

Aus dem Labor für die Praxis

Kompetenzwerkstatt MINT-Frauen in Bielefeld

■ **Bielefeld (he).** Die Fachkräfte werden knapp. Umso sträflicher ist es, wenn Ressourcen ungenutzt bleiben. Im Bereich Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik – kurz MINT – sind es vor allem Frauen, die in der Wirtschaft zu kurz kommen. Lediglich 14 Prozent der Stellen in diesem Sektor sind von Frauen besetzt.

Dagegen macht sich die Kompetenzwerkstatt MINT-Frauen stark, die seit drei Jahren Frauen dabei unterstützt, den Einstieg in den Beruf zu schaffen, sich dort zu entwickeln und sich langfristig an ihre Unternehmen zu binden. Ein Instrument der Werkstatt ist das sogenannte Lernlaboratorium, zu dem sich gestern Fach- und Führungskräfte aus Ostwestfalen-Lippe in Bielefeld trafen. Thema der Veranstaltung war „Selbstpositionierung im Kontext der biografischen Berufsplanung“. Oder kurz: Wie kriege ich Familie und Beruf unter einen Hut?

In den Labor-Gesprächen stellten die Teilnehmerinnen fest, dass sich schon die Karriereplanung von Männern und Frauen grundlegend unterscheidet. „Männer planen ihre berufliche Laufbahn bis mindestens 40 Jahre durch“, sagt Renate Worms, Personalleiterin von ELHA-Maschinenbau Liemke KG in Hövelhof. „Bei Frauen hört das meist schon bei der Familienplanung auf.“ Hier sei ein Umdenken nötig, ebenso wie



Tauschen sich aus: Janina Ostendorf (l.) und Renate Worms.

beim Stichwort „Selbstmarketing“. „Männer präsentieren sich einfach anders als Frauen“, sagt Heidrun Stricker von der Bielefelder Unternehmensberatung SHS Consulting. Dies müssten sich allerdings auch die Führungskräfte vergegenwärtigen, damit aus Unwissenheit nicht Ungleichheit werde. „Sie müssen sich eine andere Perspektive aneignen“, rät Stricker.

Dass diese durch die Kompetenzwerkstatt und das Lernlaboratorium vermittelt wird, hofft Janina Ostendorf, Referentin für Hochschulmanagement bei Claas in Harsewinkel. Aufgrund des demografischen Wandels werde es immer wichtiger, weibliche Nachwuchskräfte zu gewinnen. „Eine Herausforderung für die Unternehmen“, so Ostendorf. „Aber die kann man auch als Chance verstehen.“