

Was hat der Pakt bisher erreicht? Was sollte noch besser werden?

Ausgewählte Ergebnisse der Pakt-Evaluation



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



NATIONALER PAKT FÜR FRAUEN
IN MINT-BERUFEN



Berlin, 2. Oktober 2009



Was hat der Pakt bisher erreicht (2008-2009)?

Wo benötigt der Pakt noch mehr Engagement?

Erkenntnisse für die Zielgruppenkommunikation

74 % der Paktpartner haben vorhandene Aktivitäten ausgebaut

62 % der Paktpartner haben neue Aktivitäten entwickelt

67 % der Paktpartner verstärken ihre Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Frauen und MINT

Quelle: Paktpartnerbefragung (Online); 03/2009; N = 39 Institutionen

1.634 Medienbeiträge sind seit Start im ersten Jahr (bis 06/09) rund um den Pakt erschienen

Über 34 Mio. Leser/innenkontakte (kum. Print-Auflage) konnten damit potenziell erreicht werden

Über 1,5 Mio. € hätte es gekostet, im gleichen Umfang Anzeigenplatz in diesen Medien zu buchen (1. Hj. 09)

53 % der Pakt-Medienresonanz im 2. Quartal '09 geht auf Öffentlichkeitsarbeit der Paktpartner zurück

Quelle: Medienresonanzanalyse; 06/2008 - 06/2009; N = 1.634

- 24 %** der Schülerinnen mit Interesse an MINT
- 22 %** der MINT-Studentinnen bzw. -Absolventinnen kennen den Begriff „MINT“ und wissen größtenteils auch, wofür er steht
- 5 %** der Gesamtbevölkerung hat im Zusammenhang mit Berufen oder Studienfächern von MINT gehört

Quelle: Zielgruppenbefragung (Online); 05/2009; N = 254 Schülerinnen (Studium anstrebend und MINT-interessiert) und Zielgruppenbefragung (Online); 05/2009; N = 259 MINT-Studentinnen (132) und -absolventinnen (127)
Bevölkerungsbefragung (telefonisch); 03/2009; N = 1.000 Personen ab 14 Jahren

55.708



4.518

75

Mädchen/junge Frauen wurden im 2. Halbjahr '08 durch MINT-Veranstaltungen mindestens erreicht

Mädchen/junge Frauen wurden im 2. Halbjahr '08 durch Veranstaltungen der Paktpartner mindestens erreicht

Projekte von Paktpartnern waren zum Erhebungszeitpunkt auf www.komm-mach-mint.de verzeichnet

Quelle: Strukturdatenerhebung (Online); 03/2009; N = 239 Projekte
Analyse der Projektlandkarte; 03/2009; N = 584 Projekte

Was hat der Pakt bisher erreicht (2008-2009)?

Wo benötigt der Pakt noch mehr Engagement?

Erkenntnisse für die Zielgruppenkommunikation

Memorandumziel: Zusätzliche Angebote für mind. 20.000 Mädchen und Frauen schaffen

43% der Paktpartner haben **nicht** auf die Einladung zur Strukturerhebung reagiert (Bereitstellung Fakten + Teilnahmezahlen zu MINT-Projekten)

Hinzu kommt: Paktpartner, die teilgenommen haben, konnten oft **nicht** angeben, wie viele Mädchen und Frauen durch ihre Maßnahmen erreicht wurden.

Memorandumziel: Frauenanteil in Führungspositionen gemäß selbst gesetzter Zielmarken steigern

Kein Unternehmen hat eine Zielmarke zur Steigerung des Frauenanteils an Führungspositionen kommuniziert



Helfen Sie, den Pakterfolg zu prüfen und sichtbar zu machen und unterstützen Sie die Messung der Zielerreichung!

- 13 %** der Paktpartner nutzen das „Komm, mach MINT.“-Logo für (fast) alle ihre MINT-Aktivitäten
- 93 %** der Medienbeiträge, die auf Öffentlichkeitsarbeit der Paktpartner zurückgehen, nennen den Pakt nicht mit



Tragen Sie zu einem einheitlichen Paktauftritt bei und verweisen Sie auf Ihr Engagement!

- 44 %** der Paktpartner haben sich über den Pakt mit anderen Akteur/innen der MINT-Community vernetzt
- 39 %** der Paktpartner planen aufgrund des Paktes gemeinsame Aktionen mit anderen Akteur/innen der MINT-Community



**Die Vernetzung im Pakt hat noch Luft nach oben:
Nutzen Sie die Tagung!**

Was hat der Pakt bisher erreicht (2008-2009)?

Wo benötigt der Pakt noch mehr Engagement?

Erkenntnisse für die Zielgruppenkommunikation

Methoden

Onlinebefragung unter Nutzung eines Online-Panels

Befragungszeitraum

Mai/Juni 2009

Befragte Zielgruppen

- **MINT-interessierte Schülerinnen (N = 254)**
Gymnasiastinnen bzw. Gesamtschülerinnen zwischen 14 bis 19 J.
mit Interesse an mind. einem MINT-Bereich
- **MINT-Studentinnen/Absolventinnen (N = 259)**
Junge Frauen im MINT-Studium bzw. am Anfang einer MINT-
Berufslaufbahn

Basis: Schülerinnen mit Interesse an MINT;

Mathematik = 104; Informatik = 83; Naturwissenschaften = 138; Technik/Ingenieurwissenschaften = 62



M

- (relativ) gut vereinbar mit Familie
- Gute Vorbereitung durch Schulunterricht auf das Studium

I

- Spaß an der Arbeit
- (relativ) gut vereinbar mit Familie
- Gute Bezahlung
- Sichere Aussichten und Jobchancen

N

- Spannend (Studium + Beruf)
- Vielseitig
- Von Nutzen für die Gesellschaft

T

- Vielseitig
- Chance, die Zukunft mit zu gestalten
- Gute Bezahlung
- Karrieremöglichkeiten



Basis: Schülerinnen mit Interesse an MINT;

Mathematik = 104; Informatik = 83; Naturwissenschaften = 138; Technik/Ingenieurwissenschaften = 62

M

- Unkommunikativ
- Negativimage im Freundeskreis
- Trockenes Studium
- Unklares Berufsbild

I

- Wenig teamorientiert
- Frauen haben es in diesem Bereich schwer
- Man ist als Frau in der Minderheit

N

- Wenig familienfreundlich
- Arbeitsaufwändiges Studium

T

- Wenig familienfreundlich
- Frauen haben es in diesem Bereich schwer
- Negativimage im Freundeskreis
- Schlechte Vorbereitung durch Schule

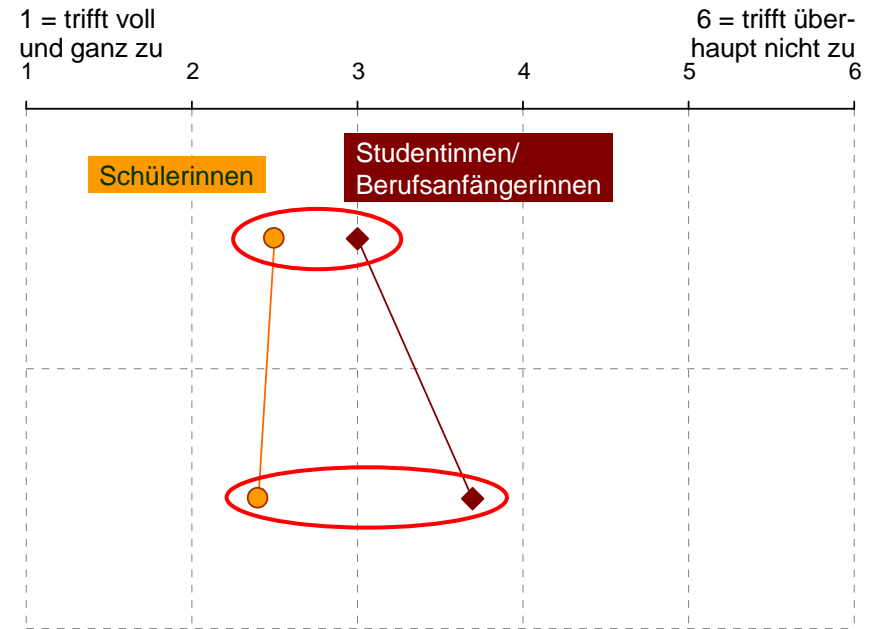


Mit Studienbeginn folgt die Ernüchterung: Beispiel Informatik

Basis: Schülerinnen mit Interesse an Informatik N = 83;
Studentinnen/Berufsanfängerinnen der Informatik = N = 63
Darstellung: Mittelwerte

Das Informatik-Studium ist spannend und lebensnah.

Der Schulunterricht bereitet gut auf das Informatik-Studium vor



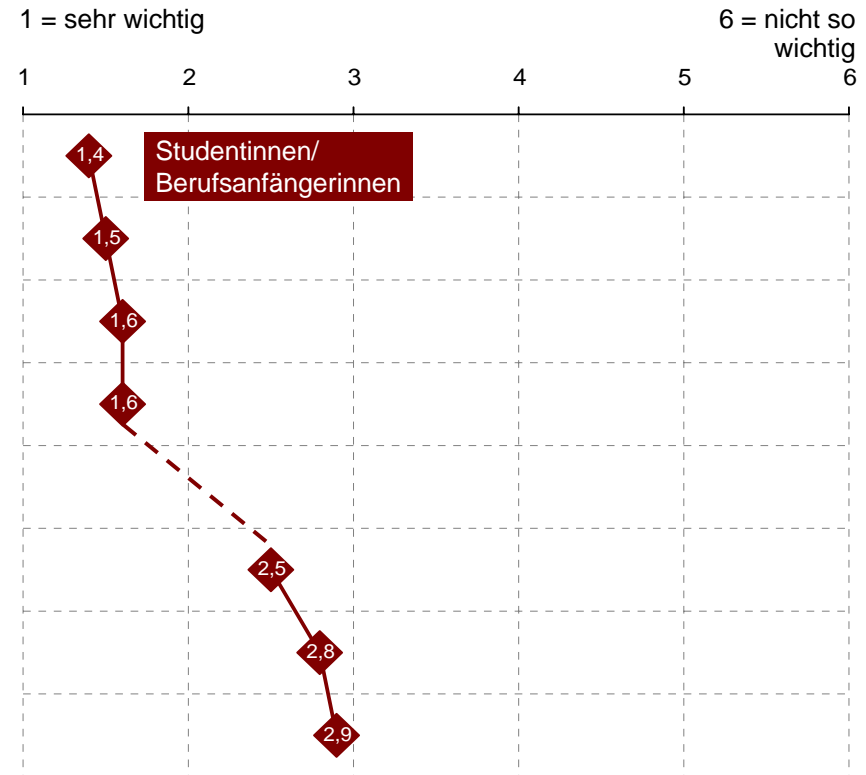
F4: Wie empfinden bzw. haben Sie Ihr Studium im Bereich ... empfunden?

F5: Und wie stehen/standen Ihre Eltern, Freundinnen und Freunde und die Schule zu einem Studium oder einem Beruf im Bereich ...?

Persönliche Gesamtlebenszufriedenheit ist wichtiger als hierarchischer Aufstieg und Führungsverantwortung

Basis: MINT-Studentinnen/Berufsanfängerinnen (n = 259)
Darstellung: Mittelwerte

- Persönliche Zufriedenheit aus der Arbeit zu ziehen
- Gutes Arbeitsklima und nette Kolleg/innen
- Aufgaben haben, die man mit Leidenschaft macht
- Beruf und Privatleben in Einklang bringen
- ⋮
- In höhere Positionen aufsteigen
- An zentraler Position für Erfolg der Organisation verantwortlich sein
- Ein Team leiten



F6: Wenn Sie an Ihre weitere berufliche Laufbahn denken: Was ist Ihnen dabei wichtig zu erreichen, und was ist Ihnen nicht so wichtig?



F6: Wenn Sie an Ihre weitere berufliche Laufbahn denken: Was ist Ihnen dabei wichtig zu erreichen, und was ist Ihnen nicht so wichtig?

Die einzelnen MINT-Berufe haben aus Sicht von Mädchen unterschiedliche Stärken und Schwächen.

In der Ansprache von Schülerinnen muss den spezifischen Vorurteilen und Hemmnissen differenziert entgegen gearbeitet werden.

Bei Studienbeginn besteht Handlungsbedarf, um Anfängerinnen durch Orientierungs- und Unterstützungsangebote zu motivieren und den Anfangsschock abzumildern.

Ein „Karriere“-Begriff, der eindimensional nur auf hierarchischen Aufstieg und Mitarbeiterführung fokussiert, spricht Frauen zu wenig an. Um in der Breite mehr Frauen für den Einstieg in eine MINT-Berufslaufbahn zu gewinnen, müssen in der Kommunikation weitere Aspekte betont werden und – als Voraussetzung – müssen sich Strukturen und Kultur in den Organisationen ändern.

Kommunikationsbotschaften: MINT kann (auch) bedeuten, an inhaltlich herausfordernden, spannenden und gesellschaftlich relevanten Zukunftsthemen zu arbeiten, im Team zu agieren, persönliche Zufriedenheit zu erlangen und in Organisationsstrukturen zu arbeiten, die Frauen und Männer gleich stellt und die es ermöglichen, Beruf und Privates in Balance zu bringen. Eine Karriere im Sinne von Aufstieg und Führung ist dann eine attraktive Option unter mehreren.

Strukturen und Unternehmenskultur: Um dies glaubwürdig kommunizieren zu können, müssen sich Rahmenbedingungen in den Arbeitgeberinstitutionen entsprechend weiter ändern.



com.X Institut
Ehrenfeldstr. 34
44789 Bochum
Tel +49(0)234-325083 0
Fax +49(0)234-325083 1
com.X@comx-forschung.de

nicole.warthun@comx-forschung.de
markus.gabriel@comx-forschung.de
marc.jelitto@comx-forschung.de