



Evaluation des Girls' Day – Mädchen-Zukunftstags 2009

Zusammenfassung der Ergebnisse

Inhalt

1. Die Evaluation des Girls'Day – Mädchen-Zukunftstags 2009	2
2. Methodisches Vorgehen und Rückläufe	3
3. Ergebnisse der Erhebungsgruppen	4
3.1. Schülerinnen.....	4
3.1.1. Altersverteilung.....	4
3.1.2. Besuchte Schulform und Staatsangehörigkeit	4
3.2. Unternehmen, Betriebe und Institutionen	6
3.2.1 Organisationstyp.....	6
3.2.2 Organisationsgröße	6
4. Durchführung und Gestaltung des Girls'Day – Mädchen-Zukunftstags	7
5. Zufriedenheit und Resonanz.....	11
6. Berufliche Vorstellungen und das Image technischer Berufe	13
7. Zur Nachhaltigkeit des Girls'Day – Mädchen-Zukunftstags auf die Berufsorientierung weiblicher Jugendlicher	16

1. Die Evaluation des Girls'Day – Mädchen-Zukunftstags 2009

Am 23. April 2009 fand der Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag zum neunten Mal statt. 9.100 Unternehmen und Betriebe, Institutionen, Bildungseinrichtungen und Behörden waren an diesem Tag aktiv und gaben mehr als 127.000 Schülerinnen die Möglichkeit, technische, informationstechnische, naturwissenschaftliche und handwerkliche Berufe praktisch kennenzulernen.

Durch den jährlich stattfindenden Aktionstag erhalten Schülerinnen ab der 5. Klasse die Möglichkeit, einen Einblick in Tätigkeiten und damit in den Arbeitsalltag von Berufen zu bekommen, die häufig noch als „frauenuntypisch“ gelten und die viele Schülerinnen nicht als eigene Zukunftsperspektive in Erwägung ziehen. Durch praktische Einblicke in naturwissenschaftlich-technische Berufsfelder und die Erprobung ebensolcher Fähigkeiten bekommen die Schülerinnen Anstöße zum Überdenken beruflicher Optionen und den Anreiz, diese Berufe in ihre Zukunftsplanung einzubeziehen. Für die teilnehmenden Unternehmen und Institutionen bietet der Aktionstag die Möglichkeit, Kontakt zu jungen Frauen aufzunehmen, ihnen die

Arbeits- und Ausbildungsmöglichkeiten in ihrer Organisation vorzustellen und so potenzielle zukünftige Mitarbeiterinnen kennenzulernen.

Der Girls' Day – Mädchen-Zukunftstag wird seit 2002 jährlich mittels einer standardisierten Befragung evaluiert. In dieser Längsschnitterhebung werden jeweils die teilnehmenden Schülerinnen sowie die veranstaltenden Unternehmen und Institutionen einbezogen. Die teilnehmenden Schulen werden in größeren Abständen ebenfalls im Längsschnittdesign befragt.

Im Fokus der Untersuchung stehen auf Seiten der Organisationen die Bewertung der konkreten Durchführung des Aktionstages und der Mehrwert, den die Institutionen durch die Veranstaltung des Aktionstages für sich sehen. Auf Seiten der Mädchen geht es neben der Beurteilung des Girls'Days um die Ermittlung ihrer Zukunftspläne sowie um ihre Vorstellungen und Einschätzungen in Bezug auf die konkrete Arbeitswelt.

Die vorliegende Zusammenfassung behandelt die Ergebnisse der achten Erhebungswelle. Einzelne Themenbereiche werden in Bezug auf spezifische Zielgruppen oder ausgewählte Fragestellungen in späteren Publikationen differenzierter analysiert. Diese Publikationen werden auf der Homepage des Girls' Day – Mädchen-Zukunftstags veröffentlicht oder es wird dort auf sie hingewiesen.

2. Methodisches Vorgehen und Rückläufe

Die Evaluation des Girls' Day – Mädchen-Zukunftstags erfolgt mit quantitativen Methoden. Zur Befragung der teilnehmenden Schülerinnen und Institutionen werden teilstandardisierte Fragebögen eingesetzt. Auf Grund der hohen Zahl an Organisationen und Schülerinnen steht für die Evaluation eine sehr umfangreiche Datenbasis zur Verfügung. Aus forschungspragmatischen Gründen wird diese Datenbasis nicht voll ausgeschöpft. Statt einer Vollerhebung wird seit 2004 aus der Gruppe der Schülerinnen und der Institutionen eine repräsentative Stichprobe gezogen. 2009 wurden insgesamt 20.152 zielgruppenspezifisch konstruierte Fragebögen an die teilnehmenden Schülerinnen und 6.844 an die Organisationen verteilt. Von den Schülerinnen beantworteten 8.835 und damit 44 % ihren Fragebogen. Die Rücklaufquote der Organisationen lag bei 3.078 und damit 45 %. Die Schulen wurden ebenso wie im vergangenen Jahr nicht befragt.

Tabelle 1: Verschickte Fragebögen und Rückläufe

Erhebungsgruppe	Verschickte Fragebögen	Rücklauf in %	Rücklauf absolut
Mädchen	20.152	44 %	8.835
Organisationen	6.844	45 %	3.078

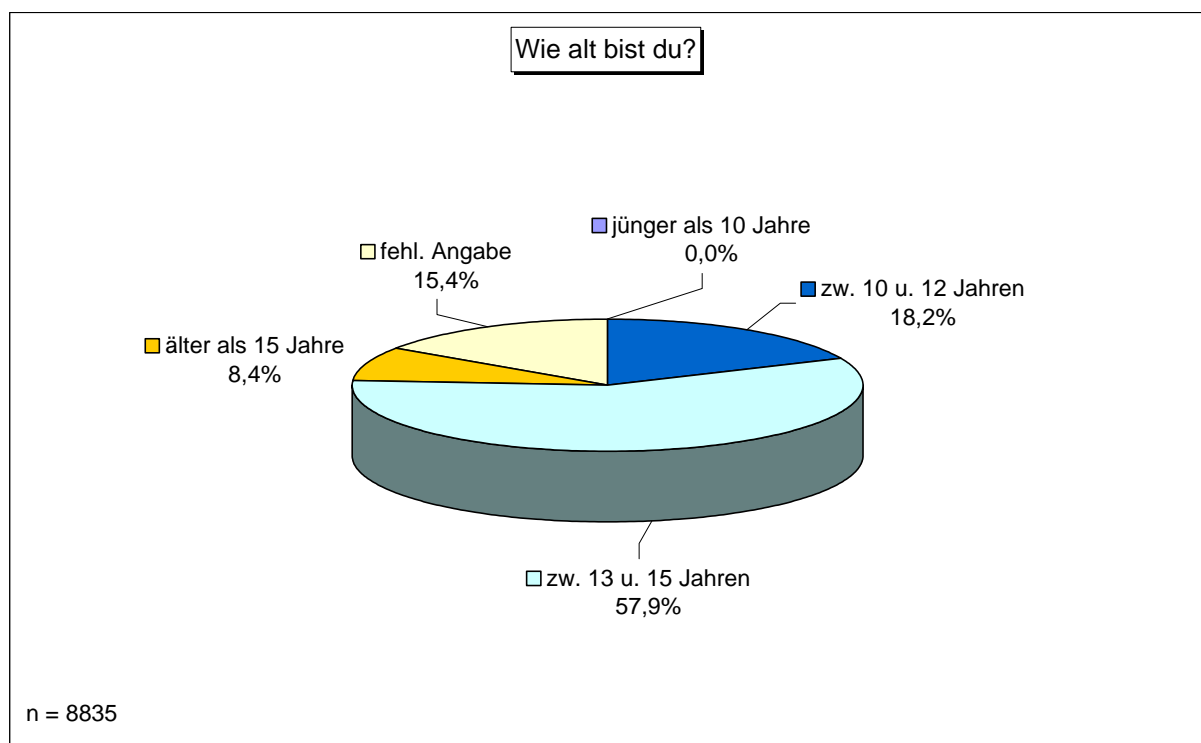
3. Ergebnisse der Erhebungsgruppen

3.1. Schülerinnen

3.1.1. Altersverteilung

Die Hauptzielgruppe des Girls'Day – Mädchen-Zukunftstags sind Schülerinnen im Alter zwischen 10 und 16 Jahren. 2009 sind 57,9 % der teilnehmenden Schülerinnen zwischen 13 und 15 Jahren alt. 18,2 % der Schülerinnen sind zwischen 10 und 12 Jahren und lediglich 8,4 % sind älter als 15 Jahre. Damit befindet sich der Großteil der teilnehmenden Schülerinnen in der achten bis zehnten Klasse. In die fünfte bis siebente Klasse geht nahezu jede fünfte Schülerin, die am Aktionstag teilnimmt. Der Anteil von Schülerinnen dieses Alters hat im Jahr 2009 im Vergleich zum Vorjahr zugenommen, während der der älteren Schülerinnen, d. h. derjenigen, die in die 10. oder eine höhere Klasse gehen, in diesem Jahr rückläufig ist. Durch die Unterstützung und Vorbereitung der Teilnahme am Girls'Day und durch die damit verbundene frühe Behandlung des Themas Berufsorientierung tragen die Schulen zu der wünschenswerten Entwicklung bei, die Jugendlichen frühzeitig auf die Berufsfindung vorzubereiten.

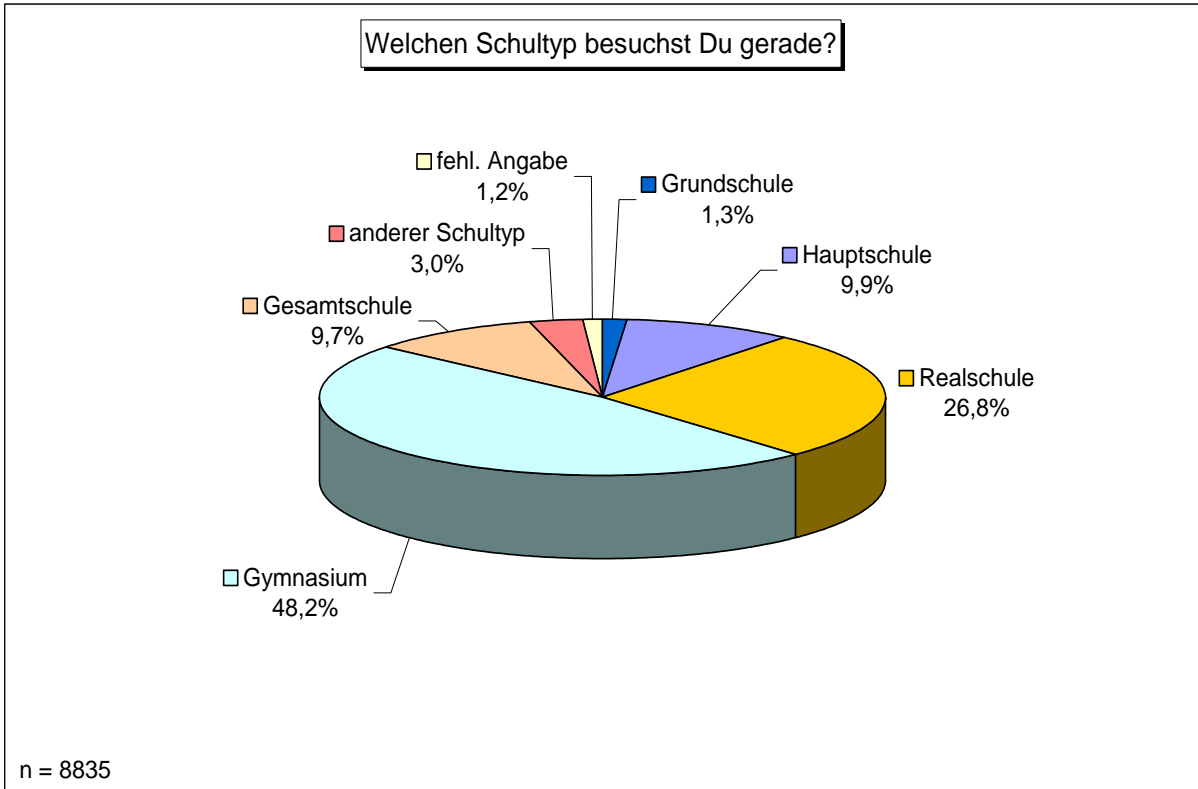
Abbildung 1: Altersverteilung der Mädchen



3.1.2. Besuchte Schulform und Staatsangehörigkeit

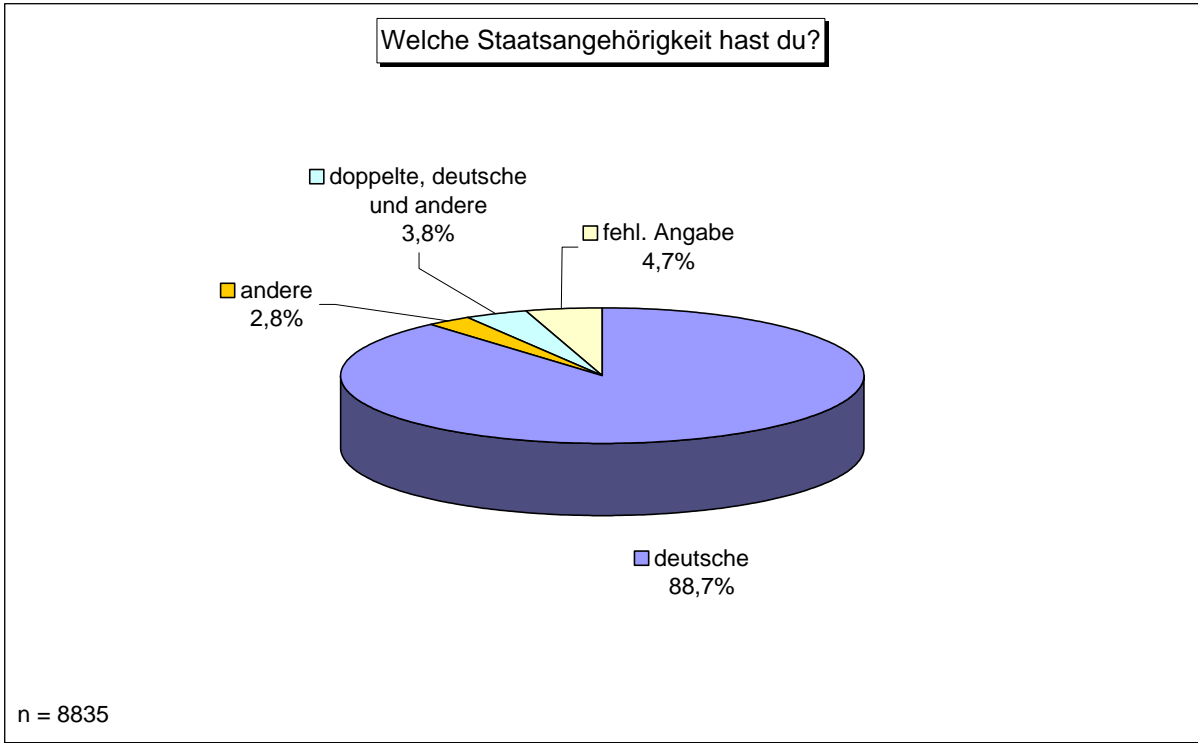
Nahezu jedes zweite Mädchen, das 2009 am Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag teilgenommen hat, ist Gymnasiastin. Zur Realschule geht mit 26,8 % etwas mehr als jedes vierte Mädchen. 9,9 % der Mädchen gehen zur Hauptschule, 9,7 % zur Gesamtschule.

Abbildung 2: Besucher Schultyp



In Deutschland geboren sind 93,7 % der befragten Schülerinnen. Die deutsche Staatsangehörigkeit haben 88,7 %. 2,8 % besitzen eine andere als die deutsche Staatsangehörigkeit und 3,8 % haben zusätzlich zur deutschen eine weitere Staatsangehörigkeit.

Abbildung 3: Staatsangehörigkeit

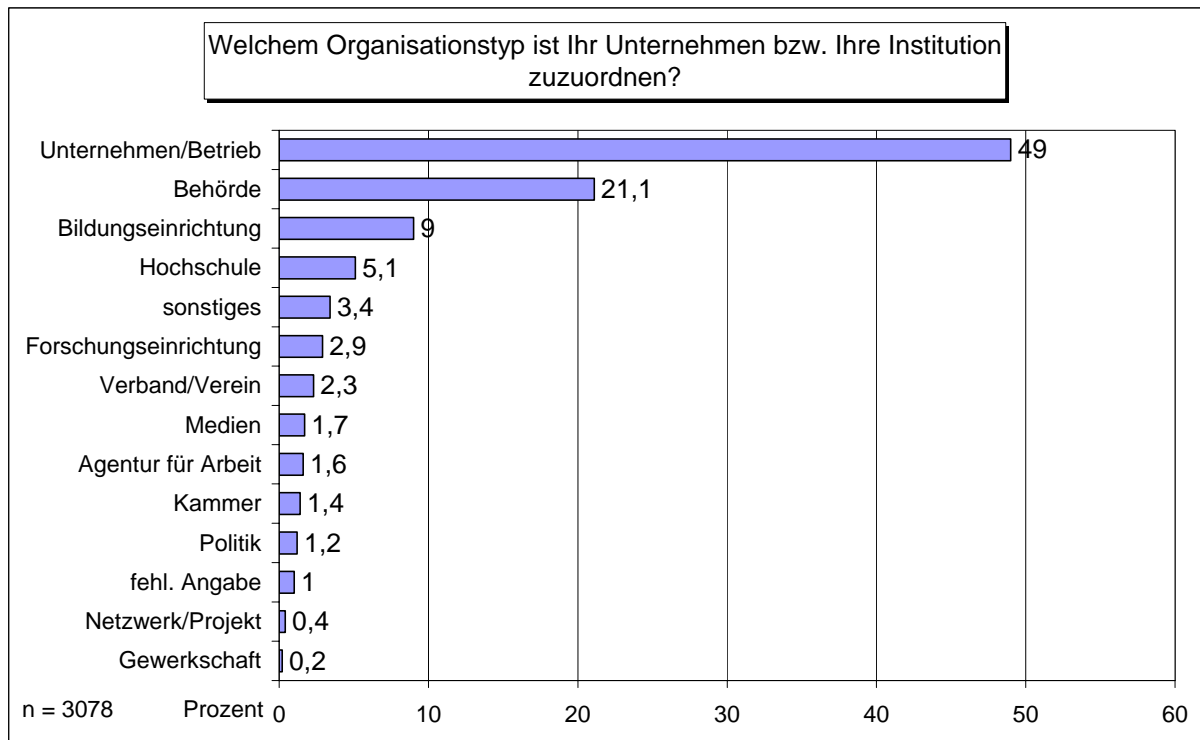


3.2. Unternehmen, Betriebe und Institutionen

3.2.1 Organisationstyp

Bei nahezu der Hälfte der Organisationen, die in ihrem Haus den Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag anbieten, handelt es sich um Unternehmen und Betriebe. Die zweithäufigsten Anbieter sind mit 21,1 % Behörden. Bei 9 % der teilnehmenden Organisationen handelt es sich um Bildungseinrichtungen und 5,1 % sind Hochschulen.

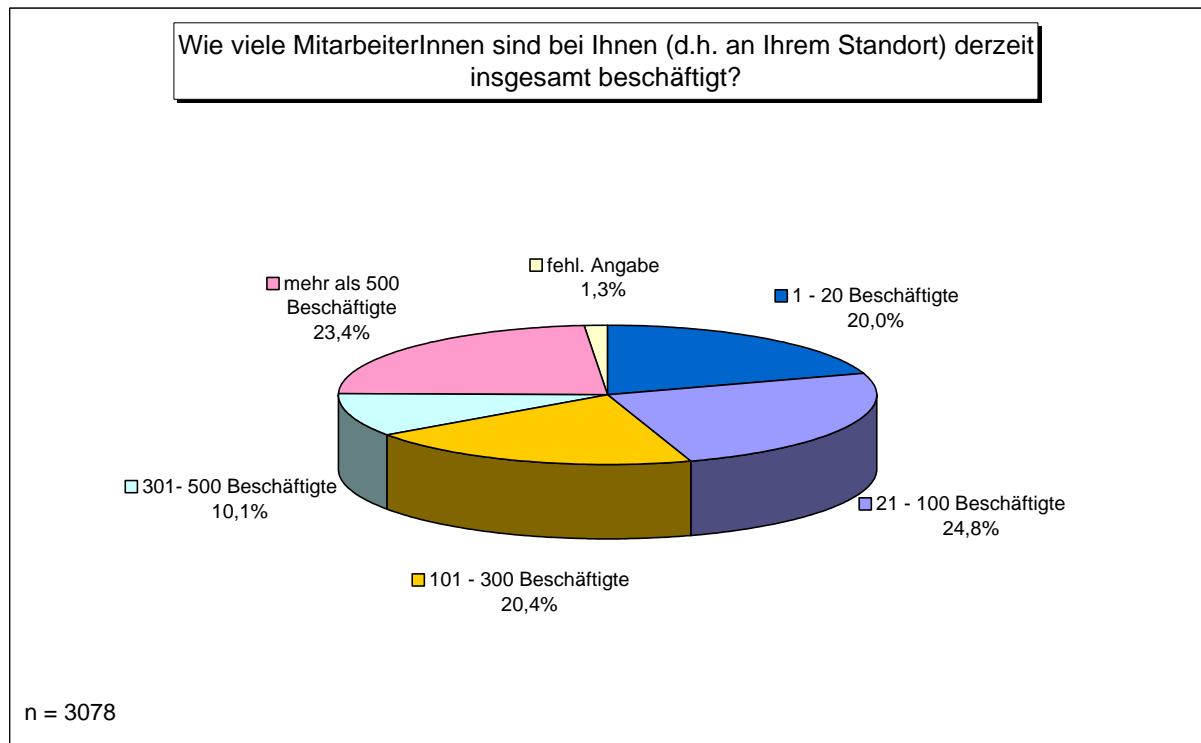
Abbildung 4: Organisationstyp der veranstaltenden Unternehmen und Institutionen



3.2.2 Organisationsgröße

Am Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag beteiligen sich Unternehmen, Betriebe und Institutionen aller Größenordnungen: 20 % zählen zu den kleinen Betrieben mit unter 21 Beschäftigten, nahezu ein Viertel (24,8 %) der teilnehmenden Organisationen beschäftigten 21 bis 100 Personen. Bei 20,4 % handelt es sich um Institutionen mit 101 bis 300 Beschäftigten und 10,1 % der teilnehmenden Organisationen beschäftigen 301 bis 500 Personen. 23,4 % aller Organisationen, die den Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag anbieten, sind Großunternehmen mit 500 und mehr Beschäftigten.

Abbildung 5: Größe der Organisation



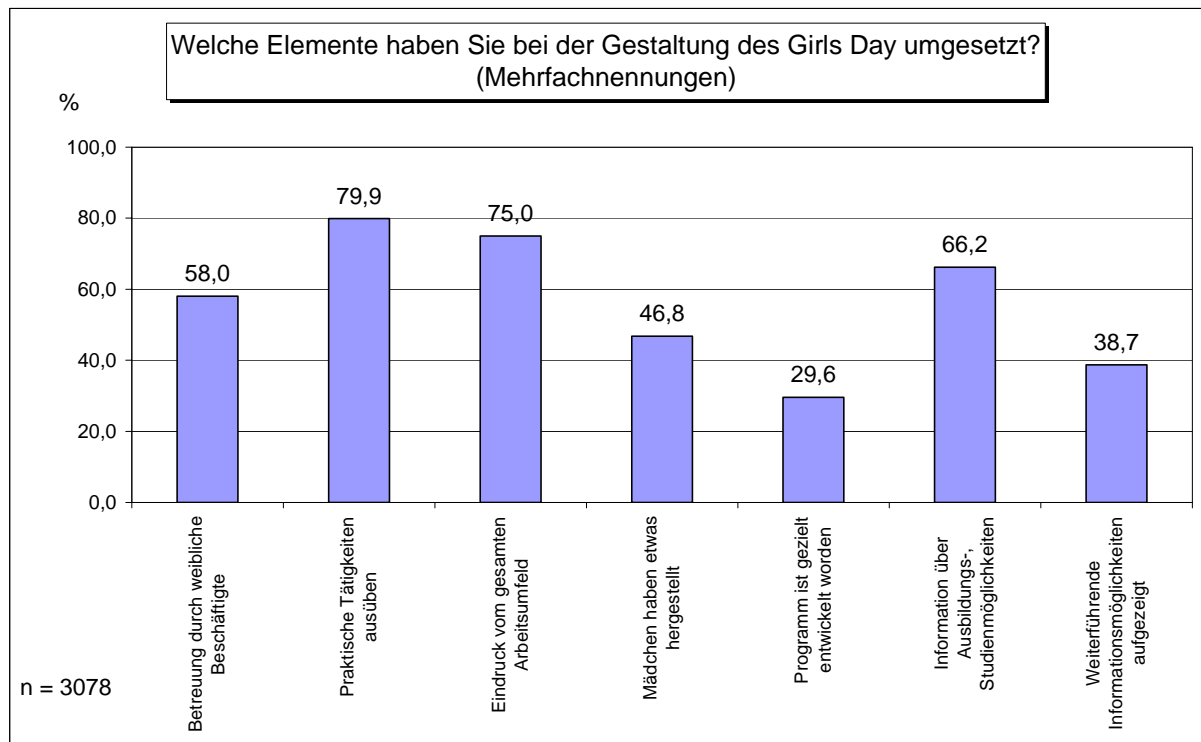
4. Durchführung und Gestaltung des Girls'Day – Mädchen-Zukunftstags

Die Organisation des Girls'Day – Mädchen-Zukunftstags wird in den teilnehmenden Unternehmen und Institutionen in Eigenregie durchgeführt. Dabei können sich die Veranstaltenden auf Anregungen und Hilfestellungen der bundesweiten Koordinierungsstelle stützen. Da die Aktionsprogramme in Unternehmen und Institutionen ganz unterschiedlicher Branchen und Arbeitsfelder, Organisationsformen und Größe stattfinden, trägt dies zu einer großen Vielfalt an Veranstaltungen bei. Beispielsweise können Schülerinnen in Handwerksbetrieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begleiten und ihnen bei der Arbeit zur Hand gehen oder eigene Werkstücke erstellen bzw. diese bearbeiten. In Großunternehmen ist es möglich, verschiedene Abteilungen zu besuchen und dort in Gruppen mit anderen Mädchen oder eigenständig praktische Arbeiten durchzuführen. In Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen können die Mädchen in Laboren forschen und dabei kleine Experimente durchführen. In Rundfunk- und Medienanstalten besteht beispielsweise die Möglichkeit, an der Gestaltung von Sendungen mitzuwirken.

Dabei achten 58 % der teilnehmenden Organisationen darauf, dass die Betreuung der teilnehmenden Schülerinnen durch weibliche Beschäftigte erfolgt. Nahezu 80 % der Organisationen lassen die Schülerinnen praktische Tätigkeiten ausüben. 75 % vermitteln ihnen einen Eindruck über das gesamte Arbeitsumfeld und 46,8 % lassen die Schülerinnen etwas herstellen. 66,2 % der teilnehmenden Organisationen geben den Schülerinnen Informationen über

die Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten und 38,7 % zeigen ihnen weitere Informationsmöglichkeiten über die vorgestellten Berufe auf. Die befragten Unternehmen und Institutionen geben zu 29,6 % an, dass sie das Programm zum Girls' Day gezielt entwickelt haben.

Abbildung 6: Gestaltung des Aktionstages durch die Organisationen



Die Anmeldung für einen Girls' Day-Aktionsplatz kann über unterschiedliche Kanäle erfolgen. Einer davon ist die eigenständige Anmeldung der Schülerinnen über die Girls' Day-Home-page www.girls-day.de. Er wird von 46,5 % der Schülerinnen gewählt und kann als Indikator dafür gewertet werden, dass sich die Schülerinnen aktiv mit ihrer Berufsfindung auseinandersetzen. Darüber hinaus bauen die Schülerinnen über diese Form der Anmeldung Medienkompetenz auf und proben die Kontaktaufnahme mit der Organisation, in der sie gern ihren Aktionstag verbringen würden. Dies kann insbesondere über die Formulierung des eigenen Anliegens als Übungsfeld für spätere Bewerbungen um einen Praktikums- und Ausbildungsplatz dienen. Allerdings stellen diese Anforderungen – insbesondere für die jüngeren Schülerinnen – teilweise eine große oder zu große Hürde da. Für sie kann es sinnvoll sein, sich durch eine Lehrkraft bei der Suche nach einem Aktionsplatz unterstützen zu lassen. Diese Form der Anmeldung nehmen 15,5 % der Schülerinnen in Anspruch und 15,1 % begleiten ihre Eltern zu deren Arbeitsplatz. Bei einem Teil der Schülerinnen ist es die Freundin (18,5 %), die sich um die Anmeldung kümmert.

Abbildung 7: Anmeldung zum Girls' Day – Mädchen-Zukunftstag

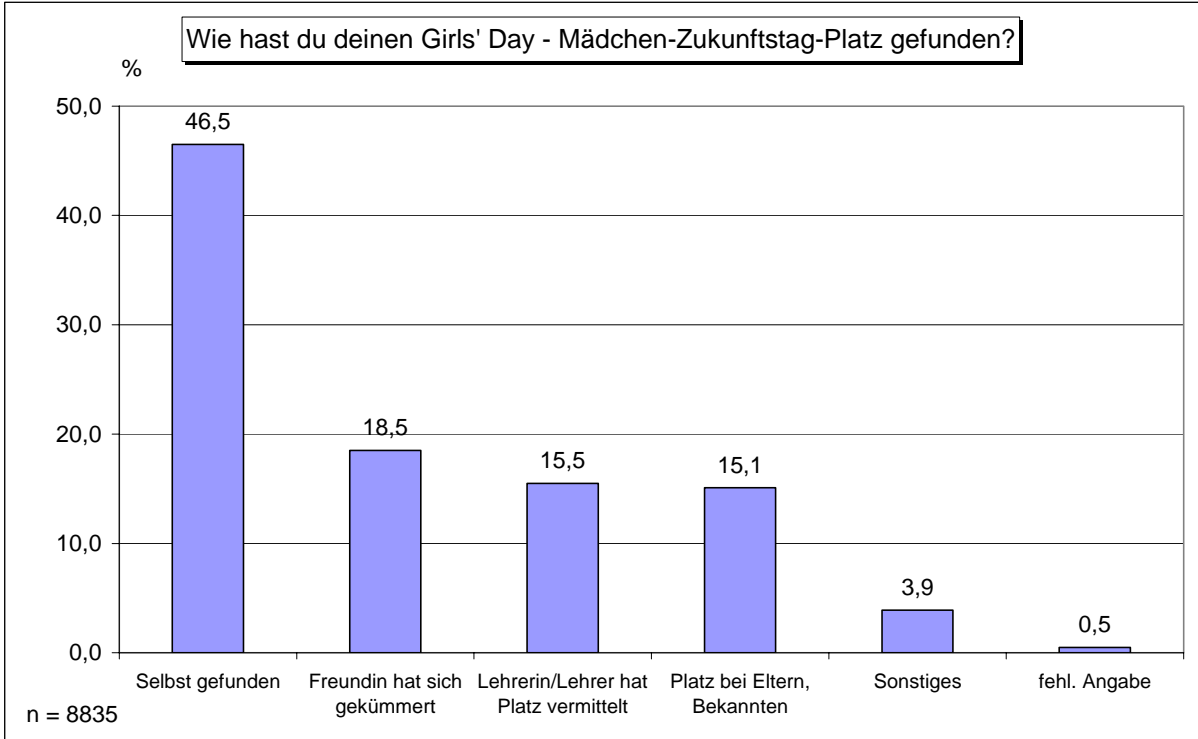
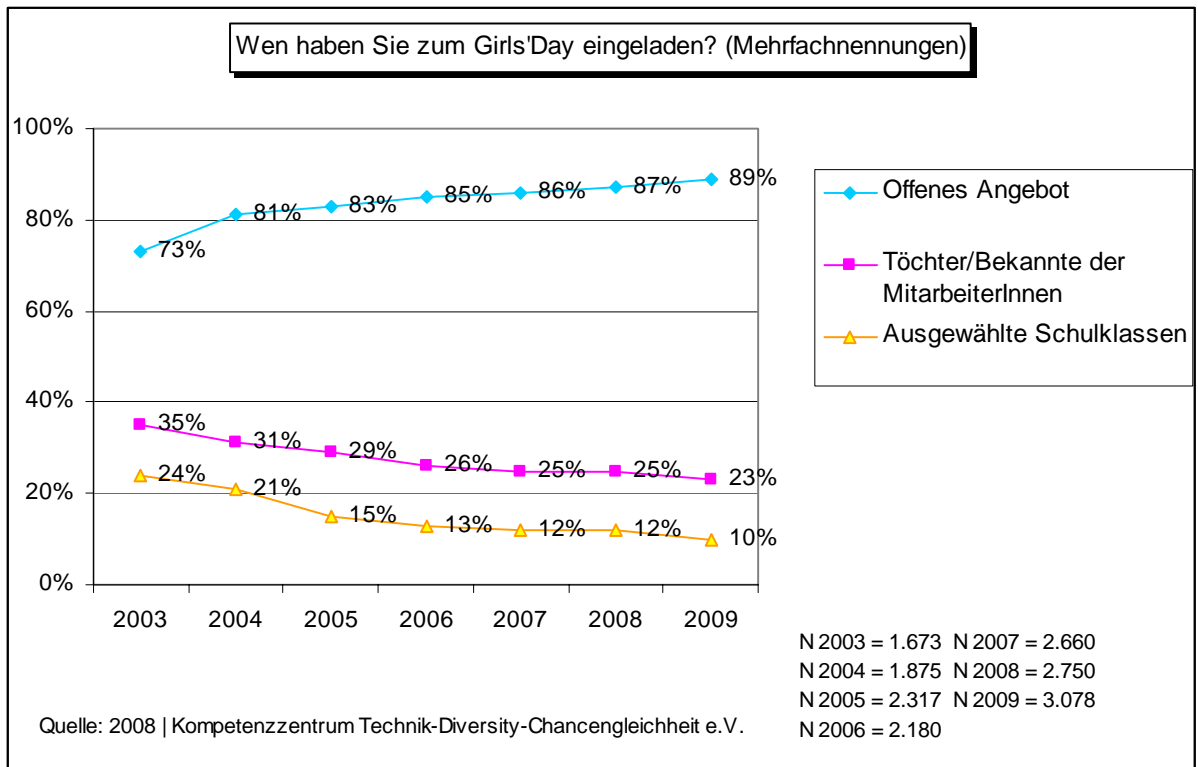


Abbildung 8: Veranstaltungsformen in den Organisationen im Jahresvergleich



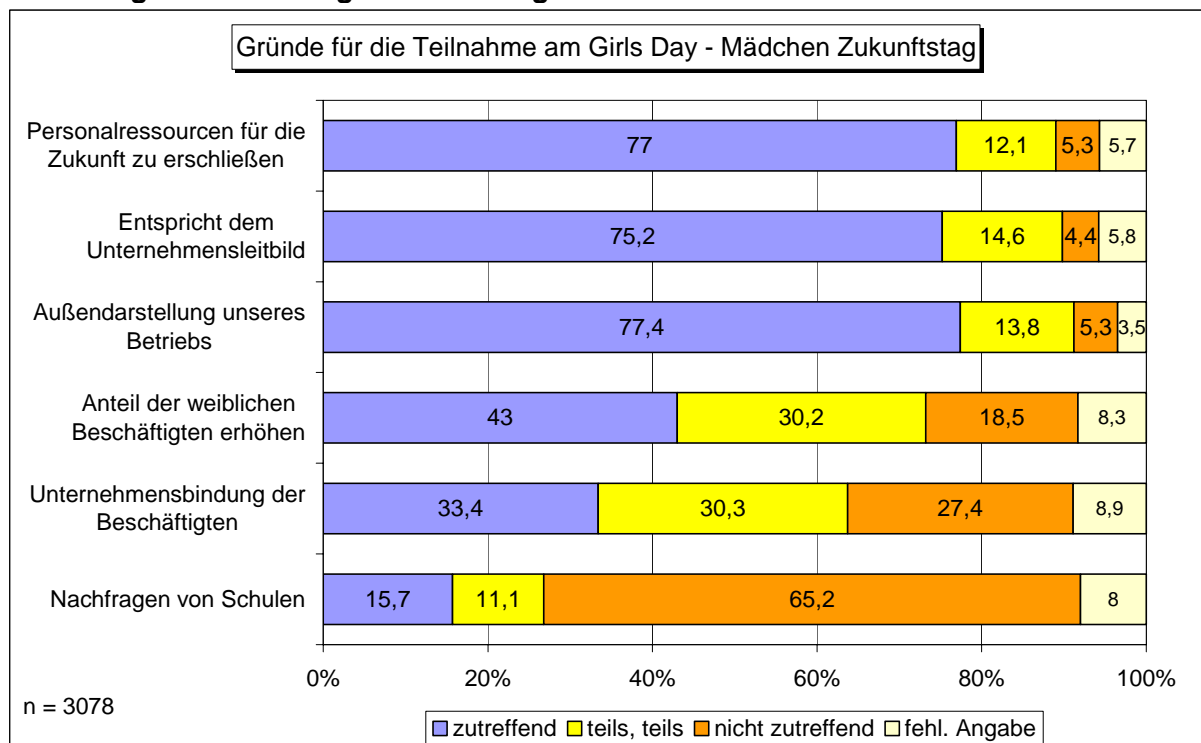
Als Veranstaltungsform dominiert bei den am Girls' Day – Mädchen-Zukunftstag teilnehmenden Organisationen das offene Angebot. Der Anteil an Institutionen, die ein solches offenes Angebot für interessierte Schülerinnen bereit stellen, ist über die Jahre stetig gestiegen. Er lag 2003 bei 73 % und ist bis 2009 auf 89 % gestiegen. An zweiter Stelle laden die Organisationen Töchter

und Bekannte ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. Diese Form der Ausrichtung des Girls'Day nimmt über die Jahre jedoch ab (2003: 35 %; 2009: 23 %). Die Einladung ganzer Schulklassen wird von den Organisationen am wenigsten in Anspruch genommen. Auch diese Form der Ansprache hat sich verringert und zwischen 2003 und 2009 von 24 % auf 10 % mehr als halbiert.

Die Teilnahme am Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag bietet für die Unternehmen und Institutionen unterschiedliche Vorteile. Mehr als drei Viertel der Organisationen möchten sich durch die Teilnahme am Aktionstag Personalressourcen für die Zukunft erschließen. Für 75,2 % entspricht die Beteiligung am Aktionstag dem eigenen Unternehmensleitbild. Dies können sie durch ihre Teilnahme am Girls'Day in der Öffentlichkeit präsentieren, denn für 77,4 % der teilnehmenden Institutionen stellt das Engagement am Girls'Day eine wichtige Funktion für die betriebliche Außendarstellung dar. Diese wird durch die hohe Medienpräsenz des Girls'Days unterstützt: Jährlich werden durchschnittlich etwa 3.500 ausführliche Berichte in Printmedien, 4.200 Artikel in Onlinemedien, über 250 Fernseh- und mehr als 200 Hörfunkbeiträge veröffentlicht und gesendet.

43 % der Organisationen sehen durch ihre Teilnahme am Girls'Day die Möglichkeit gegeben, den Anteil weiblicher Beschäftigter zu erhöhen und 33,4 % versprechen sich durch die Teilnahme am Aktionstag, die Unternehmensbindung ihrer Beschäftigten zu erhöhen. Lediglich 15,7% nehmen nicht aus Eigeninteresse am Girls'Day teil, sondern weil sie entsprechende Anfragen von den örtlichen Schulen erhalten.

Abbildung 9: Teilnahmegründe der Organisationen

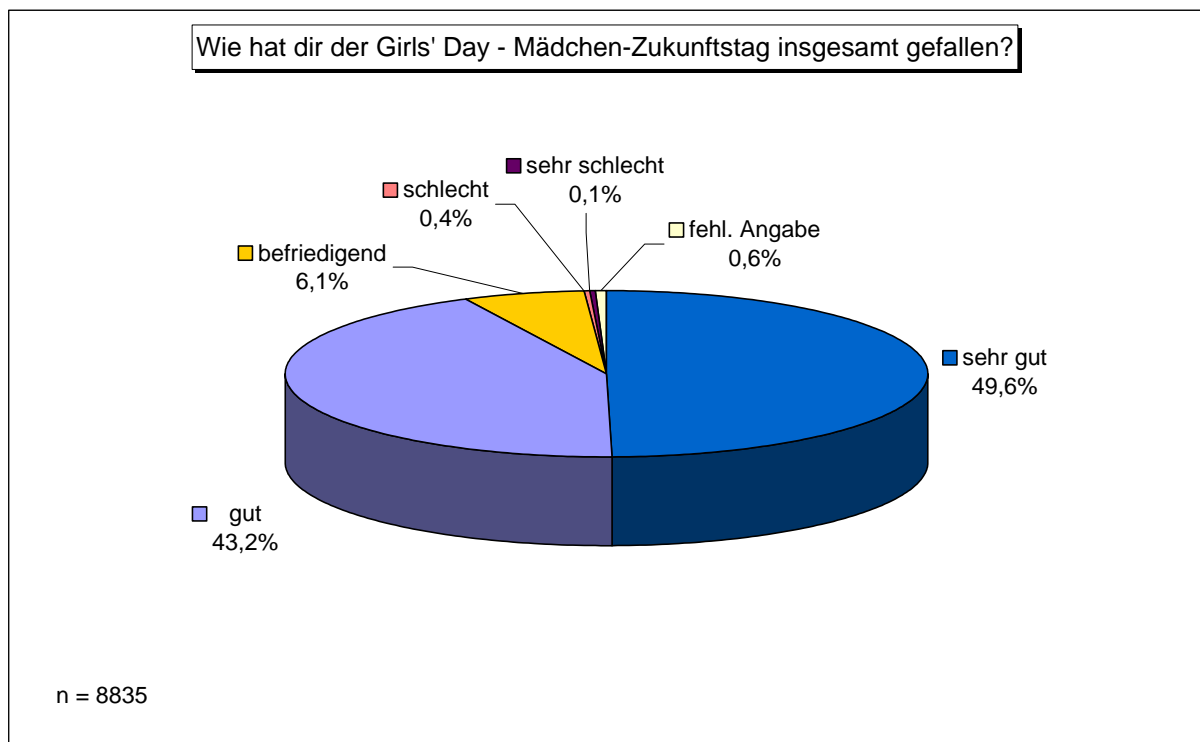


5. Zufriedenheit und Resonanz

Sowohl auf Seiten der Organisationen als auch auf Seiten der Schülerinnen stößt der Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag auf eine sehr positive Resonanz.

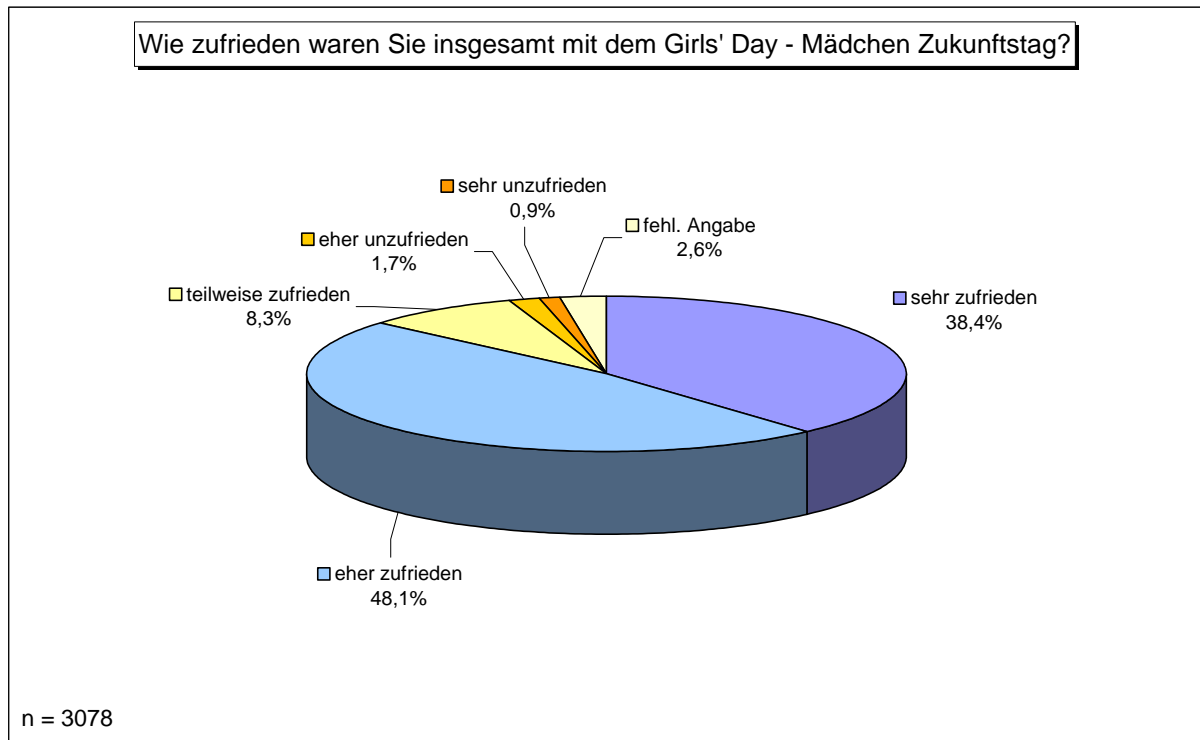
92,8 % der Schülerinnen geben an, dass ihnen der Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag gut oder sehr gut gefallen hat. Dieser Wert hat sich im Vergleich zum Vorjahr um fast 2 % erhöht. Analog dazu liegt die explizit negative Bewertung bei niedrigen 0,5%, und damit unter dem Wert des Vorjahres.

Abbildung 10: Zufriedenheit Schülerinnen



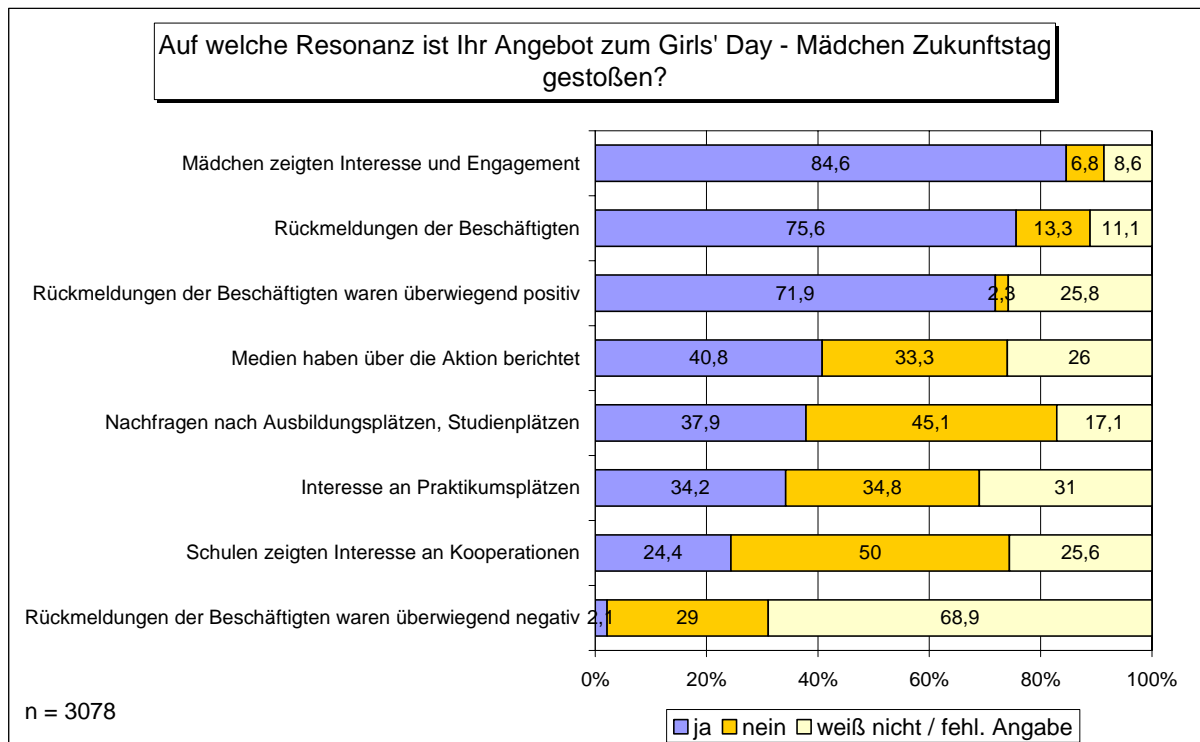
Die Zufriedenheit der veranstaltenden Organisationen hat moderat von 85,9 % in 2008 auf 86,5 % in 2009 zugenommen. Lediglich 2,6 % äußern sich sehr bis eher unzufrieden. Dieser Wert hat im Vergleich zum Vorjahr leicht abgenommen.

Abbildung 11: Zufriedenheit Organisationen



Vermutlich ist die Zufriedenheit der Unternehmen und Institutionen darauf zurückzuführen, dass sie ihre Erwartungen und Ziele, die sie mit der Teilnahme am Aktionstag verbunden, erfüllt sehen. Hierzu gehört die positive Resonanz, die sie von den verschiedenen beteiligten Gruppen erhalten. Insbesondere die teilnehmenden Schülerinnen zeigten Interesse und Engagement. Dies berichten 84,6 % der teilnehmenden Organisationen. 37,9 % der Schüle-rinnen fragten nach Ausbildungsplätzen und Studienmöglichkeiten nach und 34,2 % interes-sierten sich für Praktikumsplätze. 75,6 % der teilnehmenden Organisationen geben an, dass sie Rück-meldungen von ihren Beschäftigten erhalten haben. Diese waren zu 71,9 % positiv. Lediglich 2,1 % der Beschäftigten gaben eine negative Rückmeldung auf die Beteiligung ihrer Organisation am Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag. Mehr als 40 % der Organisationen geben an, dass in den (lokalen) Medien über ihre Teilnahme am Aktionstag berichtet wurde und bei fast jedem vierten Unternehmen zeigten sich die Schulen interessiert an einer Kooperation.

Abbildung 12: Resonanz in den Unternehmen und Institutionen



6. Berufliche Vorstellungen und das Image technischer Berufe

Technischen, informationstechnischen, handwerklichen und naturwissenschaftlichen Berufen hängt teilweise das Image an, trocken und menschenfern zu sein.¹ Gerade Mädchen und junge Frauen legen ihren beruflichen Schwerpunkt laut Kleffner und Schober jedoch darauf, „etwas mit Menschen“ machen zu wollen. Dieser Aspekt steht für 75 % der Schülerinnen an erster Stelle.² Diese Diskrepanz zwischen den Interessen der weiblichen Jugendlichen und dem Image technisch-naturwissenschaftlicher Berufe gilt in der Literatur als eine Ursache für den geringen Anteil weiblicher Jugendlicher in diesen Berufen. Es stellt sich die Frage, ob die Vorstellungen der Jugendlichen von diesen Berufen tatsächlich dem in der Literatur thematisierten Bild entspricht. Um dies beantworten zu können, werden den Schülerinnen bei der Girls' Day-Evaluation Fragen über technische und naturwissenschaftliche Berufe vorgelegt, die sie auf einer Skala von stimmt bis stimmt nicht bewerten sollen. Die Antworten zeigen, dass die am Girls' Day – Mädchen-Zukunftstag teilnehmenden Schülerinnen mit technisch-naturwissenschaftlichen Berufen relativ selten ein negatives Bild verbinden. Vielmehr hat sich das Image technischer Berufe bei den teilnehmenden Schülerinnen über die Jahre positiv verändert. Dieser Bewusstseinswandel ist möglicherweise auf die Teilnahme am Aktionstag zurückzuführen.

Nur noch 7,3 % der Mädchen gehen davon aus, dass man in technisch-naturwissenschaftlichen Berufen wenig mit Menschen zu tun hat. Im Gegensatz dazu ist mehr als jede zweite

¹ Schuster et al. 2004: Neue Wege in Technik und Naturwissenschaften. Zum Berufswahlverhalten von Mädchen und jungen Frauen, Baden-Württembergisches Wirtschaftsministerium, Stuttgart, S. 37f.

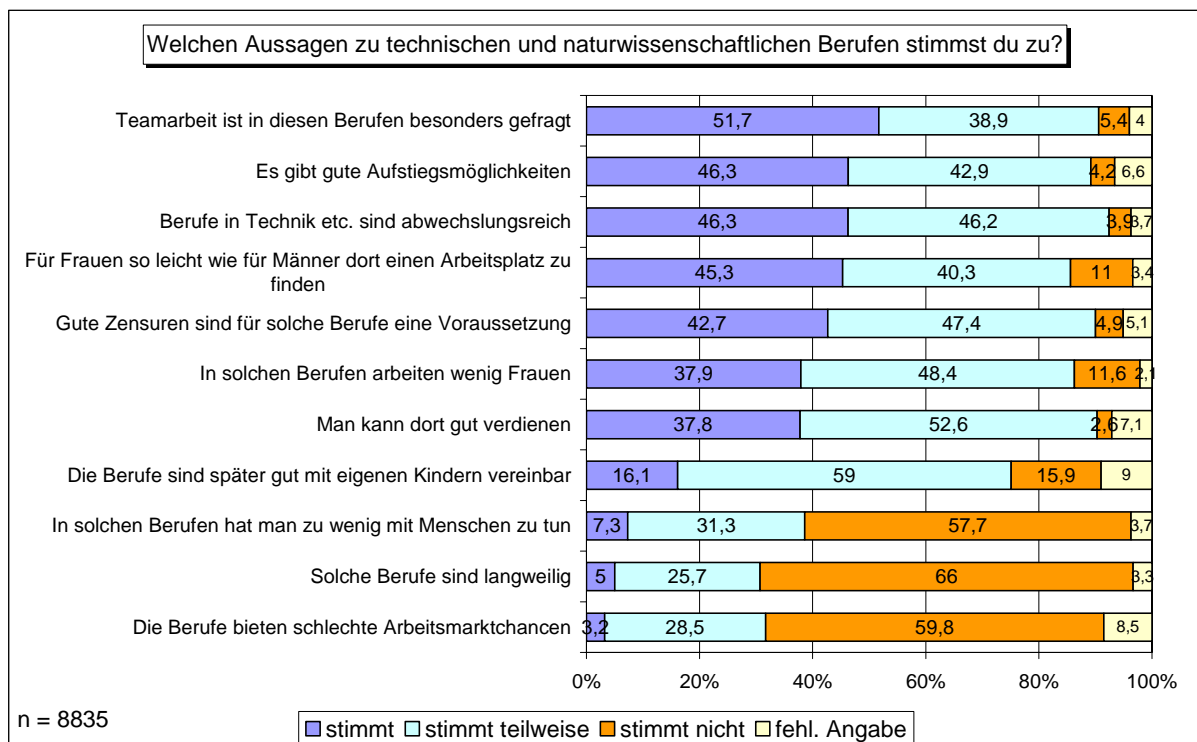
² Kleffner, Annette/Schober, Karen, 1998: Wie war's bei der Berufsberatung? Berufliche Beratung im Urteil der Kunden. Materialien aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung. Nr. 2/1998.

Schülerin der Meinung, Teamarbeit, und damit die Zusammenarbeit mit anderen, sei in diesen Berufen besonders gefragt.

Insgesamt hat sich das Image technisch-naturwissenschaftlicher Berufe im Vergleich zum Vorjahr teilweise deutlich verbessert. 2009 sind jeweils 46,3 % der Schülerinnen der Meinung, dass technisch-naturwissenschaftliche Berufe gute Aufstiegschancen bieten und abwechslungsreich sind. 2008 stimmten dem ersten Punkt 44,7 % zu und nur 38,5 % der Mädchen waren der Ansicht, dass die entsprechenden Berufe abwechslungsreich sind. Auch die Einstellung hinsichtlich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf hat sich im Vergleich zum Vorjahr positiv verändert. Waren 2008 13,3 % der Schülerinnen der Meinung, dass die Berufe später mit eigenen Kindern vereinbar sind, kommen 2009 bereits 16,1 % zu diesem Ergebnis. Dass technisch-naturwissenschaftliche Berufe langweilig sind, meinen 2009 nur noch 5 % (2008: 8 %). Auch sind 45,3 % der Mädchen davon überzeugt, dass Frauen und Männer gleiche Chancen haben, in diesen Berufsfeldern einen Arbeitsplatz zu finden.

Allerdings scheinen den teilnehmenden Schülerinnen die finanziellen Möglichkeiten, die technisch-naturwissenschaftliche Berufe bieten, nicht adäquat bewusst zu sein. Nur etwas mehr als jedes dritte Mädchen ist der Ansicht, dass in diesen Berufen gut verdient werden kann.

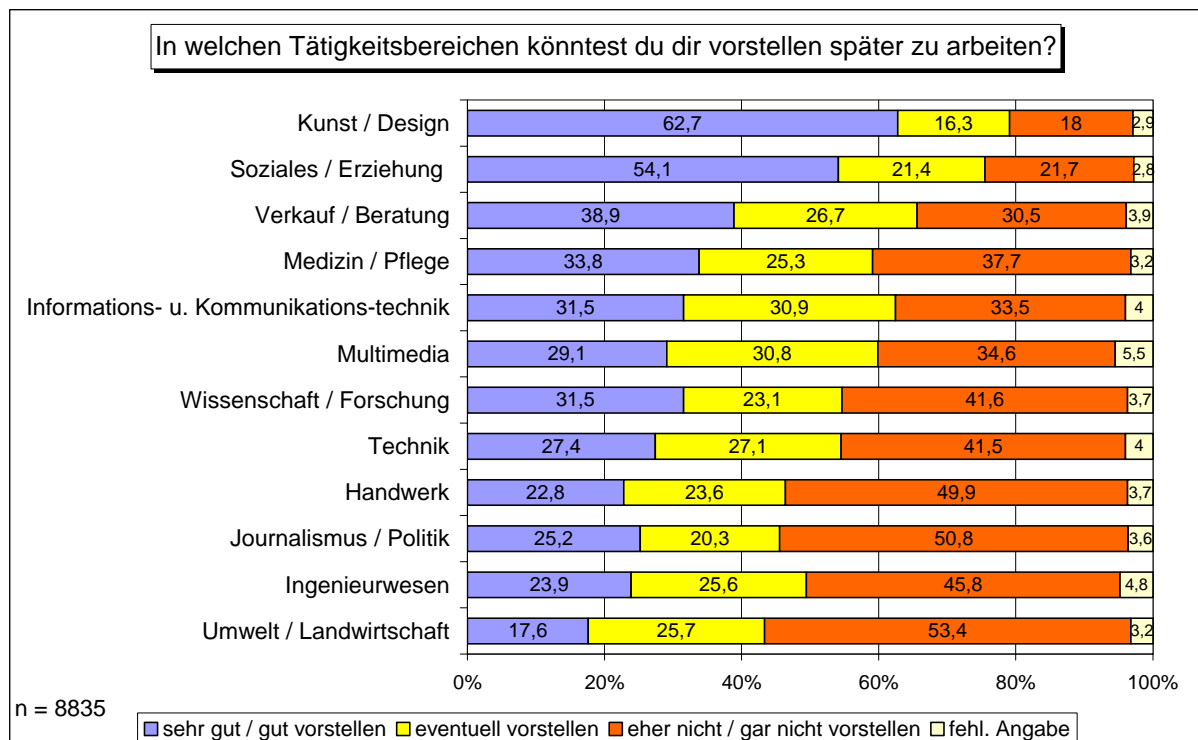
Abbildung 13: Aussagen über Berufe in Naturwissenschaft und Technik



Um eruieren zu können, welchen tatsächlichen Stellenwert technische Berufe bei der Berufsfindung der teilnehmenden Schülerinnen haben, ermittelt die Girls' Day-Evaluation, welches berufliche Spektrum Mädchen nach ihrem Schulabschluss in Betracht ziehen. Hierzu werden ihnen eine Reihe von Tätigkeitsbereichen vorgelegt. Dabei zeigt sich, dass die als frauentypisch geltenden Bereiche von Mädchen immer noch favorisiert werden. Zwar gibt es im Vergleich

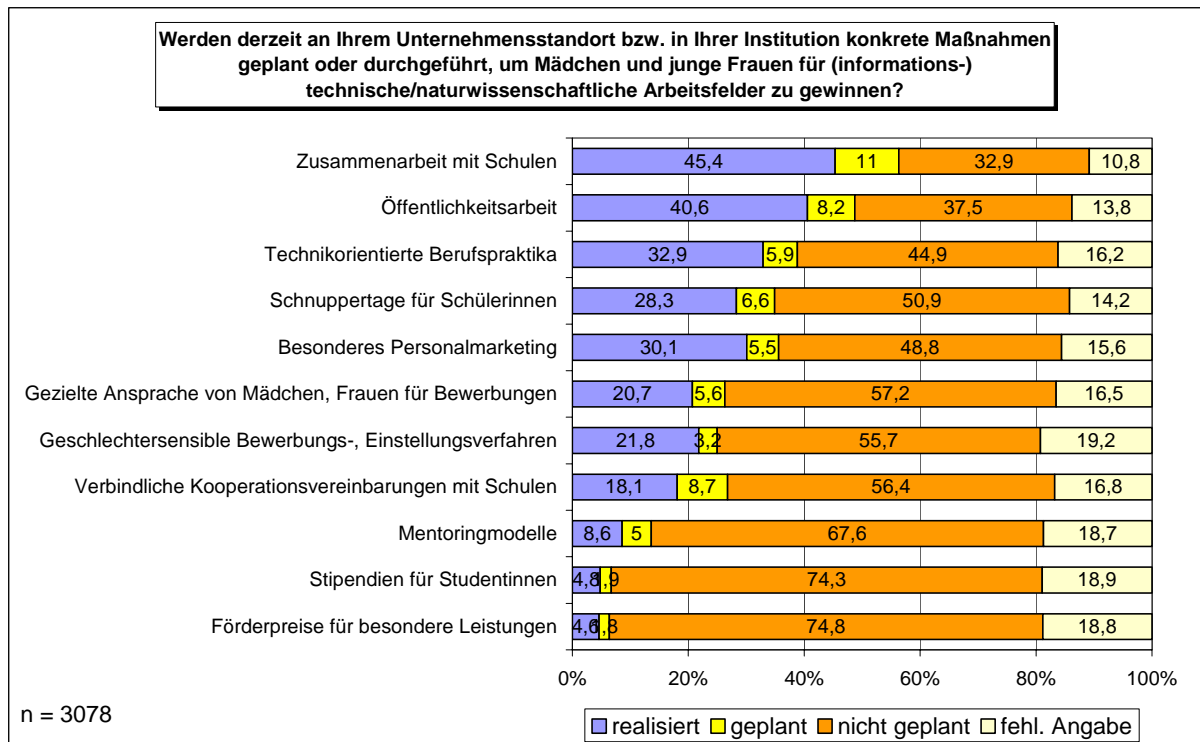
zum Vorjahr eine leichte Verschiebung zugunsten technischer Berufe, die vermutlich auf die Teilnahme am Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag zurückzuführen ist, allerdings können sich 62,7 % der befragten Mädchen vorstellen, später im Bereich Kunst/Design zu arbeiten; für den Bereich Soziales/Erziehung gilt dies noch für 54,1 %. Den Bereich Wissenschaft und Forschung, Informations- und Kommunikationstechnik, Medizin und Pflege sowie Verkauf und Beratung können sich zwischen ca. 30 und 40 % der Mädchen als Arbeitsfeld vorstellen. Die Felder Handwerk, Ingenieurwesen, Journalismus und Politik, Technik sowie Multimedia stellen für 20 bis 30 % der Mädchen potenzielle Tätigkeitsbereiche dar.

Abbildung 14: Berufsorientierungsspektrum der Schülerinnen



Somit zeigt sich durchaus ein Interesse der Schülerinnen an technisch-naturwissenschaftlichen Feldern. Allerdings entspricht der Anteil junger Frauen, die tatsächlich in diesen Berufsbereichen arbeiten, bei weitem nicht dem Anteil derjenigen, die Interesse daran äußern. Aus diesem Grund ist die Teilnahme am Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag ein wichtiger Schritt zur Realisierung eines technischen Berufswunsches; er ist jedoch durch weitere Maßnahmen zu flankieren. Hierzu bieten die veranstaltenden Unternehmen und Institutionen ein breites Spektrum an Angeboten, mit dem sie Mädchen und jungen Frauen ausführliche praktische Erfahrungen in technischen Bereichen ermöglichen. Dazu arbeiten sie mit Schulen zusammen, stellen Praktikumsplätze zur Verfügung und veranstalten gezielt Schnuppertage für Schülerinnen. Zielgruppenorientiertes Personalmarketing und gendersensible Bewerbungsverfahren gehören ebenfalls zum Repertoire der Unternehmen, um jungen Frauen den Einstieg in technische Berufsfelder zu ebnen.

Abbildung 15: Maßnahmen in den Unternehmen und Institutionen

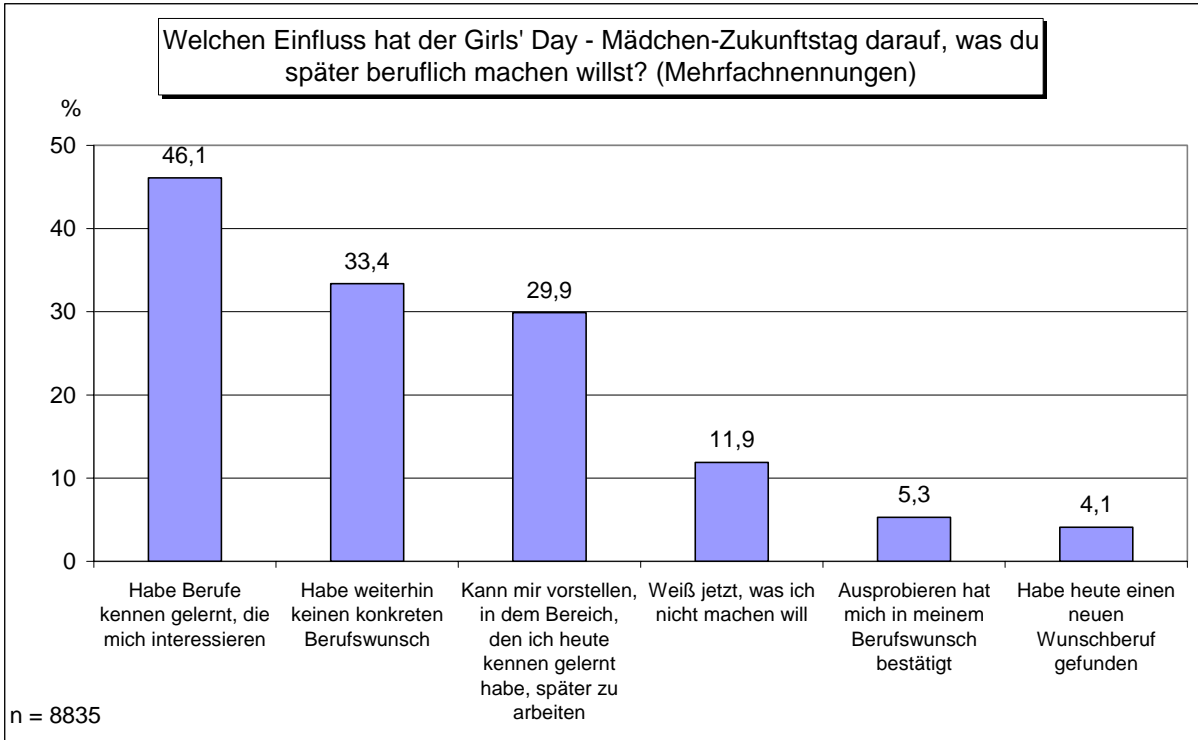


7. Zur Nachhaltigkeit des Girls'Day – Mädchen-Zukunftstags auf die Berufsorientierung weiblicher Jugendlicher

Die nachhaltige Wirkung der Teilnahme am Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag ist am ehesten daran abzulesen, inwieweit die Schülerinnen tatsächlich dazu motiviert werden, technische, informationstechnische, handwerkliche und naturwissenschaftliche Berufe zu ergreifen. Sie werden deshalb gefragt, inwieweit die Teilnahme am Aktionstag Einfluss auf ihren Berufswunsch hat.

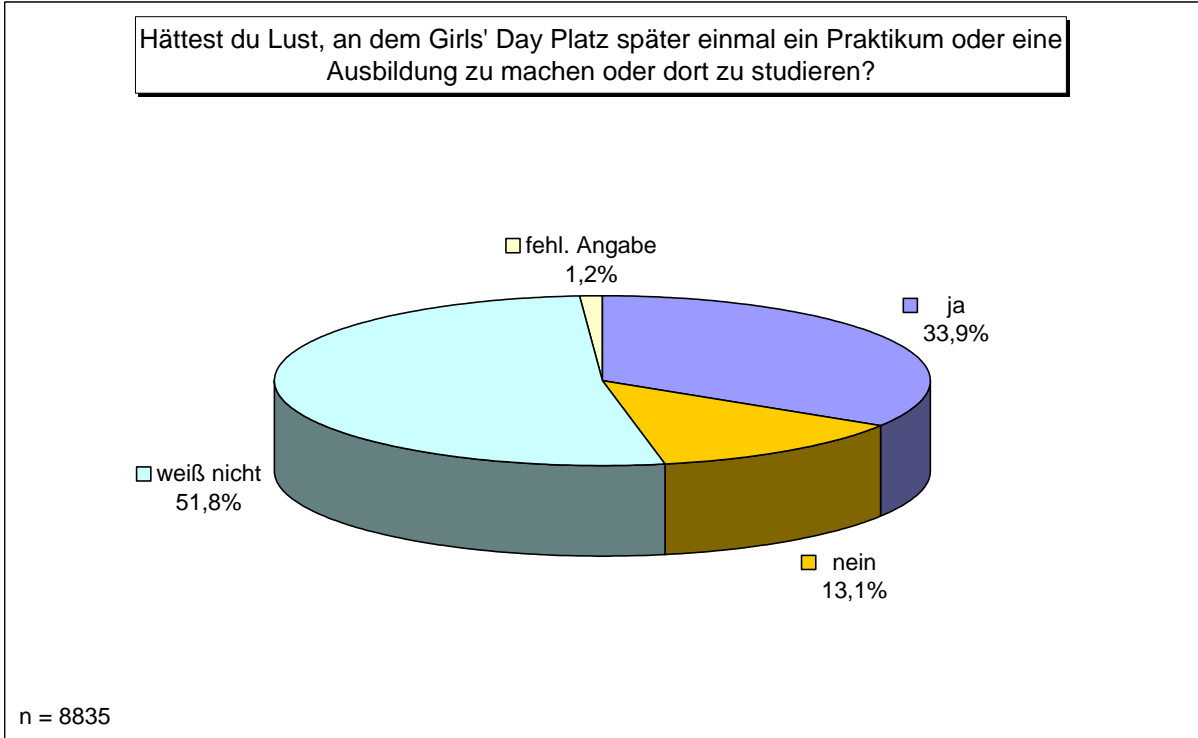
Für einen Teil der Mädchen führt die Teilnahme am Aktionstag zum Ausschluss technisch-naturwissenschaftlicher Berufe. So geben 11,9 % der Schülerinnen an, dass sie an diesem Tag Berufe kennengelernt haben, die sie nicht ausüben möchten. Diese Erkenntnis mag für den Tag negativ empfunden werden, trägt aber dazu bei, berufliche Fehlentscheidungen zu vermeiden. Auch können 33,4 % der Mädchen, die am Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag teilnehmen, im Anschluss daran keinen konkreten Berufswunsch nennen. Allerdings hat die Teilnahme am Aktionstag für mehr als drei Viertel der Schülerinnen positive Konsequenzen für ihre berufliche Orientierung, denn 46,1 % der Mädchen geben an, dass sie am Aktionstag Berufe kennen gelernt haben, die sie interessieren und 29,9 % von ihnen können sich vorstellen, darin später auch zu arbeiten. 5,3 % fühlen sich durch das Ausprobieren ihres Berufswunsches in diesem bestärkt und 4,1 % haben gar ihren Wunschberuf gefunden.

Abbildung 16: Einfluss des Girls'Day auf die Berufsorientierung



Konkret hätte etwas mehr als jedes dritte Mädchen Lust, an dem Girls' Day-Platz später einmal ein Praktikum oder eine Ausbildung zu machen oder dort zu studieren. In etwa die Hälfte der Schülerinnen ist sich hierüber unschlüssig und 13,1 % der Befragten wissen nach dem Girls' Day, dass dies für sie keine berufliche Option ist.

Abbildung 17: Wunsch nach Ausbildung



Ob sich das von den Mädchen geäußerte Interesse an einem Praktikumsplatz oder einer Ausbildungsstelle tatsächlich in einer Bewerbung bei der veranstaltenden Organisation nieder-

schlägt, zeigen die Anteile der Unternehmen, die Bewerbungen von den teilnehmenden Mädchen erhalten haben. Auf ihr Angebot an technisch-naturwissenschaftlichen Ausbildungsberufen bekommen 15,8 % der mehrfach teilnehmenden Organisationen Bewerbungen der Schülerinnen.

Die Organisationen und Institutionen, die im Anschluss an ihre Teilnahme am Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag keine Bewerbungen erhalten, führen dies hauptsächlich auf das geringe Alter der teilnehmenden Mädchen zurück (17,1 %). 10,4 % der Unternehmen und Institutionen geben an, dass sie keine Ausbildungsstellen und Praktikumsplätze anbieten und 7,3 % sehen die Gründe in dem geringen Interesse der Schülerinnen sowie darin, dass diesen die Berufe zu technisch waren.

Der nachhaltige Erfolg des Girls'Day – Mädchen-Zukunftstags misst sich vor allem in der Frage, ob die teilnehmenden Unternehmen und Institutionen Ausbildungs- und Praktikumsplätze zur Verfügung stellen. Die Daten zeigen, dass nahezu jede 10. Institution (9,3 %), die zum wiederholten Male am Girls'Day teilnimmt, ehemalige Teilnehmerinnen als Auszubildende und Praktikantinnen eingestellt hat.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag für die Schülerinnen die Möglichkeit darstellt, eher „mädchenuntypische“ Berufe kennenzulernen. Gerade als eintägige Veranstaltung bietet er die niedrigschwellige Möglichkeit, Berufe jenseits des eigenen Gesichtsfeldes zu erkunden. Eine Vielzahl der Mädchen lernt dabei nach eigenen Aussagen interessante Berufe kennen, für einen geringen Teil von ihnen ist es gar der Wunschberuf, den sie bisher nicht kannten. Ihr (neu gewonnenes) Interesse an technischen Berufsfeldern können sie durch schulisch organisierte Praktika und/oder durch die erneute Teilnahme am Girls'Day erweitern und vertiefen.

Für einen Teil der Schülerinnen führt die Teilnahme am Girls'Day direkt in den Beruf: Wie die Ergebnisse zeigen, hat der Aktionstag bisher in etlichen Fällen zur Einmündung von jungen Frauen in Berufe aus den Bereichen Technik, Informationstechnik, Handwerk oder Naturwissenschaften geführt.

Um einen nachhaltigen Einfluss auf die Teilhabe von Frauen an technischen Berufsfeldern zu erreichen und ihren Anteil in technischen Berufsfeldern zu erhöhen, ist es jedoch erforderlich, die von den Mädchen am Girls'Day gewonnenen Eindrücke zu vertiefen und zu verstetigen. Dies bedarf der Zusammenarbeit aller an der Berufsorientierung teilhabenden Akteurinnen und Akteure; in den ausbildenden Unternehmen und Institutionen genauso wie in den Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, bei den Beratungsinstitutionen ebenso wie bei den Eltern.

Begleitforschung zum Girls'Day - Mädchen-Zukunftstag

Evaluation des Girls'Day - Mädchen-Zukunftstags

- Seit 2002 wird der Girls'Day - Mädchen-Zukunftstag regelmäßig durch Fragebogenerhebungen begleitet. Die Auswertungsergebnisse werden im Jahresturnus veröffentlicht, um einer interessierten Öffentlichkeit, dem Fachpublikum und allen am Girls'Day Beteiligten die Möglichkeit zu geben, die Entwicklung des Projektes und seine Auswirkungen auf die Berufsorientierung von Schülerinnen zu verfolgen.

Schriftenreihe des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit

- Heft 7: "Ich will das und das ist mein Weg!" - Junge Frauen auf dem Weg in Technikberufe. Qualitative Interviews mit ehemaligen Girls'Day- Teilnehmerinnen in Ausbildung und Studium. Schriftenreihe Band 7. Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V., Juli 2008.
- Heft 6: Ingenieurin statt Germanistin und Tischlerin statt Friseurin? Evaluationsergebnisse zum Girls'Day - Mädchen-Zukunftstag. Schriftenreihe Band 6. Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V., November 2007.

Forschungsreihe Girls'Day

- In der Forschungsreihe Girls'Day werden relevante Befragungsergebnisse aus der Evaluation des Girls'Day - Mädchen-Zukunftstags in lockerer, thematisch orientierter Folge vorgestellt. Erster Teil: Wie beeinflusst der Girls'Day - Mädchen-Zukunftstag Strategien zur Nachwuchsgewinnung in Unternehmen und Institutionen?

Diese und weitere interessante Forschungsergebnisse und Veröffentlichungen finden Sie zum kostenlosen Download unter

<http://www.girls-day.de/goto/veroeffentlichungen>