

UNTERNEHMEN FÜR MÄDCHEN

Arbeitspaket 3

Bericht Fokusgruppen-Interviews

Erstellt von: nowa – Training Beratung Projektmanagement

Heide Cortolezis, Eva Janusch

Graz, 31. August 2016

Unternehmen für Mädchen - Fokusgruppen-Interviews

Das Fokusgruppen-Interview ist eine Methode qualitativer empirischer Sozialforschung und wird eingesetzt, um einen Eindruck vom Diskurs über ein bestimmtes Thema in der Organisation zu bekommen. „Qualitativ“ bedeutet, dass dabei die Aufmerksamkeit auf der Qualität der Aussagen liegt – im Gegensatz zu den typisierten Antwortkategorien eines formellen Fragebogens oder eines standardisierten Interviews.

Seite | 2

Es wurden 8 Fokusgruppen-Interviews mit insgesamt 62 Teilnehmerinnen und Teilnehmern im Alter zwischen 14 und 20 Jahren durchgeführt.

48 junge Frauen - davon 25% mit Migrationshintergrund und 14 männliche Lehrlinge, davon 21% mit Migrationshintergrund.

- Jugend am Werk, Villach, 8 junge Frauen, davon 3 mit Migrationshintergrund
- NMS Waidmannsdorf, Klagenfurt, 10 weibliche Jugendliche, davon 2 mit Migrationshintergrund
- Technische Akademie Wolfsberg, 10 junge Frauen, davon 2 mit Migrationshintergrund
- Holding Graz; Andritz AG; SSI Schäfer-PEEM, 8 weibliche Lehrlinge, davon 3 mit Migrationshintergrund
- Mafalda FrauenBerufsZentrum, Workshop Technik und Umwelt, 6 weibliche Jugendliche, davon 4 mit Migrationshintergrund
- PTS Köflach, 6 weibliche Jugendliche, davon 2 mit Migrationshintergrund
- HLW Hermagor, 7 männliche Jugendliche, davon 1 mit Migrationshintergrund
- Holding Graz; Andritz AG; SSI Schäfer-PEEM, 7 männliche Lehrlinge, davon 2 mit Migrationshintergrund

Jeder Gruppe wurden im Abstand von ca. 30 – 40 Minuten zwei Fragen zur Diskussion gestellt

Frage 1: **Wenn Sie sich was wünschen dürfen: Wie ist ein Unternehmen, ein Arbeitsplatz, in dem Sie am liebsten lernen und arbeiten würden?**

Seite | 3

Frage 2: **Was muss Ihnen ein Unternehmen bieten, damit Sie sich vorstellen können, hochmotiviert und viele Jahre dort zu arbeiten?**

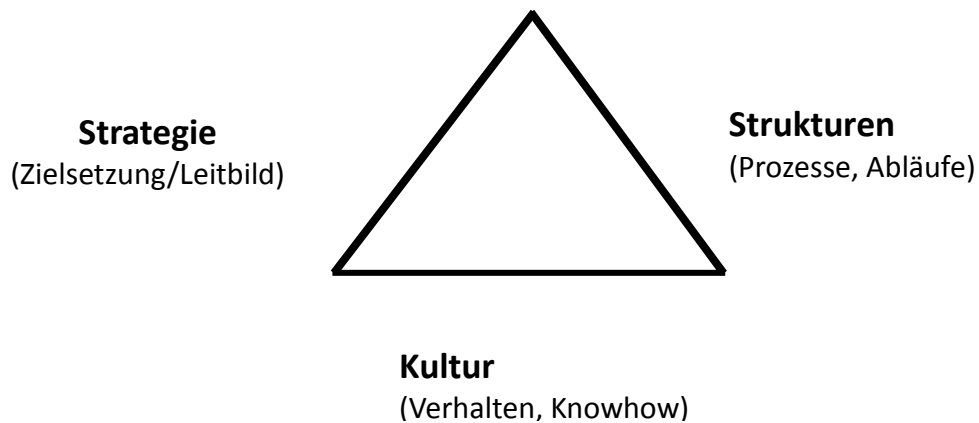
Außer diesen Fragestellungen beteiligten sich die Beraterinnen nicht mehr an der Diskussion, sondern beobachteten die Diskussion anhand von Indikatoren und notierten Beobachtungen.

Beobachtet wurde, wie das Thema/die Fragestellungen diskutiert werden:

- Welche Einstellungen/Haltungen sind sichtbar?
- Wo liegt die Energie, wo Resignation?
- Welche Werte sind spürbar?
- Wie ist die Beteiligung Einzelner?
- Wie ist die Diskussion strukturiert?
- Welche Systemteile werden wie repräsentiert?

Die Auswertung jedes einzelnen Fokusgruppen-Interviews erfolgte nicht anhand von Einzelaussagen, sondern ist eine Interpretation der Gesamtbeobachtung, welche in den Einzel-Berichten den **Organisationsdimensionen Strategie – Struktur – Kultur** zugeordnet wurden.

Dimensionen von Systemen



Auf der **Dimension der STRATEGIE** finden sich die strategischen Zielsetzungen und Leitlinien einer Organisation/eines Unternehmens,– im weitesten Sinne alles das, was die „Existenzberechtigung“ einer Organisation/eines Unternehmens ausmacht. Jedes System verfügt über diese Zielsetzungen, sie sind jedoch je nach System unterschiedlich.

Strategische Zielsetzungen sind so lange nur Ideen, bis strukturelle Rahmenbedingungen geschaffen werden, um die Zielsetzungen umsetzen zu können. Die **Dimension der STRUKTUREN** bezeichnet alle Abläufe und Prozesse, die gestaltet werden, um die strategischen Zielsetzungen umsetzen zu können. Strukturen sind unter anderem Gesetze, Vorgaben, Richtlinien, Ablauf- und Entscheidungsprozesse. Auch Infrastruktur ist notwendig, um strategische Zielsetzungen zu erreichen.

Die **Dimension der KULTUR** umfasst sowohl das, was wir im traditionellen Sinne als „Unternehmenskultur“ bezeichnen (Werte und Normen die herrschen, der Umgang miteinander und mit der Umwelt), aber auch die Kompetenz der AkteurInnen im System. Auf dieser Dimension ist die Personalentwicklung angesiedelt. Intervention in die herkömmliche „Unternehmenskultur“ ist am besten für die Führungskräfte möglich (Kultur ist eine Beobachtungsleistung und Führungskräfte werden am meisten beobachtet).

Gesamtauswertung

Die Gesamtauswertung fasst nun diese Einzelberichte zusammen und ordnet relevante Aussagen drei Phasen zu.

Seite | 5

- Phase 1: Was macht ein Unternehmen attraktiv für Bewerberinnen? Wie werden Unternehmen ausgewählt, wo bewerben sich bzw. absolvieren ein Praktikum?
- Phase 2: Welche Faktoren schaffen hohe Zufriedenheit bei Lehrlingen? Was motiviert Frauen und Mädchen, eine Lehre im technischen Bereich zu beginnen und abzuschließen?
- Phase 3: Welche Perspektiven sind für einen langfristigen Verbleib im Unternehmen im erlernten technischen Berufsfeld wesentlich?

Als relevante Aussagen wurden jene definiert, die in allen Fokusgruppen mit jungen Frauen thematisiert wurden, dabei in der jeweiligen Gruppe entweder verbal oder nonverbal auf mehrheitliche und zustimmende Resonanz stießen.

Die Fokusgruppen mit männlichen Jugendlichen dienten dazu, Übereinstimmungen und/oder Unterschiede zwischen den Geschlechtern zu verifizieren. Diesbezügliche Beobachtungen werden nach der Beschreibung der Phasen gesondert beschrieben.

Phase 1: Was macht ein Unternehmen attraktiv für Bewerberinnen?

Ein wesentlicher Faktor ist der Ruf der Firma. Dabei werden sowohl Informationen über das Image als Arbeitgeber, Zufriedenheit von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen als auch Informationen über die Zufriedenheit von KundInnen bzw. die Position am Markt gleichermaßen wichtig genommen.

Neben persönlichen Aussagen über Ruf/Image des Unternehmens holen sich die jungen Frauen Informationen über den Web-Auftritt des Unternehmens und ziehen aus der Präsentation nach außen ihre Schlüsse.

Betriebe, die gute Karriere-Perspektiven nach der Lehre bieten, bei denen überdurchschnittliche Leistung Beachtung findet und honoriert wird, werden von den jungen Frauen eindeutig als attraktiv angesehen.

Erfahrungen im Praktikum beeinflussen stark, ob sich die jungen Frauen danach bei einem Unternehmen um einen Lehrplatz bewerben. Dabei ist besonders wesentlich, ob im Praktikum aktive Beteiligung, Mitarbeit möglich war. Die technische Ausstattung, Gestaltung der Arbeitsplätze finden große Beachtung und Beobachtungen des Betriebsklimas korrelieren mit Bewerbungen.

Die explizite und öffentliche Erwähnung, gerne auch Mädchen einstellen zu wollen, erhöht eindeutig die Motivation von Lehr-Interessentinnen, sich um ein Praktikum bzw. eine Lehrstelle zu bewerben.

Phase 2: Was macht Unternehmen für die weiblichen Lehrlinge attraktiv?

Den größten Einfluss auf Zufriedenheit der Lehrlinge hat die Qualität der Vorgesetzten – gleichermaßen bezogen auf die Ausbildung als auch auf Führungskompetenz. Die Qualität der Ausbildung wird sehr wichtig genommen – inhaltlich und pädagogisch. Klarheit von Vorgaben und Arbeitsmittel, die dem neuesten Stand entsprechen werden als sehr positiv erlebt. Besonders wichtig ist den jungen Frauen, selbst gestalten und eigene Ideen einbringen zu können. Damit in Zusammenhang steht der Wunsch öfter auch aus praktischer Erfahrung zu lernen, eigene Ideen ausprobieren zu können und nach der Erfahrung eventuell zu revidieren.

Auf der Strukturebene fokussieren die jungen Frauen stark darauf, ob strukturelle Rahmenbedingungen (Gehalt, Überstundenregelungen, Umgang mit Krankenständen und Urlauben) klar und transparent sind. Besonders stark ausgeprägt ist der Wunsch, klare Strukturen zur Karriereförderung und im Zugang zu Weiterbildungen vorzufinden.

An der Schnittstelle von Struktur und Kultur sind die Beachtung von Gesundheitsvorschriften und die Sorge um die Sicherheit von MitarbeiterInnen wichtige Faktoren dafür, ob das Unternehmen positiv gesehen wird.

Auf der Kulturebene nimmt der Wunsch nach tatsächlicher Gleichstellung eine zentrale Position ein. Dabei werden auch subtile Benachteiligungen als sehr unangenehm erlebt. Bevorzugung oder spezielle Schonung wird ebenfalls klar abgelehnt. Einzige Ausnahme stellt die Arbeitskleidung dar, die den Körper-Proportionen von Mädchen/Frauen oft nicht entspricht und diesen angepasst werden sollte.

Junge Frauen, die bereits Mütter sind, honorieren besonders, dass ihnen keine Vorurteile entgegengebracht werden, die ihren Leistungs- und Arbeitswillen in Frage stellen.

Positives Betriebsklima wird mit einem „Wir-Gefühl“ über Hierarchien hinweg gleichgesetzt, stark mit Respekt und Anerkennung von Leistung in Zusammenhang gebracht. Es gibt ein Bedürfnis nach Wohlfühlfaktoren (Imbisse für die Pause, warmes Essen, Betriebsausflüge, ...) und Spaß bei der Arbeit.

Die unmittelbare Arbeit wird dann als zufriedenstellend und attraktiv erlebt, wenn möglichst viele Arbeitsbereiche kennengelernt werden können und viel Unterschiedliches gelernt und getan werden kann.

Zusammenfassend zeigt sich eine sehr hohe Lernmotivation und eine starke Orientierung auf Weiterbildungen und berufliche Weiterentwicklung/Aufstieg bei allen befragten jungen Frauen.

Bevorzugen aufgrund des Geschlechts werden abgelehnt – fast alle befragten jungen Frauen nehmen in ihrer Arbeitsumgebung subtile Benachteiligungen wahr und wünschen sich Vorgesetzte, die sowohl auf der Struktur- als auch auf der Kulturebene entgegenwirken.

Phase 3: Motivation und Mitarbeiterinnenbindung

Wie schon im Hinblick auf die Lehrzeit nehmen auch im Hinblick auf den Verbleib im Unternehmen/Berufsfeld mögliche Weiterbildungen und Aufstiegsmöglichkeiten eine zentrale Rolle ein.

Auf der Strukturebene werden Transparenz und Gleichstellung von Frauen und Männern bei Karriereförderung, vielfältige Arbeitsinhalte, angemessenes Gehalt und Bonifikationen als Faktoren genannt.

Arbeitsmodelle mit möglichst strukturiertem, planbarem Arbeitseinsatz und möglichst großer Mitgestaltung bei Urlaubsplanung werden als motivierend angesehen.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie oder gar die Möglichkeit von Teilzeitarbeit sind keine Faktoren, die generell eine zentrale Rolle bei den befragten jungen Frauen einnehmen.

Auf der Kulturebene werden eine von Respekt und Gleichstellung geprägtes Arbeitsklima, Anerkennung und Partizipationsmöglichkeiten (Mitgestaltung) als wesentlich für den zufriedenen Verbleib angesehen. Ebenso die Achtung auf Gesundheitsschutz und Sicherheit am Arbeitsplatz.

Zusammenfassung mit einem Blick auf beobachtete

Geschlechterunterschiede

Die jungen Frauen zeigen eine bemerkenswert hohe Lernmotivation mit Qualitätsanspruch, zentraler Faktor sind Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten. Transparenz wird sehr wichtig genommen – dies auch im Kontext von Gleichstellung. Ungleichstellung bzw. Benachteiligung aufgrund des Geschlechts wird sensibel wahrgenommen und ist ein Thema.

Respekt, Anerkennung von Leistung und Mitgestaltungsmöglichkeiten steigern die Motivation der befragten jungen Frauen. Hier ist ein Unterschied zu den jungen Männern beobachtbar, die in ihrer Motivation stärker auf monetäre Anerkennung und Gehaltserhöhungen fokussieren als die Frauen.

Sowohl bei den jungen Frauen, die bereits Mütter sind als auch bei der Frage nach Motivation in der Zukunft ist die Vereinbarkeit von Beruf und Familie kein generell beobachtbares Thema in den Frauengruppen. Eventuell könnte ein Zusammenhang mit der gewünschten Planbarkeit des Arbeitseinsatzes und dem Wunsch nach Mitgestaltungsmöglichkeit bei Urlaub vermutet werden.

Bei den befragten jungen Männern wurde jedoch in beiden Gruppen der Wunsch von Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben (Hobbies, Freizeit) durch möglichst wenig Überstunden und Mitgestaltungsmöglichkeit bei Urlaub explizit ausgesprochen.

Kritische Auseinandersetzung mit der Qualität der Ausbildung und der Wunsch, auch eigene Ideen einbringen zu können sind bei beiden Geschlechtern wesentliche Motivationsfaktoren und spiegeln hier sicher auch den in den Jahren veränderten Zugang zu Lernen wider.

Bemerkenswert ist, dass Benachteiligung aufgrund ethnischer Herkunft kein Thema ist und auch junge Frauen mit Migrationshintergrund nie darauf Bezug genommen haben.