



GEWINN

GENDER // WISSEN // INFORMATIK // NETZWERK

FACHTAG ORGANISATIONSKULTUREN IN DER IT

16.05.18 | HEILBRONN



DOKUMENTATION

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, Claudia Herling | Hochschule Heilbronn

Michael Ahmadi, Anne Weibert | Universität Siegen

Gestaltung

Die Lutterlotsen | www.lutterlotsen.de

Fotos

Titel: © kompetenzz., Clara Renner | clararenner.com

Innentitel: Jürgen Häffner | juergen-haeffner.de

Sketchnotes

Tanja Wehr | 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

BEGRÜSSUNG	4
AMBIVALENTE BERUFS-UND GESCHLECHTERVORSTELLUNGEN JUNGER SOFTWAREENTWICKLER/INNEN.....	8
INTERVENTIONS FOR WOMEN IN TECH.....	10
WOMEN@BECHTLE: FINDEN STATT SUCHEN.....	16
DIE NÄCHSTE DIMENSION DER ZUSAMMENARBEIT – VIRTUELLE REALITÄT UND GENDER.....	18
VERNETZUNGSMÖGLICHKEITEN VON FRAUEN IN DER IT	21
MODELLPROJEKT REALLABOR: WIE UNTERNEHMEN PRAKTISCH VON GESCHLECHTERFORSCHUNG PROFITIEREN	25
DESIGN THINKING: AUSWIRKUNGEN INNOVATIVER METHODEN AUF GENDERFAKTOREN IN DER IT	28
KONTAKTLISTE DER REFERENT/INNEN	30



Prof. Dr. Nicola Marsden (Hochschule Heilbronn)

Vortrag 9:30 – 9:45 Uhr



Die Rolle von Frauen in Unternehmen zu stärken ist eins der übergeordneten Ziele der BMBF-Förderlinie „Strategien zur Durchsetzung von Chancengleichheit für Frauen in Bildung und Forschung“ („Erfolg mit MINT – Neue Chancen für Frauen“), in der das Projekt Gender. Wissen. Informatik. Netzwerk (GEWINN) angesiedelt ist, so Nicola Marsden in ihrem Eröffnungsvortrag. Zielgruppe sind daher weibliche Young Professionals in IT-Forschung und -Praxis sowie Verantwortliche aus Unternehmen und Organisationen, die eingeladen sind, sich über Geschlechterforschung, ihre Auswirkung auf die Praxis und umgekehrt auszutauschen.

Zwei Gründe sprechen dafür: zum einen geht der Fortschritt nur langsam voran, Frauen für die IT-Branche zu gewinnen und in ihr zu halten. Dabei wird eher auf Defizite und Verluste fokussiert und es wird versucht, die Frauen zu „korrigieren“. Zum anderen erhöht die digitale Transformation die Bedeutung von Geschlecht in erheblichem Maße. Gender und IT betrifft nicht mehr nur technische Artefakte, bestimmte Unternehmen oder Benutzergruppen, sondern einfach alles.

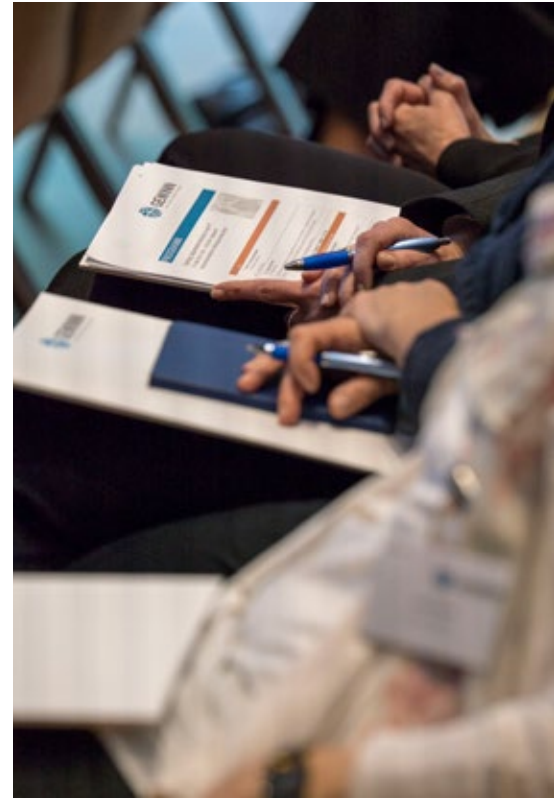
Geschlechtergerechtigkeit ist wichtig, darin sind sich alle einig. Fokussiert wird in der Praxis auf den Fachkräftemangel und dass sich durch die Erhöhung des Frauenanteils die Situation für alle ändert. Auch geht es um Unterstützung und Förderung von Frauen. In der Forschung hingegen wird darauf hingewiesen, dass die Förderung von Frauen impliziert, diese seien defizitär und müssen an Erwartungshaltungen angepasst werden. Funktioniert die Anpassung nicht, wird gerne betont, dass die Frauen ja eigentlich gar nicht wollen. Daher wird hier geschaut, dass die Organisationen und Prozesse anzupassen sind.

Hierbei benennt Nicola Marsden zwei Teufelskreise, die zum einen auf der Ebene der Organisation und zum anderen auf der des Individuums erkennbar sind. Das System der Organisation reproduziert sich permanent selbst und erklärt die Homogenität statt Vielfalt zur Norm, für die die Frauen erst „passend gemacht“ werden müssen. Die Frauen selbst wiederum versuchen sich diesen systematischen Erwartungshaltungen anzupassen anstatt eigene Impulse, Fähigkeiten, Sicht- und Arbeitsweisen einzubringen. Dies führt eher zu Konformität statt einer Potenzialentfaltung¹. Diese Dynamiken können in der Forschung sehr gut beschrieben werden und deutlich machen, dass „Fixing The Women“ nicht die Lösung sein kann. Im Praxisalltag und operativer Hektik allerdings ist Anpassung erfolversprechender auch wenn dadurch Stereotype reifiziert werden.

¹ <https://digitaletanzformation.wordpress.com/2018/04/27/die-zwei-teufelskreise-der-frauenfoerderung/>

Es ist vor allem deshalb schwierig, gegen Diskriminierung vorzugehen, da Stereotype den handelnden Personen meist nicht bewusst sind. Selbst ohne negative Haltung kann diskriminierendes Verhalten an den Tag gelegt werden, was niemand möchte. Die Metapher des Eisbergs, die häufig für Kulturen und insbesondere auch Organisationskulturen genutzt wird, zeigt, dass nur der sichtbare Teil des Eisbergs bewusst ist, der deutlich größere Teil, der unter der Wasseroberfläche liegt, unsichtbar ist. Das Unsichtbare bzw. Unbewusste aber bestimmt, was oberhalb der Wasseroberfläche passiert: Werthaltungen, Erwartungen, Einstellungen und Bezugssysteme beeinflussen die Wahrnehmung und das Verhalten der Individuen, ohne dass ihnen das bewusst ist.

Als Beispiel stellte Nicola Marsden die „Blind Auditions“ von US-Symphonie-Orchestern vor, die in den 70er und 80er Jahren zunehmend eingeführt wurden, um sicherzustellen, dass mit dem Auswahlverfahren wirklich die besten Orchestermitglieder ausgewählt werden und nicht auf Basis von Stereotypen entschieden wird². Für die Anhörungen spielten die Musikerinnen und Musiker hinter einem Vorhang, so dass nicht sichtbar war, welches Geschlecht oder welche Hautfarbe die Person hatte, die spielte. Zunächst gab es noch eine Präferenz für männliche Musiker – dieser verschwand jedoch als die Vorspielenden gebeten wurden, ihre Schuhe auszuziehen bzw. ein Teppich ausgelegt wurde: Das Geräusch der Absätze hatte das Publikum unbewusst beeinflusst. Das Ergebnis war erstaunlich: Aus dem Stand kamen nach dieser ersten Auswahlrunde 50 % Frauen auf Basis ihrer musikalischen Leistungen in die nächste Runde. An diesem Beispiel wird deutlich, dass die Überwindung von Vorurteilen nicht so einfach ist und dass „sich bemühen“ nicht unbedingt hilft. Das Beispiel zeigt auch, dass die Chancen von Frauen bei Einstellungsprozessen höher sind, wenn es keinerlei Hinweise auf das Geschlecht der Bewerberin gibt.



Auch wenn es um die Frage geht, wie eine Führungskraft aussieht, wird unbewusst das Bild einer imposanten physischen Erscheinung in den Köpfen hervorgerufen. Das Bild beeinflusst unbewusst das Verhalten, was wiederum eine Rückwirkung auf die Welt hat und dadurch Geschlechterstereotypen fortwährend reproduziert werden. Als weitere Beispiele führt Nicola Marsden aus, dass häufig das gleiche Verhalten unterschiedlich bewertet wird, je nachdem ob es von einer Frau oder einem Mann gezeigt wird.

Da Frauen qua impliziter Assoziation als weniger kompetent, ambitioniert und konkurrenzorientiert gelten, werden sie bei der Besetzung von Führungspositionen eher übersehen. Wenn sie diese für eine Führungsposition vermeintlich so wichtigen Eigenschaften aber zeigen, sich damit also als untypische Frauen präsentieren, werden sie jedoch auch negativ wahrgenommen. So entsteht ein Balanceakt. Die geschlechterstereotypischen Zuschreibungen können negative Rückwirkungen auf die Akzeptanz von weiblichen Vorgesetzten haben, behindern die paritätische Besetzung von Führungspositionen und haben insgesamt einen negativen Effekt auf die gesamte Karriereentwicklung von Frauen. Die Auswirkung von vergeschlechtlichten Stereotypen zeigen

² <https://www.theguardian.com/women-in-leadership/2013/oct/14/blind-auditions-orchestras-gender-bias>



sich auch für Männer: Wenn sie Care-Aufgaben übernehmen, werden sie als weniger kompetent eingeschätzt.

Im Anschluss an die inhaltlichen Ausführungen, die für den anstehenden Fachtag bereits erste Impulse für die Diskussion lieferte, stellte Nicola Marsden das Programm des Fachtags vor. Dabei wies sie darüber hinaus auf die im Foyer verfügbaren Exponate des Social-VR-Labs der Hochschule Heilbronn sowie des Makerspace FabLabs der Universität Siegen hin, und wünschte abschließend allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern spannende, neue Impulse und einen erfolgreichen Austausch miteinander.





Organisationskulturen in der IT

2 FACHTAG IT

Gewinn-Projekt

EISBERG

ZIEL

Austausch

Netzwerken

PRAXIS & WIRTSCHAFT

Begrüßung

HINTERGRUND

90er IT

PROF. DR

NICOLA Marsden

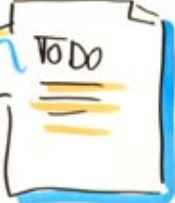
Hochschule Heilbronn

Millennium Sozialpsychologische Grundlagen Softwareentwicklung - engineering

REAL LABORE

UNI & DDB gemeinsam

Handlungsempfehlungen



FORSCHUNG

PRAXIS

mehr Frauen
Fachkräftemangel
FOKUS

FOKUS



schwieriger Organisation & Prozesse

Führungs-kräfte
5 cm größer



Stereotyp teilweise unbewusst



Wahrnehmung kann uns Streich spielen

BSP ORCHESTER

urspr. Männer pur

Vorspielen hinter Vorhang



ohne Schuhe!

SKETCHNOTELOVERS

GEWINN

Gemoder | Wissen | Informatik | Netzwerk



AMBIVALENTE BERUFS-UND GESCHLECHTERVORSTELLUNGEN JUNGER SOFTWAREENTWICKLER/INNEN

Dr. Bianca Prietl (TU Darmstadt)

Vortrag 9:45 – 10:45 Uhr



Das berufliche Selbstverständnis von Softwareentwicklerinnen und -entwicklern stand im Mittelpunkt des Vortrags von Bianca Prietl. Hierbei legte sie dar, wie fachlich-berufliche Orientierungen mit sozialen Geschlechterrollen verknüpft sind, um somit ihre Untersuchungen zu technikwissenschaftlichen Fachkulturen zu bereichern. Zur theoretischen Perspektive stellte sie das Paradigma der Ko-Konstruktion von Technik und Geschlecht nach Wajcman (2002) vor anhand der Technikartefakte Bohrmaschine und Handmixer, die jeweils männlich und weiblich konnotiert sind. Neben der materiellen Dimension werden Handlungs- und Wissensdimensionen ebenfalls angesprochen.

Das technikwissenschaftliche Wissen ist sozial konstruiert und von Geschlechtervorstellungen durchzogen, berufliche Orientierungen in den Technikwissenschaften und fachliches Selbstverständnis sind zwar variabel und flexibel aber mit Vorstellungen von Männlichkeit verbunden. So sind z. B. in Malaysia Studentinnen in technischen Bereichen häufig in der Überzahl. Damit ist das Verhältnis der Geschlechter in der IT dort ein anderes als in Deutschland. Dies verdeutlicht, dass die Kultur dabei eine Rolle spielt, ob jemand für ein Berufsbild geeignet erscheint oder nicht.

Im Folgenden stellte Bianca Prietl das empirische Design ihrer Befragung vor. Sie führte insgesamt acht qualitative Interviews (mit vier Frauen und vier Männern) durch und zwei Interviews mit Expertinnen. Die Abschlüsse der Befragten unterschieden sich nach berufsbildender Schule, Fachhochschule, Studium und berufsbegleitendem Studium. Sie entstammten einer breiten Palette an Unternehmen wie Start-Up, kleineres IT-Unternehmen und IT-Abteilung in einem größeren Konzern. Die Interviews enthielten drei Themenblöcke: Im ersten Themenblock wurden die Personen nach ihrem berufsbiographischen Werdegang, im zweiten nach ihrem Berufsalltag und ihren Berufsvorstellungen, im dritten nach ihrem Verhältnis zu Informatik und Geschlecht befragt. Die Analyse der Daten erfolgte anhand der Fragestellung: Wo und wie werden Geschlechter unterschieden und Deutungen von Geschlecht mit Berufsvorstellungen verbunden?

Ein Kernergebnis der Untersuchung von Bianca Prietl ist, dass sowohl die Berufs- als auch Geschlechtervorstellungen der jungen Entwicklerinnen und Entwickler von Software ambivalent sind. Anhand der vorgestellten wörtlichen Auszüge aus den Interviews und dem Fokus auf den Widersprüchen war dies deutlich erkennbar. Einerseits wird gesagt, dass der Berufsalltag technische und sozial-kommunikative Aspekte hat, andererseits wird das Berufsbild in der Vorstellung eng technizistisch beschrieben. Für die eigene Subjektkonstruktion bietet die Gleichsetzung des Technikers mit einem sozial schwachen Nerd eine Negativfolie. Es findet infolgedessen eine Konnotation Technik = männlich, Frauen = Soziales statt.

Die strukturelle Unterrepräsentanz von Frauen in der IT wird als Ausdruck ihres geringen Technikinteresses gedeutet. Da Frauen als sozial-interaktiv wahrgenommen werden im Gegensatz zu abstrakt-theoretisch, seien sie daher dann auch weniger technisch interessiert. Festzuhalten ist, dass zwar inhaltlich variable Ausprägungen von Berufsvorstellungen vorhanden sind, zugleich aber ein symbolischer Ausschluss von Frauen stattfindet.



Abschließend schlägt Bianca Prietl vor, dass die Berufsvorstellungen und ihre Verknüpfung mit Geschlechtervorstellungen reflektiert werden müssen, die Annahmen von Technik = männlich, Soziales = weiblich zur Disposition zu stellen sind und das Berufsbild der Softwareentwicklerin/ des Softwareentwicklers einem neuen beruflichen Selbstverständnis weicht. Hier führt sie die aktuelle Twitter-Kampagne #LookLikeAnEngineer als vorbildlich an.



Prof. Dr. Karen Holtzblatt (InContext Enterprises & WITops)

Workshop 11:15 – 12:45 Uhr



Wie müssen Rahmenbedingungen sein, damit Frauen, die in der IT-Branche tätig sind, dort auch bleiben, war Thema und Fragestellung im Workshop von Karen Holtzblatt. Karen Holtzblatt hat „contextual design“ mitentwickelt – eine der ersten und bekanntesten Methoden der nutzungszentrierten Gestaltung, die von Universitäten und Firmen weltweit eingesetzt wird. Schon immer hat sie sich auch dem Thema von Frauen in der IT gewidmet und hierfür vor einiger Zeit die Organisation WITops gegründet, die sich mit möglichen Interventionen beschäftigt, um die Situation für Frauen in der IT zu verbessern. Da Frauen zwar zunehmend für die Tech-Industrie gewonnen werden können, diese zugleich aber in steigendem Maße wieder verlassen, wollte Karen Holtzblatt verstehen, woran das liegt und daran etwas ändern. Dazu stellte sie potenzielle Interventionen vor, die von ihr und ihrem Team entwickelt wurden.

Bei dieser Arbeit stellte sie fest, dass möglicherweise die Frage falsch gestellt ist. Werden die Frauen befragt, warum sie die Branche verlassen haben, nennen sie entweder keine Gründe oder aber, weil sie mehr Zeit mit ihren Kindern verbringen wollten. Also wird die Frage andersherum formuliert: Warum bleiben die Frauen in der IT-Branche, wenn sie bleiben? Und: Verlassen sie das Tech-Unternehmen, wenn sie die dann identifizierten Rahmenbedingungen nicht vorfinden?

Ein Faktor ist der Umstand, dass auch wenn Frauen – dies gilt für Männer in gleicher Weise – nur darüber nachdenken, das Unternehmen zu verlassen, hat dies bereits messbare Folgen. Sie erreichen in der Regel geringere Zielmarken als jemand, die oder der nicht über einen Arbeitsplatzwechsel nachdenkt. Weiterhin ergab die Forschung von Karen Holtzblatt, dass die Wohlfühlrate am eigenen Arbeitsplatz steigt, je mehr Frauen im Team sind. Dies gilt ebenso für beide Geschlechter. Ziel insgesamt ist es, ein Bewusstsein für diese Zusammenhänge zu schaffen. Wenn nicht mit der „richtigen Brille“ auf das Thema geschaut wird bleibt unverständlich, was im eigenen Unternehmen geschieht.

Erfolgreich sind Menschen, wenn sie in einem Team dynamisch zusammenarbeiten, in dem sie sowohl führen als auch folgen können. Sie wollen gehört und gefragt werden und sich mit anderen verbunden fühlen. Im Unterschied zu Männern fühlen Frauen sich häufig fremd oder fehl am Platz, wenn sie einen Raum voller Männer betreten. Die oben angesprochene Verbindung mit anderen ist somit nicht gegeben. Weiterhin ist es wichtig, etwas zu tun, was von Bedeutung ist. Das muss nicht sozial relevant sein, sondern eine Herausforderung darstellen. Genau wie Männer lieben es Frauen in der Tech-Branche, an Spitzentechnologie und in einer einflussreichen Industrie zu arbeiten.

Was Frauen und Männer unterscheidet, ist die Haltung. Frauen fühlen sich häufig nicht bereit für

eine Herausforderung, wohingegen Männer direkt hineinspringen und anfangen. Was für Frauen funktioniert, ist „Push & Support“. Sie in eine Herausforderung „zu schieben“ und sie gleichzeitig dabei zu unterstützen, führt zum Erfolg. Rollenbilder sind ein weiterer Erfolgsfaktor. Es sollten aber nicht nur berühmte Karrierefrauen als Rollenbilder in den Fokus gerückt werden, die von der eigenen Wirklichkeit weit entfernt sind. Wichtig sind eher nahbare Personen, die vielleicht ein oder zwei Jahre voraus sind und somit ein Leben führen, das die Frauen sich auch für sich selbst vorstellen können. Um Frauen für Führungspositionen zu gewinnen hilft eher ein Einblick in das Leben von Führungsfrauen in ihrer Umgebung. Ist dies positiv so regt es zur Nachahmung an.



Eine weitere Rahmenbedingung nennt Karen Holtzblatt „wertfreie Flexibilität“ und meint damit, dass das Team in respektvoller Weise die Möglichkeit bietet, Haus- und Erwerbsarbeit in ein Gleichgewicht zu bringen. Nicht gemeint sind Jobsharing, Tagespflege oder gute Bedingungen für Elternurlaub, denn dies ändere nichts. Es geht darum, den Alltag im Unternehmen zu verändern, darauf zu schauen, was dort jeden Tag geschieht. Selbst wenn alles im Unternehmen getan wurde und verankert ist, so bleibe das Selbstbewusstsein der Frauen unter dem der Männer. Daher müssen Interventionen auch bei der Persönlichkeit jeder Einzelnen ansetzen. So lehrt Karen Holtzblatt ihre Schülerinnen und Schüler, ihre persönliche Kraft nicht zu verlieren, egal, was passiert. Dabei muss der Fokus für Veränderung auf sich selbst gerichtet sein.

Ob es sich um eine Produktentwicklung, eine Führungskräfteentscheidung oder einen akademischen Kontext handelt, in dem zusammengearbeitet wird – Schlüsselfaktoren sind das Zugehörigkeitsgefühl, Wertschätzung und etwas zu tun, dem Bedeutung beigemessen wird. Im Folgenden beschreibt Karen Holtzblatt was ein Tech-Team besonders macht. Das „making“ spielt eine besondere Rolle: Es wird tatsächlich an einem gemeinsamen Produkt gearbeitet. Es sind „Macher/innen“ am Werk, die täglich miteinander ringen, die die Anforderungen der Anwender/innen verstehen und miteinander besprechen müssen. Sie sind ein „echtes“ Team, in dem wirklich kollaborativ gearbeitet wird.

Verluste entstehen dort, wo die Mitarbeiter/innen-Fluktuation groß ist. In Teambildungsprozessen werden vier Phasen unterschieden: Formierungs-, Konflikt-, Regel- und Arbeitsphase („forming-storming-norming-performing“). Verlassen immer wieder Mitglieder das Team und kommen neue hinzu, so kommt das Team kaum über die Konfliktphase hinaus und kann somit nicht produktiv für das Unternehmen arbeiten. Probleme entstehen insbesondere dort, wo Menschen zusammenkommen und nicht wissen, was zu tun ist, wenn es keine Rollen, keine Regeln, keine Standards und auch keine bekannten Praktiken gibt. Hierfür schafft z. B. das agile Arbeiten Abhilfe, das einen hohen Grad an strukturiertem Arbeiten beinhaltet. Wo jede und jeder weiß, was zu tun ist, die Rollen klar definiert und strukturierte Praktiken üblich sind werden Geschlechterfragen überflüssig, so Karen Holtzblatts Erfahrung aus dreißig Jahren.





In einem von ihr geführten Interview mit dem Direktor eines Unternehmens, in dem agil gearbeitet wird, wurde beschrieben, wie positiv Agilität wirkt. Ein Team setzt sich zusammen, klärt, was für eine Art Team es sein will, welche Fähigkeiten jede und jeder hat und wer welche Rolle einnimmt. Dies wird in einem Teammanifest dokumentiert. Aufgrund von Umstrukturierungen mussten zwei Teams fusionieren. Hätten die Teams keine Teammanifeste, wären sie zurückgekehrt zur Konfliktphase. So aber setzten sich die Mitglieder beider Teams zusammen, legten ihre jeweiligen Manifeste auf den Tisch, glichen sie ab und

formulierten ein daraus abgeleitetes neues Manifest. Damit sind sie in der Lage, innerhalb eines Tages in die Arbeitsphase zu kommen. Themen wie Zuhören, aber auch der Umgang miteinander und das, worüber sich empört werden sollte, kann in einem Teammanifest beschrieben werden.

Auch wenn Menschen aus unterschiedlichen Kulturen stammend in einem Team zusammenarbeiten sollen, hilft dieses strukturierte Vorgehen. So hat Karen Holtzblatt Männer und Frauen aus aller Welt die Frage diskutieren lassen: Was versteht ihr unter „rude“¹ (deutsch: unhöflich, grob, rücksichtslos, unverschämt). Nach der Diskussion wurde ein Konsens gebildet und dies im Teammanifest niedergeschrieben. Damit haben die Teammitglieder ein gemeinsames Verständnis entwickelt, das Konflikte in der täglichen Zusammenarbeit minimiert. Denn immer, wenn eine Person mit sich selbst beschäftigt ist aufgrund eines durch ein anderes Teammitglied ausgelöstes Ärgernis ist sie nicht mehr „bei der Arbeit“. Somit ist ein Teammanifest ein Teil eines strukturierten Prozesses, der hilft zu verstehen, dass zwischenmenschliche Dynamiken nicht der Weg sind, um Dinge fertigzustellen.

Eine der Befragungen von Karen Holtzblatt zeigte, dass 80 % der Frauen in ihrem Selbstbewusstsein geschwächt werden, wenn ihre Arbeit kritisiert wird. Sie versuchen, damit umzugehen, indem sie mit Menschen darüber sprechen, wie sie sich fühlen. In einem Tech-Review bzw. einer Iteration ist Kritik Teil des kreativen Prozesses. Aber nur gesagt zu bekommen, dies ist nicht richtig und jenes mag ich nicht, ist wenig hilfreich. Kritisiert zu werden ist nie einfach, aber um Kritik konstruktiv zu machen, müssen vorab Gütekriterien definiert sein. Wenn es diese nicht gibt, ist Kritik grundsätzlich ungerechtfertigt. So hilft ein formaler Kritikprozess, um mit Themen wie Selbstbewusstsein angemessen umgehen zu können und dabei weiter produktiv zu sein. Hierbei wird auf Prinzipien und Praktiken fokussiert, nicht auf Persönlichkeiten.

Anschließend forderte Karen Holtzblatt die fünfzehn Teilnehmerinnen und drei Teilnehmer auf, sich in Dreiergruppen zu finden und jeweils positive und negative Merkmale von Arbeitsprozessen zu nennen. Die Ergebnisse wurden anschließend gesammelt und präsentiert.

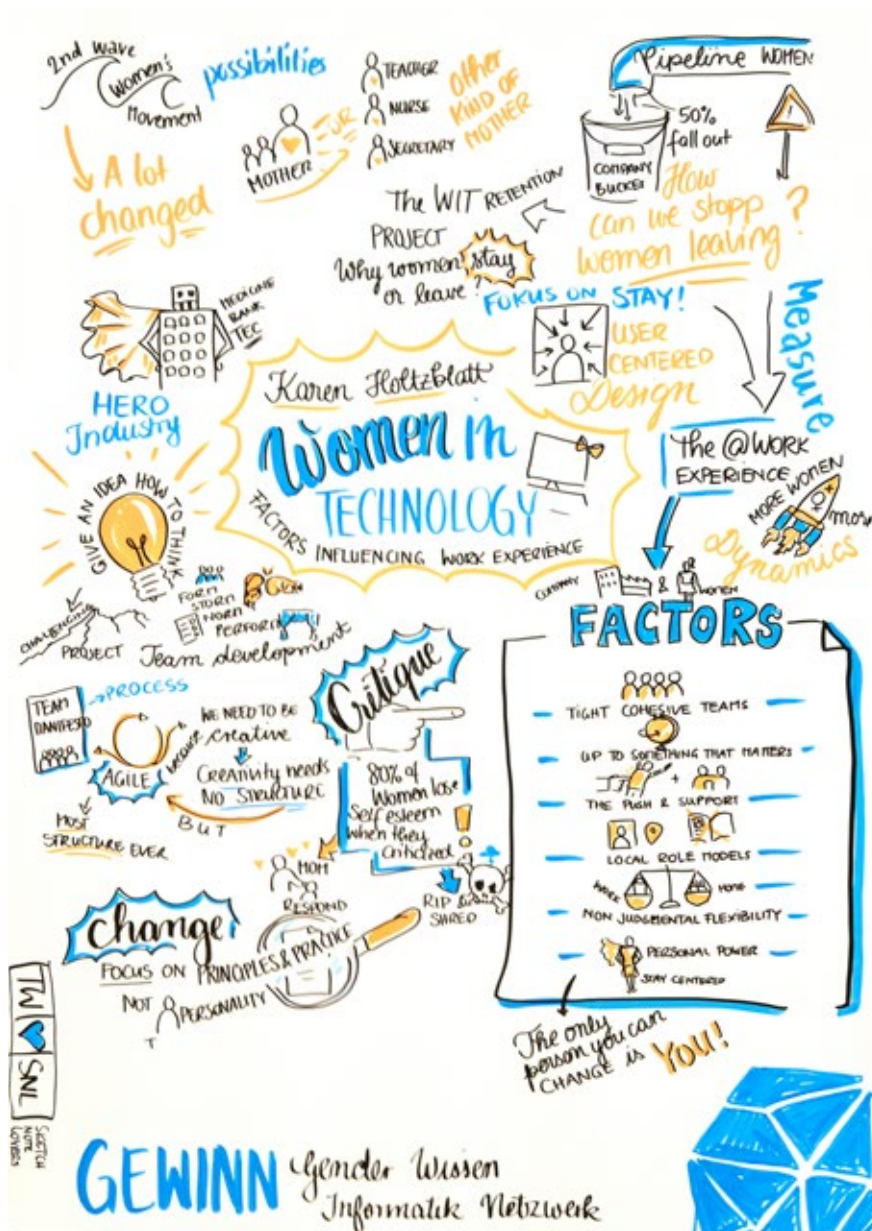
In Bezug auf Arbeitsprozesse wurden folgende Positivmerkmale genannt: die Lobrede auf Arbeitsergebnisse, die Bekanntheit und Nutzung der Kernkompetenzen der Teammitglieder, und die Sinnhaftigkeit von Besprechungen. Negativpunkte sind: der Fokus liegt auf den Personen und nicht auf dem Produkt bzw. der Gestaltung des Produkts, das Arbeitstreffen ist „überperso-

1 <https://www.witops.org/managing-interpersonal-dynamics-in-teams-what-is-rude/>

nalisiert“, und wenn die Teilnehmer/innen des Arbeitstreffens sich in ihrem eigenen Universum bewegen und Abteilungsdenken pflegen. Die meisten Menschen hassten Besprechungen, so Karen Holtzblatt, da sie kein Ziel sehen, sie wissen nicht, weshalb sie daran teilnehmen, die Besprechung ist unorganisiert und letztendlich nutzlos.

Nach Karen Holtzblatt zeichnet sich Professionalität auch darin aus, dass die Rollen in der Arbeitswelt konsequent ausgefüllt werden. Die „Arbeitsperson“ ist klar definiert und wurde selbst gewählt. Die Sprache sollte gradlinig sein, es sollte an den Aufgaben und nicht an den Beziehungen gearbeitet werden. Demzufolge sind Emotionen hinten anzustellen: sich zu beklagen und zornig zu sein sollte vermieden werden. Es gilt, eine Kultur der Selbstreflexion zu etablieren, die gemeinsam festgelegten Regeln folgt. Die verwendete Sprache sollte so sein, dass Teammitglieder nicht persönlich angegriffen, sondern in ihren Stärken unterstützt werden.

Abschließend forderte Karen Holtzblatt die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf sich zu überlegen, wen sie ab morgen in ihrem Unternehmen oder ihrer Organisation unterstützen werden. „You have to do something, that’s the only way we make a change.“



THE PUSH & SUPPORT



 The noise of uncertainty

If you take on a challenge



Expect to feel like you don't know what you are doing

Imposter Syndrome

What is SUPPORT? FOR WOMEN

e.g. Help to think through BY TALKING

Extend the power WAY MORE LIKE DATING


Exercise 

LOOK AT LOCAL Role Models

WRITE REAL NAMES


Who can you push right now


Who can you support on your team


What Policy & or procedure can you change to increase Push + Support


Who can be your ROLE MODEL

Look for Buddies

Are you a local good Role Model

PERSONAL POWER

You need a PS PROFESSIONAL SELF - no place for too much emotion

Look at them!



HOME-WORK BALANCE

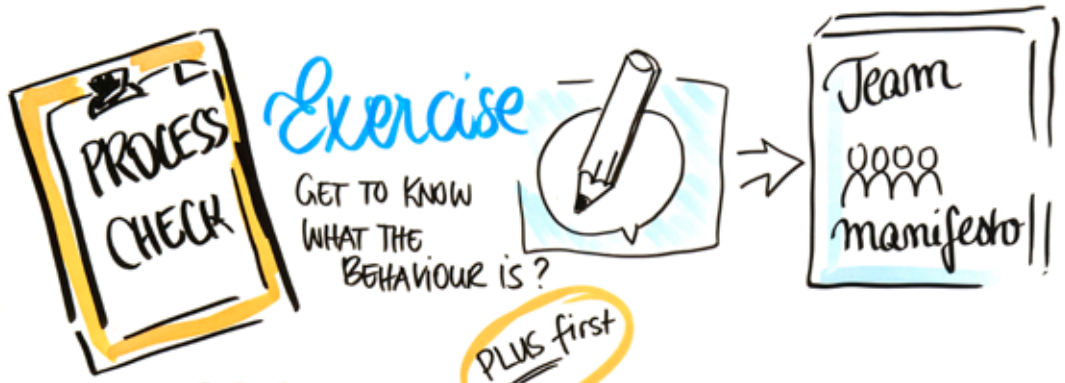
THE CORE is the same for some + women
Team Manifesto

Choose who you want to be!

Overall it is a PRODUCT DEVELOPMENT Challenge

SKETCH NOTE LEVEL





PLUS first

- + POSITIV**
- Good communication
 - Statements of praise
 - Meetings have a purpose
 - Structure for freedom
- CORE COMPETENCE IS KNOWN & USED*

- NEGATIVE**
- Feedback
 - focus the person NOT THE PRODUCT
 - Over personalizing the work meeting
 - This is my work → my own piece of the universe
- I don't feel well*



Building awareness is the first step to CHANGE

Career Power BOARD GAME
Karen Holtzblatt

GEWINN Gender Wissen Informatik Netzwerk

SKETCH NOTE LOVES
TWINSNI



Sabine Brand (Bechtle AG)

Workshop 11:15 – 12:15 Uhr



Um mehr Diversität in die Teams zu bekommen, will die Bechtle AG mehr Frauen gewinnen. Sabine Brand ist für Unternehmenskommunikation zuständig und beschäftigt sich in diesem Rahmen damit, wie es gelingen kann, qualifizierte weibliche Fachkräfte zu akquirieren und zu halten, und welche Schritte dafür sowohl intern als auch extern notwendig sind. Auch möchte das Unternehmen mehr Frauen in Führungspositionen bekommen.

Mit dem Thema Diversität beschäftigt sich die Bechtle AG, seit es 2017 durch den Gesetzgeber (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz)¹ aufgefordert ist, einen Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen. Daher stellt der Fachtag für Sabine Brand eine Chance dar, gemeinsam mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Antworten auf die Fragen nach Zielen und Maßnahmen für das Unternehmen in Bezug auf Diversität zu erhalten.

Die Bechtle AG ist ein IT-Systemhaus mit 70 Standorten in der DACH-Region, 8.600 Mitarbeiterinnen und derzeit 800 offenen Stellen. Der Frauenanteil beträgt insgesamt 27 Prozent. Davon sind 50 Prozent in den Zentralbereichen, 39 Prozent im IT-E-Commerce, 20 Prozent in Systemhäusern und 13 Prozent als Führungskräfte tätig. Bei den Stabsstellen liegt der Frauenanteil dann nur noch bei 4,5 Prozent. Als Sabine Brand diese Zahl bei einer Geschäftsführungstagung vorstellt, wurde abwehrend reagiert und konstatiert, dass sich ja keine Frauen bewerben würden. Aber was wird getan, um dies für Frauen auch attraktiv zu machen? Bislang noch nichts.

Im Folgenden forderte Sabine Brand die dreizehn Teilnehmerinnen und zwei Teilnehmer auf, Ideen zu notieren, was das Unternehmen konkret tun kann, um Frauen initial und dauerhaft für die Bechtle AG zu begeistern. Als weitere Frage formulierte sie: Wie können diejenigen, die Personalverantwortung tragen, für das Thema sensibilisiert werden?

Die Ergebnisse wurden an einer Pinnwand festgehalten:

- Bewerbungsprozesse geschlechterkritisch reflektieren, Unterlagen anonymisieren
- Stellenausschreibungen daraufhin prüfen, ob sie Frauen und Männer ansprechen
- Unternehmen der gleichen Branche mit höherem Frauenanteil analysieren: Was machen sie anders/ besser?
- Inklusive Sprache in der internen und externen Kommunikation („Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ verwenden statt ausschließlich „Mitarbeiter“)
- die Unternehmenswebsite analysieren, ob sie für beide Geschlechter ansprechend ist

¹ <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/Politik/CSR-national/Aktivitaeten-der-Bundesregierung/CSR-Berichtspflichten/richtlinie-zur-berichterstattung.html>

- Workshops zum Unconscious Bias (zur „unbewussten Voreingenommenheit“ gegenüber Frauen und Männern)
- Reflexion über horizontale und vertikale Kommunikation
- Strukturen zum Austausch für Tech-Frauen innerhalb des Unternehmens
- Gleichstellungsbeauftragte bestellen
- Managementprozesse überarbeiten (z. B. eine schlechte Beurteilung der eigenen Leistung mit guter Beurteilung durch Führungskraft korrigieren)
- Jobsharing-Modelle für Führungskräfte, Teilzeitmodelle für Frauen und Männer
- Flexibilisierung der Arbeitszeiten und Homeoffice-Regelung

Im weiteren Verlauf des Workshops wurde die Frage, wie Mitarbeiterinnen an das Unternehmen gebunden werden können, bearbeitet. Vorschläge waren:

- Interessante Führungsaufgaben
- Transparente Gehälter
- Durchlässigkeit auf allen Ebenen
- Möglichkeiten für Quereinsteigerinnen

Im Folgenden wurde der Fragestellung nachgegangen, welche Maßnahmen helfen können, um Frauen zu gewinnen. Ideen waren hier:

- Spezielle Programme zur Rekrutierung von Frauen
- Einschlägige Messen besuchen
- Positionierung als attraktiver Arbeitgeber für Frauen
- Netzwerke zum Austausch
- Veranstaltungen wie beispielsweise dieser Fachtag initiieren
- Genderneutrale Ansprache
- Wiedereinsteigerinnen nach einer Kinderpause willkommen heißen und unterstützen
- Raum für Kreativität anbieten
- Realistische Bilder mit gemischten Teams verwenden, auch wenn sie in der Minderheit sind
- Vorteile für alle Beteiligten in den Vordergrund rücken
- Die Ziele in der Unternehmenspolitik verankern

Abschließend bedankte sich Sabine Brand für die vielfältigen Anregungen und forderte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf, zu beobachten, ob Veränderungen bei der Bechtle AG feststellbar sind.



DIE NÄCHSTE DIMENSION DER ZUSAMMENARBEIT – VIRTUELLE REALITÄT UND GENDER

Prof. Dr. Nicola Marsden, Prof. Dr. Tim Reichert, Kristian Gäckle
(Hochschule Heilbronn)

Workshop 13:30 – 14:30 Uhr

Ausgehend von der Frage, ob virtuelle Realitäten sexistisch sind, legten die Referent/innen in ihrem Impuls dar, dass das soziale Geschlecht in der Lebenswirklichkeit der Menschen einem reproduktiven Prozess unterliegt und Identitäten von Subjekten diskursiv erzeugt werden. Der Kommunikationsprozess ist entsprechend abhängig von Werten und Normen, die geschlechtsspezifisch aufgeladen sind.

Wenn Kommunikation und Zusammenarbeit nun virtualisiert wird, stellt sich die Frage, in welcher Form Vergeschlechtlichungen dort weiterhin eine Rolle spielen. Nicola Marsden stellte verschiedene Herangehensweisen an computervermittelte Kommunikation dar, zeigte, wie sie in vernetzter Zusammenarbeit zum Tragen kommt und wie sich Kommunikation von Angesicht zu Angesicht mit virtueller Kommunikation vergleichen lässt. Häufig werden in erster Linie vermeintliche Vorteile der „persönlichen“ Kommunikation betrachtet. Aber „virtuelle“ Kommunikation bietet auch eine Reihe von Möglichkeiten, den Kommunikationsprozess neu zu gestalten – und sich somit auch von existierenden Zwängen der Vergeschlechtlichung zu lösen.

Tim Reichert erläuterte anhand einer Reihe von Beispielen, welche neuen Möglichkeiten es durch virtuelle Realität gibt – und welche neuen Fragen sich daraus ergeben: Schüttele ich dem Avatar meiner Gesprächspartnerin zur Begrüßung die Hand oder was ist eine angemessene Form der Begrüßung? Wenn ich an einer Wand für eine Gruppe visualisiere, muss ich die „Kärtchen“ dann dort „anpinnen“? Kann jede Person einfach Text in Richtung Wand werfen oder wie sieht eine gute partizipative Visualisierung in virtueller Realität aus?

Mit vielen Nachfragen und Diskussionen wurden Möglichkeiten von sozialen Situationen in virtueller Realität dargestellt. Unter anderem ging es darum, welche Auswirkungen die Erscheinungsform eines Avatars auf die Teamleistung und Rollenverteilung hat. Die Vortragenden stellten eine laufende Studie dazu vor, ob männliche Avatare eher zur Führungskraft werden als weibliche. Bisher zeigte sich aber vor allem, dass Menschen gerne Avatare haben, die ihnen ähnlich sind. Sie nutzen Möglichkeiten, die sie durch eine andere Erscheinungsform hätten, also häufig nicht von sich aus.

Nicht-verbale Kommunikation basiert zu großen Teilen auf Aspekten wie physischer Attraktivität, Körpersprache, Alter, Kleidung oder die Intonation der Sprache. Bei computervermittelter, schriftlicher Kommunikation kommen andere Faktoren zum Tragen, z. B. digitale Kompetenz, elektronische Signatur, Emoticons, Ausdrucksfähigkeit, Zeitstempel etc. Andere Merkmale spielen in beiden Kommunikationsformen eine Rolle, z. B. Status, Nationalität, Rolle, Grad der Teilhabe oder Geschlecht.

Unbewusste Faktoren einer Kommunikation kommen zusätzlich zum Tragen. Dazu gehören

individuelle und kollektiven „Programmierungen“, Vorurteile und Stereotypen, Werte und Schlussfolgerungen sowie persönliche Erfahrungen der miteinander kommunizierenden Menschen.

In diesem Zusammenhang wurde der Frage nachgegangen, inwiefern das Erscheinungsbild eines Avatars Auswirkungen auf die Kommunikation von Menschen hat. Schließlich lässt sich das Erscheinungsbild von Menschen in der virtuellen Realität beinahe beliebig verändern. Dazu stellte Nicola Marsden eine Studie¹ vor, die der Frage nachging, wie Gleichheit im Aussehen von Teammitgliedern und ihren Avataren die Teamleistung beeinflusst. Dabei kam heraus, dass gleiches Aussehen den sozialen Zusammenhalt stärken und die Teamleistung verbessern kann.



Hierbei kommt der Proteuseffekt zum Tragen, wie in einer Studie², die die Beziehung zwischen Stereotypen, dem Erscheinungsbild des Avatars und dem persönlichen Verhalten von Anwender/innen korrelierte. Im Experiment wurde festgestellt, dass männliche Avatare beim Gegenüber eher weiblich-konnotierte Verhaltensweisen hervorriefen und umgekehrt: weibliche Avatare erzeugten männlich-konnotierte Verhaltensweisen. Dies umso deutlicher, je stärker die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Experiments Stereotypen verinnerlicht haben. Auch wenn dies bewusst gemacht wurde, so änderte dies nichts an ihrem Verhalten. Daraus wird der Schluss gezogen, dass Individuen sich nicht darüber im Klaren sind, dass das Erscheinungsbild eines Avatars Einfluss auf ihr Verhalten und ihre Entscheidungen hat. Menschen verhalten sich also konform zu den Erwartungen des Erscheinungsbilds ihres Avatars.

Anhand der Eigenschaft „heilen“ stellte Nicola Marsden dar, dass bei konflikthafter Identitäten die Anwender/innen eher konform mit der Darstellung in der virtuellen Realität gehen. Frauen werden dort eher als Heilerinnen wahrgenommen als Männer, obwohl Männer in der physischen Realität häufiger Heilberufe ausüben. So werden neue Stereotype geschaffen³. Das wirft weitere Fragen auf: Können Eigenschaften einer realen Person verändert werden, wenn er einen entsprechenden Avatar mit erwünschten Eigenschaften nutzt? So ist Körpergröße mit Vertrauen und Attraktivität mit Freundlichkeit korreliert.

Folgende Fragen wurden diskutiert:

- Was sollte aus Gendersicht bei der Gestaltung von VR für die Praxis beachtet werden?

1 van der Land, Sarah F., Schouten, Alexander P., Feldberg, Frans, Huysman, Marleen, & van den Hooff, Bart. (2015). Does Avatar Appearance Matter? How Team Visual Similarity and Member-Avatar Similarity Influence Virtual Team Performance. *Human Communication Research*, 41(1), 128-153. doi:10.1111/hcre.12044

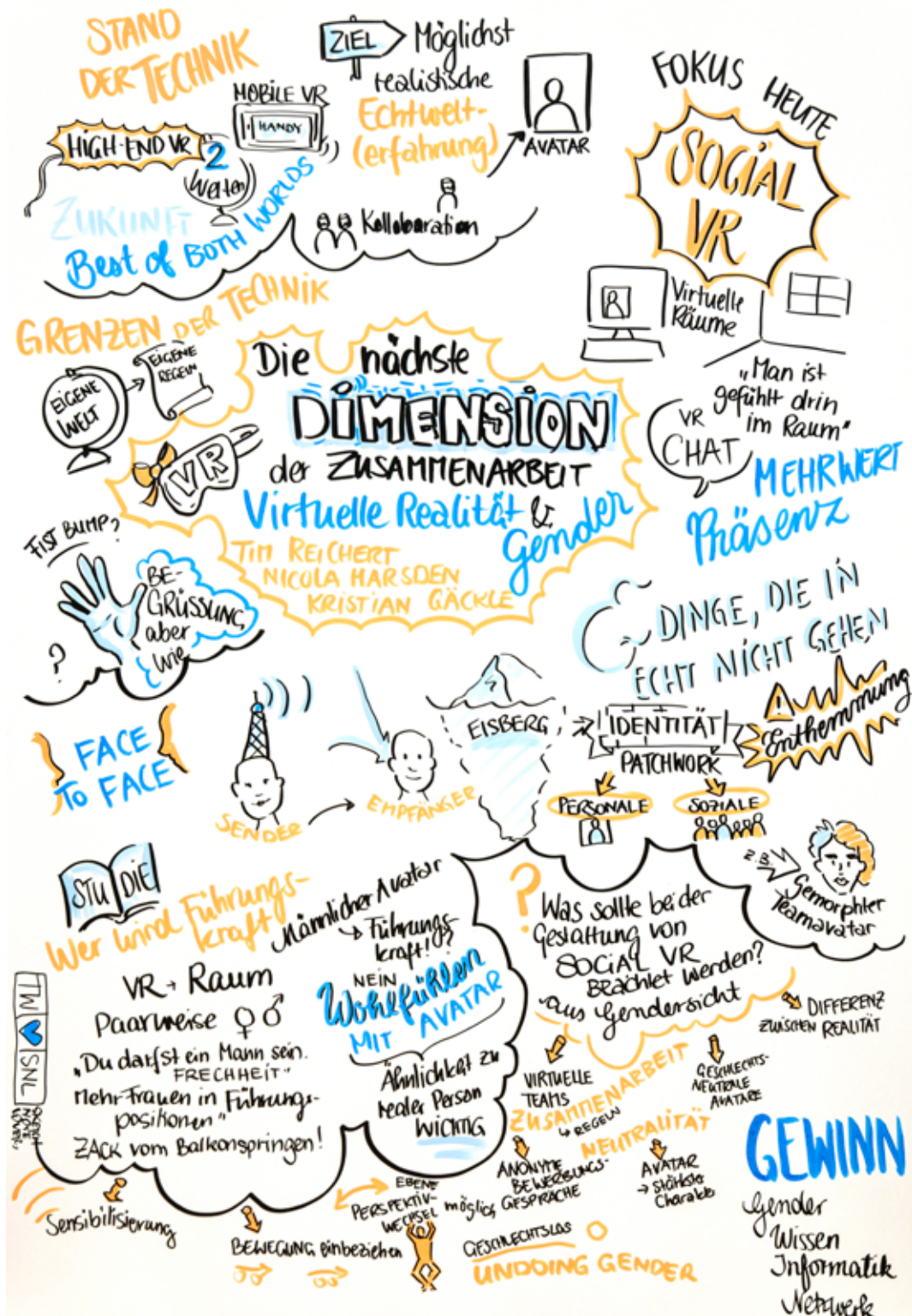
2 Yee, Nick, & Bailenson, Jeremy N. (2007). The Proteus effect: Self transformations in virtual reality. *Human Communication Research*, 33(3), 271-290.

3 Yee, Nick, Ducheneaut, Nicolas, Yao, Mike, & Nelson, Les. (2011). Do men heal more when in drag?: conflicting identity cues between user and avatar. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Vancouver, BC, Canada.



- Wie kann VR geschlechtergerecht gestaltet werden?
- Welche Anwendungsmöglichkeiten gibt es?
- Welche Rahmenbedingungen braucht es?
- Wie können Vergeschlechtlichungen verändert werden?

Dabei versuchten die zwölf Teilnehmerinnen und zwei Teilnehmer, den Bezug zur eigenen Tätigkeit und ihrem Umfeld herzustellen. Die Beantwortung der Fragen gestaltete sich als nicht ganz einfach. Eine Idee zur „geschlechtergerechten Gestaltung“ war beispielsweise, geschlechtslose Avatare, z. B. in Form von Tiergestalten, zu nutzen.



Carina Thewald (Bosch Engineering GmbH)

Workshop 13:30 – 14:30 Uhr

Frauen sind nicht nur in technischen Berufsfeldern sondern – als logische Konsequenz – auch seltener in Tech-Communitys vertreten. Carina Thewald will in ihrem Workshop herausarbeiten, weshalb es wichtig für Frauen ist, eigene Netzwerke in der IT zu betreiben. Gründe für die Unterrepräsentanz von Frauen in der IT sieht Carina Thewald u. a. darin, dass



- Studiengänge, sog. Hacker- und Makerspaces nicht explizit für Frauen ausgelegt sind,
- Stereotype wirken (Mädchen sind schlecht in Mathe, Frauen können keine Technik),
- das Selbstbewusstsein von Frauen im Hinblick auf Technik weniger stark ausgeprägt ist,
- Mädchen seltener einen Computer im Kinderzimmer haben als Jungen und dadurch größere Hürden entstehen,
- die Perspektiven von marginalisierten Gruppen (wie z. B. Frauen) keinen Widerhall in technischen Produkten finden.

Um hier Abhilfe zu schaffen, schlägt Carina Thewald vor

- Frauen ausdrücklich zu entsprechenden Konferenzen einzuladen,
- Panels im Rahmen von Konferenz auch mit Frauen zu besetzen,
- Raum für weibliche Rollenmodelle zu schaffen,
- Gender zu thematisieren.

Da die Tech-Communitys überwiegend männlich besetzt sind und es für Frauen nicht einfach sei, in einer Umgebung nur mit Männern zu agieren, fokussiert Carina Thewald darauf, wie Räume und Strukturen geschaffen werden können und zu gestalten sind, in denen Frauen miteinander interagieren können. Die Schwierigkeiten, auf die Frauen in Männercommunitys stoßen, sieht Carina Thewald darin, dass

- Gender ein Gewicht bekommt und damit eine ungewollte Beachtung findet,
- die Kollegin auf ihr Geschlecht reduziert wird,
- sie für alle Frauen spricht,
- bei Schwierigkeiten Stereotype „anspringen“ wie „Frauen können das ja ohnehin nicht“,
- männliche Redeanteile überwiegen, sofern nicht moderiert wird,
- ohne Verhaltenskodex wenig Sensibilität gegenüber anderen Interessen besteht

Infolgedessen sind Frauennetzwerke sinnvoll und können dazu beitragen, einen niedrighschwel-



ligen Einstieg in IT-Communitys zu ermöglichen. Es sei leichter, von Frauen zu lernen und sie haben möglicherweise weniger Ängste Fragen zu stellen, die ansonsten ggf. abqualifiziert würden.

Frauennetzwerke bieten also gemeinsames Lernen, Wissens- und Erfahrungsaustausch. Darüber hinaus kann es hilfreich sein, eine Anlaufstelle dafür zu haben, um über Diskriminierungserfahrungen sprechen zu können und miteinander solidarisch zu sein. Spezielle Hackathons für Frauen, weibliche Vorbilder und insgesamt die Erhöhung der Sichtbarkeit von Frauen in der IT können durch Frauennetzwerke gefördert werden.

Carina Thewald berichtet weiterhin, dass es unternehmensintern durchaus bereits Netzwerke für Frauen gibt – z. B. „Women at Bosch“ – diese aber häufig eher das Defizitäre betonen und herausstellen, dass Frauen besonders gefördert werden müsste. Sie wünscht sich daher eher unternehmensunabhängige Netzwerke, in der die persönlichen Interessen und Stärken im Vordergrund stehen. Auch sei der Blick über den Tellerrand des eigenen Unternehmens ebenfalls förderlich.

Als bestehende Frauennetzwerke stellt Carina Thewald folgende vor:

- Rails-Girls – der Name leitet sich ab von „Ruby on Rails“, ist eine 2010 von einer Finnin ins Leben gerufene Initiative, die kostenlose Programmierworkshops anbietet, mittlerweile an vielen Standorten europaweit,
- Heart of Code e. V., ein Hackerspace für Frauen in Berlin mit einem zugehörigen Blog „F.U.C.K. – Frauen und Computerkram“
- Digital Media Women (die eine Zentrale in Stuttgart haben)
- „She*fix! - A feminist youtube channel for tech tutorials“, initiiert im Rahmen der re:publica 2018

Im Folgenden wirft Carina Thewald die Frage auf: „Wie kann ein lokales Frauennetzwerk aufgebaut werden?“ Dazu fordert sie die sechzehn Teilnehmerinnen und drei Teilnehmer zum Erfahrungsaustausch auf und möchte bekannte IT-Frauennetzwerke sammeln. Von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurden genannt:

- Deutsche Flugsicherung: Frauennetzwerke, Mentoring-Programme und hunderte weitere
- Diversity-Management im Unternehmen
- Kombinationsstelle Gender-Equality-MINT ans das Gleichstellungsbüro der Hochschule angegliedert, die Feriencamps und Mentoring-Programme durchführt
- Verein Deutscher Ingenieure verfügt über Frauennetzwerk im ingenieurtechnischen Bereich
- Meetups auf Konferenzen (die sich aber nicht unbedingt an Frauen richten)
- Vernetzungsplattform „IT&me“ (<http://itandme.de/>)

Nachdem die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihre Kenntnisse zu Frauennetzwerken dargelegt haben, konkretisierte Carina Thewald ihre Fragestellung: „Wie kann die Vernetzung von Frauen in der IT außerhalb der Unternehmen im Großraum Heilbronn verbessert werden?“ Dazu sollten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihre Ideen auf Moderationskarten schreiben. Zur Anregung der Diskussion sollten folgende, weiterführende Fragen mit in die Überlegungen aufgenommen werden:

- Muss es überhaupt Frauen-IT-Netzwerke geben?
- Muss es ein reines IT-Netzwerk sein?
- Muss es ein reines Frauennetzwerk sein?
- Wie können Frauen gefunden werden?
- Was muss dabei beachtet werden?
- Wie wird dies am besten angegangen?

Anschließend pinnte Carina Thewald die beschriebenen Karten an eine Stellwand. Es wurde festgehalten, dass es schwierig sei, das Engagement für Netzwerke in den Berufsalltag zu integrieren. Der Vorteil von interdisziplinären Gruppen wurde hervorgehoben, da sie den Horizont erweitern helfen. Frauennetzwerke erzeugen zudem einen Struktureffekt: „Frau ist nicht allein“, was ebenfalls positiv hervorgehoben wurde. Es gelte weiterhin, passende, digitale Plattformen zu finden. WhatsApp könnte genutzt werden und gibt es Alternativen zu Xing? Generell wurde „echte“, analoge Netzwerke mit persönlichem Kontakt als wertvollste Variante identifiziert.

Ziel und Zweck eines Frauennetzwerks besteht in gegenseitiger Unterstützung, dient dem Erfahrungsaustausch und der Bewusstseinsbildung, aber auch der Sichtbarmachung von Frauen in der IT, die zugleich auch Rollenvorbilder darstellen. Auch Mentoring im Sinne von Weitergabe des Fachwissens findet innerhalb eines Netzwerks statt.

Wie können Frauen für Netzwerke gefunden werden, wurde anschließend diskutiert mit folgendem Ergebnis:

- Social Media
- Flyer
- Listen der IT-Firmen
- im eigenen Unternehmen
- in der Universität
- persönliche Kreise

Um ein Frauen-IT-Netzwerk am Leben zu erhalten, müssen E-Mail-Verteiler gepflegt, Newsletter versendet und Veranstaltungen organisiert werden. Als Formate eignen sich Workshops, Vorträge und Stammtische. Wünschenswert ist es, eine große, überregionale Vernetzungsveranstaltung der Gesellschaft für Informatik (GI) e. V. durchzuführen, in deren Rahmen sich IT-Frauen bundesweit treffen können. Wichtig ist, mit Kooperationspartner/innen zusammenzuarbeiten wie z. B. Gleichstellungsstellen. Als weitere, mögliche Unterstützer/innen wurden genannt: Industrie- und Handelskammern (IHK), Connect IT (haben einen Stammtisch aber nicht explizit für Frauen), Städtische Einrichtungen und Incentives für Unternehmen, die Vernetzungsveranstaltungen unterstützen. Auch gilt es, Botschafter/innen zu finden, die andere Frauen ansprechen und einbinden. Für ein Netzwerk ist es förderlich, eine hauptamtliche Verantwortung zu finden, da das Zeitbudget als Ehrenamt für eine IT-Frau ansonsten nicht ausreicht. Eine einladende, offene Sprache ist ebenfalls wichtig, um möglichst viele Menschen anzusprechen.



Weshalb ist es so schwierig, bestehenden Frauennetzwerke zu finden? Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer fanden für diese Fragestellung Antworten, gaben weitere Hinweise zu bestehenden, lokalen Netzwerken:

- Überwiegend Non-Profit-Netzwerke mit Ehrenamtlichen
- Gehen unter durch gesponserte Algorithmen
- Plattform zum Auffinden der Netzwerke von einer Teilnehmerin entwickelt
- IT-Gruppe der Gesellschaft für Informatik in Heidelberg
- Django Girls, ebenfalls in Heidelberg (Django Girls ist eine weltweite Initiative mit dem Ziel, Frauen für das Programmieren zu begeistern)
- z. T. ist eine große Bekanntheit gar nicht erwünscht, Veranstaltungen sind bereits voll

Eine Teilnehmerin stellte ihre Plattform „beyond-EVE“ vor, die Netzwerke, Bildung, Forschung, Projekte und Programme bündelt und somit das Auffinden von Menschen mit gemeinsamen Interessen erleichtert.

Abschließend bedankte Carina Thewald sich bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern für den Austausch und stellte ihre E-Mail-Adresse zur Verfügung, für alle, die Interesse daran haben, sich im Raum Heilbronn als IT-Frau zu vernetzen.

MODELLPROJEKT REALLABOR: WIE UNTERNEHMEN PRAKTISCH VON GESCHLECHTERFORSCHUNG PROFITIEREN

Michael Ahmadi, Anne Weibert (Universität Siegen)

Workshop 14:15 – 15:15 Uhr

Workshop 15:00 – 16:00 Uhr

Zunächst wurde im Workshop erläutert, was in den Reallaboren, die mit vier Unternehmen und zwei Organisationen im universitären Umfeld durchgeführt werden, genau gemacht wird. Es wurde mit der Frage eingeleitet, wo genau der „Genderschuh“ in der Praxis drückt und im Betrieb bzw. der Organisation verortet werden kann. Es wurde eine konkrete Fragestellung entwickelt und diese mit dem Ansatz der Aktionsforschung bearbeitet. Dabei steht das kollaborative Moment im Vordergrund: Es sollen Lösungen gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in einem iterativen Prozess erarbeitet werden.



Der iterative Prozess umfasst vier Phasen:

- Interviews durchführen, um Prozesse und Ansichten zu verstehen (Beobachtungsphase)
- Reflektieren der Beobachtungsergebnisse, Diskussion in Fokusgruppen (Evaluationsphase)
- Planung von Interventionsmöglichkeiten (Planungsphase)
- Umsetzung der Intervention (Handlungsphase)

Im nächsten Schritt wird die umgesetzte Intervention einem erneuten iterativen Prozess unterzogen. Im Rahmen der Projektdauer von drei Jahren werden insgesamt vier Iterationen durchgeführt.

Im Workshop sollen folgende Fragen diskutiert werden, die sich aus den Reallaboren mit den Unternehmen ergeben haben:

- Wie muss eine Firma organisiert sein, um Diversität im Arbeitsalltag zu leben?
- Wie können Talente gefördert werden?
- Wie soll das Unternehmen für junge Fachkräfte aufgestellt sein?

Dazu haben die Workshop-Leiter/innen ein Plakat mit einem leeren Haus erstellt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurden aufgefordert in 20 Minuten eine Firma zu gestalten, die obige Fragen positiv beantwortet. Erfahrungen aus dem eigenen Arbeitsalltag sollten dabei gerne eingebracht werden. Auch Dinge, die auf keinen Fall in einer solchen Firma Platz haben, sollten in einem Unternehmensschrank eingeschlossen werden. Zur Erleichterung des Diskussionsanstiegs haben Michael Ahmadi und Anne Weibert Stichworte mitgebracht, die in den Reallaboren



immer wieder auftauchten. Folgende Stichworte wurden vorgegeben:

- Kommunikation: Wie wird miteinander gesprochen?
- Inwiefern sind Hierarchien Inhalt von Kommunikation?
- Wie ist Verantwortung organisiert?
- Wie wird mit den persönlichen Talenten umgegangen?
- Welche Möglichkeiten zur Entfaltung der persönlichen Talente sind gegeben?
- Wie ist die Rollen- und Aufgabenverteilung?
- Welche Rolle spielt die Zeit?
- Welche Rolle spielt die Familie?

Im Rahmen des Workshops wurden zwei Unternehmen entwickelt. Die Ergebnisse wurden vorgestellt. Zunächst die Ergebnisse der „Glücks- und Zukunfts-AG“:

- Etwas Struktur wird benötigt
- Möglichst wenig Hierarchien, es ist ein Miteinander
- Weshalb es das Unternehmen gibt (Selbstverständnis)
- Es geht ums Geldverdienen
- Zusätzliche Leistungen wie z. B. Firmenfahrrad, weitere Boni für Mitarbeiter/innen und nicht nur für den Chef („(...) der sich den zweiten Tesla oder fünften Porsche anschafft.“)
- „Menschliche Ressourcen“ müssen wertgeschätzt werden
- Wertschätzung und Anerkennung
- Freiheitsgrade: Homeoffice, VPN-Zugang, Vier-Tage-Woche
- Keine Einzelkämpfer/innen, sondern Teams
- Jede/r hat etwas zu sagen
- Die Sache (das Projekt, die Firma) zählt und nicht die Person
- Es ist ein Job zu leisten, das Private bleibt außen vor
- Der Chef darf einen nicht am Wochenende kontaktieren
- Dienstreisen dürfen nicht überhandnehmen („Ich bin kein weltweiter Hoteltester.“)
- Work-Life-Balance wahren, kein Zwang zur Mobilität
- Alle verfügen über die gleiche Wissensbasis, sind gleich gut geschult
- Selbstbestimmung und Eigenverantwortung
- Talente fordern und fördern
- Menschliches Know-How ist das Kapital der Firma, Weiterbildungen ermöglichen
- Kein Betriebsrat, da zuviel Bürokratie
- Fürsprecher können aber notwendig sein (z. B. höhenverstellbare Schreibtische)

Im Folgenden stellte die zweite Arbeitsgruppe ihre Ergebnisse vor. Sie hat ihr fiktives Unternehmen „Gewinn-Firma“ genannt. Der Name ist Programm: Die Firma macht Gewinn für die Gesellschaft, den Markt und die Mitarbeiter/innen. Eine zweite Idee für den Namen war „Soli-Flex“, da die Themen „Solidarität“ und „Flexibilität“ in der Diskussion immer wieder genannt und als besonders wichtig bewertet wurden.

- Flexibles Arbeiten ermöglichen durch Homeoffice-Regelung
- Beiderseitiges Geben und Nehmen, solidarisches Handeln
- Teambildungsprozesse begleiten
- Anerkennung
- Das Privatleben jeder/s Einzelnen anerkennen, nicht auf Familie begrenzen
- Eigenverantwortung und Gleichberechtigung nicht nur für Führungspersonen
- Respektvoller Umgang miteinander
- Transparente Kommunikation in gendergerechter Sprache
- Orientierung im Unternehmen anhand eines Verhaltenskodex, der auch gelebt wird
- Wiederholte Reflektion der Unternehmenskultur

Im Anschluss an die Präsentation der beiden Häuser zeigen Michael Ahmadi und Anne Weibert auf, was sie in den Reallaboren tun. Es wird deutlich, dass die verschiedenen Aspekte des abgebildeten Wunschkonzerts wie Zahnräder ineinandergreifen. Wird an einer Stelle gedreht, so verschiebt sich eine andere, da die Themen umgekehrt proportional („Trade-off“) zueinander verhalten. Gibt es an einer Stelle eine Verbesserung, so kann dies an anderer Stelle eine Verschlechterung nach sich ziehen. Dies wird bei der Interventionsplanung und –umsetzung deutlich und daher gilt es, diese kollaborativ mit dem Unternehmen und den Teams sorgfältig zu erarbeiten.



DESIGN THINKING: AUSWIRKUNGEN INNOVATIVER METHODEN AUF GENDERFAKTOREN IN DER IT

Christine Regitz (SAP SE)

Workshop 15:00 – 16:00 Uhr



Zu Beginn des Workshops befragte Christine Regitz die 19 Teilnehmer/innen (18 w/ 1 m), ob ihnen die Methode des Design-Thinking bekannt sei. Einige bejahten die Frage. Im Folgenden ging sie kurz darauf ein, die Methode vorzustellen. Im Wesentlichen geht es darum, die Anforderungen von Endbenutzer/innen an Systeme von vornherein in die Entwicklung einzubeziehen. Es handelt sich dabei um einen iterativen Prozess und ist zugleich eine agile Methode. Entwicklungsteams sind inter- und multidisziplinär besetzt. Der Mensch steht im Mittelpunkt. Folgende Leitfragen rahmen den Prozess:

- ❁ Was braucht ein Mensch, um seine tägliche Arbeit gut machen zu können?
- ❁ Welche Prozesse werden benötigt?
- ❁ Welche Benutzerführungen werden benötigt?
- ❁ Welche IT-Systeme werden benötigt?

In Bezug auf die Technik, die immer wichtiger wird, muss die Machbarkeit geprüft werden. Aufgrund der Schnellebigkeit technologischer Entwicklung wird heute darüber nachgedacht, was in drei Jahren möglich ist. So hat Steve Jobs (Apple) in den neunziger Jahren seine Ideen entwickelt, die dann einige Jahre brauchten, bis sie umsetzungsreif waren. Zuerst kommt immer die Idee. Dabei sind alle einzubeziehen: Die Finanzabteilung, die IT-Abteilung, das Marketing bzw. der Verkauf und die Sachbearbeiter/innen. Wenn alle zusammengebracht sind entsteht dann die Innovation. Das ist der Design-Thinking-Ansatz. Er besteht im Wesentlichen aus drei Elementen:

1. Der Mensch steht im Mittelpunkt, da die Technik von ihm zu benutzen ist. Sie soll daher intuitiv bedienbar sein, damit nur ein geringer Schulungsaufwand entsteht.
2. Es braucht einen gesteuerten Prozess, damit die Menschen, die hier zusammenarbeiten, ein gemeinsames Ergebnis hervorbringen. Dem daraus resultierenden Produkt sollen alle Anforderungen inhärent sein.
3. Um kreativ zu arbeiten, braucht es Raum dafür. Dafür werden Coworkig-Spaces eingerichtet, die mit vielen Materialien wie Knete und Knöpfe sowie verrückbaren Möbeln und Wänden ausgestattet sind.

Immer wichtiger werden Designer in dem multidisziplinären Team, da die Ansprüche an die Benutzeroberflächen immer wichtiger werden. Die alten, klassischen schwarz-grünen schreib-

maschinenartigen Oberflächen waren zwar nicht schön, aber funktional. Heute steht das Design stärker im Vordergrund.

Das Team entwickelt eine Persona, die ein Problem lösen soll. Zur Lösung des Problems soll eine Oberfläche entwickelt werden. Die Persona ist eine hypothetische Person, die ganz konkret beschrieben wird mit Alter, Geschlecht, woher sie kommt und welche Hobbys sie hat. An ihr orientiert sich der Design-Thinking-Prozess. Sobald eine Idee entwickelt wurde, wird ein Prototyp erstellt. Dieser wird dann im weiteren Verlauf validiert, implementiert, getestet und ausgeliefert. Hierbei wird das Produkt mehrfach dem Test unterzogen, ob es das macht, was es sollte, ob kein Gedankenfehler in der Benutzerführung aufgetaucht ist und ob die Endbenutzer/innen mit dem Ergebnis zufrieden sind.

Bei der Erstellung der Persona stellt sich die Frage, ob sich der Gender-Bias der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darauf überträgt. Niemand kann sich davon lossagen, da Menschen als Teile von Gesellschaften beeinflusst werden. Es stellt sich die Frage, ob mit der Methode der Persona der Gender-Bias eher noch manifestiert wird, obwohl dieser ja gerade aufgebrochen werden soll? Andersherum gefragt: Was kann getan werden, damit das nicht passiert? Wo sind Gefahren und was ist problemlos? Inwieweit verhindert der Prozess, dass auf männliche Werte ausgerichtete Unternehmensstrukturen repliziert werden, inwieweit fördert er das?

Im Folgenden wurde ein World Café durchgeführt an mehreren Stelltafeln durchgeführt. Jede Stelltafel war mit einer Frage versehen, die in einem vorgesehenen Zeitfenster von den Teilnehmer/innen diskutiert werden konnte.

Zum Thema Persona wurde festgestellt, dass möglicherweise auf das Geschlecht verzichtet werden kann. Oder aber, dass zunächst Eigenschaften festgelegt werden, das Geschlecht aber zuletzt als Merkmal hinzugefügt wird, um Stereotypen zu vermeiden. Das allerwichtigste ist die Haltung und eigene Denkweise („Mindset“), die beim Individuum ansetzt. Als weitere, wichtige Aspekte wurden genannt: Fehlerkultur, Offenheit, transparente Kommunikation und flache Hierarchien. Vorderstes Ziel ist, traditionelle Rollenbilder aufzubrechen und dafür sowohl auf struktureller als auch individueller Ebene neu zu denken.



KONTAKTLISTE DER REFERENT/INNEN

A

Michael Ahmadi
Universität Siegen
Unteres Schloss 3, 52072 Siegen
Tel.: +492717 40 33 83
E-Mail: michael.ahmadi@uni-siegen.de
URL: www.wineme.uni-siegen.de/team/ahmadi

B

Sabine Brand
Leitung Unternehmenskommunikation/
Pressesprecherin
Bechtle AG
Bechtle Platz 1, 74172 Neckarsulm
Phone: +49 7132 981 4115
E-Mail: sabine.brand@bechtle.com
URL: bechtle.com

G

Kristian Gäckle
Fakultät für Informatik
Hochschule Heilbronn
Campus Heilbronn – Am Europaplatz
Max-Planck-Str. 39
74081 Heilbronn
E-Mail: kristian.gaeckle@hs-heilbronn.de
URL: www.hs-heilbronn.de

H

Prof. Dr. Karen Holtzblatt
InContext Enterprises & WITops
Silver Spring, Maryland, USA
E-Mail: karen@incontextdesign.com
URL: www.witops.org

M

Prof. Dr. Nicola Marsden
Fakultät für Informatik
Hochschule Heilbronn
Campus Heilbronn – Am Europaplatz
Max-Planck-Str. 39p
74081 Heilbronn
E-Mail: nicola.marsden@hs-heilbronn.de
URL: www.hs-heilbronn.de

P

Dr. Bianca Prietl
Technische Universität Darmstadt
Institut für Soziologie
Dolivostraße 15
64293 Darmstadt
E-Mail: prietl@ifs.tu-darmstadt.de
URL: www.ifs.tu-darmstadt.de/index.php?id=3524&L=2%2Findex.php

R

Christine Regitz
SAP SE
Dietmar-Hopp-Allee 16
69190 Walldorf
E-Mail: christine.regitz@sap.com
URL: www.sap.com

Prof. Dr. Tim Reichert
Fakultät für Informatik
Hochschule Heilbronn
Campus Heilbronn – Am Europaplatz
Max-Planck-Str. 39
74081 Heilbronn
E-Mail: tim.reichert@hs-heilbronn.de
URL: www.hs-heilbronn.de

T

Carina Thewald
Bosch Engineering GmbH
Robert Bosch Allee 1
74232 Abstatt
E-Mail: carina.thewald@de.bosch.com
URL: www.bosch-engineering.de

W

Anne Weibert
Unteres Schloss 3
Raum US-E 10
252072 Siegen
E-Mail: anne.weibert@uni-siegen.de
URL: www.wineme.uni-siegen.de/team/weibert



GEWINN

GENDER // WISSEN // INFORMATIK // NETZWERK

Ubiquitous Computing

Agile Methoden und Gleichstellung der

Geschlechter Gender und VUCA (Volatility, Uncertainty,

Complexity, Ambiguitiy) 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