

Folgende Empfehlungen an Unternehmen und für die öffentliche Hand wurden im Rahmen des Think Tanks zur w-fORTE-Studie careers@communication<sup>1</sup> formuliert.

### **Empfehlungen an Unternehmen:**

- ❖ **Gendergerechte Kommunikation:**  
Unternehmen ergänzen ihre Corporate Identity durch ein Commitment zur gendergerechten Kommunikation mit digitalen Medien und entwickeln Leitlinien und Standards dafür.
- ❖ **IT-Pausen:**  
Start von Pilotprojekten:
  - Einführung einer IT-losen Zeit in Unternehmen als Impuls für direkte Kommunikation
  - Etablierung von nicht-Erreichbarkeitszeiten
 So werden Frauen, die stets Technologie-unterstützt arbeiten, sichtbar. Durch solche Pilotprojekte gewinnen Unternehmen positive Erfahrungen, und erleben, dass neue Wege gut funktionieren können.
- ❖ **Human Resource MitarbeiterInnen sensibilisieren:**  
HR Abteilungen sind eine wichtige Zielgruppe für Maßnahmen zum Aufbrechen von Geschlechterhierarchien, weil sie Gestaltungsmacht in Unternehmen besitzen. Durch ihr Fachwissen können sie bei der Entwicklung eines individuellen Unternehmenskonzeptes mitwirken, denn die Ausgangssituation ist in jedem Betrieb anders. Die umgesetzten Maßnahmen sollten begleitend evaluiert werden, um deren Effizienz zu überprüfen. Unternehmen werden in den Zeiten des Fachkräftemangels zu einem attraktiveren Arbeitgeber.
- ❖ **Jobrotationen:**  
BerufseinsteigerInnen durchlaufen zahlreiche Funktionen innerhalb ihres Unternehmens. So werden sie beim Management sichtbar und schließen neue Kontakte.
- ❖ **Gendercoaching für Führungskräfte:**  
Es sollte verbindlich sein, um den Rückhalt solcher Maßnahmen im Unternehmen zu stärken. Das Thema Gleichstellung wird aufgewertet und ernst genommen, denn es wird auf die Machtebene hinaufgehoben. Statt eines individuellen wird es zu einem strukturellen Anliegen.
- ❖ **Innovative Rekrutierungsverfahren:**  
2-stufiges Rekrutierungsverfahren als Standard etablieren. Denn Frauen bewerben sich häufig nur bei Stellenausschreibungen, wo sie sämtliche Anforderungen erfüllen. Ein mehrstufiges Rekrutierungsverfahren ermöglicht hingegen eine gesonderte Bewertung der verschiedenen Kompetenzen. Jene BewerberInnen, die die zweite Stufe erreichen, erhalten die Möglichkeit, fehlende Skills zu erwerben.
- ❖ **Innovative Diskussionsmodelle:**

<sup>1</sup> Die Studie kann auf der Homepage von w-fORTE ([www.w-forte.at](http://www.w-forte.at)) in der „knowledge base“ unter w-fORTE Studien heruntergeladen werden.

Bei Meetings wird auf eine gendergerechte Rednerliste geachtet nach dem Prinzip: „Kein Redefluss ohne Reißverschluss“ – d.h. nach jeder Wortmeldung einer Frau kommt die Wortmeldung eines Mannes, dann folgt wieder die Wortmeldung einer Frau. Das kann bedeuten, dass bei einer Gruppe, die aus 5 Männern und einer Frau besteht, die weibliche Teilnehmerin fünf Mal so oft zu Wort kommt wie der einzelne Mann. Folgt nach einer weiblichen Wortmeldung keine männliche Wortmeldung mehr oder umgekehrt, ist die Diskussion beendet.

❖ Bündnispartnerschaften:

Organisationen und Unternehmen, die die gleichen Ziele verfolgen, entschließen sich zu koordiniertem, gemeinsamen Vorgehen. Sie tauschen ihre Erfahrungen beim bewussten Umgang mit digitaler Kommunikation im Zusammenhang mit der Karriereentwicklung von MitarbeiterInnen aus. Sie sind bereit, voneinander zu lernen. Eine solcher Austausch erzielt mehr Wirkung und löst einen gesellschaftlichen Impuls aus: gendergerechte Werthaltungen werden selbstverständlich.

**Empfehlungen für die öffentliche Hand:**

❖ Anwesenheitsmythos entzaubern:

Öffentlich geförderte Managementtrainings sollen Werterevision berücksichtigen: Sie könnten das Ende der „Stundenolympiade“ anregen, indem sie die Manager-typische 70 Stunden Woche in Frage stellen. Stattdessen könnten gelebte Work-Life Balance Modelle präsentiert werden wie „Top-Sharing Modelle“ in der Schweiz. Führungspositionen werden geteilt.

<http://www.kibis.at/beitraege/topsharing.htm>

❖ Neue Werte in die Förderschienen:

Entwicklung neuer Fördermodelle für werterevidierende Modelle. Der Staat könnte Unternehmen einen Benefit für familienfreundliches Zeitmanagement in Aussicht stellen. Der Staat nimmt so seine Steuermöglichkeiten stärker wahr und wird zum Impulsgeber, um festgefahrene Abläufe in Frage zu stellen und Neues auszuprobieren. Förderungen könnten generell an Genderkriterien gekoppelt werden (vgl. Genderbudgeting: Es wird überprüft, welche Auswirkung die Budgetgestaltung auf die Position von Frauen im Unternehmen hat). Im öffentlichen Bereich ist dies bereits vorgeschrieben und ist eine Chance für neue Bewusstseinsbildung: Wenn konkrete Zahlen vorliegen, können Diskriminierungen präziser erkannt werden, um gegenzusteuern.

❖ Kommunikative Büroräume:

Stiftung eines Architektur-Awards für kommunikationsfördernde Raumgestaltung und eines Awards für gendergerechte Kommunikation. Solche Awards stellen mehr Anreiz zum Umdenken für Unternehmen dar. Mit der Etablierung wird außerdem ein Raum für öffentliche Diskussion und mehr öffentliches Bewusstsein für Gleichstellung geschaffen.

❖ Studentinnen empowern:

Berufsorientierende Workshops für ÖH-Alumnis zum Thema Kommunikation und Karriere. Stereotypen aufbrechen, indem die Führungskompetenzen und die Gestaltungsambitionen von

Frauen gestärkt werden. Diese Workshops vermitteln Skills für Kommunikationsstärke, Selbstpräsentation und Konfliktfähigkeit.

❖ Mädchen empowern:

In Schulen und Kindergärten Spiele einführen, die das Thema weibliche Führung selbstverständlich machen. Diese Spiele werden von professionellen TrainerInnen durchgeführt. Ziel ist, bereits jungen Mädchen mehr Selbstvertrauen zu vermitteln und ihnen die Sicherheit zu geben, dass Führung weiblich sein kann. Führungsrollen werden für sie natürlicher, die Spiele kompensieren den Mangel an Role Models im Alltag.

❖ Vorteile von Gleichstellung betonen:

Durchführung einer Studie in Auftrag geben, die sowohl die Auswirkungen, als auch die Vorteile von Gleichstellung in österreichischen Unternehmen untersucht. Das stärkt das Argumentationsrepertoire: Unternehmen, die ja auch von finanzwissenschaftlichen Faktoren getrieben sind, werden die Vorteile einer Werterevision vor Augen geführt. Etwa, dass Unternehmen mit mehr Frauen in Führungsposition nachhaltig stabiler werden.

❖ Innovative Arbeitszeitmodelle:

Diese berücksichtigen die unterschiedlichen Lebensphasen der Mitarbeiterinnen. Familiengründung sollte kein Karrierehindernis mehr sein. Pilotprojekte werden gefördert um Best Practice Beispiele zu generieren.

❖ Verpflichtende Quoten:

Sie stellen das Gegengewicht zu ungleichen, karrierewirksamen Strukturen da, wie etwa den Old Boy Netzwerken oder den Männerbünden. Quoten setzen dieser Benachteiligung von Frauen etwas entgegen.

❖ Impression Management:

MentorInnenprogramme etablieren, die Kommunikations-Skills und Impression-Management fördern (wie stelle ich meine Leistungen besser dar, wie werde ich sichtbar...).

Die Vorschläge spiegeln nicht in allem die Standpunkte und Umsetzungsmöglichkeiten der Ministerien wider, klar wurde im Rahmen des Think Tanks jedoch, dass es dringend intelligenter Strategien zum Umgang mit elektronischen Medien bedarf, um das Potenzial von Frauen in Forschung und Technik weiterhin auszuschöpfen.