

Seifenopern werben für Technikjobs

Das uneingestandene Scheitern des »Girl's Day«

Der drohende Nachwuchsmangel für naturwissenschaftlich-technische Berufe, den Experten für die Zeit nach 2010 an die Wand malen, könnte sich zu einem ernsthaften Problem auswachsen, das dem Technik- und damit Wirtschaftsstandort Deutschland enorm zusetzen dürfte.

Also betreibt man intensive Nachwuchswerbung. Ein sehnlicher Wunsch der Verantwortlichen in Politik, Bildungswesen und Wirtschaft ist es, mehr Mädchen und junge Frauen für technische Berufe zu begeistern. Dagegen ist grundsätzlich nichts einzuwenden, wenngleich man sich wünscht, dass gleichzeitig mehr getan werden möge, um junge Männer vermehrt für die Berufe des Erziehers und des Grundschullehrers zu begeistern. Denn langsam dämmert es immer mehr Menschen, dass der hier bestehende Frauenüberhang speziell für die männlichen Schüler fatale Auswirkungen hat.

Doch hier geschieht nur wenig. Anders sieht es aus, wenn hierzulande Frauen und Mädchen Unbill droht. So gibt es denn seit einigen Jahren flächendeckend den sogenannten „Girl's Day“. An dem können Mädchen einen Tag lang in für sie eher ungewöhnliche Berufe hineinschnuppern, die eigentlich eher von Männern ausgeübt werden.

Die kühne Hoffnung, man könne den weiblichen Nachwuchs so davon abbringen, immer bloß Verkäuferin oder Krankenschwester zu werden, scheint jedoch nicht aufzugehen. Nach wie vor wollen zu wenige Mädchen nach der Schule Berufe ergreifen, in denen sie auf komplizierte Technik, laute Arbeitsplätze, schmutzige Fingernägel und allzu burschikose männliche Kollegen treffen. Nicht einmal die vergleichsweise gute Bezahlung kann sie für diese Berufe begeistern. Welche junge Frau will schon ihr Leben lang Vollzeit arbeiten gehen? Die Alternative, sich vom gut verdienenden Ehemann versorgen zu lassen und dabei ein angenehmes, stressfreies Leben zu führen, ist trotz aller Emanzipationsbemühungen für viele Frauen nach wie vor zu verlockend.

Wo der „Girl's Day“ offensichtlich nichts bringt, müssen neue Ideen her. Was machen junge Frauen in ihrer Freizeit? Fernsehen schauen. Bevorzugt kulturell Anspruchsvolles wie „Verbotene Liebe“ oder „GSZS“. Wenn man sie also dort gezielt anspricht und in diesem Medium für technische oder naturwissenschaftliche Berufe wirbt – wer weiß, vielleicht klappt es dann ja endlich mit dem Massenansturm der Frauen aufs Maschinenbaustudium?

Wie der Berliner „Tagesspiegel“ vom 25.10. meldet, gibt es schon ernsthafte Bemühungen, das brach liegende Potenzial zu wecken. Helga Lukoschat, die Geschäftsführerin des Berliner Hochschulkarrierecenters für Frauen (Femtec) an der TU Berlin, hat mit zwei Partnerinitiativen das Projekt „Eurowistdom“ ins Leben gerufen. „Das Kürzel steht für ‚European Women in Science TV Drama on Message‘, was so viel heißt wie: ‚Auf Sendung: Ingenieurinnen und Forscherinnen im Fernsehen‘. Das Projekt will die große Ausstrahlungskraft von TV-Serien, Soaps und Fernseh Dramen nutzen, um neue weibliche Rollenbilder zu transportieren – zum Beispiel von Frauen in naturwissenschaftlichen und technischen Berufen,“ schreibt der „Tagesspiegel“.

Wie groß muss die Not eigentlich sein, wenn man inzwischen schon zu solchen Mitteln greifen muss, damit wenigstens ein paar Mädchen mehr in den Blaumann schlüpfen? Und wenn das auch nicht klappt? Vielleicht greift Frau Lukoschat ja dann auf den Vorschlag zurück, den „Erik“ im „Tagesspiegel“-Leserforum zu diesem Artikel gemacht hat: „Auf jeder Packung Fitness-Joghurt eine Ingenieurin, Plakete mit Baggerfahrerinnen bei jedem Friseur, stattet die Raucherecken auf Spielplätzen mit Werbung für Physikerinnen aus.“

Übrigens: Billig wird der Spaß nicht gerade. Die EU lässt sich den verzweifelten Versuch „Eurowistdom“ immerhin stolze 300.000 Euro springen. „Neben den Stipendien werden damit Tagungen, Workshops und die Öffentlichkeitsarbeit finanziert,“ so der „Tagesspiegel“.

Auch wenn das Ganze nichts bringt (was absehbar ist), so dürfen sich so immerhin noch ein paar Tagungshotels, Beratungsfirmen und Werbeagenturen über ein paar Euro aus öffentlichen Kassen freuen. Na, immerhin etwas.

Link: www.tagesspiegel.de/sonderthemen/archiv/25.10.2006/2821631.asp