



Girls' Day und Boys' Day – klischeefreie Berufsorientierung, die wirkt!

Ergebnisse der bundesweiten Evaluationsbefragung
zu den Aktionstagen 2018 mit Tipps für die Praxis

Inhalt

3	Grußworte	
4	Vorwort und Methodensteckbrief	
5	Interesse und Engagement	
6	Zufriedenheit	
7	Girls'Day und Boys'Day im Unterricht	10
8	Berufsimages	12
		13
		15
		Wirkung
		Berufswünsche
		Nutzen
		Impressum

Grußworte



Dr. Franziska Giffey

Bundesministerin für Familie,
Senioren, Frauen und Jugend

Liebe Leserinnen und Leser,

junge Menschen haben viele Talente. Manche fallen sofort ins Auge, andere müssen erst entdeckt werden. Girls'Day und Boys'Day sind eine gute Gelegenheit für Mädchen und Jungen, Berufe und Studiengänge kennenzulernen, die zu ihren Talenten passen: Ein Tag als Tischlerin, Bauingenieurin oder Feuerwehrfrau, als Erzieher, Krankenpfleger oder Grundschullehrer kann ein Türöffner für die berufliche Zukunft sein. Wann sonst haben Mädchen und Jungen die Möglichkeit, sich in Berufen auszuprobieren, die sie für sich noch nicht in Erwägung ziehen? Bundesweit ist der Anteil der weiblichen Auszubildenden als Tischlerinnen von 2007 bis 2017 von 8,5 auf 13,2 % gestiegen. Der Männeranteil in der Altenpflege lag 2017 bei 24,4 %. 2011 waren es noch 20,9 %. Vielleicht ein Beleg dafür, dass Vorurteile und Klischees allmählich an Kraft verlieren. Dafür sprechen jedenfalls die Ergebnisse in dieser Broschüre.

Dr. Franziska Giffey
Dr. Franziska Giffey



Anja Karliczek

Bundesministerin für Bildung
und Forschung

Liebe Leserinnen und Leser,

Girls'Day und Boys'Day sind längst fest etabliert: Unternehmen, Betriebe und Hochschulen in ganz Deutschland öffnen an diesem Tag ihre Türen für Schülerinnen und Schüler ab der 5. Klasse. Die Aktionstage sind als größte Berufsorientierungsprojekte sehr erfolgreich. Seit 2001 haben fast zwei Millionen Mädchen beim Girls'Day mitgemacht. Und am Boys'Day konnten seit seiner Einführung 2011 schon 300.000 Jungen Berufe kennenlernen, die sie bisher nicht in Betracht gezogen hatten. Das Interesse übersteigt die angebotenen Plätze. Dabei bieten die Aktionstage für Mädchen und Jungen eine echte Chance. Das belegen die Zahlen des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. für das Jahr 2018.

Berufsorientierung ist ein komplexer Prozess: Sich auf seine Neigungen, Kompetenzen und Stärken zu besinnen, sich damit zu beschäftigen, wie ein Beruf in der Praxis ist und schließlich eine fundierte Entscheidung für ein Studium oder einen Beruf zu treffen – das alles braucht Zeit. Darum sind Girls' und Boys'Days so wichtig. Und darum werden sie von der Bundesregierung auch finanziell unterstützt.

Ich empfehle Unternehmen und Institutionen: Machen Sie mit, ermöglichen Sie den Mädchen und Jungen Einblicke in die Praxis! Es lohnt sich für alle: Viele Jungen und Mädchen finden so ihre Traumberufe. Viele Betriebe stellen später junge Frauen und Männer ein, die am Aktionstag teilgenommen haben. Mit dem Girls'Day und Boys'Day gewinnen Sie die Fachkräfte von morgen!

Anja Karliczek
Anja Karliczek

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

rund 10.000 Mädchen und 7.500 Jungen nahmen an der Girls'Day- und Boys'Day-Erhebung 2018 teil – damit zählt die repräsentative Untersuchung zu den größten bundesweiten Befragungen unter Jugendlichen.

Rund 2.800 am Girls'Day sowie 1.900 am Boys'Day engagierte Unternehmen und Institutionen wurden befragt. Die Ergebnisse sind eindeutig: Girls'Day und Boys'Day wirken sich positiv auf das Berufswahlverhalten junger Menschen aus. Aber machen Sie sich selbst ein Bild. Viel Freude bei der Lektüre!



B. Schwarze

Prof. Barbara Schwarze

Vorsitzende
Kompetenzzentrum
Technik-Diversity-
Chancengleichheit e.V.

Methodensteckbrief

Grundgesamtheit

Girls'Day | Boys'Day 2018



Veranstaltungen:	10.500	7.000
Plätze:	100.000	30.700

	 Mädchen	 Jungen	 Girls'Day -Unternehmen und -Institutionen¹	 Boys'Day -Unternehmen und -Institutionen¹	 Schulen
Befragte	9.839	7.469	2.277	1.806	517
Versickte Fragebögen	23.380	25.738	6.567	5.675	6.261
Rücklaufquote	42 %	29 %	35 %	32 %	8 %
Stichprobe	Aufgrund der hohen Anzahl der Girls'Day-Teilnehmerinnen wurde eine Zufallsstichprobe gezogen.	Die teilnehmenden Jungen wurden in einer Vollerhebung befragt.	Die veranstaltenden Unternehmen und Institutionen wurden in Vollerhebungen befragt.		Befragt wurden Schulen, die mit den bundesweiten Koordinierungsstellen Kontakt aufgenommen haben.

Erhebungsmethode

Alle Gruppen wurden mittels Papierfragebögen zum Selbstauffüllen befragt. Die Fragebögen wurden den veranstaltenden Unternehmen und Institutionen sowie den Schulen zugeschickt. Die Schülerinnen und Schüler füllten die Bögen am Ende des Aktionstags vor Ort in den Unternehmen und Institutionen aus. Die Rücksendefrist betrug einen Monat.

¹Unter „Unternehmen und Institutionen“ sind alle Veranstaltenden von Girls'Day- und Boys'Day-Angeboten, u. a. Wirtschaftsunternehmen, Handwerksbetriebe, Hochschulen, Bildungseinrichtungen, Behörden / Öffentliche Verwaltung, sozial-pflegerische und Gesundheitseinrichtungen subsumiert.

Interesse und Engagement

Kernaussage: Mädchen und Jungen sind am Girls'Day bzw. Boys'Day größtenteils sehr motiviert und interessiert. Dies gilt in besonderem Maße für Mädchen und Jungen zwischen zehn und zwölf Jahren.

Offenheit für die Aktionstage

Der Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag und der Boys'Day – Jungen-Zukunftstag geben Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit, einen Einblick in das Arbeitsleben zu gewinnen und Tätigkeitsfelder und Berufe kennenzulernen, in denen die Geschlechterverteilung noch nicht ausgeglichen ist, z.B. technische, informationstechnische und naturwissenschaftliche Felder für Mädchen sowie soziale, pflegerische und erzieherische Bereiche für Jungen. Sind die Mädchen und Jungen offen für diese Möglichkeit, ihr Spektrum zu erweitern? Der Eindruck, den die veranstaltenden Unternehmen und Institutionen am Aktionstag von den teilnehmenden Schülerinnen und Schülern gewinnen konnten, ist

Auf welche Resonanz ist Ihr Angebot zum Girls'Day | Boys'Day gestoßen?

91% der Girls'Day-

und 85% der Boys'Day-

Unternehmen und -Institutionen gaben an, dass die Mädchen bzw. Jungen großes Interesse und Engagement zeigten.

Basis: Unternehmen und Institutionen Girls'Day (n = 2.277)
Unternehmen und Institutionen Boys'Day (n = 1.806)

ausgesprochen positiv. Der Großteil der Girls'Day- und Boys'Day-Veranstaltenden bescheinigt den Mädchen bzw. Jungen großes Interesse und Engagement.

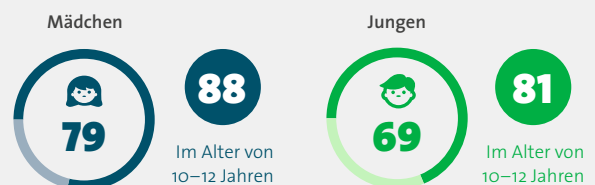
Berufsorientierung – wann ist der richtige Zeitpunkt?

Am Girls'Day und Boys'Day nehmen Mädchen und Jungen ab Klasse fünf teil. Für die Unternehmen und Institutionen stellt sich die Frage, ob es sinnvoll ist, die Schülerinnen und Schüler der Unterstufe zu den Aktionstagen einzuladen, obwohl eine konkrete Zukunftsplanung für sie noch weit entfernt ist und Berufsorientierung in der Schule oft erst in der Mittelstufe schwerpunktmäßig thematisiert wird. Doch es spricht vieles dafür, auch jüngere Mädchen und Jungen anzusprechen, da sie noch besonders offen für Bereiche sind, die größtenteils noch vom jeweils anderen Geschlecht besetzt sind.

Für die Unternehmen und Institutionen lohnt es sich, bereits Mädchen und Jungen ab zehn Jahren einzuladen, weil sie besonders motiviert und begeisterungsfähig sind: 88 % der Mädchen zwischen zehn und zwölf Jahren haben im Vorfeld der Aktionstage große Lust, am Girls'Day teilzunehmen. Damit sind sie noch motivierter als alle Mädchen zusammengenommen, die zu 79 % Lust zur Teilnahme haben. Bei den Jungen ist die Begeisterung der jüngsten Teilnehmer sogar in noch stärkerem Maße höher als die aller Jungen (81 % zu 69 %).

Wie viel Lust hattest du im Vorfeld, am Girls'Day | Boys'Day teilzunehmen?

Sehr viel/viel Lust hatten ...



Basis: Mädchen (n = 9.839), Mädchen 10–12 (n = 2.471)
Jungen (n = 7.469), Jungen 10–12 (n = 1.806); Angaben in Prozent

Praxistipp: Gestalten Sie gezielt ein Aktionsprogramm, das sich an eine Altersgruppe richtet, also z.B. Schülerinnen oder Schüler der Unterstufe! Sie können das Programm spielerischer ausrichten als für ältere Jugendliche und Sie werden eine motivierte Gruppe vorfinden, der Ihr Angebot nachhaltig im Gedächtnis bleibt.

Zufriedenheit

Kernaussage: Die Zufriedenheit aller an den Aktionstagen beteiligten Gruppen ist hoch, ganz besonders die der teilnehmenden Mädchen und Jungen.

„Tolle Initiative, gerne wieder!“

KiTa, Bayern

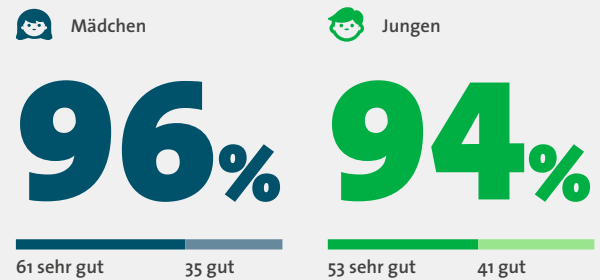
Wie bilanzieren verschiedene Zielgruppen den Girls'Day und Boys'Day?

Wie gut kommen der Girls'Day und der Boys'Day bei ihrer Hauptzielgruppe – **Schülerinnen und Schülern** ab zehn Jahren – an? Direkt im Anschluss an den jeweiligen Aktionstag beantworten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, wie ihnen der Girls'Day bzw. der Boys'Day gefallen hat. Das Ergebnis ist eindeutig: Mädchen und Jungen sind gleichermaßen hoch zufrieden mit ihrer Teilnahme am Aktionstag. Über 90 % der Mädchen und Jungen gefällt der Aktionstag gut oder sogar sehr gut.

Die **Unternehmen und Institutionen**, die den Girls'Day und Boys'Day für die Mädchen und Jungen ausrichten, investieren in die Vorbereitung und Durchführung der Aktionstage viel Zeit und unternehmenseigene Ressourcen. Wie bilanzieren sie als Gastgebende die Aktionstage? Mit einem Anteil von rund 80 % und mehr erreicht auch diese Zielgruppe ein hohes Zufriedenheitsniveau.

Wenn du mal alles zusammen betrachtest, wie hat dir der Girls'Day | Boys'Day insgesamt gefallen?

Sehr gut oder gut fanden den Tag ...



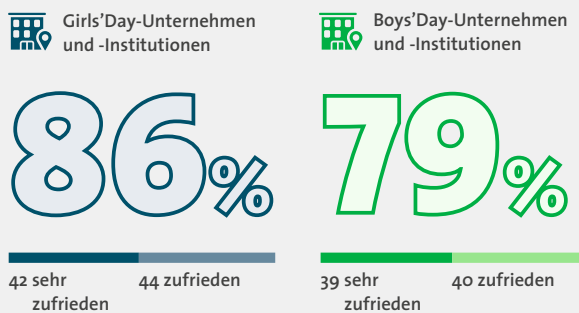
Basis: Mädchen (n = 9.839), Jungen (n = 7.469); Angaben in Prozent

„Die unkomplizierte Möglichkeit die Schülerinnen auf unser Angebot aufmerksam zu machen ist wunderbar.“

Land- und Forstwirtschaftsbetrieb, Bayern

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem diesjährigen Girls'Day | Boys'Day?

Sehr zufrieden oder zufrieden waren ...



Basis: Girls'Day (n = 2.277), Boys'Day (n = 1.806); Angaben in Prozent

Die **Schulen** sind für den Girls'Day und Boys'Day eine weitere wichtige Zielgruppe. Mit den Aktionstagen betraute Lehrkräfte wirken als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren: Sie informieren das Kollegium, Schülerinnen und Schüler sowie deren Eltern, regen die Teilnahme an und unterstützen die Suche nach geeigneten Plätzen. Die im Rahmen der Evaluation befragten Lehrkräfte geben für den Girls'Day zu 64 % und für den Boys'Day zu 60 % an, zufrieden oder sehr zufrieden zu sein. Für die Projektentwicklung ist dieses eher mittlere Zufriedenheitsniveau Anlass, die Zusammenarbeit mit Schulen in Kooperation mit der Initiative Klischeefrei zu intensivieren (siehe Kapitel „Girls'Day und Boys'Day im Unterricht“).

Girls'Day und Boys'Day im Unterricht

Kernaussage: Nur ein Teil der Schulen nutzt den Girls'Day und Boys'Day bisher, um das Thema Berufs- und Studienorientierung frei von Geschlechterklischees sowie Lebensplanung im Unterricht zu behandeln.

Klischeefreie Berufsorientierung in der Schule

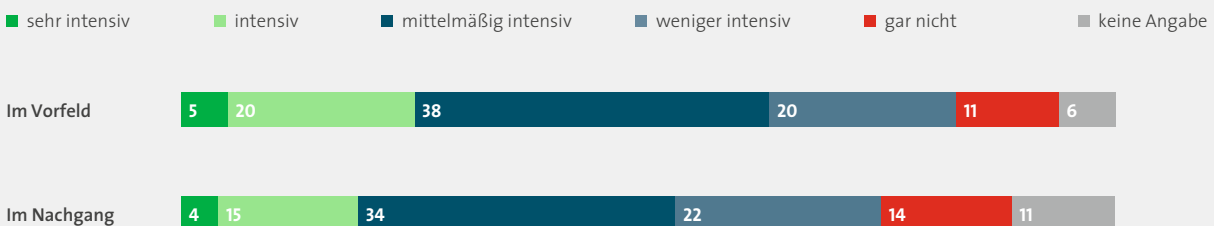
Die Aktionstage als jährlich wiederkehrendes Ereignis bieten Lehrkräften die Gelegenheit, Berufs- und Studienorientierung frei von Geschlechterklischees im Kontext praktischer Erfahrungen der Mädchen und Jungen zu thematisieren. Sie können Schülerinnen und Schülern vermitteln, dass Stereotype die Berufswahl beeinflussen und ihnen Anregungen geben, wie sie ihre Kompetenzen wahrnehmen und in passende berufliche Ziele umsetzen können.

Drei Viertel der befragten Schulen haben den Girls'Day und Boys'Day als festen Bestandteil in ihr Schulprogramm integriert. Dennoch werden die Aktionstage von den Schulen nur teilweise als Anlass genommen, die aktuellen Erfahrungen der Schülerinnen und Schüler zur Behandlung von geschlechtersensibler Berufsorientierung und Lebensplanung zu nutzen: Ein Viertel der Schulen hat eine Berufsorientierung frei von Geschlechterklischees zur Vorbereitung des Girls'Day und Boys'Day intensiv thematisiert. Nachbereitet wurden die Aktionstage in den Schulen seltener: 19 % haben den Girls'Day und Boys'Day im Anschluss aufgegriffen, um intensiver über geschlechtersensible Berufs- und Lebensplanung zu sprechen.

Auch für die verschiedenen Schultypen lässt sich feststellen, dass sie die Aktionstage unterschiedlich intensiv für eine Thematisierung von Berufsorientierung und Geschlecht nutzen: Gesamtschulen bereiten die Aktionstage zu 36 % inhaltlich vor. Hauptschulen behandeln das Thema häufig im Anschluss an die Aktionstage (51%). Gymnasien dagegen thematisieren eine geschlechtersensible Berufsorientierung um Girls'Day und Boys'Day herum im Vergleich zu den anderen Schultypen selten. Allerdings besteht sowohl in Ausbildungsberufen als auch in Studienfächern eine starke geschlechtliche Segregation, so dass es für Schülerinnen und Schüler aller Schultypen hilfreich ist, sich mit dem Einfluss von Geschlechterstereotypen auf ihre Berufsorientierung zu befassen. Es wäre also auch für Gymnasien und Realschulen sinnvoll, die Aktionstage als Anlass zu nehmen, die beruflichen Ziele von Schülerinnen und Schülern unter Geschlechteraspekten im Unterricht zu behandeln.

Praxistipp: Materialien für eine Berufs- und Studienorientierung frei von Geschlechterklischees bietet das Fachportal der Initiative Klischeefrei unter: www.klischee-frei.de

Wie intensiv wurde das Thema geschlechtergerechte Berufsorientierung und Lebensplanung im Unterricht vor und nach dem Girls'Day | Boys'Day behandelt?



Basis: Schulen (n = 517)

Berufsimages

Kernaussage: Insgesamt sind die Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen bei berufsbezogenen Wertvorstellungen sehr gering. Der Nachwuchsgeneration sind der Spaß an der Tätigkeit, Selbstverwirklichung im Beruf, Sicherheit, eine Work-Life-Balance (Stichworte: flexible Arbeitszeiten und -orte) und Chancengleichheit besonders wichtig.

Was ist Jugendlichen heute für ihren zukünftigen Beruf wichtig?

Unternehmen und Institutionen nutzen den Girls'Day und den Boys'Day, um über ihre Berufsfelder zu informieren und für sie zu werben. Wenn es um die Frage geht, welche inhaltlichen Schwerpunkte die Jugendlichen bei der Vorstellung von Tätigkeiten und Berufen setzen, bilden ihre berufsbezogenen Vorstellungen einen wichtigen Referenzpunkt für Unternehmen und Institutionen. Im Rahmen der Projektevaluation wurde ermittelt, welche Aspekte den Jugendlichen für die Arbeit und die Wahl ihres Berufes wichtig sind. Bemerkenswert ist die weitgehende Übereinstimmung der beruflichen Wunschvorstellungen bei Mädchen und Jungen:

Ausgesprochen wichtig ist allen, mit der Berufswahl einer Tätigkeit nachgehen zu können, die Spaß macht. Weiterhin wichtig sind die Aspekte Chancengleichheit im Beruf (diesen Aspekt gewichten Mädchen stärker als Jungen), Arbeitsplatzsicherheit und Work-Life-Balance. Während bei Jungen die Aufstiegsperspektiven Rang fünf einnehmen, ist es bei Mädchen der Abwechslungsreichtum der beruflichen Tätigkeit. Doch dieser Unterschied ist gar nicht so groß, wie es erscheinen mag: Mädchen sind Aufstiegsperspektiven zu 54 % wichtig, Jungen Abwechslungsreichtum zu 56 %.

Für die Arbeit und die Wahl des Berufes können einem unterschiedliche Dinge wichtig sein. Bitte gib für jeden der folgenden Punkte an, wie wichtig diese für dich bei der Berufswahl sind.

Ranking Top Five (Anteile „wichtig“ in %)



Basis: Mädchen (n = 9.839), Jungen (n = 7.469); Angaben in Prozent

Welche Vorstellung haben Mädchen von technisch-naturwissenschaftlichen und Jungen von sozial-erzieherischen Berufsgruppen?

Mädchen, die am Girls'Day teilgenommen haben, sehen MINT²-Berufe moderat positiv: Über die Hälfte ist der Ansicht, es mache Spaß in diesen Berufen zu arbeiten. Jedes zweite Mädchen ist davon überzeugt, dass Frauen und Männer in diesen Berufen die gleichen Chancen haben. Etwas über 40 % schreiben diesem Berufsfeld eine sichere berufliche Stellung und etwa genauso viele auch Abwechslungsreichtum zu. Skeptischer sind die Mädchen, wenn es um die Work-Life-Balance geht: Nur knapp jedes dritte glaubt, in diesen Berufen bleibe genug Zeit für Freizeit. Insbesondere im direkten Vergleich zu sozial-erzieherischen Berufen zeigt sich an dieser Stelle eine relative Image-Schwäche von MINT-Berufen: Deutlich mehr Mädchen (42 %) meinen, in sozial-erzieherischen Berufen sei eine Work-Life-Balance gegeben.

Tipps für die Kommunikation mit Mädchen:

Bei allen hier aufgeführten Image-Facetten bleibt noch viel Luft nach oben.

- Um verbreiteten Klischees zur Einseitigkeit von MINT-Berufen (Stichwort: Technik-Nerd) entgegenzuwirken, sollte der Abwechslungsreichtum von MINT-Tätigkeiten allgemein und insbesondere in Jobprofilen herausgestellt werden.
- Informationen zum Beruf sollten auch eine Darstellung der vorhandenen betrieblichen Möglichkeiten zur Work-Life-Balance beinhalten – als wichtige Forderung der Generation von Nachwuchskräften.
- Und nicht zuletzt die wichtige Botschaft: Frauen und Männer sollten im Berufsumfeld selbstverständlich gleichberechtigt sein!

Jungen, die am Boys'Day teilgenommen haben, stellen sich sozial-erzieherische Berufe grundsätzlich positiv vor: Sie machen Spaß, meinen über die Hälfte der Jungen. Zwei von drei Jungen sind überzeugt, dass Frauen und Männer in diesen Berufen die gleichen Chancen haben. Berufliche Sicherheit sehen sie im selben Ausmaß wie in MINT-Berufen als gegeben an (45 % stimmen der Aussage „Die Berufe bieten eine sichere berufliche Stellung“ für beide Berufssegmente zu). Etwas über 40 % sind überzeugt, dass die Work-Life-Balance in diesen Berufen verwirklicht werden kann. Bei MINT-Berufen stimmen in dieser Hinsicht nur knapp 30 % der Jungen zu. Eine relative Image-Schwäche sozial-erzieherischer Berufe sind dagegen Aufstiegschancen, die nur jeder dritte Junge (34 %) mit dieser Berufsgruppe verbindet. Im Vergleich: Bei MINT-Berufen sehen mehr als die Hälfte aller Jungen (55 %) gute Aufstiegsperspektiven als gegeben an.

Tipps für die Kommunikation mit Jungen:

Das Image sozial-erzieherischer Berufe ist unter Jungen grundsätzlich positiv. Allerdings sind Aufstiegsperspektiven eine wichtige Image-Facetten, die in der Darstellung der Berufsbilder durchaus stärker betont werden sollte. Beispiele für eine informative und positive Darstellung mit Jungen als Zielgruppe ...

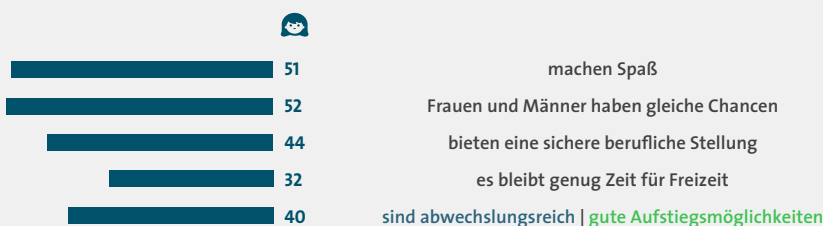
... für den Beruf „Erzieher“

www.zukunftsberuf-erzieher.de

... für den Beruf „Pfleger“

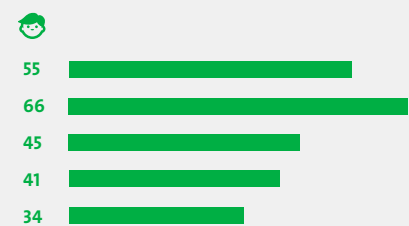
www.zukunftsberuf-pfleger.de

Welchen Aussagen zu Berufen im Bereich der Naturwissenschaften oder der Technik stimmst du zu?



Basis: Mädchen (n = 9.839); Angaben in Prozent

Welchen Aussagen zu sozialen und erzieherischen Berufen stimmst du zu?



Basis: Jungen (n = 7.469); Angaben in Prozent

²MINT steht für Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik und wird als Synonym für technisch-naturwissenschaftliche Berufe verwendet.

Wirkung

Kernaussage: Girls'Day und Boys'Day erweitern das Berufswahlspektrum und unterstützen bei der Berufs- und Studienorientierung. Die positiven Effekte der Aktionstage können durch Schulen (Vor- und Nachbereitung im Unterricht) und Unternehmen (Bindungsmarketing) nachhaltig verstärkt werden.

„Ich konnte mehr Erfahrungen und Ideen für meine berufliche Zukunft sammeln, sehr schöner Tag.“

Sophie, 14 Jahre³

Wie hilfreich war der Girls'Day | Boys'Day heute für dich, eine bessere Vorstellung davon zu bekommen, was du später einmal beruflich machen willst?

Sehr hilfreich/hilfreich fanden den Tag ...

mit weniger intensiver/
keiner Vorbereitung im
Unterricht

mit intensiver Vorbereitung
im Unterricht



Basis: Mädchen (n = 9.839), Jungen (n = 7.469)

Wie hilfreich sind die Aktionstage bei der Berufsorientierung?

Der Girls'Day und der Boys'Day sind niedrigschwellige Angebote der Berufsorientierung. Die Evaluation misst die berufsorientierende Wirkung der Aktionstage mit mehreren Fragen, die jeweils unterschiedliche Aspekte der Berufsorientierung abdecken. Die Frage, wie hilfreich der Girls'Day bzw. der Boys'Day dabei war, eine klarere Vorstellung davon zu bekommen, was die Schülerin bzw. der Schüler einmal beruflich machen möchte, zielt auf eine generelle Orientierungsleistung der Aktionstage. Knapp über 60 % der Mädchen und Jungen bewerten den Tag in dieser Hinsicht als hilfreich oder sehr hilfreich.

„Toll, dass es so was gibt. Man sollte mehr im Unterricht darüber sprechen. Außerdem sollte es ihn öfters geben.“

Alexander, 15 Jahre

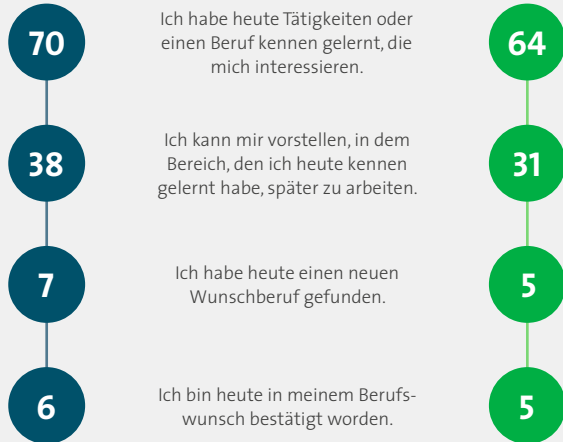
Was wirkt unterstützend auf die berufliche Orientierungsleistung der Aktionstage?

Die Evaluation liefert auf diese Frage eine sehr klare Antwort: Je intensiver die Mädchen und Jungen die Girls'Day- und Boys'Day-Themen im Vorfeld im Unterricht behandeln, zum Beispiel, indem sie die Berufswahl von Mädchen und Jungen reflektieren, desto besser können die Aktionstage ihre positive Wirkung entfalten!

³Die Namen der zitierten Schülerinnen und Schüler wurden aus Anonymitätsgründen verändert.



Was hat dir der Girls'Day | Boys'Day persönlich gebracht?



Basis: Mädchen (n = 9.839), Jungen (n = 7.469); Angaben in Prozent

Gelingt es den Aktionstagen, das Berufswahlspektrum der Mädchen und Jungen zu erweitern?

Der Girls'Day und Boys'Day setzen sich zum Ziel, das Berufswahlspektrum zu erweitern, indem sie Berufe vorstellen, die Mädchen und Jungen im Prozess der Berufs- und Studienwahl jeweils nur selten in Betracht ziehen.

Die Ergebnisse der Evaluation zeigen, dass dieses Ziel erreicht wird: Die Mehrheit der Girls'Day-Teilnehmerinnen (70 %) und der Boys'Day-Teilnehmer (64 %) lernen an diesem Tag Berufe, Tätigkeiten und Studiengänge kennen, die sie interessieren. Damit ist ein wichtiger erster Schritt in Richtung eines erweiterten Berufswahlspektrums getan. Für mehr als jede dritte Teilnehmerin (38 %) und fast jeden dritten Teilnehmer (31 %) bewirkt der Aktionstag noch etwas mehr: Sie können sich vorstellen, in dem Bereich, den sie kennen gelernt haben, später zu arbeiten! Eine kleinere Gruppe findet an diesem einen Tag sogar den Wunschberuf (bestätigt).

„Ich fand es interessant und es hat mich in die Richtung gebracht, in der ich später mal arbeiten möchte.“

Kenan, 14 Jahre

Damit Girls'Day und Boys'Day keine Eintagsfliegen werden

Die Beschränkung des Girls'Day und Boys'Day auf einen Tag hat einen großen Vorteil: Die Projekte sind dadurch niedrigschwellig angelegt und können sehr viele Mädchen und Jungen erreichen. Ein großer Nachteil liegt auf der Hand: Im langen und komplexen Prozess der Berufsorientierung kann ein einzelner Tag nur bedingt nachhaltig wirken. Es bedarf einer systematischen Unterstützung durch Eltern, Schulen und weitere Instanzen. Die Unternehmen und Institutionen, die Schülerinnen und Schüler am Girls'Day und Boys'Day mit ihren Berufswelten bekannt machen, haben den Erstkontakt bereits gemacht und sind zu einem Großteil beeindruckt: **41 % der Schülerinnen und 29 % der Schüler** hätten Interesse, in dem besuchten Unternehmen bzw. der besuchten Institution später einmal ein Praktikum oder eine Ausbildung zu machen oder dort zu studieren. So ist es für die

am Girls'Day und Boys'Day teilnehmenden Unternehmen und Institutionen unbedingt empfehlenswert, mit den Mädchen und Jungen im Sinne eines Bindungsmarketings in Kontakt zu bleiben. Die Chancen stehen gut, dass auf den Girls'Day bzw. Boys'Day ein vertiefendes Praktikum folgt.

Tipps zur Kontaktpflege: Falls Unternehmen oder Institutionen für das laufende Jahr bereits weitere Aktionen – wie zum Beispiel einen Elterntag, einen Tag der offenen Tür – planen, können sie die Aktionstage dafür nutzen, Mädchen und Jungen zu informieren und einzuladen. Vielleicht sind bereits Informationsmaterialien zu Veranstaltungen und Praktikumsangeboten zur Hand, die ausgeteilt werden können.

Berufswünsche

Kernaussage: Durch die Erfahrungen am Aktionstag wächst die Offenheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Berufe, die sie kennengelernt haben.

Kann die Teilnahme an den Aktionstagen die Berufswünsche verändern?

Die Mädchen und Jungen wurden gefragt, in welchen Tätigkeitsbereichen sie sich vorstellen können, später zu arbeiten. Aufschlussreich ist es, wenn man diesbezüglich Mädchen, die am Girls'Day MINT-Berufe kennengelernt haben, mit den Mädchen vergleicht, die den Aktionstag in anderen Girls'Day-Bereichen wie Polizei oder Politik verbracht haben. Für Jungen lässt sich ebenfalls ein Vergleich ziehen. Hier setzen wir die Berufsaffinität von Jungen mit sozial-erzieherischen bzw. gesundheitlich-pflegerischen Boys'Day-Erfahrungen in Bezug zu Jungen, die am Boys'Day andere Berufsfelder, z. B. Handel oder Dienstleistungsbereiche, kennengelernt haben.

Es zeigt sich: Die Aktionstage können die Berufsvorstellungen der Mädchen und Jungen verändern! Schülerinnen, die MINT-Berufe kennengelernt haben, können sich zu 37% vorstellen, in technischen Berufen zu arbeiten. Dies trifft nur für 26% derer zu, die am Girls'Day andere Bereiche wie z. B. Polizei oder Politik besucht haben. Mädchen mit MINT-Aktionsplätzen weisen im Vergleich zu den Teilnehmerinnen ohne MINT-Erfahrung am Girls'Day auch eine höhere Neigung zu Berufen in IT und Informatik auf (31% zu 21%). Jungen, die am Boys'Day Berufe in Gesundheit und Pflege kennen-

gelernt haben, sind zu 34% offen für Tätigkeiten in diesem Feld. Im Gegensatz dazu können sich nur 20% derjenigen einen Beruf in diesem Bereich vorstellen, die den Aktionstag in anderen Bereichen wie Verwaltung oder Einzelhandel verbracht haben. Für soziale und erzieherische Berufe interessieren sich 37% mit diesbezüglichen Boys'Day-Erfahrungen im Gegensatz zu 25%, die andere Bereiche kennengelernt haben.

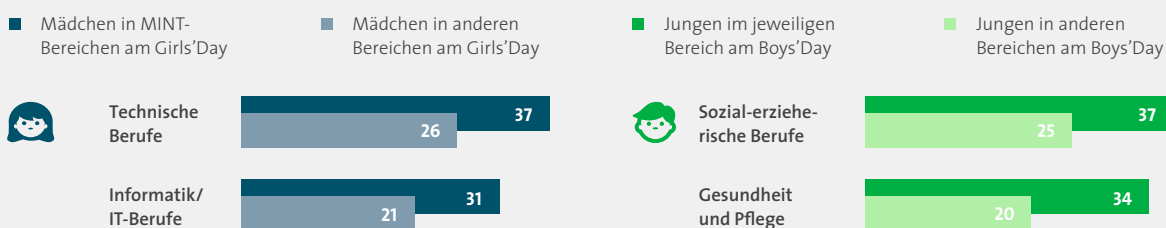
Die Girls'Day-Teilnehmerinnen und die Boys'Day-Teilnehmer sind also nach ihren Praxiserfahrungen offener für die jeweiligen vorgestellten Berufsbereiche. Jedoch sind die eintägigen Aktionstage ein niedrigschwelliger Anstoß, sich Berufen jenseits von Geschlechterklischees anzunähern. Um nachhaltig ein erweitertes Berufsspektrum zu entwickeln, brauchen Mädchen und Jungen weitere Angebote, in denen sie ihre Girls'Day- bzw. Boys'Day-Erfahrungen vertiefen und sich ausführlicher mit ihren neuen Berufswünschen auseinandersetzen können!

„Ausschlaggebend für meine Entscheidung, eine Ausbildung zur Mechatronikerin zu absolvieren, waren der Girls'Day und ein Praktikum, das ich im Anschluss gemacht habe.“

Lena, 18 Jahre

In welchem Tätigkeitsbereich könntest du dir vorstellen, später zu arbeiten?

Sehr gut/gut konnten sich vorstellen:



Basis: Mädchen (n = 9.839), Jungen (n = 7.469); Angaben in Prozent

Nutzen

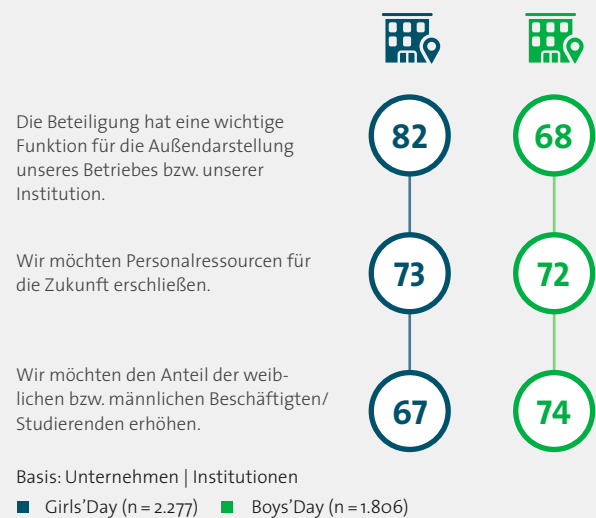
Kernaussage: Girls'Day und Boys'Day funktionieren für die teilnehmenden Unternehmen und Institutionen als Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit und Nachwuchssicherung. Dabei gilt: Je besser die Aktionstage in eine systematische Strategie der Nachwuchsgewinnung integriert und regelmäßig durchgeführt werden, desto effizienter sind sie.

Was erwarten Unternehmen und Institutionen von den Aktionstagen?

Mit ihrer Teilnahme an den Aktionstagen verfolgen Unternehmen und Institutionen eine zweifache Zielsetzung: Zum einen dienen die Aktionstage der Öffentlichkeitsarbeit. Mehr als 80 % der Anbietenden eines Girls'Day-Angebots und fast 70 % der Anbietenden eines Boys'Day-Angebots geben an, dass ihre Teilnahme eine wichtige Funktion für die Außendarstellung erfüllt.

Zum anderen sind die Aktionstage ein Instrument der Nachwuchsgewinnung. Nahezu drei von vier Unternehmen und Institutionen nehmen nach eigenen Angaben an den Aktionstagen teil, um Personalressourcen für die Zukunft zu erschließen. Die meisten haben darüber hinaus den Wert einer diversifizierten Belegschaft erkannt und wollen entsprechend die Anteile der weiblichen (Girls'Day-Unternehmen | Institutionen zu 67 %) bzw. der männlichen Beschäftigten (Boys'Day-Unternehmen | Institutionen zu 74 %) erhöhen.

Bitte geben Sie Ihre Gründe für die Teilnahme am Girls'Day | Boys'Day an.



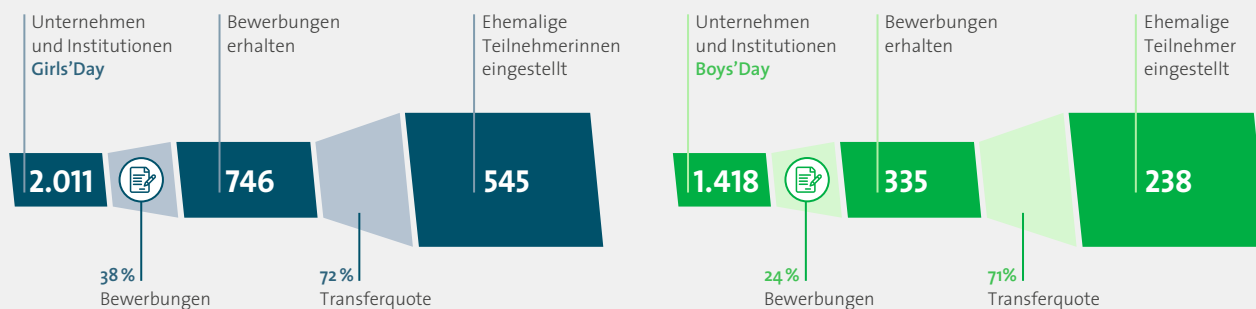
Funktionieren die Aktionstage als Instrumente der Nachwuchssicherung?

Während die Öffentlichkeitswirksamkeit der Aktionstage über die Resonanz in den Medien unmittelbar sichtbar wird, braucht die Nachwuchssicherung ein systematisches Vorgehen und eine mittel- bis langfristige Perspektive. Viele Unternehmen und Institutionen integrieren den Girls'Day bzw. Boys'Day in ihr Jahresprogramm und nehmen regelmäßig an den Aktionstagen teil: **Über 80 % der Girls'Day- und 70 % der Boys'Day-Unternehmen und -Institutionen** waren 2018 zum wiederholten Mal dabei.

„Richtig etabliert ist der Girls'Day ein Selbstläufer: man wächst an den Erfahrungen und man selbst kann die Veränderungen im Hinblick auf mehr Diversity mitgestalten.“

Automobilkonzern, Hessen

Haben sich bei Ihnen Mädchen | Jungen, die zuvor bei Ihnen am Girls'Day | Boys'Day teilgenommen haben, auf Praktikums- oder Ausbildungsplätze beworben?

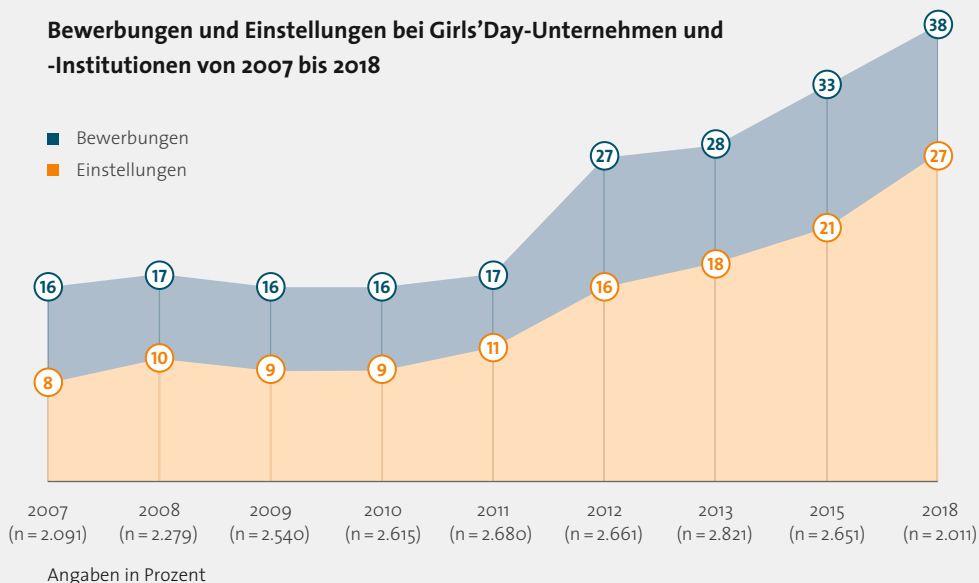


Auf Grundlage der Evaluationsergebnisse kann den Aktionstagen ein positiver Beitrag zur Nachwuchsgewinnung beschieden werden. Girls'Day- bzw. Boys'Day-Unternehmen und -Institutionen, die kontinuierlich an den Aktionstagen teilnehmen, erhalten zunehmend Bewerbungen von ehemaligen Teilnehmerinnen und Teilnehmern auf Praktikums- und Ausbildungsplätze. Für den Girls'Day trifft das auf fast zwei von fünf Unternehmen und Institutionen zu, für den Boys'Day, der noch nicht so lange existiert, immerhin auf jedes vierte Unternehmen bzw. jede vierte Institution.

Sowohl beim Girls'Day als auch beim Boys'Day münden die Bewerbungen in eine hohe Einstellungsquote (über 70 % der Bewerbungen sind erfolgreich).

Am Beispiel des Girls'Day lässt sich gut illustrieren, dass sich Geduld und kontinuierliche Teilnahme für die Unternehmen und Institutionen lohnen. Ein Blick zurück auf das letzte Jahrzehnt zeigt einen deutlichen Anstieg der Bewerbungen (von 16 % in 2007 auf 38 % in 2018) und Einstellungen (von 8 % auf 27 %).

Bewerbungen und Einstellungen bei Girls'Day-Unternehmen und -Institutionen von 2007 bis 2018



Impressum

Herausgeber

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-
Chancengleichheit e.V.
Am Stadtholz 24
33609 Bielefeld
Tel.: +49 521 106-7322
Fax: +49 521 106-7171
info@kompetenzz.de
www.kompetenzz.de

Redaktion

Lore Funk, Romy Stühmeier, Wenka Wentzel

Gestaltung

mc-quadrat | Markenagentur und
Kommunikationsberatung OHG, Berlin

Druck

Stoba-Druck GmbH, Lampertswalde



Bildnachweise

Titel: © kompetenzz | Marc Beckmann (links);
Steffi Behrmann (rechts)
S. 3 (linke Spalte): © Bundesregierung | Jesco Denzel;
S. 3 (rechte Spalte): © Bundesregierung |
Guido Bergmann;
S. 4: © privat

Erscheinungsjahr

2019

Das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancen-
gleichheit e.V. fördert bundesweit die Chancengleich-
heit von Frauen und Männern sowie Vielfalt als Erfolgs-
prinzip in Wirtschaft, Gesellschaft und technologischer
Entwicklung.

©2019 Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancen-
gleichheit e.V.

Der Girls'Day wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und vom Bundesministerium für Bildung und Forschung.

Der Boys'Day wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Durchgeführt vom:

