Bei Moinworld e. V. möchte Anja Schumann eine angenehme und angstfreie Umgebung schaffen. Auch sollen die bereits aktiven Entwicklerinnen gestärkt werden, sodass diese selbst zu Veränderungen beitragen können.

Weil die bekannten IT-Konferenzen nicht Anja Schumanns Vorstellungen entsprachen, organisiert sie selbst einmal im Jahr größere Konferenzen. Das Thema Blockchain war zu umfangreich, um es in einem After-Work-Event zu thematisieren, sodass dem eine zweitägige Konferenz gewidmet wurde¹¹. Anja Schumanns Annahme zu Beginn war, dass sie keine Frauen als Sprecherinnen finden würde, tatsächlich aber waren bei der Konferenz zum Thema Blockchain letztendlich 50 % weibliche Sprecher vertreten, was für eine tolle Atmosphäre sorgte. Sie wünscht sich, dass auch andere Konferenzen entsprechend paritätisch besetzt werden.

Für nächstes Jahr plant Moinworld e. V. eine Konferenz zum Thema Zukunftstechnologien in Zusammenarbeit mit dem Magazin „Emotion“. Darüber hinaus sind Meet-Ups und Programmierkurse geplant, die direkt in Unternehmen stattfinden, damit die Teilnehmerinnen und Teilnehmer diese kennenlernen können. Viele der Kurse sind auf Anfänger/innenniveau, doch es gibt auch Angebote, die sich an erfahrenere Entwicklerinnen richten. Das Ziel ist, dass Mädchen im Rahmen dieser Programmierkurse mit erfahrenen Entwicklerinnen zusammen lernen. Für die Schülerinnen scheint es aber noch Barrieren zu geben, die sie davon abhalten, die Kurse in Anspruch zu nehmen. Aus diesem Grund hat Anja Schumann entschieden, direkt in die Schulen zu gehen – zunächst mit einzelnen „Lego Smart Home“-Workshops. Das Feedback der Mädchen war sehr positiv und sie waren sehr interessiert.

Derzeit läuft ein Pilotprojekt mit der Hamburger Reformschule Winterhude, das langfristiger angelegt ist. In diesem Rahmen wird eine Mischung aus Programmieraufgaben und Unconscious-Bias-Trainings angeboten, nach dem Google-Vorbild, die Unconscious-Bias-Trainings für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anbieten. Inspiration dazu bot die Dokumentation „#NoMoreBoysAndGirls“ von der BBC¹², in der es um ein Unconscious-Bias-Experiment an einer englischen Schule geht. Außerdem werden weibliche Vorbilder in der IT präsentiert. Anja Schumann erzählte dazu, dass sie sogar selbst Frauen in der IT diskriminiert hat. Umso wichtiger findet sie, dass dieses Thema bereits im Kindesalter bewusst gemacht wird.



Im Rahmen des Schulprojekts zeigte sich, dass die Mädchen ein verzerrtes Bild vom Beruf der/ des Programmierers/Programmiererin haben. Obwohl sie begabt waren, konnten sie sich nicht vorstellen, in den Bereich IT zu gehen. Sie kritisierten, dass der ganze Tag vor dem Computer verbracht werden müsste. Dies ist in vielen anderen Berufen jedoch ebenso der Fall. In ihren Köpfen hat sich bereits früh das Bild gefestigt, dass sie ein Interesse an Computern zum Nerd werden und ihre Weiblichkeit verlieren lässt. Bei Erfolg soll das Projekt an weiteren Schulen durchgeführt werden. Die Workshops mit den Schülerinnen und Schülern haben Anja Schumann

11 <https://youtu.be/zChPVby4HSk>

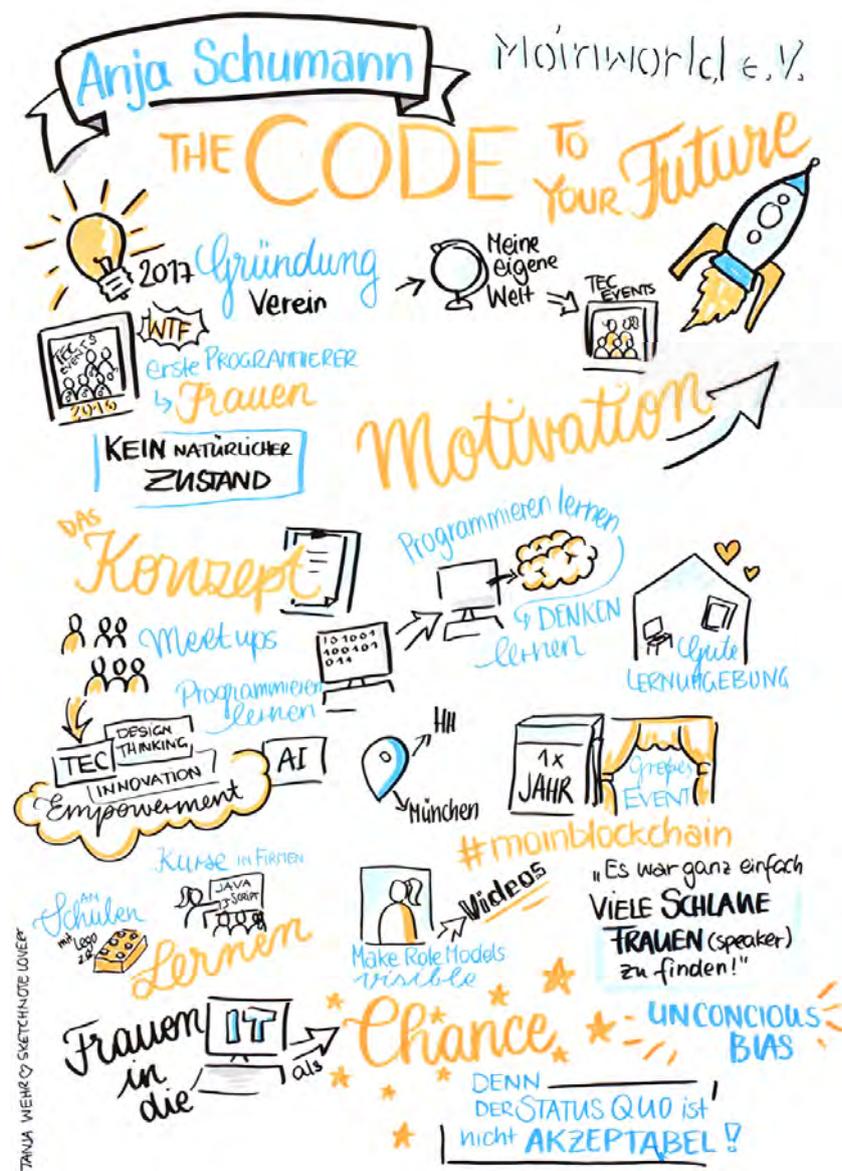
12 <https://www.youtube.com/watch?v=cp9Z26YglrA>



inspiriert, die zuvor genannte Kurzfilmserie über weibliche Role-Models in der IT¹³ zu produzieren.

Wie bereits erwähnt, ist die Rolle von Unternehmen zentral. Deren Gründe, mit Moinworld e. V. zusammenzuarbeiten, sind vielfältig. Ein Aspekt ist das Thema Corporate Social Responsibility. Tech-Unternehmen haben eine soziale Verantwortung und sollten zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beitragen. Außerdem können sich Unternehmen mit dem Thema als innovativ präsentieren. Bei den Events können die Vertreterinnen und Vertreter der Unternehmen Kontakte zur Entwicklerszene knüpfen.

Abschließend lud Anja Schumann die anwesenden Vertreterinnen und Vertreter von Unternehmen ein, Teil des Netzwerks zu werden, bat um Unterstützung für den Verein und verwies auf die Möglichkeit, im Rahmen eines Praktikums bei Moinworld e. V. mitzuarbeiten.



13 Ein Beispiel: <https://youtu.be/en4ZBhMAZUA>

Anne Engelshowe

Workshop 10:30 – 11:30 Uhr

Anne Engelshowe arbeitet bei CareFlex Personal-dienstleistungen GmbH und ist Autorin des Blogs „Salon der Guten“. In ihrem Vortrag „IT-Girls wanted – female recruiting and employer branding in der IT“ erläuterte sie im Gespräch mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern anhand einer Reihe von Fragen, welche Faktoren beim female recruiting in der IT berücksichtigt werden sollten.

Der Personalbereich befindet sich aufgrund der demografischen Entwicklung, der Digitalisierung sowie der Besonderheiten der Generationen X und Y im Wandel. Für das Employer Branding ist es wichtig, dass auf Worte Taten folgen und auf Taten Worte. Wichtige Erfolgsfaktoren sind, dass Personalerinnen und Personaler die Bedürfnisse der Bewerberinnen und Bewerber verstehen und diese zielgruppengerecht ansprechen. Bei der Jobsuche haben Frauen häufig ein geringeres Selbstbewusstsein als Männer. Männer entscheiden, sich zu bewerben, wenn sie 40 % der Anforderungen erfüllen, Frauen dagegen erst bei 60 %.

Für eine zielgruppengerechte Ansprache empfiehlt es sich, „Candidate Persona“ zu entwickeln und Touchpoints zu definieren, wo die Zielgruppen zu finden sind.

Anne Engelshowe stellte die Frage an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer: „Haben Frauen andere Bedürfnisse bei der Jobsuche als Männer?“ Eine Frau aus der IT-Praxis antwortete, dass sie im Bewerbungsgespräch nicht auf das Thema Kinderbetreuung angesprochen werden möchte, weil Männer auch nicht danach gefragt werden.

Anne Engelshowe gab Tipps für Personalerinnen und Personaler, wie sie auf die Bedürfnisse der Bewerberinnen und Bewerber eingehen können: Es sollte letzteren einfach gemacht werden. Ein persönlicher Kontakt kann helfen. Außerdem sollte die Berufswelt erlebbar gemacht werden. Für eine positive „Candidate Experience“ sollte Wertschätzung vermittelt werden.

Auf die Frage, worauf Frauen beim Lesen von Stellenanzeigen achten, wurden folgende Aspekte genannt: Der Jobtitel sollte geschlechtsneutral formuliert sein, ebenso sollten männlich assoziierte Begriffe vermieden werden. „Harte“ und „weiche“ Anforderungen sollten als solche gekennzeichnet sein. Außerdem ist die Angabe einer Gehaltsbandbreite von Vorteil.



Die nächste Frage bezog sich auf Formate und Kanäle, die sich für die Ansprache von weiblichen IT-Kräften eignen. Genannt wurden:

- Wiedereinsteigerinnen
- Active Sourcing und Direktansprache
- Content-Formate, Social Communities (EditionF, Panda Network, Global Digital Women)
- (Ideen-)Wettbewerbe
- Recruiting und Non-Recruiting-Events
- Mitarbeiter/innen werben Mitarbeiter/innen
- Social Media, z. B. Instagram

Und welche Arbeitgeberqualitäten schätzen weibliche IT-Fachkräfte? Eine Antwort aus dem Publikum lautete, dass eine Zusammenarbeit mit der Rüstungsindustrie inakzeptabel wäre. Außerdem genannt wurden fachliche Weiterbildungsmöglichkeiten, flexible Arbeitszeiten und -orte, ein sicherer Arbeitsplatz, Gesundheitsmanagement und eine Führung, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit gibt, sich im Unternehmen zu entfalten.

Das Fazit des Workshops war: Recruiting bedeutet Beziehungsarbeit. Eine gründliche und ehrliche Candidate Persona, Touchpoints, eine gute Sichtbarkeit und eine zielgruppengerechte Kommunikation sichern den Erfolg.

Zum Schluss hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Gelegenheit, weitere Fragen zu stellen. Auf die Frage, welche Unternehmenskultur attraktiv ist, wurden die Stichworte dialogorientiert, Augenhöhe und Partizipation genannt. Anne Engelshowe empfahl zu diesem Thema die Teilnahme an einem Barcamp. Von Interesse war ebenfalls: „Wie können regionale Aspekte berücksichtigt werden?“. Über Active Sourcing kann in abgelegenen Regionen gezielt nach passenden Personen gesucht werden: Wer beispielsweise gerne Mountainbike fährt, wechselt vielleicht freudig von Hamburg nach Süddeutschland.

Anne Engelshowe Person der Werten

IT girls WANTED

female recruiting & employer branding in der **IT**

RAN ANS WERK



VON NEW WORK, HUMAN RELATIONS UND LEBENSPHASEN-FLEXIBILITÄT: PRAXISBERICHT EINER DIGITALAGENTUR.....

Mareike Lissek, Carla Hensdiek

Workshop 10:30 – 11:30 Uhr

Den Anwesenden wurde zunächst die Agentur Comspace aus Bielefeld vorgestellt. Comspace hat 45 Mitarbeiter, davon sind 23 Frauen, von denen wiederum fünf in einem technischen Bereich arbeiten. In ihrem Impulsvortrag berichteten die Referentinnen, wie die Arbeitskultur und -struktur dazu beiträgt, selbstbestimmt arbeiten und flexibel in unterschiedlichen Lebensphasen sein zu können. Es gibt flache Hierarchien im Unternehmen, viel Transparenz und Wissensaustausch.



Bewerbungen von Frauen sind bei Comspace rar. Daher beteiligten sie sich jährlich am bundesweiten Girls'Day - Mädchen-Zukunftstag. Die Teilnehmerinnen können Lichtinstallationen oder Computerspielfiguren programmieren. Als Feedback bekommt Comspace jedes Jahr die Rückmeldung, dass die Mädchen es gar nicht so langweilig finden, wie sie vorab dachten. Mareike Lissek vermutet, dass viele Mädchen ein falsches Verständnis von technischen Berufen haben. Sie denken, dass sie nur vor dem Computer sitzen und sich zum Nerd entwickeln werden. Aktionen wie der Girls'Day können Vorurteile abbauen. Des Weiteren beteiligt sich Comspace beim Mentoring-Projekt „Girls for IT“ und in einem eigenen Female Professional Netzwerk. In Stellenanzeigen werden Frauen gezielt angesprochen. Ein Beispiel für eine weibliche Karriere bei Comspace ist der Aufstieg von der studentischen Hilfskraft zur Entwicklerin und weiter über die Teamleiterin zur Organisationsentwicklerin.

Im anschließenden World-Café wurden in zwei Gruppen die Themen Recruiting und Retention Management von Frauen in der IT weiter beleuchtet.

Um weibliche Fachkräfte zu halten (Retention Management) hat das Unternehmen flache Hierarchien. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben keine Positionen, sondern Rollen. Es gibt autarke Teams und einen täglichen 15-minütigen Wissensaustausch („ask me anything“). Flexibel sind die Wochenarbeitszeiten, die Kernarbeitszeiten, die Vertrauensarbeitszeit, der selbstorganisierte Urlaub in den Teams und die Home-Office-Regelungen. Es gibt individuelle Weiterbildungsangebote und ein berufsbegleitendes Studium kann ermöglicht werden.

Beim Thema Recruiting setzt Comspace auf die Formulierung und Ansprache auf Karriereseiten, auf Role Models im Unternehmen und auf die Ansprache von Quereinsteigerinnen. Außerdem nutzt das Unternehmen Kontakte zu Schulen und Hochschulen und versucht Netzwerke zu schaffen, indem es proaktiv anspricht.

Im World-Café fand der Austausch an zwei Stellwänden zu den Fragen „Wie können wir unsere Sichtbarkeit bei den weiblichen Fachkräften erhöhen und sie für uns gewinnen (Recruiting)?“ und „Welche weiteren Faktoren spielen eine Rolle bei der Bindung von weiblichen Fachkräften“

(Retention Management)?“ statt. Kritisch betrachtet wurde, dass das Unternehmen keine älteren Menschen anspricht und einen geringen Frauenanteil hat. Es wurde der Vorschlag gemacht, ob Vorstellungsgespräche nicht entfallen und stattdessen pauschal Frauen eingestellt werden könnten. Weitere Vorschläge waren Teilzeit-Vorstände, Frauenruheräume (z. B. zum Stillen), Anti-Bias-Trainings und Gehaltstransparenz. Ebenfalls vorstellbar fanden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine Einstellung nach Aktenlage, ohne zu wissen welches Geschlecht die oder der Bewerber/in hat.



Marvin Schuth, Dr. Prisca Brosi

Workshop 12:00 – 13:00 Uhr

Im Workshop „Attracting Students and Professionals – Karrierepräferenzen von Frauen und Männern in der IT“ präsentierten und diskutierten Marvin Schuth und Dr. Prisca Brosi von der TU München ihre Forschungsarbeiten zum Thema Employer Branding und Stereotype im Berufsfeld Technik. Sie zeigten die Wirkung karrierespezifischer Job- und Unternehmensmerkmale in Stellenausschreibungen auf das Bewerbungsverhalten von Frauen und Männern in der IT-Welt auf.



Beim Employer Branding ist es besonders wichtig, dass Unternehmen die richtigen Signale senden, da potentielle Bewerberinnen und Bewerber die Anzeigen beurteilen. Bisherige Studien¹⁴ weisen vermehrt auf die positive Wirkung geschlechtsspezifischer Jobmerkmale bei der Rekrutierung von Frauen in der IT hin. Die Bewerbungswahrscheinlichkeit von Studierenden, Männern wie Frauen, ist am höchsten, wenn das Unternehmen eine gute Work-Family-Balance bietet. Das Merkmal „Mentoren-Programme für Frauen“ ist für Frauen von größerer Bedeutung als für Männer – andere Merkmale wie „Gehalt und Zusatzleistungen“, „Herausforderung“ und „Karriereförderung und Aufstiegsmöglichkeit“ bewerten Frauen und Männer ungefähr gleich. Die erste Studie kommt also zu dem Schluss, dass sich IT-Studierende nicht hinsichtlich ihrer Präferenzen nach Geschlecht clustern lassen.

Eine zweite Studie beschäftigte sich mit Berufstätigen in der IT. Auch bei dieser Gruppe wird von den fünf zur Auswahl stehenden Merkmalen die Work-Family-Balance geschlechtsübergreifend als am wichtigsten betrachtet, die Mentoren-Programme für Frauen als am wenigsten bedeutend. Es konnten also keine signifikanten Unterschiede zwischen berufstätigen Männern und Frauen im IT-Bereich festgestellt werden.

Aus diesen Erkenntnissen lässt sich schlussfolgern, dass Unternehmen einen besonderen Wert auf eine familienfreundliche Kultur legen sollten. Karrierebezogene Merkmale wie Herausforderung, Karriereförderung und Aufstiegsmöglichkeiten sowie Gehalt und Zusatzleistungen sollten in ihren HR-Aktivitäten hervorgehoben werden. Wenn Unternehmen spezielle Mentoren-Förderprogramme für Frauen nutzen, sollten sie sich darüber bewusst sein, dass diese einen eher geringen Effekt haben. Besonders wichtig ist es, dass die Recruitingaktivität in ein ganzheitliches Employer Branding überführt werden.

14 Quellen siehe Präsentation: <http://gender-wissen-informatik.de/content/download/980/file/20180928-GEWINN-Fachtag-Schuth-Brosi.pdf>

Jobmerkmale sind allerdings nicht die einzige Quelle von Geschlechtsunterschieden im Recruiting. Von Bedeutung sind auch spezifische Charakteristika: Stehen Attribute wie Durchsetzungsstärke und Entscheidungsfreude im Vordergrund oder geht es eher um Teamorientierung und den sozialen Austausch? Wird eine spezifische Ansprache wie Geschäftsführerin/ Geschäftsführer anstatt Geschäftsführer (m/w) gewählt, und werden spezifische Quellen genutzt, da ITlerinnen sich unter Umständen über andere Netzwerke finden lassen als ITler?



Im weiteren Verlauf des Workshops wurde mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Frage diskutiert: „Wie sollte die ideale Jobanzeige aussehen?“. Es wurden praktische Tipps ausgetauscht, worauf bei der gendersensiblen oder genderneutralen Ansprache geachtet werden sollte. Es wurden Themen wie Work-Life-Balance vs. Work-Family-Balance, Motivationen für Männer und Frauen im Beruf und die Verbindung zwischen der Sinnhaftigkeit des Berufs und der Dropout-Rate angesprochen.



PERSONALSTRATEGIEN IN ZEITEN DES DIGITALEN WANDELS UND IT-FACHKRÄFTEMANGELS

Karl-Heinz Reitz, Katja Könnecke

Workshop 12.00 – 13:00 Uhr



Zum Einstieg zeigen Karl-Heinz Reitz und Katja Könnecke den Film „Always #LikAgirl“¹⁵. Der Film löste bei Karl-Heinz Reitz eine Betroffenheit aus und führte ihn zu der Frage, wie eine Führungskraft und Unternehmen insgesamt auf diese offensichtlich tief in der Gesellschaft verankerten Vorurteile reagieren und wie diese positiv verändert werden können. Mit welchen Personalstrategien kann die Computacenter AG diese Vorurteile offensiv angehen und Einfluss auf die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nehmen?

Karl-Heinz Reitz stellte zunächst die Computacenter AG vor. Das Unternehmen ist ein großer Arbeitgeber mit mehr als 7.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Deutschland und 17.000 weltweit. Der Umsatz beträgt fast zwei Milliarden Euro. Im Rahmen des Workshops sollte es sowohl um Diversität, Agilität und digitales Arbeiten als auch um die Rolle der Personalabteilung gehen.

Bei den Themen Agilität und Diversität ist es wichtig, vor allem bei Menschen in der IT-Branche ein Bewusstsein für Veränderung zu schaffen. Über die klassischen Buzzwords hinaus muss die Frage gestellt werden „Was heißt das für uns?“.

Zu postulieren, dass Agilität und Diversität die Effizienz und den Output eines Unternehmens alleine erhöhen, reicht nicht aus. Es sollte gefragt werden, wie damit im Unternehmen ein Mehrwert geschaffen werden kann. Bei diesen Themen geht es auch um eine veränderte Kultur, die nicht so einfach zu managen ist. Die Durchführung eines Workshops allein reicht da nicht aus, vielmehr müsse an den Rahmenbedingungen gearbeitet werden.

Karl-Heinz Reitz erklärte an dieser Stelle das „Trafo Modell“ der „HR Pioneers“¹⁶, bei dem es um die Akzeptanz von neuen Paradigmen geht. Es enthält sechs Dimensionen: Strategie, Struktur, Prozess, Führung, HR und Kultur und fünf Transformationsebenen auf dem Weg von klassischen zum agilen Unternehmen. Top-Down-Strategien haben ausgedient, stattdessen muss der Fokus auf das, was die Menschen wirklich beschäftigt, gesetzt werden. Es gilt, an deren Problemen anzusetzen und gemeinsam Lösungen zu finden. Bei der Dimension „Struktur“ geht um eine veränderte Sichtweise auf die Organisation: Statt klassischem Linienmodell erhält die Organisation eher eine Netzwerkstruktur, wobei das je nach Kontext abgewogen werden muss.

Wird eine Kultur des Wandels gewünscht, müssen dafür Möglichkeiten geschaffen werden. Die Rolle der Führungskraft ist dabei, das Team dabei zu unterstützen, einen guten Job zu machen.

¹⁵ <https://youtu.be/XjJQBjWYDTs>

¹⁶ siehe Präsentation S. 7: <http://gender-wissen-informatik.de/content/download/981/file/20180928-GEWINN-Fachtag-Workshop-Computacenter.pdf>

Drei Wahrheiten sind zu beachten: Zu glauben, dass Menschen sich gerne verändern, sei eine Illusion. Sie bleiben eher im vertrauten Kontext, in dem sie die Risiken abschätzen können. Ebenso sei der Gedanke, es gäbe eine perfekte Lösung, die nur noch ausgerollt werden müsse, eine Fehleinschätzung. Kommunikation ist hierbei extrem wichtig, allerdings ist die Steuerung nicht allein damit vernünftig möglich.

Diversität ist ein Aspekt, der einen attraktiven und nachhaltig erfolgreichen Arbeitgeber ausmacht. Karl-Heinz Reitz präsentierte an dieser Stelle eine aktuelle Studie aus dem „Harvard Business Review“¹⁷, die zeigt, dass es den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nicht nur um das reine Geldverdienen im Job geht. Natürlich ist ein Gehalt nötig, um die Familie zu ernähren und um den eigenen Lebensweg zu gestalten. Doch die Bereiche „Career“, „Community“ und „Cause“ sind eher motivierend für die Menschen. Daher ist es wichtig, diese Dinge im Unternehmen abzubilden.

„Career“ bedeutet, den eigenen Job mit einer gewissen Autonomie ausführen zu können, die eigenen Stärken einbringen und sich kontinuierlich weiterentwickeln zu können. „Community“ – dieser Aspekt wird häufig unterschätzt – bedeutet, respektiert zu werden und sich zugehörig zu fühlen. Emotionen werden im Business-Kontext gerne ausgeblendet, weil sie als kontraproduktiv angesehen werden. Doch Unternehmen sollten die „Community“ so gut und authentisch wie möglich berücksichtigen. „Cause“ heißt, in der eigenen Aufgabe einen Sinn zu sehen. Es sollte einen Einfluss haben, was jemand tut und wie es getan wird und es sollte nicht egal sein, ob es gemacht wird oder nicht. Den Cause in einer Organisation zu finden und herauszuarbeiten, ist eine der wichtigsten Aufgaben einer Führungskraft.

Im Folgenden zeigte Karl-Heinz Reitz die „New People Agenda“ der Computacenter AG¹⁸. Um attraktiv zu sein, müssen Arbeitgeber sich positionieren und herausstellen, was sie ausmacht. Dies muss im Einklang mit dem tatsächlichen Handeln stehen. Die Menschen müssen wiedererkennen, was versprochen wurde. Dazu gehört die Performance Culture – eine Führungskultur, die Diversität fördert und die es auch schafft, Diversität in Wertschöpfung zu übersetzen.

In seinem Fazit betonte Karl-Heinz Reitz, dass es einerseits automatisierte, nutzer/innen-zentrierte Prozesse, die Probleme lösen können, braucht, und andererseits Organisationen, die sich durch Flexibilität, Agilität und Offenheit auszeichnen.

Anschließend stellte Katja Könnecke die Initiative „Women@Work“ der Computacenter AG vor. Diese wurde 2016 mit Carolin di Lorenzi als „Women Representative“ gestartet. Bei ausschließlicher Betrachtung der Zahlen ist das Computacenter im Hinblick auf Diversität nicht besonders gut aufgestellt. Um hier Verbesserungen zu erwirken, wurde „Women@Work“ gestartet mit dem Anspruch, konkrete Ziele und Maßnahmen zu entwickeln.

Der Anteil von Frauen im Unternehmen ist gering: Aktuell beträgt er bei Neueinstellungen 15 % und bei der Besetzung von Führungspositionen 19 %. Bei derzeit 800 offenen Stellen der Computacenter AG ist das Ziel, den Frauenanteil auf 20 % zu erhöhen. Das ist sehr ehrgeizig, da

17 siehe Präsentation S. 14: <http://gender-wissen-informatik.de/content/download/981/file/20180928-GEWINN-Fachtag-Workshop-Computacenter.pdf>

18 siehe Präsentation S. 15: <http://gender-wissen-informatik.de/content/download/981/file/20180928-GEWINN-Fachtag-Workshop-Computacenter.pdf>



es schwierig ist, potentielle Bewerberinnen auf dem Markt zu finden und geeignete Formate zu entwickeln, um Frauen für das Unternehmen zu gewinnen.

„Women@Work“ ist auf drei Säulen aufgebaut: Die erste Säule steht für Marketing und Recruiting, bei der es darum geht, Frauen insgesamt für die IT zu begeistern. Zu diesem Zweck wurde ein Format mit Kolleginnen als Role Models aufgesetzt, womit verschiedene Lebens- und Karriereentwürfe intern und extern aufgezeigt werden können. Die Videos zielen darauf ab, transparent zu machen, welche Rollen es im Unternehmen gibt und wie Frauen sich einbringen können. Jede dieser Kolleginnen hat ihre ganz eigene Geschichte, die eine mit Kindern, die andere ohne. Dabei ist es wichtig, deutlich zu machen, dass es nicht diesen einen Karriereweg gibt, sondern ganz viele, um Identifikationsmöglichkeiten zu schaffen. Role Models sind bei der Ansprache von Frauen nicht mehr wegzudenken. „Mitarbeiter/innen werben Mitarbeiter/innen“ ist eine der erfolgreichsten Recruiting-Maßnahmen der Computacenter AG – die Kolleginnen und Kollegen werden zu Multiplikatoren.



Der Recruiting-Markt für Frauen ist eine Nische. Das Angebot an Messen wie die „herCareer“ oder die „Women&Work“ ist begrenzt. Die wenigen Formate, die angeboten werden, sollten Unternehmen nutzen. Darüber hinaus kann das FKI-Siegel (Frauen-Karriere-Index) beim Benchmarking mit anderen Unternehmen, die Frauenprojekte haben, helfen. Das Siegel eignet sich natürlich auch gut als Recruiting-Argument in der externen Kommunikation.

Die zweite Säule von „Women@Work“ zielt darauf ab, Mitarbeiterinnen für Führungsrollen zu qualifizieren. Seit Beginn der Initiative gibt es parallel ein Managementprogramm, das sich im ersten Jahr stark an Kandidatinnen orientierte, die von ihren Vorgesetzten für eine Weiterentwicklungsmaßnahme nominiert wurden. Mittlerweile können Frauen sich selbst nominieren bzw. bewerben. Um größtmögliche Heterogenität herzustellen, wurde gezielt geschaut, wer welche Methoden und Trainings benötigt, um sich für eine Führungsposition zu qualifizieren.

Katja Könnecke berichtete, dass Frauen sich stärker hinterfragen als Männer und die Eigeninitiative, sich aktiv für eine Führungsposition zu qualifizieren, deutlich geringer ausgeprägt ist als bei Männern. Neben den Methoden ist es genauso wichtig, sich innerhalb der Gruppe zu vernetzen und auszutauschen und sich eine Mentorin oder einen Mentor zu suchen. Um sich auch betriebsübergreifend bewerben zu können, muss die eigene Sichtbarkeit erhöht werden. Es geht dieser Initiative also auch darum, die Fühler auszustrecken und herauszufinden, mit wem eine Vernetzung sinnvoll ist, und wer außerhalb der eigenen Komfortzone begleitet werden kann. Eine Teilnehmerin aus dem Marketing könnte z. B. in einem anderen Bereich hospitieren.

Die dritte Säule steht für eine grundsätzliche Veränderung ganz unabhängig vom Unternehmen, denn es bleibt ein gesellschaftliches Thema. Es braucht generell mehr Absolventinnen in MINT-Fächern, damit es genügend Kandidatinnen am Markt gibt. Darüber hinaus gilt es, das Potential von Wiedereinsteigerinnen zu nutzen. Welche Möglichkeiten gibt es für Frauen, die mit Mitte Dreißig in Teilzeit in den Job zurückkehren wollen? Es gilt, über konkrete Angebote für bestimmte Zielgruppen nachzudenken.

Kultur beginnt schon beim Auswahlprozess. Dem Management muss vermittelt werden, was bei der Ansprache von Frauen zu beachten ist. Welche Fragen sind relevant und welche Informationen brauchen Bewerberinnen, um sich für das Unternehmen zu begeistern? Im Rahmen von „Women@Work“ wurden die Interviews bei Einstellungsgesprächen an die Zielgruppe Frauen angepasst und darauf geachtet, dass immer eine weibliche Kollegin bei Gesprächen anwesend ist.

Katja Könnecke verwies zudem auf das Format „Open House Computacenter“. Hierbei werden externe Sprecherinnen und Sprecher von anderen Unternehmen eingeladen, um sich auszutauschen. Ein Thema ist die Digitalisierung: Was hat das für Auswirkungen auf die Jobs? Was verändert sich? Was tut die Computacenter AG in diesem Zusammenhang? Es wird darauf geachtet, dass in gemischten Gruppen kommuniziert wird und dass auch das Management, das primär mit Männern besetzt ist, eingebunden ist.

Ein Beispiel für ein Traineeprogramm bei der Computacenter AG ist „Future Talents“. Pro Jahr werden ungefähr 100 Absolventinnen und Absolventen eingestellt. Es gibt eher technische Traineeprogramme, aber auch solche mit dem Schwerpunkt IT-Projektmanagement. Die Frauenquoten waren dabei bisher nicht besonders hoch. Um das zu ändern, wurden verschiedene Maßnahmen ergriffen: Über Frauenstudiengänge wurde der Kontakt zur Zielgruppe gesucht, um Karrieretrainings anzubieten und Fachvorträge zu halten. Auch Hochschulkooperationen und Exkursionen sind Mittel, um zu zeigen, was in der Wirtschaft möglich ist und was sich hinter bestimmten Trendthemen versteckt.

Darüber hinaus werden bereichsübergreifende Konferenzen mit sogenannten „Break Out Sessions“ durchgeführt. 300 bis 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter treffen sich an ein bis zwei Tagen und beschäftigen sich mit einem Fachthema. Auch dort ist das Projekt „Women@Work“ präsent.



PRESENT YOURSELF _ ALLES VON INHALTLICHER KONZEPTION BIS ZUR TATSÄCHLICHEN PRÄSENTATION VON FACHTHEMEN & DER PRÄSENTATION DER EIGENEN PERSÖNLICHKEIT.....

Gabi Herzog

Workshop 14:00 – 15:00 Uhr



Gabi Herzog leitete ihren Workshop mit einem Tipp ein: Um beim Präsentieren häufiges Aussprechen von „Ähm“ oder ähnlichem zu vermeiden, kann die Sprachmemo-Funktion des Smartphones genutzt werden. Dafür muss der Vortrag aufgeteilt und aufgenommen werden. Beim späteren Abhören des Vortrags wird das „Ähm“ so sehr stören, dass beim nächsten Vortrag automatisch stärker darauf geachtet wird, es zu vermeiden. Ein weiteres Instrument ist die „emphatische Pause“: Als Redner/in ein kurzes Schweigen einfügen, „21 – 22“ denken und dann weitersprechen. Sie verleiht dem Gesagten Struktur und Gewicht, Gesagtes wird besser aufgenommen, das Tempo reguliert.

Häufige Probleme bei Bewerbungen sind Stellenausschreibungen, die zu umfangreich oder unverständlich verfasst sind. Zudem kennen Personalerinnen und Personaler die ausgeschriebenen Stellen nicht bis in die Tiefe oder wissen nicht, wie sie mit Bewerberinnen und Bewerbern der Generationen X und Y umgehen sollen. Sie sind unsicher. An dieser Stelle öffnete Gabi Herzog den Dialog und bat das Publikum um Fragen.

Die erste Frage war: „Wie mache ich meinen Lebenslauf interessant“? Eine Möglichkeit ist, sich an amerikanischen Lebensläufen zu orientieren und Aufzählungszeichen zu verwenden. Zur Vorbereitung auf ein Vorstellungsgespräch kann hilfreich sein, sich vorzustellen, im Vertrieb zu arbeiten und sich selbst verkaufen zu wollen. Da das Kreativzentrum bis zu 20 Minuten braucht, um produktiv zu arbeiten, können stimulierende Tätigkeiten wie z. B. Schwimmen oder Videos gucken nützlich sein. Input von Freundinnen und Freunden kann wertvoll sein. Bei der Vorbereitung des Pitches können unterschiedliche „Geschmacksarten“ verfasst werden, die je nach Gelegenheit eingesetzt werden können.

Ein häufiges Problem von Frauen ist, dass sie sich klein machen und zu viele Informationen liefern. Dabei sollte die „Kraft der Pause“ nicht unterschätzt werden: „Klappe halten, Blick halten“. Dieser Tipp ist auch in Gehaltsverhandlungen wirkungsvoll.

Ein internationales Grossunternehmen muss anders angesprochen werden als ein nationales mittelständisches. Im Lebenslauf bzw. im Anschreiben sollten Formulierungen wie „enorm ehrgeizig“ immer in einen Kontext gesetzt werden, z. B. „XY hat internationale Projekte ehrgeizig durchgeführt“. Eine Teilnehmerin, die selbst Personalerin ist, gab allerdings den Tipp, dem Lebenslauf nicht allzu viel Bedeutung beizumessen.

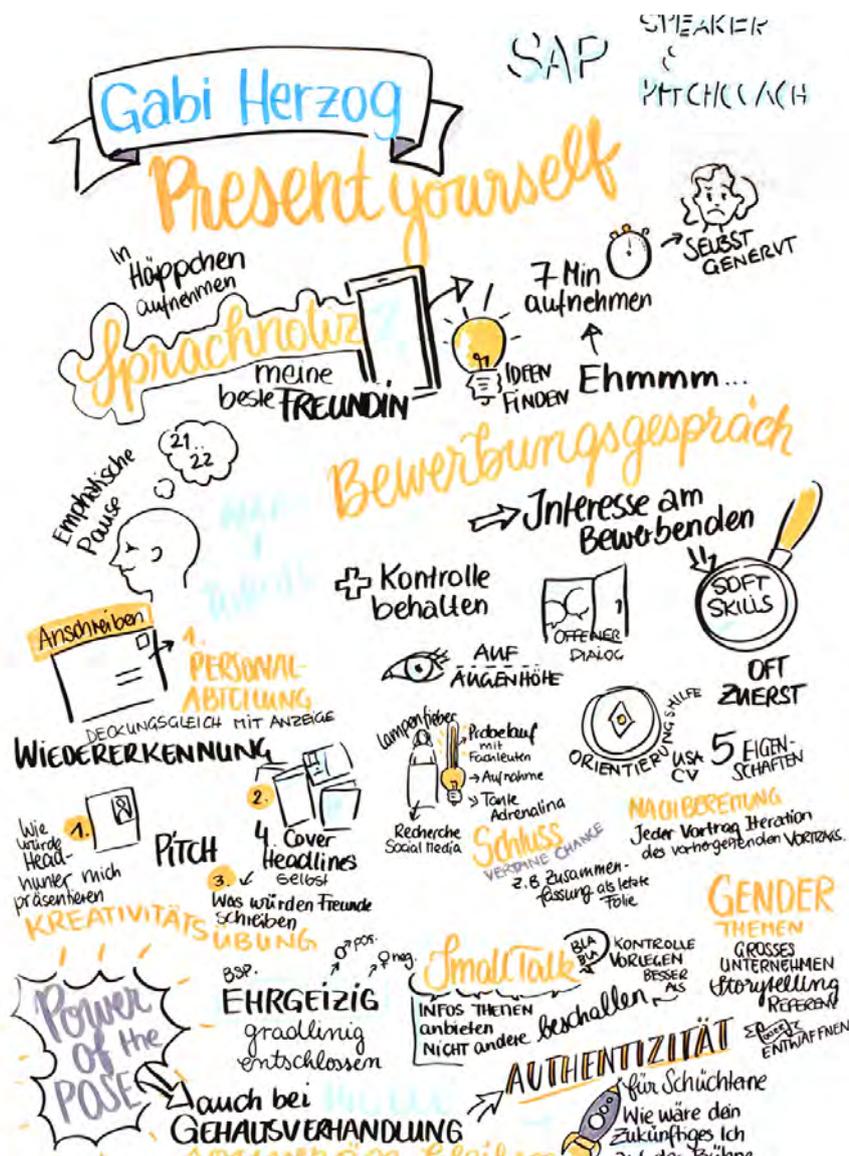
Authentizität ist zwar gut, bei sehr schüchternen Personen in Präsentationssituationen aber

nicht zu empfehlen. Die Vortragenden sollten sich fragen: „Wie wärest du gerne zukünftig auf der Bühne?“ und ihr Verhalten daran orientieren.

Eine weitere Frage während des Workshops bezog sich darauf, wie Smalltalk gelernt werden kann. Wer morgens die wichtigsten Headlines in den Medien liest, kann dazu eine intelligente Bemerkung machen und dann mit einer Frage den Ball an die/den Gesprächspartner/in übergeben. Wer die Vorlage gibt, minimiert die Gefahr, in einem Smalltalk über Themen gefangen zu sein, die nicht dem eigenen Interesse entsprechen.

Um Lampenfieber und hohen Erwartungsdruck in den Griff zu bekommen, sollten die Vortragenden ihr Publikum kennen. Das kann z. B. mithilfe einer Recherche in sozialen Netzwerken umgesetzt werden. Fachleute, vor denen der Vortrag geübt wird, können eine Rückmeldung geben, ob es an bestimmten Stellen langweilig wirkt oder hakt. Lampenfieber und das damit verbundene Adrenalin sollte positiv betrachtet werden: Die Energie des Adrenalins sollte gut genutzt, aber immer kontrolliert werden.

Eine häufige Schwäche von Vorträgen ist der Schluss. Statt „Danke für die Aufmerksamkeit“ empfiehlt sich eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse. Vorträge sollten reflektiert und nachbereitet werden, denn jeder Vortrag ist eine Iteration des vorherigen. Es gilt also: Fragen aufschreiben und in die Präsentation einarbeiten.



MODELLPROJEKT REALLABOR - WIE UNTERNEHMEN PRAKTISCH VON GESCHLECHTERFORSCHUNG PROFITIEREN

Michael Ahmadi, Nadine Krüger, Corinna Beckmann

Workshop 14:00 – 15:00 Uhr

Im Workshop lieferten die Referent/innen Einblicke in die Reallabor-Forschung, welche ein wesentlicher Bestandteil des GEWINN-Projekts ist. Reallabore stellen eine wissenschaftliche Untersuchung von Unternehmen im Praxisbetrieb, also unter realen Bedingungen, dar¹⁹. Die Fachtage sollen den Reallaboren und den Forscher/innen dazu dienen, die Erkenntnisse aus der Forschungskollaboration zu präsentieren und neue Impulse von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zu erhalten.



Im Mittelpunkt dieses Workshops stand das für die Firma Blue Byte relevante Thema der Talentakquise. Hierfür hat das Unternehmen drei Stellenausschreibungen vorbereitet. Diese waren eingeteilt in „genderneutral“, „maskulin“ und „feminin“ und beinhalteten bewusst überzeichnete Genderstereotype hinsichtlich der Formulierungen und des Designs. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurden in drei Gruppen eingeteilt, wobei jede Gruppe eine Ausschreibung erhielt und zur Diskussion aufgefordert wurde, für welche Zielgruppe die entsprechende Ausschreibung augenscheinlich gedacht war. Auch sollte analysiert werden, inwiefern die Ausschreibungen problematisch hinsichtlich der Genderaspekte sind, und es sollten Vorschläge erarbeitet werden, wie die Anzeigen gendersensibler gestaltet werden könnten.

Die Ergebnisse wurden im Anschluss präsentiert, wobei sich die Beteiligten einig waren, dass sich die Geschlechter mitunter unterschiedlich angesprochen fühlen. Besonders wenn eine genderneutrale Ansprache gewünscht ist, sollten Unternehmen bewusst auf exkludierende Formulierungen und grafische Elemente achten.



19 siehe Dokumentation des ersten GEWINN-Fachtages: www.gender-wissen-informatik.de/Fachtage/Berlin/Dokumentation

FACHKRÄFTEMANGEL HAUSGEMACHT? BLINDE FLECKEN BEI DER PERSONALAUSWAHL

Simone Janson

Abschlussvortrag 15:15 – 15:30 Uhr

Simone Janson ist Autorin und Bloggerin. Sie betreibt den Multiautoren-Blog „Best of HR - Berufebilder.de“. Auf ihrem Blog wurde 2012 die Initiative „Wir sind VDI“ gegründet. Hintergrund war die Diskussion zum Thema Fachkräftemangel und zu den diesbezüglichen Statistiken des Vereins Deutscher Ingenieure, denen zufolge zukünftig ein großer Mangel an Fachkräften zu erwarten sei. Janson publizierte immer wieder über die vermeintliche Fachkräftelücke und wurde dazu 2014 in der ARD-Reportage „Der Arbeitsmarktreport - das Märchen vom Fachkräftemangel“ interviewt.

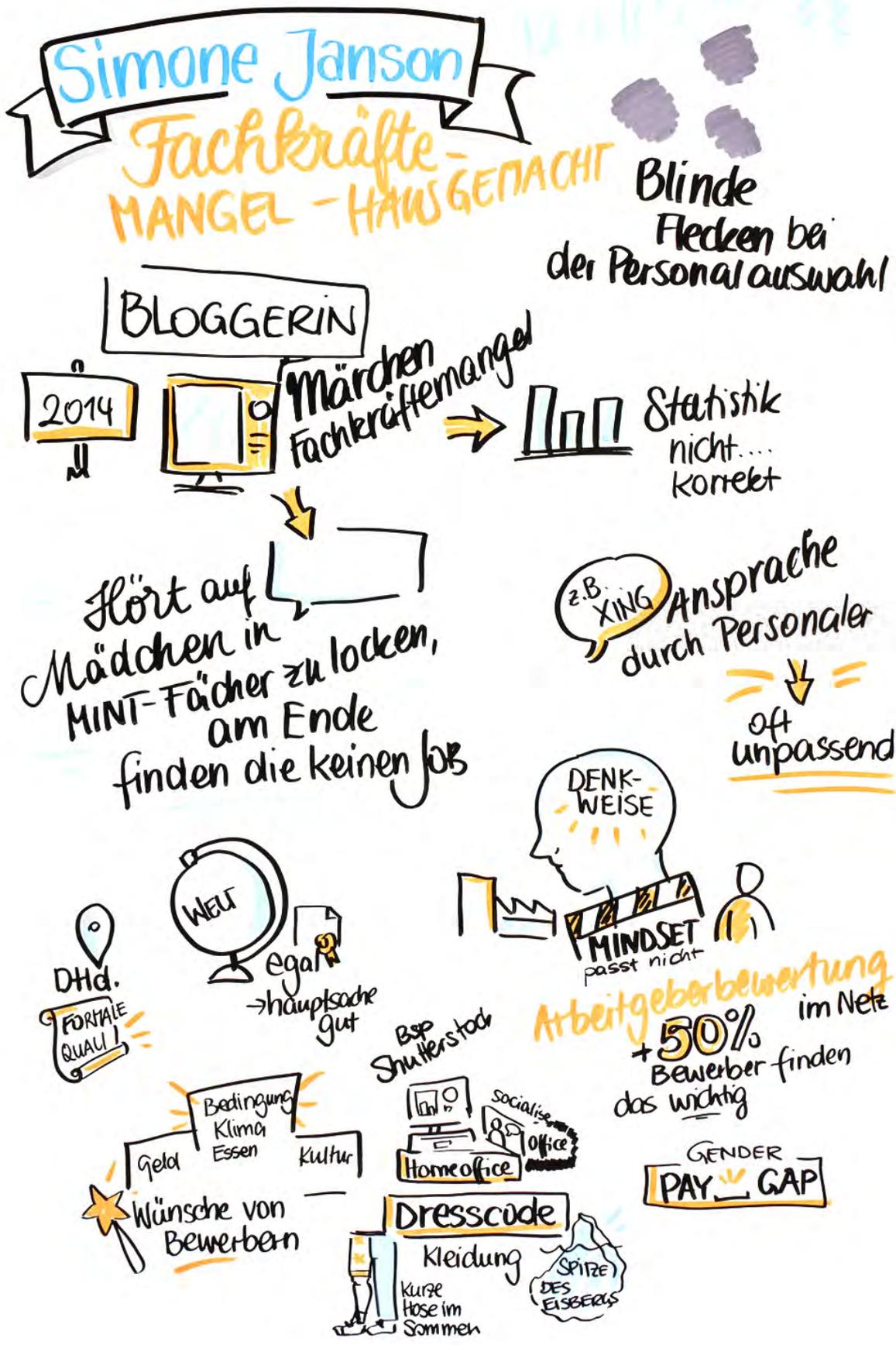
Ihr Abschlussvortrag hatte den Titel: „Fachkräftemangel hausgemacht? Blinde Flecken bei der Personalauswahl“. Zu Beginn stellte sie Rechercheergebnisse und Erfahrungen über die Gründe vor, warum so viele Fachkräfte in IT-Berufen fehlen. Es mangelt an der geeigneten Ansprache von potentiellen Fachkräften, denn oft haben Personalabteilungen blinde Flecken und sehen nicht, was sie selbst dazu beitragen können, den Mangel zu überwinden. Viele IT-Fachkräfte sind genervt, weil sie zu viele uninteressante Anfragen erhalten oder unpassend und standardisiert angesprochen werden.

Spitzenkräfte werden oft übersehen, da Titel und Zertifikate im Vordergrund stehen. Fortbildungen durch Online-Kurse in Eigenregie werden von vielen Personalerinnen und Personalern nicht wahrgenommen. Alternative Bildungswege und Programmiererfahrung sollten gleichwertig zum Studienabschluss oder zur formalen Ausbildung angesehen werden. Arbeitgeber sind häufig nicht bereit, Quereinsteigerinnen und Quereinsteiger einzustellen und in deren Weiterbildung zu investieren.

Wichtig für Unternehmen müsste sein, sich mehr darauf auszurichten, was die Bewerberinnen und Bewerber abseits von Gehalt und Sachleistungen wollen: Gute Arbeitsbedingungen und eine gute Firmenkultur sind ebenso wichtig. Bewerberinnen und Bewerber wünschen sich, dass die/der Arbeitgeber/in mehr für Weiterbildung und Karriere tut. Gewünscht sind ebenfalls flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit, im Home-Office zu arbeiten. Arbeitgeber sollten realisieren, wie wichtig Work-Life-Balance heutzutage ist und dass das digitale Büro vielfältige Möglichkeiten zur Vereinfachung der Arbeitsorganisation bietet.

Eine Veränderung der Unternehmenskultur betrifft auch den Bereich „Dresscode“. Gute Programmierinnen und Programmierer müssen keine Business-Kleidung tragen. Die kulturellen Unterschiede zwischen ITler/innen und Personaler/innen sind oft zu groß. Janson deutet auch auf Diskriminierung im Recruiting hin: Überall wird von Diversität gesprochen, in der Realität gibt es aber nach wie vor Diskriminierung, zum Beispiel aufgrund von Herkunft oder Geschlecht.





PODIUMSDISKUSSION UND ABSCHLUSS

Simone Janson, Prof. Dr. Daniela S. Eisele-Wijnbergen, Prof. Dr. Heike Wiesner, Prof. Dr. Karin Vosseberg

Diskussion 15:30 – 16:20 Uhr

Abgerundet wurde der Fachtag durch eine Podiumsdiskussion, die zentrale Punkte des Fachtags zusammenfasste. Karin Vosseberg betonte, dass Unternehmen sich verändern und auf Work-Life-Balance achten müssen. Daniela S. Eisele-Wijnbergen ergänzte, dass auch Firmen im ländlichen Raum Diversität berücksichtigen müssen.

Zu der Frage, wie das geschlechtergerechte Recruiting gestaltet werden kann, empfahl Karin Vosseberg, die Wortwahl zu überdenken, sodass Frauen nicht als Ressource wie Geld oder Technik gelten. Es muss betont werden, dass sie etwas beitragen können. Heike Wiesner hielt interdisziplinäre Angebote an Schulen und Hochschulen für sinnvoll. Am MIT, wo interdisziplinär gearbeitet wird, verwischt die Grenze zwischen Geistes- und Naturwissenschaft. Es ist außerdem zentral, dass sich die Kultur der Institution verändert, da sonst der Effekt des geschlechtergerechten Recruitings verpufft.

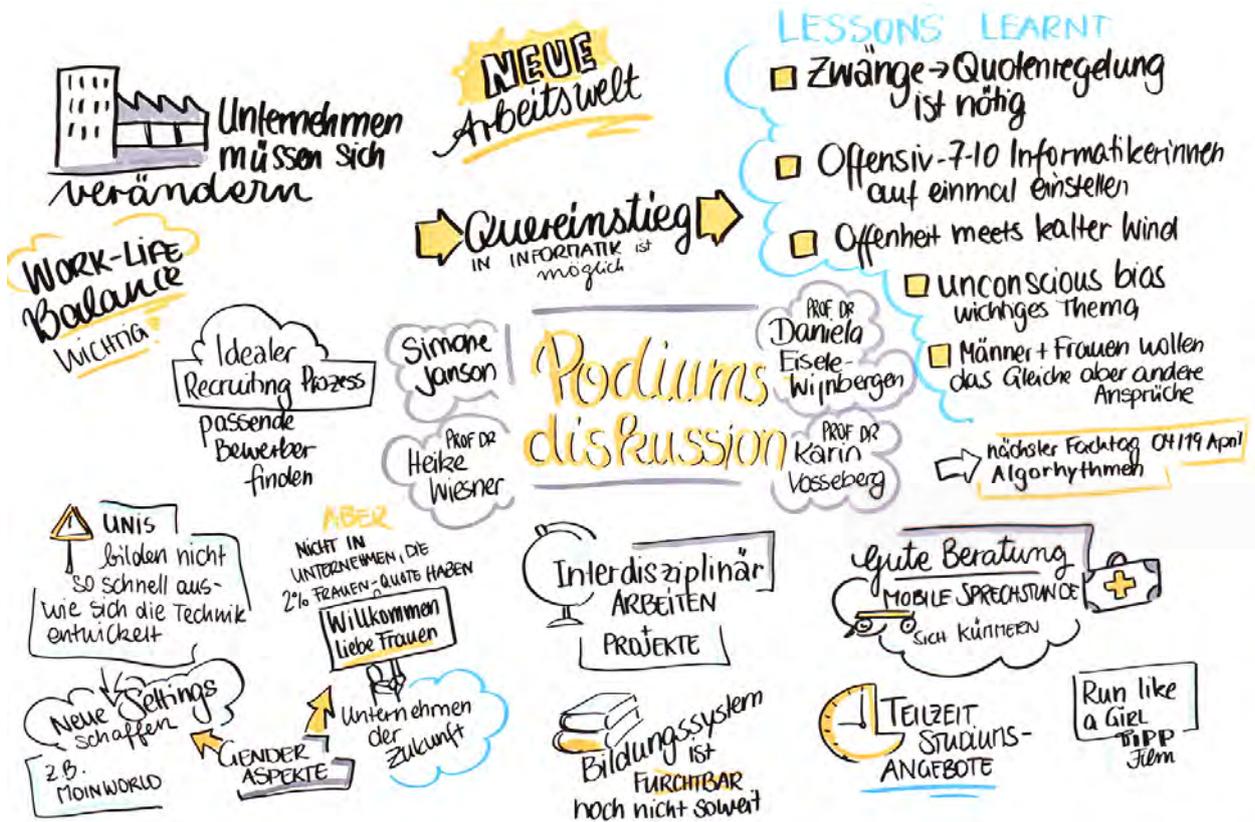


Zum Abschluss nannten die Diskussionsteilnehmerinnen ihre „Lessons Learned“ des Fachtags. Daniela S. Eisele-Wijnbergen zeigte sich besonders beeindruckt von dem Film „Always #LikAgirl“, den Karl-Heinz Reitz und Katja Könnecke im Rahmen ihres Vortrags gezeigt hatten. Er zeigt, wie



stark Stereotype wirken. Simone Janson sah besonders die Notwendigkeit, dass sich kulturell vieles ändert. Es braucht Quotenregelungen und Vorbilder. Heike Wiesner knüpfte daran an und forderte einen Wandel in den Unternehmenskulturen, wenn mehr Frauen eingestellt werden. Um diesen einfacher zu gestalten, kann abteilungsweise vorgegangen werden. Karin Vosseberg resümierte, dass Unternehmen prinzipiell offen sind, was das Thema Frauen und IT angeht. Dennoch weht ein kalter Wind und es muss noch viele Wellen geben.

Zum Abschluss bedankte sich Nicola Marsden bei allen Referentinnen und Referenten sowie bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern und wies auf den nächsten GEWINN-Fachtag am 25. April 2019 in München hin.



TANJA WOLFRUM SKETCHNOTING LIVES

KONTAKTLISTE DER REFERENT/INNEN

A

Michael Ahmadi
Universität Siegen
Wirtschaftsinformatik & Neue Medien
Kohlbettstr. 15
52072 Siegen
E-Mail: michael.ahmadi@uni-siegen.de
URL: www.wineme.uni-siegen.de/team/ahmadi

B

Corinna Beckmann
Ubisoft Blue Byte GmbH
Studio Mainz
Römerpassage 1
55116 Mainz
Tel.: +496131 55 44 70
Fax: +496131 5 54 47 29
E-Mail: corinna.beckmann@ubisoft.com
URL: www.bluebyte.com

E

Prof. Dr. Daniela S. Eisele-Wijnbergen
HSBA Hamburg School of Business Administration
Professor of Human Resource Management
Department of Strategy & Leadership
Alter Wall 38
20457 Hamburg
Tel.: +49172 76 83 97
E-Mail: daniela.eisele-wijnbergen@hsba.de
URL: www.hsba.de www.facebook.com/hsba.hamburg

H

Carla Hensdiek
comspace GmbH & Co. KG
Elsa-Brändström-Straße 2-4
33602 Bielefeld
Tel.: +49521 98 64 70
E-Mail: carla.hensdiek@comspace.de
URL: www.comspace.de

Gabi Herzog
Speaker & Pitch Coach
E-Mail: mrs.gabi.herzog@sap.com
URL: www.linkedin.com/in/gabi-herzog

J

Simone Janson
Berufebilder.de
Benzenbergstraße 1a
40219 Düsseldorf
Fax: 0180 5 02 02 25 21 22
E-Mail: redaktion@berufebilder.de
URL: www.berufebilder.de

K

Katja Könnecke
Computacenter AG & Co. oHG
Europaring 34-40
50170 Kerpen
Tel.: +492273 59 70
Fax: +492273 5 97 13 00
E-Mail: communications.germany@computacenter.com
URL: www.computacenter.com

Nadine Krüger
Ubisoft Blue Byte GmbH
Studio Mainz
Römerpassage 1
55116 Mainz
Tel.: +496131 55 44 70
Fax: +496131 5 54 47 29
E-Mail: studio-mainz@bluebyte.de
URL: www.bluebyte.com

L

Mareike Lissek
comspace GmbH & Co. KG
Elsa-Brändström-Straße 2-4
33602 Bielefeld
Tel.: +49521 98 64 70
E-Mail: mareike.lissek@comspace.de
URL: www.comspace.de

M

Prof. Dr. Nicola Marsden
Hochschule Heilbronn
Max-Planck-Str. 39
74081 Heilbronn
E-Mail: nicola.marsden@hs-heilbronn.de
URL: www.hs-heilbronn.de/nicola.marsden



R

Karl-Heinz Reitz
Computacenter AG & Co. oHG
Europaring 34-40
50170 Kerpen
Tel.: +492273 59 70
Fax: +492273 5 97 13 00
E-Mail: communications.germany@computacenter.com
URL: www.computacenter.com

S

Anja Schumann
moinworld e. V.
Mundsburger Damm 26b
22087 Hamburg
Tel.: +49176 21 46 64 73
E-Mail: anja@moinworld.de
URL: www.moinworld.de

Marvin Schuth
Technical University of Munich
TUM School of Management
Arcisstrasse 21
80333 München
E-Mail: marvin.schuth@tum.de
URL: www.strategy.wi.tum.de

V

Prof. Dr. Karin Vosseberg
Hochschule Bremerhaven
Rektorat
An der Karlstadt 8
27568 Bremerhaven
Tel.: +49471 4 82 31 01
E-Mail: konrektorin1@hs-bremerhaven.de
URL: www.hs-bremerhaven.de/organisation/personen/personenverzeichnis/prof-dr-karin-vosseberg-dipl-inform/

W

Prof. Dr. Heike Wiesner
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR
Berlin)
Fachbereich 1
Studiengang Wirtschaftsinformatik
Badensche Straße 50-51
10825 Berlin
Tel.: +49160 92 12 27 59
E-Mail: wiesner@hwr-berlin.de
URL: www.hwr-berlin.de/service/personen/kontakt/966/



GEWINN

GENDER // WISSEN // INFORMATIK // NETZWERK

Ubiquitous Computing

Agile Methoden und Gleichstellung der

Geschlechter Gender und VUCA (Volatility, Uncertainty,

Complexity, Ambiguity) Organisationskulturen in der IT **De-Gendering IT**

DevOps und Gender **Experience Design** Geschlecht & HCI Gender und

Diversity in der Informatik Gender-Ansätze in IT-Projekten **Genderspezifische**

Aspekte von IT-Aneignung und -Nutzung Gendersensible

Gestaltung von Curricula und IT-Trainings **organisationales Umfeld in der IT**

und Gender Gender als Faktor bei Berufs- und Karriereentscheidungen Individuelle

Möglichkeiten des Umgangs mit Geschlechterungerechtigkeit in der IT

Gendersensibles IT-Design

WWW.GENDER-WISSEN-INFORMATIK.DE

INFO@GENDER-WISSEN-INFORMATIK.DE