

Gendersensible Gestaltung des neuen Studiengangs „BWL – Digitale Wirtschaft“ an der Beuth Hochschule für Technik Berlin

Brandt, Martina; Ducki, Antje

2017

<https://doi.org/10.25595/1308>

Veröffentlichungsversion / published version
Buch / book

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Brandt, Martina; Ducki, Antje: *Gendersensible Gestaltung des neuen Studiengangs „BWL – Digitale Wirtschaft“ an der Beuth Hochschule für Technik Berlin*. Budrich UniPress, 2017. DOI: <https://doi.org/10.25595/1308>.

Diese Publikation wird zur Verfügung gestellt in Kooperation mit dem Verlag Barbara Budrich.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here: <https://doi.org/10.3224/86388752>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY NC ND 4.0 Lizenz (Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY NC ND 4.0 License (Attribution - NonCommercial - NoDerivates). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>



BEUTH HOCHSCHULE FÜR TECHNIK BERLIN
University of Applied Sciences

Gendersensible Gestaltung des neuen Studiengangs „BWL – Digitale Wirtschaft“ an der Beuth Hochschule für Technik Berlin

**Martina Brandt
Antje Ducki**

**Schriftenreihe „Gender-Dikurs“
des Gender- und Technik-Zentrum (GuTZ)
der Beuth Hochschule für Technik Berlin
Band 08
Herausgeberinnen
Eva-Maria Dombrowski, Antje Ducki**



© Dieses Werk ist im Verlag Barbara Budrich erschienen und steht unter folgender Creative Commons Lizenz:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/>

Verbreitung, Speicherung und Vervielfältigung erlaubt, kommerzielle Nutzung und
Veränderung nur mit Genehmigung des Verlags Barbara Budrich



Dieses Buch steht im Open-Access-Bereich der Verlagsseite zum kostenlosen Download bereit
(<https://doi.org/10.3224/86388752>).

Eine kostenpflichtige Druckversion (Printing on Demand) kann über den Verlag bezogen werden. Die Seitenzahlen in der
Druck- und Onlineversion sind identisch.

ISBN 978-3-86388-752-0 (Druckfassung)

eISBN 978-3-86388-321-8 (eBook)

DOI 10.3224/86388752

Druck: www.wirmachendruck.de

Verlag Budrich UniPress Ltd.

<http://www.budrich-verlag.de>

Über die Verfasserinnen:

Frau Dr. Martina Brandt ist Diplom-Wirtschaftswissenschaftlerin und arbeitet seit vielen Jahren im Bereich der Innovationsforschung. Nach ihrer auf die Optimierung betrieblicher Produktionsprozesse gerichteten Dissertation (1984) verantwortete sie in langjähriger Forschungstätigkeit ein breit gefächertes Themenspektrum, dass von Innovationsanalysen mit Relevanz für mittelständische Unternehmen über die wissenschaftliche Begleitung von Modellprojekten bis zu Gender Studies in Innovations- und Zukunftsfeldern reicht. Seit 2012 ist sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Beuth Hochschule für Technik tätig und beschäftigt sich hier in verschiedenen Kontexten mit betrieblicher Gesundheitsförderung und der Entwicklung gesundheitsförderlicher Strukturen.



Frau Prof. Dr. Antje Ducki ist seit 2002 Professorin für Arbeits- und Organisationspsychologie an der Beuth Hochschule für Technik Berlin. Sie leitet zusammen mit Frau Prof. Dr. Eva Maria Dombrowski seit 2009 das Gender- und Technik-Zentrum. Im Mittelpunkt ihrer Forschungsarbeiten stehen die Themen betriebliche Gesundheitsförderung, Mobilität und Gesundheit sowie verschiedene Gender- und Diversity-Themen.



Diese Publikation geht auf eine Analyse- und Recherchetätigkeit zurück, die über das Berliner Programm für Chancengleichheit gefördert wurde.

Impressum

Herausgeberinnen:

Prof. Dr. Eva-Maria Dombrowski

Prof. Dr. Antje Ducki

Redaktion:

Gender- und Technik-Zentrum der
Beuth Hochschule für Technik

Luxemburger Str. 10

13353 Berlin

E-Mail: ducki@beuth-hochschule.de

Internet: <http://projekt.beuth-hochschule.de/gutz/>

Verantwortlich für den Inhalt des Arbeitspapiers sind die Autorinnen.

Inhalt

1	Ziele und Vorgehensweise des Arbeitspapiers	1
2	Genderaspekte der Digitalisierung	2
2.1	Digitalisierung verändert die Arbeit der Zukunft	2
2.2	Digitale Wirtschaft als Querschnittsbranche	3
2.3	Neue Weichenstellung für Karrierechancen von Frauen?	5
2.4	Status quo: Weibliche Unterrepräsentanz	6
2.5	Aktuelle Gestaltungsansätze in Politik und Wirtschaft	7
3	Gendersensibilität im neuen Studiengang „BWL-Digitale Wirtschaft“	8
3.1	Begriffsklärung	8
3.2	Modulhandbuch	11
3.3	Kommunikationsstrategie und Werbematerialien	15
3.4	Merkmale der erreichten Zielgruppe	17
4	Anregungen für weiteres Handeln auf der Grundlage recherchierter Projekterfahrungen und good practice anderer Hochschulen	20
4.1	Einbezogene Quellen	20
4.2	Etablierung einer gendersensiblen Studiengangkultur	21
4.3	Fachspezifische Good Practice mit Relevanz für den neuen Studiengang	23
4.3.1	Datenbank des Netzwerkes Frauenforschung	23
4.3.2	Good Practice der FH Hannover	24
4.3.3	Genderpackages der Leuphana Universität	25
4.4	Analyse zu Karrierezielen und Verbleib der Studierenden	26
5	Literatur	28

Vorwort – Frauen gestalten digitale Wirtschaft?

Der folgende Beitrag ist der Auftakt der E-Book-Schriftenreihe des Zentrums der Beuth Hochschule für Technik Berlin GuTZ¹. Ziel der Schriftenreihe ist es, das Motto des Gender und Technik Zentrums „Vielfalt Stärken Technik Leben“ umzusetzen. Im Mittelpunkt stehen Arbeiten zu Fragen der Geschlechtergerechtigkeit, zu Diversität und zu Chancengleichheit. Diese sollen anhand konkreter anwendungsbezogener Forschungsarbeiten und Projekte vorgestellt und kritisch diskutiert werden.

Als technische Hochschule setzen wir uns in besonderer Weise dafür ein, Chancengerechtigkeit in Forschung und Lehre insbesondere im MINT Bereich zu fördern. Technikentwicklung wird immer noch vorrangig von Männern geprägt. Die Digitalisierung verändert aber in großem Umfang und rasanter Geschwindigkeit Lebens- und Arbeitsbedingungen. Frauen müssen die digitale Zukunft mitgestalten und doch zeigt sich eine andere Realität: nur

- 19 Prozent aller IKT-Unternehmer in Europa sind Frauen
- 10 Prozent aller Start-ups in Deutschland von Frauen gegründet
- 10 Prozent aller App Entwicklungen werden von Frauen gemacht
- rund 10 Prozent aller Wikipedia Redakteure sind Frauen

Die Zahlen zeigen, dass mehr Frauen für eine aktive Gestaltung der digitalen Zukunft gewonnen werden müssen. Hierfür sind u.a. Studieninhalte, Methodik und Didaktik von Studiengängen hilfreich, vorausgesetzt sie sprechen die betreffende Gruppe an.

Der erste Beitrag widmet sich dem Thema einer gendergerechten Curriculum Gestaltung eines neuen Studiengangs „BWL - Digitale Wirtschaft“ am Fachbereich I der Beuth Hochschule für Technik Berlin. Die Autorinnen systematisieren Beurteilungskriterien u.a. auf den Ebenen Zielgruppenansprache, Methodik, Didaktik und inhaltliche Ausgestaltung des Curriculums. Die Ergebnisse für den ausgestalteten Studiengang sind erfreulich und ermutigend. Wesentlichen Anteil daran hat die Studiengangsleiterin, die gemeinsam mit einer interdisziplinär und gemischt geschlechtlich zusammengesetzten Arbeitsgruppe den Studiengang entwickelt hat.

Auf der Grundlage dieser Systematik liegt nun ein Instrument vor, mit dem auch andere Studiengänge auf ihre gender- und diversitygerechte Gestaltung weiterentwickelt werden können.

Die Herausgeberinnen

¹ Das Gender- und Technik-Zentrum (GuTZ) ist eine Einrichtung des Präsidiums der Beuth Hochschule. Vom GuTZ wird insbesondere das Ziel der Hochschulleitung unterstützt, gender- und diversityrelevante Maßnahmen und Ansätze auf allen Ebenen der Hochschule zu verankern und umzusetzen.

1 Ziele und Vorgehensweise des Arbeitspapiers

Mit dem neuen Studiengang „BWL - Digitale Wirtschaft“, der erstmals zum Wintersemester 2015/16 angeboten wurde, reagiert die Beuth Hochschule für Technik auf den globalen Trend fortschreitender Digitalisierung und den damit verbundenen Wandel in der Arbeitswelt. Das grundlegend neue Qualifizierungsangebot kombiniert die Technikkompetenz der Hochschule mit dem erprobten Ausbildungsfeld im Studiengang BWL-Dual. Es ermöglicht den Studierenden, in sieben Semestern den Bachelor of Science zu erwerben und qualifiziert sie für Fach- und erste Führungstätigkeiten im Bereich der digitalen Wirtschaft auf Tätigkeitsfeldern wie Projektmanagement, Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb.

Vor dem Hintergrund bislang unterschiedlich genutzter Chancen und verschieden wahrgenommener Risiken und Belastungen der Digitalisierung durch Männer und Frauen stellt sich die Frage nach dem Beitrag, den die Hochschule für eine bessere Wahrnehmung der Karrierechancen von Frauen leisten kann. Einer gendersensiblen Gestaltung des Studiengangs kommt dabei eine wichtige Rolle zu. Das vorliegende Arbeitspapier will diesen anspruchsvollen Prozess unterstützen.

Basierend auf einer kompakten Beschreibung relevanter Genderaspekte der Digitalisierung werden die bereits geleisteten Aktivitäten zur gendersensiblen Konzipierung und Vermarktung des neuen Studiengangs zusammengefasst und nach praktisch bewährten Kriterien für Gendergerechtigkeit bewertet. Zur Unterstützung der weiteren gendergerechten Ausgestaltung der konzipierten Module werden Projekterfahrungen und good practice aus anderen Hochschulen auf ihre Relevanz für den neuen Studiengang geprüft und exemplarisch vorgestellt. Darüber hinaus wird dargestellt, inwieweit aus den im Rahmen der Qualitätssicherung an der Hochschule realisierten und zukünftig geplanten Umfragen bei Studierenden und Absolvent(inn)en Erkenntnisse über Karriereziele, Berufsanforderungen und Berufsperspektiven für Frauen abgeleitet werden können, die bei der weiteren Ausgestaltung der Studieninhalte berücksichtigt werden können. Die Ergebnisse werden in Handlungsempfehlungen zusammengefasst.

Um die gestellten Ziele des Arbeitspapiers zu erreichen, kam folgender Methodenmix zum Einsatz:

- Dokumentenanalyse zum neuen Studiengang (Modulhandbuch, Werbematerialien, ...)
- Expertengespräche an der Beuth Hochschule (Studiengangverantwortliche, Leiterin des Gen-der- und Technik-Zentrums (GuTZ), Verantwortliche für Qualitätssicherung)
- Literaturrecherche zu Erfahrungen und good practice anderer Hochschulen
- Bezugnahme auf die Gender Toolbox des GuTZ
- Recherche zu vorhandenen Aktivitäten und Ergebnissen der Qualitätssicherung an der Hochschule (Erstsemesterbefragung, Befragung von Absolvent(inn)en, ...)

Die Berücksichtigung der Erkenntnisse bei der weiteren Entwicklung des Studiengangs könnte ein Beitrag sein, um langfristig eine stärkere Etablierung von Frauen in der digitalen Wirtschaft zu ermöglichen.

2 Genderaspekte der Digitalisierung

2.1 Digitalisierung verändert die Arbeit der Zukunft

Die fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft hat aus verschiedenen Perspektiven gravierende Auswirkungen auf die Arbeit der Zukunft. So erweist sich die digitale Wirtschaft selbst als eine Schlüsselbranche für die Wettbewerbsfähigkeit und als Wachstumstreiber (BVDW 2013) und schafft neue Arbeitsplätze und Beschäftigungsstrukturen. In Berlin wurde seit 2008 jeder 8. neue Job in einem Unternehmen der Digitalen Wirtschaft geschaffen. Die Internet-Branche beschäftigt hier inzwischen nahezu 60.000 Menschen und wirkt positiv auf die Beschäftigung in vielen anderen Branchen (IBB 2014). Dieses Beschäftigungswachstum ist vor allem eine Folge zahlreicher Ansiedelungen und Neugründungen (in 2013 wurden allein in Berlin z. B. 436 Betriebsgründungen in der digitalen Wirtschaft realisiert). Für Deutschland sieht die Digitale Agenda 2014-2017 vor, die Zahl der IKT-Neugründungen von jährlich 10.000 auf 15.000 zu steigern.

Zugleich bewirkt die Digitalisierung einen Wandel in der Arbeit. Vor dem Hintergrund globaler Märkte sind viele Unternehmen gezwungen, ihre bisherigen Geschäftsmodelle und Arbeitskonzepte auf den Prüfstand zu stellen und sich zeitnah an neue Entwicklungen anzupassen. Eine Flexibilisierung der Arbeitszeit, mobile Arbeitsorte und neue Arbeitsmodelle bedeuten vielfältige Chancen. So ist einer Studie zur Digitalen Agenda zu entnehmen, dass Frauen im IKT-Sektor beinahe 9 Prozent mehr verdienen als in anderen Wirtschaftszweigen, ihre Arbeitszeit flexibler gestalten können und weniger leicht arbeitslos werden (bis 2015 wird es in der EU 900 000 freie IKT-Arbeitsplätze geben) (Europäische Kommission 2013).

Andererseits birgt die Digitalisierung der Arbeitswelt aber auch neue Risiken und Belastungen, z. B. wachsenden Stress durch permanente Erreichbarkeit. Nach der Accenture-Studie 2015², in der 3600 Berufstätige aus 30 Ländern zu den Anforderungen des digitalen Zeitalters befragt wurden, ist die Unzufriedenheit im Job gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Vor allem wegen fehlender Weiterentwicklungsmöglichkeiten und unzureichender Work-Life-Balance geht rund die Hälfte inzwischen weniger motiviert zur Arbeit. Dabei wünscht sich vor allem die Generation Y (um die Jahrtausendwende Geborene) eine bessere Work-Life-Balance. Fast zwei Drittel der Befragten (63 Prozent) - und damit fast 30 Prozent mehr als im Vorjahr - würden ihren Job aufgeben und sich dem Familienleben widmen, wenn die finanzielle Situation es zuließe.

Steigende Belastungen durch die zunehmende Digitalisierung belegt auch eine aktuelle Befragung vom Februar 2015 bei 728 Beschäftigten im Consulting-Bereich (LAB 2015). Hierzu gehören die Branchen Managementberatung, IT-Beratung, Rechtsberatung, Industrie und Steuerberatung/Wirtschaftsprüfung. Hier gaben 58 Prozent der Befragten eine höhere Arbeitsbelastung durch elektronische Medien an und nur 11 Prozent verspüren Erleichterung

² Accenture ist ein weltweit agierender Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister. Für die Umfrage #ListenLearnLead hat Accenture weltweit in 30 Ländern 3.600 berufstätige Frauen und Männer vom Einsteigerlevel bis zu Managementpositionen aus kleinen, mittelgroßen und großen Unternehmen befragt, darunter insgesamt 200 aus Deutschland und jeweils 100 aus Österreich und der Schweiz. (Accenture 2015)

ihrer Arbeit durch Digitalisierung. Während sich Frauen und Männer in gleichem Maße von der E-Mail-Flut belastet fühlen (63 Prozent), so zeigen sich bei anderen Faktoren geschlechtsspezifische Unterschiede. Vor allem empfinden mehr Frauen als Männer die ständige Präsenz und Erreichbarkeit als Belastung (69 Prozent zu 58 Prozent), gleiches gilt für die fließenden Grenzen zwischen Arbeit und Privatleben (56 Prozent zu 47 Prozent). Beide Geschlechter gleichen die zunehmende Arbeitsbelastung auch auf unterschiedliche Weise aus. Betrachtet man die beiden am häufigsten genannten Strategien, so delegieren Männer bewusster (50 Prozent) und konzentrieren sich auf Kinder und Familie (37 Prozent), Frauen gehen zu Yoga und Meditation (37 Prozent) und reduzieren die Nutzung digitaler Medien im Privatleben (35 Prozent).

2.2 Digitale Wirtschaft als Querschnittsbranche

Im Folgenden soll das außerordentlich vielfältige Einsatzfeld der künftige Absolvent(inn)en des neuen Studiengangs näher beschrieben und eingegrenzt werden.

Gemäß einer Definition des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft e.V. (BVDW) besteht die „Digitale Wirtschaft“ aus den Unternehmen, die zur Umsetzung ihrer Geschäftsprozesse eine IP-Adresse benötigen (IBB 2013). Die Prozesskette lässt sich danach in zwei Bereiche untergliedern:

- Zum Bereich der sog. *Bitpipe-Infrastruktur* gehören auf der einen Seite die Unternehmen, die die Hardware-Infrastruktur aufbauen (Telekommunikationsunternehmen), und auf der anderen Seite die Hersteller mobiler und stationärer Endgeräte (Consumer Electronics)
- Zum *Kernbereich der digitalen Wirtschaft* werden die Unternehmen gerechnet, die für den Zugang, aber vor allem für die Erstellung und Bereitstellung von Diensten und Software auf der IKT-Basis-Infrastruktur und den Endgeräten zuständig sind:
 - o *Service Access* (Unternehmen, die den Zugang zu mobilen und stationären Datendiensten ermöglichen, Internet-Exchange-Services anbieten und die Domainvergabe organisieren)
 - o *Applikationen und Services* (IT-Outsourcing, Hosting, Cloud-Computing, Anbieter von Online-Werbung und Online-Marketing sowie E-Learning)
 - o *End-User-Interaktionen* (alle digitalen Dienstleistungen von Unternehmen untereinander, Online-Banking, Verkauf von Dienstleistungen an Konsumenten sowie die Erstellung von Web-Content (Online-Publishing, Mediendownload, mobile Apps, ...))

Mit Bezug auf die aktuelle Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes lassen sich die in Tab. 1 aufgelisteten Branchen der Prozesskette der Digitalen Wirtschaft zuordnen.

WZ-2008	Wirtschaftszweig		
26.1	Herstellung von elektronischen Bauelementen	IKT-Basis- Infrastruktur	Bitpipe-Infrastruktur
26.3	Herstellung von Geräten u. Einrichtungen der Telekommunikationstechnik		
61.1	Leistungsgebundene Telekommunikation		
61.2	Drahtlose Telekommunikation		
61.3	Satellitenkommunikation		
61.9	Sonstige Telekommunikation		
58.2	Verlegen von Software	Kernbereich Digitale Wirtschaft	
62.01	Programmiertätigkeiten		
62.02	Einbringen von Beratungsleistungen auf dem Gebiet der Informationstechnologie		
62.03	Betrieb von DV-Einrichtungen für Dritte		
62.09	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen der Informationstechnologie		
63.11	Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten (Datenbankservice, Datenspeicherdienste)		
63.12	Webportale		
26.2	Herstellung von DV-Geräten und peripheren Geräten	Consumer Electronics	
26.4	Herstellung von Geräten der Unterhaltungselektronik		
26.8	Herstellung von magnetischen und optischen Datenträgern		

Tab. 1: Abgrenzung Digitale Wirtschaft (Quelle: IBB 2013, S. 10)

Zum weiter gefassten Bereich der *Informations- und Kommunikationstechnik (IKT)* werden neben den Teilbereichen IT-Dienstleister, Telekommunikation, Herstellung von Geräten und Zubehör auch noch die Bereiche Forschung und Entwicklung sowie Handel mitgerechnet.

Die vom neuen Studiengang BWL-Digitale Wirtschaft gepflegte Liste Berliner und Brandenburger Unternehmen mit Jobportalen für Aufgaben in der digitalen Wirtschaft bezieht daher Unternehmen aus folgenden Branchen ein:

- Dienstleistungen (zumeist „Internetunternehmen“, die keine Lagerverwaltung und Produktion benötigen)
- Handel (Unternehmen, die haptische oder digitale Waren unter anderem oder ausschließlich über digitale Wege vertreiben)
- Verlage (Unternehmen, die Inhalte wie Musik, Texte, Spiele, Bilder etc. unter anderem oder ausschließlich über digitale Wege vertreiben)
- Hersteller (Unternehmen, die Produkte unter anderem oder ausschließlich über digitale Wege direkt an den Verbraucher vertreiben)
- Agenturen (Dienstleister für das Marketing werbetreibender Unternehmen mit speziellem Know-how im Bereich des digitalen Marketings)
- Vereine (Unternehmen, die für ihr Engagement für gesellschaftliche und soziale Belange unter anderem oder ausschließlich digitale Wege nutzen)
- Inkubatoren (Unternehmen, die innovative Geschäftsmodelle unter anderem oder ausschließlich über digitale Wege suchen)

2.3 Neue Weichenstellung für Karrierechancen von Frauen?

Zunehmend setzt sich die Erkenntnis durch, dass die Digitalisierung mit den beschriebenen Veränderungen in der Arbeitswelt auch die Weichen für die Entwicklungs- und Karrierechancen von Frauen neu stellt. Darauf deuten erste Trends hin, wie in einem aktuellen BMBF-Projekt des Instituts für Sozialwissenschaftliche Forschung München und der Universität Erlangen-Nürnberg konstatiert wird:

- „Der Bedeutungsgewinn von Software in allen technischen Bereichen verändert die Arbeits- und Professionskulturen und macht gerade traditionelle Hardware-Bereiche für Frauen attraktiver.
- Die Transformation von Fachlichkeit und neue ‚Rollenkonzepte‘ in agilen Organisationsformen verändern die Anforderungsprofile in den technischen Kernbereichen – mit neuen Entwicklungschancen für Frauen.
- User Experience und Kundenorientierung in Forschung und Entwicklung ermöglichen eine Öffnung der technischen Bereiche für neue Berufsfelder mit höheren Frauenanteilen, wie Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaft und Wirtschaftsingenieurwesen.
- Community-orientierte Kommunikations- und Kollaborationsumgebungen werden zur Basis neuer ‚Öffentlichkeiten‘ - mit neuen Möglichkeiten für Frauen, sich zu vernetzen und zu positionieren.“ (ISF 2015)

Nach der o. g. Accenture-Studie 2015 stehen besonders Frauen den veränderten Anforderungen in der hypervernetzten Welt positiv gegenüber und meinen, wichtige Skills für die Karriere im digitalen Zeitalter wie die Fähigkeit zu Multitasking und Zuhören-können mitzubringen. Erfreulicherweise sind im deutschsprachigen Raum 56 Prozent der Meinung, dass die Unternehmen mehr tun, um Frauen auf Führungsrollen vorzubereiten. Zugleich glauben in Deutschland, Österreich und der Schweiz nur 5 Prozent der Frauen und 12 Prozent der Männer, „dass die Anzahl der weiblichen CTO's - eine in der digitalen Welt immer wichtiger werdende Position – um mehr als 20 Prozent steigt.“ (Accenture 2015)

Bereits in der Branche etablierte Frauen sehen aktuell in der digitalen Wirtschaft bessere Chancen auf eine Führungsposition für Frauen als in anderen Branchen. So meint Anke Herbener, Vorstandsmitglied von LBi, einer der größten unabhängigen Agenturen für digitales Marketing und Technologie weltweit und seit Anfang 2012 vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) gewählte Leiterin der Unit „Digitales Marketing“, dass Gender-Vorurteile hier eine wesentlich geringere Rolle spielen würden als in alten, stark hierarchisch geprägten Berufsbereichen und es kaum starre Karrieresysteme gäbe. Digital Natives werden deshalb - gleich welchen Geschlechts - in der Wirtschaft entsprechend gefördert (Herbener 2012).

2.4 Status quo: Weibliche Unterrepräsentanz

Bislang sind Frauen in der Querschnittsbranche „Digitale Wirtschaft“ unterrepräsentiert, obwohl sie oftmals eine bessere Ausbildung und höhere Abschlüsse als die gleichaltrigen Männer vorweisen können. So machen heute 45 Prozent der jungen Frauen Abitur, aber nur 40 Prozent der Männer, haben 17 Prozent der Frauen einen Hochschulabschluss, aber nur 13 Prozent der Männer. Andererseits verdienen Frauen im Durchschnitt 7 Prozent weniger als Männer - selbst wenn Qualifikation und Stellenprofil genau gleich sind - und sind auf Führungspositionen deutlich seltener anzutreffen. So waren im Jahr 2012 von 100 Führungskräften nur 29 Frauen (BZ 2015).

Obwohl inzwischen in Deutschland fast genauso viele Frauen wie Männer erwerbstätig sind (2014 lag ihr Anteil an allen abhängig Beschäftigten bei 49,2 Prozent), zeigen sich in Bezug auf die Arbeitsstunden deutliche Unterschiede. Während die Zahl der beschäftigten Frauen von 1991 bis 2014 um 21 Prozent gestiegen ist, wuchs das von ihnen geleistete Arbeitsvolumen nur um 4 Prozent. Im Jahr 2014 waren doppelt so viele Frauen teilzeitbeschäftigt wie 1991 – insgesamt 11 Millionen. Diese Unterschiede in den Arbeitszeiten verfestigen sich vor allem in der Familienphase, wo ein Großteil der Paare das „Zuverdienermodell“ wählt (IAB 2015).

Diese Unterrepräsentanz von Frauen in der IKT-Branche wird auch von der Europäischen Kommission mit Bezug auf eine Studie zur Digitalen Agenda bemängelt (Europäische Kommission 2013):

- Von 1000 Frauen mit einem Bachelor oder einem anderen ersten Hochschulabschluss haben nur 29 Absolventinnen (im Vergleich 95 Absolventen) einen Abschluss in Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und nur vier von 1000 Frauen arbeiten später im IKT-Sektor.
- Gerade einmal neun Prozent aller App-Entwickler sind Frauen.

- Bei Management-Positionen in der IKT-Branche liegt der Frauenanteil bei rund 19 Prozent (gegenüber 45 Prozent in anderen Sektoren).
- Während der Frauenanteil unter allen Selbständigen bei rund 31 Prozent liegt, sind nur rund 19 Prozent aller IKT-Unternehmer in Europa Frauen.

Für diese Unterrepräsentanz nennt die Studie drei Gründe: kulturelle Traditionen und Stereotypen der Frauenrolle, innere Hemmnisse und andere soziopsychologische Faktoren wie mangelndes Selbstvertrauen und Verhandlungsgeschick; Risikoscheu und eine negative Einstellung zum Wettbewerb sowie externe Hemmnisse wie ein stark männlich dominiertes Umfeld; Schwierigkeiten beim Austausch zwischen Privat- und Berufsleben und das Fehlen von Vorbildern im Sektor. Die Europäische Kommission geht nach dieser Studie davon aus, dass bei einer Trendumkehr, also wenn Frauen ebenso oft wie Männer digitale Berufe ausüben würden, das europäische BIP um etwa 9 Mrd. Euro jährlich wachsen könnte.

Auch in Bezug auf das dynamische Gründungsgeschehen im digitalen Sektor haben Frauen bisher das Nachsehen. So wurden laut Deutschem Startup Monitor in 2014 nur 10 Prozent aller Start-ups in Deutschland von Frauen gegründet.

2.5 Aktuelle Gestaltungsansätze in Politik und Wirtschaft

Offensichtlich sind die Karrierechancen der Digitalisierung für Frauen kein Selbstläufer, sondern bedürfen einer aktiven Gestaltung. Dies haben inzwischen sowohl die Politik als auch viele Firmen erkannt und ergreifen die Initiative. So initiierte der Beirat "Junge Digitale Wirtschaft" (BJDW) im September 2014 eine deutschlandweite Kampagne, die weibliches Unternehmertum sichtbar und potentiellen Gründerinnen Mut machen soll. In Videointerviews berichten dabei zehn Gründerinnen aus der Digitalen Wirtschaft von sich und ihrem Werdegang. Zunehmend schaffen sich auch die bereits in der Branche tätigen Frauen eigene Netzwerke und sorgen auf diesem Weg für die Verbreitung positiver Beispiele, wie z. B. die Programmiererinnen-Netzwerke „Rails Girls Berlin“ oder „Berlin Geekettes“.

Die Studie zur Digitalen Agenda sieht vier Schwerpunktbereiche für Maßnahmen (Europäische Kommission 2013):

- Aufbau eines neuen Images des Sektors bei Frauen (aufregend, vielfältig, finanziell interessant, ...)
- Stärkung der Frauen im Sektor durch Förderung klarer IKT-Berufswege
- Erhöhung der Gründerinnenzahl durch Verbesserung des Zugangs zu Start- und Risikokapitalprogrammen für Gründerinnen
- Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Sektor (z. B. durch Herausstellen der besseren Leistungsfähigkeit von Unternehmen, die Frauen beschäftigen)

Wissenschaftler(innen) des ISF München und der FAU Erlangen-Nürnberg sehen eine Chancenverbesserung für Frauen in der IT-Branche nur, wenn eine gendergerechte Gestaltung der digitalen Arbeitswelt gelingt, und empfehlen hierfür

- „neue Berufsgruppen offensiv einzubeziehen,
- den derzeitigen radikalen Wandel hochqualifizierter Arbeit für die Ausgestaltung kollektiver Arbeitsformen zu nutzen,

- ein neues Leitbild für die kooperative Führung (...) zu entwickeln und
- das System permanenter Verfügbarkeit und Bewährung zu knacken, das die neuen Gestaltungsfreiheiten der Beschäftigten zu konterkarieren droht“ (Bultemeier und Marrs 2015).

Auch den Hochschulen kommt aus Sicht der Wirtschaft eine wichtige Verantwortung zu. Sie sollten sich bereits für die frühe Karriereplanung in diesem Wirtschaftszweig engagieren (Herbener 2012). Wie sich der neue Studiengang „BWL-Digitale Wirtschaft“ diesen Herausforderungen stellt, soll im nachfolgenden Kapitel untersucht werden.

3 Gendersensibilität im neuen Studiengang „BWL-Digitale Wirtschaft“

3.1 Begriffsklärung

Gendersensibilität in Bezug auf die Gestaltung von Studiengängen umfasst mehrere Facetten, die nachfolgend kurz beschrieben werden.

Genderkompetenz der Dozierenden

Zunächst ist es erforderlich, dass die Dozierenden ihre eigene Genderkompetenz entwickeln.

Gender-Kompetenz bezeichnet „die Fähigkeit von Personen, in ihren Aufgaben und Handlungsbereichen Geschlechteraspekte zu erkennen und gleichstellungsorientiert zu bearbeiten“. Dazu gehört das „Wollen“, das „Wissen“ und das „Können“ (Gender-Kompetenzzentrum Berlin).

Zunehmend wird der Blick auf die Unterschiedlichkeit der Studierenden insgesamt, d. h. auf Diversity gerichtet. „Unter Diversity (dt.: Vielfalt) wird die Heterogenität und Diversifizierung sozialer Lebenslagen und sozialer Zugehörigkeiten verstanden, die in Folge von unter anderem Migrationsbewegungen, veränderten Geschlechterbeziehungen und der Pluralisierung von Familienformen in westlichen Gesellschaften zunehmen bzw. stärker thematisiert werden als zuvor“ (Heitzmann und Klein 2015). In der Tat ist die sozioökonomische Situation der Studierenden in Deutschland sehr unterschiedlich: so geht z. B. mehr als die Hälfte einer Erwerbstätigkeit nach und studiert damit de facto in Teilzeit, sind knapp 10 Prozent Bildungsausländer, steigt der Anteil der Studierenden mit Migrationshintergrund (De Ridder und Jorzig 2012).

Es wird davon ausgegangen, dass Erkenntnisse zum Geschlecht als Kategorie der sozialen Strukturierung auch auf andere Kategorien wie Alter, soziale Zugehörigkeit und Migrationshintergrund übertragbar sind. Zugleich wird der Zusammenhang von Gender und Diversity in der Geschlechterforschung zum Teil kontrovers diskutiert (dokumentiert z. B. mit „Alpträum oder Traumpaar“, Andresen et al. 2008). Dies wird vor allem mit den unterschiedlichen Hintergründen und Entstehungsgeschichten von Gender Mainstreaming und Diversity Management begründet. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass beide Gemeinsamkeiten haben und zum Abbau von Benachteiligungen beitragen können (Blome et al. 2013).

Genderkompetente Lehre stellt Anforderungen in verschiedene Richtungen: Die Dozierenden verstehen und bewerten die Geschlechterverhältnisse in der Gesellschaft; sie sind bereit, ihre persönlichen Einstellungen zu Geschlechterrollen zu reflektieren und ggf. zu ändern; sie vermitteln Fachwissen aus Gender Studies, berücksichtigen in Methodik und Didaktik geschlechterdifferenzierende Aspekte und gestalten die Interaktion mit den Lernenden geschlechtergerecht.

Dementsprechend unterscheidet Rosenkranz-Fallegger (2009) folgende vier Dimensionen von Genderkompetenz:

1. Fachkompetenz (Kenntnis grundlegender Konzepte der Gender Studies sowie fachspezifischer Wissensbestände)
2. Methodenkompetenz (Fähigkeit, Gender-Wissen in Lehrinhalte zu integrieren und in die methodische Gestaltung der Lehre fach- und kontextspezifisch zu übersetzen)
3. Sozialkompetenz (Fähigkeit, in der Kommunikation mit Studierenden Diskriminierungen anzusprechen, mit sozialen Rollen in Gruppen umzugehen)
4. Selbstkompetenz (Fähigkeit zur Selbstreflexion in Bezug auf die eigene Geschlechteridentität und auf eigene geschlechterbezogene Denk- und Handlungsmuster)

Gendersensible Didaktik

Weiss Sampietro und Raumsauer (2008) entwickelten entlang dieser Dimensionen folgende Kriterien zur Bewertung einer gendersensiblen Didaktik:

Fachlich-inhaltliche Dimension:

- Resultate aus der Geschlechterforschung im Unterricht eingebracht
- Lebenswelt und Vorerfahrungen beider Geschlechter behandelt
- Kritische Reflexion traditioneller Geschlechterrollen
- Explizite versus implizite Thematisierung der Geschlechterverhältnisse

Methodisch-didaktische Dimension:

- Kontext, Gesellschafts- und Lebensweltbezug, Transfer in Praxis
- Methodenwechsel und vielfältige Lernwege: Kooperative und interaktive Lernformen, Gruppen- und Projektarbeiten
- Phasenweise Unterricht in geschlechterhomogenen Gruppen
- Vorbildfunktion im Unterricht eingebaut

Sozial-kommunikative Dimension:

- Gesprächskultur im Unterricht
- Geschlechtergerechter Sprachgebrauch
- Entdramatisierung der Geschlechterthematik

Persönliche Dimension:

- Reflexionsfähigkeit, bezogen auf eigene Geschlechterrollen und gesellschaftliche Bilder, Reflexionsfähigkeit zur Fachkultur
- Bewusstsein über die komplexen Strukturen von Geschlechterverhältnissen in Alltag, Gesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft
- Fähigkeit zum Perspektivenwechsel

Gendersensible Repräsentation des Studiengangs

Die Außendarstellung des Studiengangs stellt eine weitere Facette dar. Für eine gendergerechte Repräsentation des Studiengangs nach außen wird eine ausgeglichene Vertretung von Frauen und Männern und die weibliche Besetzung von Führungsstellen als ideal angesehen. Werbematerialien sollten durch eine gendergerechte, Klischees vermeidende Bildwahl gekennzeichnet sein und optisch ein breites Zielpublikum ansprechen. Wird in der Darstellung der Bezug zum Berufsfeld, zur Interdisziplinarität und Vielfalt an Lernmethoden hergestellt, spricht dies potenziell Studierende mit unterschiedlichen Lebensentwürfen und sozialen Prägungen an (Weiss Sampietro et al. 2010).

Gendersensible Studienorganisation

Diese Facette umfasst vor allem die Klarheit der Anforderungen, frühzeitige Informationen zum Studienverlauf und eine flexible Studiengestaltung (z. B. frei wählbare Module, Möglichkeit einer zeitlichen Dehnung des Studiums) (Weiss Sampietro et al. 2010).

Kriterien für Gendersensibilität an technischen Hochschulen

An der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften wurden in technischen Studiengängen Kriterien für Gendergerechtigkeit angewendet, die nicht auf den ersten Blick die Geschlechterverhältnisse ansprechen. Sie erwiesen sich gerade deshalb als sehr sinnvoll, weil sie intuitive Abwehrreaktionen bei den Beteiligten vermieden und ein für sie überraschender Zugang gewählt wurde. Diese Kriterien sind:

- Anwendungsbezug technischer Fächer
- Interdisziplinarität
- Berufsbezug
- Interkulturelle Aspekte
- Betonung der Sprachkompetenz
- Vielfältige Lehr- und Lernmethoden
- Ökologischer Nachhaltigkeitsbezug
- Weibliche Vorbilder in Lehre und Forschung
- Ganzheitlicher Ansatz
- Technologiefolgeabschätzung

Auf der Grundlage dieses Verständnisses von Gendersensibilität erfolgt nachfolgend die Beschreibung und Bewertung des Modulhandbuchs und der Kommunikationsstrategie zum

neuen Studiengang. Allerdings sind dabei nicht zu allen Facetten des Verständnisses von Gendersensibilität einschätzende Aussagen möglich. So sind z. B. aus der Modulbeschreibung nur bedingt Rückschlüsse auf die Anwendung einer gendersensiblen Didaktik möglich, vor allem bezogen auf die sozial-kommunikative und persönliche Dimension.

3.2 Modulhandbuch

Das Lehrkonzept des neuen Studiengangs wurde Disziplinen übergreifend von Lehrpersonal (15 Personen) aus 5 Fachbereichen der Beuth Hochschule für Technik konzipiert, darunter 7 Professorinnen (Modulhandbuch 2014). Darüber hinaus waren Praktiker und Studierende einbezogen. Gesamtansprechpartnerin für den Studiengang ist eine Professorin, auch werden 65 Prozent aller angebotenen Module (36-Pflicht sowie 6 Wahlpflichtmodule) von Professorinnen koordiniert. Das gesamte Modulhandbuch ist in gendergerechter Schreibweise verfasst.

Legt man die oben beschriebenen Kriterien für Gendergerechtigkeit eines technischen Studiengangs einer Bewertung des Lehrkonzepts für den neuen Studiengang zugrunde, so lassen sich für alle Kriterien überzeugende Belege finden (vgl. Tab. 2).

Kriterium für Gendergerechtigkeit	Umsetzung im neuen Studiengang „BWL – Digitale Wirtschaft“
Anwendungsbezug technischer Fächer	Im Modul B 02 (Mathematische Grundlagen) geht es um die Lösung von Aufgaben mit wirtschaftlichem Bezug, erfolgt die Vermittlung von Berechnungstechniken zur Analyse betriebswirtschaftlicher Probleme Im Modul B 04 (Einführung in Softwaretechnologien) werden Einsatzgebiete von Webtechnologien behandelt, es gibt ein Übungsprogramm mit Gruppenarbeit Im Modul B 09 (Statistik) werden die Inhalte der LV anhand von Anwendungsbeispielen in einer Tabellenkalkulation illustriert Im Modul B 11 (Modellierung von Geschäftsprozessen) werden die Studierenden befähigt, Geschäftsprozessmodelle unter Verwendung existierender Softwarelösungen auszuführen Im Modul B 22 (Business Intelligence) führen die Studierenden selbst erste Analysen zu bestehenden Datenbanken und Data Warehouses durch
Interdisziplinarität	Disziplinen übergreifende Studiengangskonzeption und -realisierung (5 Fachbereiche beteiligt)
Berufsbezug	Der neue Studiengang pflegt eine Liste Berliner und Brandenburger Unternehmen mit Jobportalen für Aufgaben in der digitalen Wirtschaft Im Modul B 13 (Unternehmensführung und Geschäftsmodellentwicklung) erfolgt eine kritische Auseinandersetzung mit dem Beruf des Managers

	Im Modul B 24 (Projektseminar) sammeln die Studierenden durch die Zusammenarbeit mit den Unternehmen der digitalen Wirtschaft praxisrelevante Erfahrungen und knüpfen neue Kontakte für die berufliche Zukunft Im Modul B 38 (Praktikum) konkretisieren die Studierenden die Einschätzung der eigenen Interessen und Kompetenzen für eine zukünftige Berufstätigkeit im Umfeld der digitalen Wirtschaft Die Studierenden werden darauf vorbereitet, als Absolvent(inn)en in unterschiedlichen Unternehmenstypen – vom Startup über die Agentur bis zum Konzern – anspruchsvolle Aufgaben im digitalen Kontext zu übernehmen
Interkulturelle Aspekte	Eigenes Modul (B 12 Interkulturelle Kommunikation)
Betonung der Sprachkompetenz	Bis auf 4 Ausnahmen (nur in deutscher Sprache) können alle Module auch in englischer Sprache angeboten werden, 3 Module werden nur in englischer Sprache angeboten Die Bachelorarbeit und die Präsentation können nach Vereinbarung mit der Prüfungskommission auch auf Englisch erfolgen
Vielfältige Lehr- und Lernmethoden	In allen Modulen kommt ein Mix unterschiedlicher Lehr- und Lernformen zum Einsatz wie z. B. seminaristischer Unterricht, integrierte Projektarbeit, Projektarbeit außerhalb der Hochschule, Laborübungen, Gruppenarbeit, Projektseminare, Online-Seminare, Referate, Rollenspiele, Textarbeit, Hausarbeiten
Ökologischer Nachhaltigkeitsbezug	Im Modul WP 02 (Gesellschaftsrelevante Aspekte der Digitalisierung) ist „Nachhaltigkeit“ einer der kritisch hinterfragten Teilbereiche, auf die Auswirkungen der Digitalisierung betrachtet werden (neben Arbeit, Familie, Mobilität, Bildung etc.)
Weibliche Vorbilder in Lehre und Forschung	Weibliche Gesamtansprechpartnerin für den Studiengang 7 (forschende) Professorinnen in der Lehre
Ganzheitlicher Ansatz	Der Studiengang deckt sowohl die betriebswirtschaftlichen Grundlagen als auch die technischen Aspekte des Internets ab und vermittelt die Fähigkeit kritischer Auseinandersetzung mit der digitalen Wirtschaft Die Studierenden können in Praxisprojekten frühzeitig mit Praktiker(inne)n in Kontakt treten und arbeiten hier eigenverantwortlich in Projektteams. Wahlpflichtfächer ermöglichen den Studierenden, Schwerpunkte gemäß ihren Interessen zu setzen

	Neben der Stärkung persönlicher Fähigkeiten wie Teamfähigkeit, Zeit- und Selbstmanagement (Modul B 05) wird die Vermittlung methodischer Kompetenzen in Projektmanagement und empirischer Forschung (Modul B 17) angezielt, die zum Arbeiten in interdisziplinären und interkulturellen Teams befähigen (Modul B 12)
Technologiefolgenabschätzung	Den Studierenden wird im Modul B 03 (Grdl. der digitalen Medien) Wissen über Medienwandel, Digitalisierung und Technikfolgenabschätzung vermittelt (gesellschaftliche Wirkungen, positive und negative Folgen, soziale, rechtliche und ethische Aspekte digitaler Medien) In B 34 (Studium Generale) stehen Zusammenhänge zwischen Gesellschaft und ihren Teilsystemen im Mittelpunkt In WP 05 (Mobile Anwendungen) lernen die Studierenden Merkmale des durch mobile Anwendungen bewirkten gesellschaftlichen Wandels kennen und lernen damit verbundene Konfliktpotentiale zu identifizieren und zu analysieren

Tab. 2: Bewertung des Lehrkonzepts nach bewährten Kriterien für Gendergerechtigkeit

Explizite Bezüge zu Themen wie Gender und Diversity finden sich im Modul Human Resource Management. Darüber hinaus gibt es weitere Module, in denen auf unterschiedliche Nutzer/Zielgruppen/Kulturen Bezug genommen wird, was eine (Mit-)Behandlung der genannten Themen nahelegt (vgl. Tabelle 3).

Mo- dul-Nr.	Bezeichnung	Lernziele/Kompetenzen
B 05	Time and Self Management/ Presentation Techniques	Sachinformationen zielgruppenorientiert vermitteln
B 06	English for the Digital Economy	Kulturelle Unterschiede und deren Bedeutung für die eigene Arbeitswelt
B 12	Interkulturelle Kommunikation	Kenntnisse über die eigene kulturelle Identität Vergleich von Perspektiven, Sichtweisen und Erwartungen mit denen von Menschen aus anderen Kulturkreisen Erkennen des Mehrwerts interkultureller Vielfalt Vorbereitung auf die besonderen Mentalitäten und kulturellen Prägungen von Menschen aus anderen Kulturkreisen und Befähigung, mit ihnen erfolgreich zusammen zu arbeiten

B 16	Human Computer Interaction	Mensch-Computer-Interaktion benutzerorientiert gestalten (Benutzeranalyse, -modellierung) zielgruppenspezifisches Usability Engineering
B 25	Management Information Systems in Enterprises	Zielgruppengerechte Darstellung von Rechercheergebnissen
B 26	Online Marketing	Zielgruppenplanung, Kundengewinnung, Kundenbindung
B 27	Human Resource Management (HRM)	Instrumente des HRM auf verschiedene Zielgruppen anwenden Diversity (wie Geschlecht, Alter und Kultur) in allen Aufgabenbereichen des HRM berücksichtigen
B 32	Learning Design	Nutzerorientierte Gestaltung des Learning Design (Personen, verteilte Teams, Organisationen)
B 33	Corporate Communication and Change Management	Instrumente der Unternehmenskommunikation zielgruppengerecht einsetzen
WP 01	Brand Management	Nutzergenerierte Markenkommunikation in sozialen Netzwerken
WP 06	Media Design	Informationsarchitektur (Benutzerführung)

Tab. 3: Module mit Bezug auf unterschiedliche Zielgruppen/Nutzer/Kulturen

Insgesamt ist das Lehrkonzept sowohl in der Gesamtstruktur (Modulaufbau, Pflicht- und Wahlpflichtfächer) als auch in der Ausgestaltung der einzelnen Module, dem starken Anwendungsbezug und der gesellschaftlichen Verortung der behandelten Themen sowie der zum Ansatz gebrachten Methodenvielfalt in hohem Maße geeignet, die Interessen beider Geschlechter zu bedienen als auch insgesamt der Diversität der Studierenden gerecht zu werden.

Es kann an dieser Stelle allerdings keine Einschätzung getroffen werden, ob außer im Fach Human Resource Management eine explizite Berücksichtigung von Gender- oder Diversity-Aspekten vorgesehen ist oder bereits realisiert wird. In Kapitel 4 des Arbeitspapiers werden deshalb auch für weitere Module exemplarisch Beispiele vorgestellt, die in anderen Hochschulen für vergleichbare Inhalte entwickelt und umgesetzt wurden.

3.3 Kommunikationsstrategie und Werbematerialien

Die für den neuen Studiengang erarbeitete Kommunikationsstrategie (Pattloch und König 2015) leitet ihre Maßnahmen zunächst aus einer Sichtung der Wettbewerbsangebote ab. Da es in Berlin keinen staatlichen Wettbewerber mit gleichem Angebot gibt und bundesweit in Bezug auf die BWL-Technik-Kombination bisher kein Bachelor-Angebot an staatlichen Hochschulen existiert, wird in der Kommunikation auf diese Spezifika abgehoben. Als primäre Ziele werden die Schaffung von Bekanntheit und die Positionierung als Marke bei den relevanten externen Zielgruppen definiert. Darüber hinaus gilt als wesentliches Ziel die Information der internen Studienverwaltung und -beratung. Primäre Zielgruppen sind die potenziell Studierenden (vor allem Schüler(innen)) und die Unternehmen der digitalen Wirtschaft, die als zukünftige Arbeitgeber und als Kooperationspartner für Projekte und Studiengestaltung gewonnen werden sollen. Hinzukommen weitere, als sekundäre Zielgruppen anzusehende Akteure wie z. B. Verbände der Unternehmen, Presse oder Alumni der Beuth Hochschule.

Für eine zielgruppengerechte Gestaltung der Marketingaktivitäten wurde eine Methode aus dem Service Design angewendet: die Arbeit mit Personas. Für die Zielgruppe „Potenziell Studierende“ wurden frühzeitig und geschlechtergerecht vier Persona-Archetypen der Studierenden mit eigener Biografie und eigenen Zielen entwickelt (Marc, Seda, Robert und Steffi). Diese Personas wurden von 100 Studierenden des Studiengangs BWL-Dual geprüft und u. a. für verschiedene aufmerksamkeitsstarke Werbematerialien in gendergerechter Sprache eingesetzt. Beispielsweise wurde ein sehr ansprechendes innovatives Klapp-Mailing mit Display Cleaner entwickelt, auf dem sich drei der genannten Personas wiederfinden. Dabei ist die Kombination aus Text und Persona auf den Klappseiten so gewählt, dass sich auch junge Frauen angesprochen fühlen (weibliche Persona auf der Deckseite, weitere weibliche Persona auf einer Klappseite mit wichtigen Schlagworten des neuen Studiengangs wie z. B. Praxisnah, Berlin, Teamwork, BWL oder Technik).

Dass diese Begriffe junge Frauen in noch stärkerem Maße als junge Männer für ein Studium an der Beuth Hochschule motivieren, zeigt die Auswertung der Erstsemesterbefragung im Wintersemester 2015/2016. Wie aus Abb. 1 ersichtlich wird, gehören die Inhalte des Studiums, die Praxisnähe und die Attraktivität des Studienortes Berlin zu den am häufigsten genannten Gründen, um ein Studium an der Beuth Hochschule zu beginnen, wobei Frauen diese Gründe noch häufiger nennen als Männer.



Abb. 1: Gründe für ein Studium an der Beuth Hochschule (Quelle: Erstsemesterbefragung im Wintersemester 2015/16, eigene Darstellung)

Für die Gestaltung der Kommunikation mit der Zielgruppe der Unternehmen der digitalen Wirtschaft nimmt die Kommunikationsstrategie sowohl deren artikulierten Fachkräftemangel als auch die von Absolvent(inn)en geforderte Medienkompetenz zur Grundlage für eine gezielte Ansprache nach Erstkontakt über Pressemitteilungen etc.. Sie dient dem Ziel, Unternehmen für das Modul „Digitale Wirtschaft zu Gast“ oder die Kontakte für Abschlussarbeiten oder Jobangebote (danach) zu nutzen. Inwieweit die Kommunikationsstrategie darauf abzielt, auch weibliche Führungspersonen aus den Unternehmen zu gewinnen, die eine Vorbildrolle für die Wahrnehmung von Karrierechancen in der Wirtschaft einnehmen könnten, wird allerdings nicht erkennbar.

Einen hohen Stellenwert misst die Kommunikationsstrategie der Präsentation des neuen Studiengangs in den sozialen Medien und im Internet bei. So spielen neben den traditionellen Maßnahmen wie Flyer, Pressemitteilungen, Plakate oder Postkarten vor allem kontinuierlich angelegte Maßnahmen wie die Webseite, Facebook, Xing, Filme, Newsletter und Mailings eine wichtige Rolle. Aus Gendersicht ist das besonders zu begrüßen. So hat die o. g. Erstsemesterbefragung nicht nur gezeigt, dass mehr Frauen als Männer durch Quellen im Internet auf die Beuth Hochschule aufmerksam geworden sind (38 Prozent zu 32 Prozent). Bei den Frauen war dies auch die insgesamt am häufigsten genannte Antwort, Männer wurden dagegen am häufigsten durch Freunde und Verwandte auf die Hochschule aufmerksam.

Resümierend lässt sich konstatieren, dass die Kommunikationsstrategie nicht nur besonders innovative Wege zur Ansprache der definierten Zielgruppen eingeschlagen, sondern diese auch in hohem Maße gendersensibel ausgestaltet hat.

3.4 Merkmale der erreichten Zielgruppe

Für das erste Semester wurden im neuen Studiengang insgesamt 71 Studierende, davon 30 weiblich, immatrikuliert. Der Frauenanteil von 42,3 Prozent liegt damit deutlich über dem des zugehörigen Fachbereichs I Wirtschafts- und Gesellschaftswissenschaften (36,2 Prozent) und über dem Frauenanteil aller Studierenden der Hochschule (31,2 Prozent). Bezogen auf alle Studiengänge des Fachbereichs I hat der neue Studiengang den dritthöchsten Frauenanteil nach dem Masterstudiengang Management und Consulting (55,3 Prozent) und dem Bachelorstudiengang BWL (51,9 Prozent).³

An der Erstsemesterbefragung des neuen Studiengangs beteiligten sich insgesamt 36 Studierende, was einer Quote von 50,7 Prozent entspricht. Die Frage nach dem Geschlecht beantworteten 31 Studierende (18 Männer und 13 Frauen). Wertet man die Antworten differenziert nach beiden Geschlechtern aus, so zeigen sich größere Unterschiede in Bezug auf den Bildungsabschluss der Eltern, den Migrationshintergrund und den eigenen Vorbildungsstand. Die Auswertung ist allerdings aufgrund des geringen Stichprobenumfangs und Befragungsrücklaufs nicht als repräsentativ anzusehen.

Wie aus Abbildung 2 deutlich wird, ist der Bildungsabschluss der Eltern insgesamt hoch. Die überwiegende Mehrheit der Eltern verfügt über eine abgeschlossene betriebliche Ausbildung oder ein Studium. Aber während ca. ein Drittel der Studenten aus Elternhäusern stammt, in denen Mutter und/oder Vater studiert haben, trifft dies bei den Studentinnen nur auf 13,3 Prozent (Mütter) bzw. 6,3 Prozent (Väter) zu. Interessant ist, dass die Mütter der befragten Studentinnen deutlich häufiger studiert haben als die Väter und auch etwas häufiger über eine betriebliche Ausbildung verfügen als die Väter.

Während fast 60 Prozent der Studenten über eine oder eine zweite Muttersprache verfügen, die nicht Deutsch ist, trifft dies nur auf 15,4 Prozent der Studentinnen zu. Hier nannten die Studenten Türkisch, Arabisch, Polnisch und Vietnamesisch, die Studentinnen dagegen ausschließlich Türkisch.

Die Angaben zu früherer Ausbildung/früherem Studium zeigen zwischen Studenten und Studentinnen sowohl Gemeinsamkeiten als auch deutliche Unterschiede. So verfügt ein Drittel der Studenten über eine abgeschlossene betriebliche Ausbildung (33,3 Prozent), aber weniger als ein Fünftel der Studentinnen (18,2 Prozent). Knapp ein Drittel beider Geschlechter hat schon einmal ein Studium begonnen (Studenten 31,3 Prozent, Studentinnen 30,8 Prozent), aber nur 11,8 Prozent der Studenten haben es auch abgeschlossen.

³ Quelle: Statistik der Abt. II der Beuth Hochschule für Technik Berlin: Studierende nach Fachsemestern im Wintersemester 2015/16, eigene Berechnung

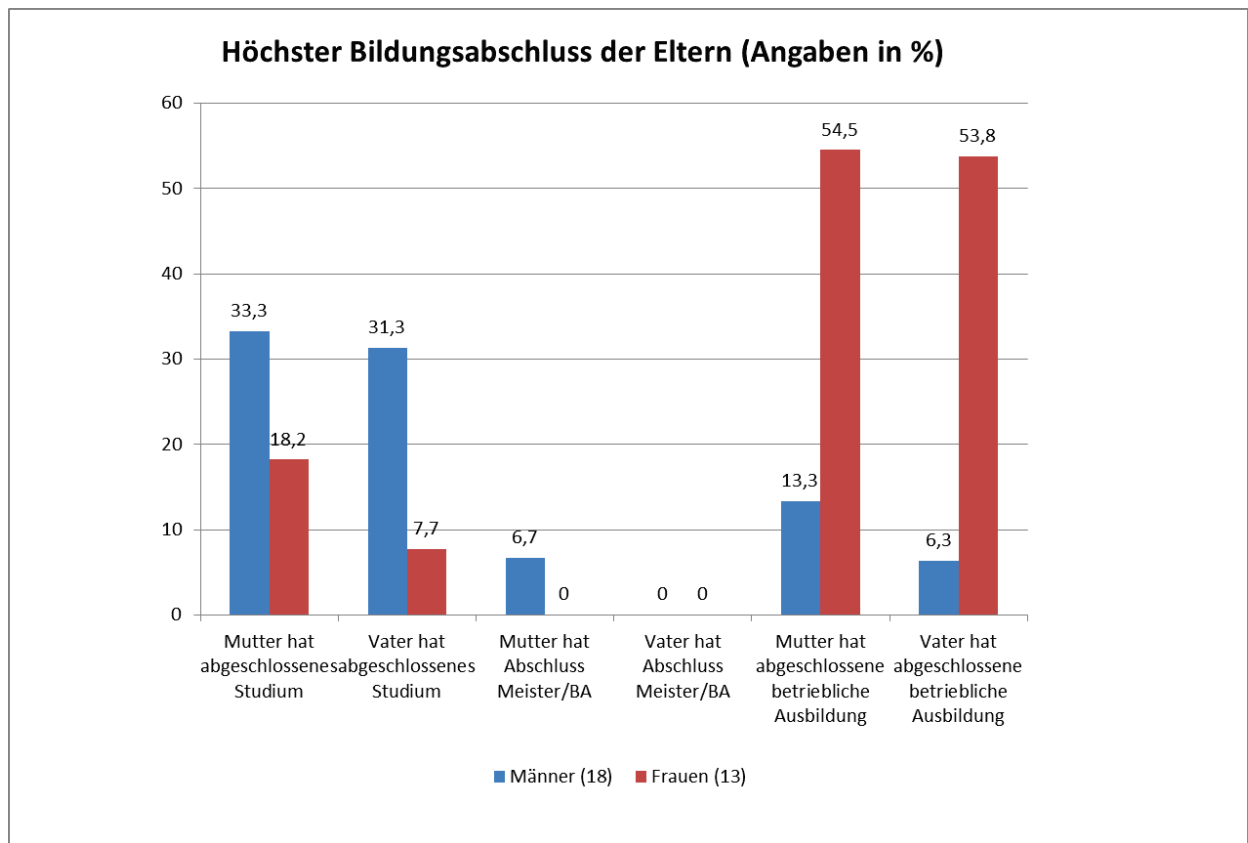


Abb. 2: Geschlechtsspezifische Unterschiede im Bildungsabschluss der Eltern (Quelle: Erstsemesterbefragung im Wintersemester 2015/16, eigene Darstellung)

Vergleicht man die Ergebnisse der Erstsemesterbefragung für den neuen Studiengang mit denen, die über alle Studiengänge erzielt wurden, so werden einige Unterschiede sichtbar:

- Auf den neuen Studiengang wurden deutlich mehr Studierende über das Internet aufmerksam als dies auf die Studiengänge insgesamt zutrifft (47,2 Prozent zu 34 Prozent).
- Deutlich weniger Studierende des neuen Studiengangs nahmen während ihrer Orientierungsphase bzw. der Studienfachsuche im Laufe des letzten Jahres irgendein Angebot zur Studienberatung an der Beuth Hochschule wahr (9,1 Prozent zu 17,5 Prozent).
- Während die „Attraktivität des Studienortes Berlin“ für die neuen Studierenden insgesamt als Grund für das Studium an der Beuth Hochschule in der Rangfolge nur an dritter Stelle steht (35,8 Prozent) (vgl. Abb. 1 auf S. 15), ist es für die Studierenden des neuen Studiengangs der Hauptgrund (61,1 Prozent). Dafür nennen anteilig deutlich mehr Studierende des neuen Studiengangs das Item „Studiengang mit guten Berufsaussichten“ als Grund für das Studium als die Studierenden insgesamt (52,8 Prozent zu 38,7 Prozent).

Eine anonymisierte Onlinebefragung der im neuen Studiengang immatrikulierten Studierenden, die in drei Übungszügen des Seminars „Zeit- und Selbstmanagement/Präsentationstechnik“ zu Semesterbeginn (Oktober 2015) mit einem Rücklauf von N=58 durchgeführt wurde (König 2015), liefert weitere Erkenntnisse:

- Mehr als die Hälfte verfügt bereits über berufliche Vorerfahrung, die jedoch mit einer Ausnahme nicht IT-orientiert ist.
- Auch während des Studiums ist das Thema Berufstätigkeit für fast alle Studierenden sehr relevant. Mehr als die Hälfte (55 Prozent) ist bereits im Durchschnitt ca. 20 Wochenstunden berufstätig und weitere 37 Prozent planen, einen Job während des Studiums aufzunehmen. Diese Berufstätigkeit liegt allerdings bis auf drei Ausnahmen nicht in der Digitalen Wirtschaft, sondern vor allem in Bereichen wie Verkauf/Einzelhandel, Dienstleistungen (Bibliothek, Call Center, Deutsche Post, Kino, Rettungsdienst) und Gastronomie.
- Bis auf eine Ausnahme (2 Kinder) sind die Studierenden kinderlos.
- Mehr als die Hälfte (55 Prozent) spricht neben Deutsch und Englisch weitere Sprachen auf gutem Niveau, davon ca. ein Drittel türkisch.

Welche Schlussfolgerungen lassen sich aus diesen Ergebnissen für die weitere gendersensible Gestaltung des Studiengangs ziehen?

1. Der erzielte Frauenanteil belegt ein beachtliches Interesse weiblicher Studierender an einer beruflichen Entwicklung in der digitalen Wirtschaft - und zwar ohne eine Vorprägung durch eigene Berufserfahrung auf diesem Feld. Er geht zudem einher mit hohen Erwartungen an gute Berufsaussichten. Diesen Tatbestand gilt es zu nutzen, um die weiblichen Studierenden gezielt auf Karrierewege und -voraussetzungen in der digitalen Wirtschaft vorzubereiten. Insbesondere bietet es sich an, die bei den Studierenden bereits in erheblichem Umfang vorliegenden Erfahrungen aus der Berufswelt aufzugreifen und mit den Chancen und Risiken im dynamischen Feld der Digitalwirtschaft zu spiegeln. Weibliche Vorbilder aus der Wirtschaft sollten so oft als möglich hier herangezogen werden, um vor allem auch die in Kapitel 2.3 beschriebenen Chancen auf Führungstätigkeiten in der Digitalwirtschaft überzeugend sichtbar zu machen.
2. Der stark auf moderne Kommunikationswege orientierte Weg der Bewerbung des neuen Studiengangs entspricht offensichtlich in hohem Maße den bevorzugten Informationswegen der Zielgruppe und hat sich voll bewährt. Um ggf. vorhandenes Verbesserungspotenzial in der Beratung ausschöpfen zu können, sollten die Gründe für die vergleichsweise geringe Inanspruchnahme von Angeboten zur Studienberatung an der Beuth Hochschule im Gespräch mit den Studierenden geklärt werden.
3. Die interkulturelle Zusammensetzung des Studiengangs macht einerseits die Notwendigkeit einer gender- und diversity-gerechten Lehre besonders plastisch, bietet aber andererseits auch gute Voraussetzungen, theoretisches Wissen praktisch erlebbar zu präsentieren und zu diskutieren. Dafür eignet sich in besonderer Weise (aber nicht nur) das Modul „Interkulturelle Kommunikation“.

4 Anregungen für weiteres Handeln auf der Grundlage recherchierter Projekterfahrungen und good practice anderer Hochschulen

4.1 Einbezogene Quellen

Zwar hat der Bologna-Prozess den Druck auf die Lehrenden erhöht, ihre Lehrkompetenz zu verbessern; es wird aber zugleich konstatiert, dass deren Weiterbildungsneigung, vor allem die von Professor(inn)en, noch gering ist (Metz-Göckel et al. 2011).

Einerseits gibt es eine Vielzahl von Erfahrungen und Hilfestellungen für die gezielte Selbstaneignung von Kompetenzen zur Integration von Genderaspekten in Lehrinhalte. Beispielhaft seien hier die folgenden genannt:

- Der dreiteilige Leitfaden für gendersensible Didaktik (MA57 2007) enthält zahlreiche konkrete Handlungshilfen (z. B. Erstellung von Lehrunterlagen, Methoden für gendergerechte Lernsettings). Es stehen diverse Checklisten für gelebte Genderkompetenz an Hochschulen bereit (z. B. FHS Nordschweiz 2010, FHS Nordwestschweiz 2012).
- Die an der Beuth Hochschule für Technik entwickelte Gender Toolbox (Ihsen und Ducki 2012) liefert vielfältiges Rüstzeug für die Umsetzung einer gendersensiblen Hochschuldidaktik mit Bezug auf den konkreten Fachhochschulkontext bis hin zur Anwendung einer gendersensiblen Sprache. Sie umfasst neben Übungen für gendersensible Lehrinhalte auch diverse Checklisten und Handreichungen und stellt Anwendungsbezüge zur Genderforschung her.
- In der Datenbank des Netzwerkes Frauenforschung NRW (www.gender-in-gestuftestudiengaenge.de) sind zu beinahe allen in der Bundesrepublik Deutschland studierbaren Studienfächern (mehr als 60 Fächer) Anregungen zur Integration von Lehrinhalten der Frauen- und Geschlechterforschung in die Curricula der jeweiligen Fächer zusammengetragen. Die Inhalte werden regelmäßig aktualisiert.

Andererseits ist die Umsetzung der vielfältigen Vorschläge für die Lehrenden nach wie vor mit einem hohen Aufwand verbunden. Viele Hochschulen überlassen daher die gendersensible Gestaltung ihrer Studiengänge nicht allein der Eigeninitiative der Dozierenden, sondern initiieren seit Jahren zusätzlich konkrete, zum Teil geförderte, Projekte, um ihre Studiengänge attraktiv für beide Geschlechter zu gestalten. Dies trifft auch auf die Beuth Hochschule zu, wo bereits 2005 das Modellprojekt Gender-/Innovationsprofessuren und Ringvorlesungen realisiert sowie konkrete Vorschläge für die Integration von Genderinhalten in wirtschaftswissenschaftliche und juristische Fächer erarbeitet wurden (Gross und Herzog 2005, Döse 2005).

Im Rahmen dieses Arbeitspapiers wurden exemplarisch die an fünf Hochschulen mit verschiedenen Studiengängen in den letzten Jahren gemachten Projekterfahrungen bei der Gestaltung gendergerechter Studiengänge ausgewertet. Diese Hochschulen wurden ausgewählt, weil sie einen komplexen Ansatz mit empirischer Fundierung verfolgen:

- In einem umfassenden Entwicklungs- und Umsetzungsprojekt an der *Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften* (ZHAW) wurde untersucht, wie sich technische Studiengänge (Elektrotechnik, Unternehmensinformatik und Biotechnologie) attraktiver für beide

Geschlechter gestalten lassen (Weiss Sampietro und Ramsauer 2008). Angezielt waren dabei inhaltliche, an Curriculum und Vermittlungsformen ansetzende Reformen, die auf die Unterschiedlichkeit der Studierenden insgesamt, also auf Diversität zielen. Dabei wurde ein theoretischer Ansatz verfolgt, bei dem möglichst adäquate und situationsbezogene Beschreibungen von Geschlechterdifferenzen, -gleichheiten und -dekonstruktionen sowie unterschiedliche Fachkulturen im Zentrum stehen und sich die Studiengangleiter(innen) und Dozent(inn)en selbst einbringen und handeln (Aktionsforschung). Letztere führten über zwei Monate Tagebuch zur Überprüfung ihres Unterrichts auf Genderinhalte anhand eines vorgegebenen Fragerasters. Das entwickelte methodische und inhaltliche Vorgehen wurde in einem weiteren Kooperationsprojekt von vier Fachbereichen (Kunst, Pädagogik, Soziale Arbeit, Wirtschaft) der *Zürcher Fachhochschule* und der *Fachhochschule Ostschweiz* unter Projekträgerschaft der ZHAW adaptiert und die dabei gesammelten Erfahrungen ebenfalls publiziert (Weiss Sampietro et al. 2010).

- An der *Leuphana Universität Lüneburg* (LUL) wird seit 2007 das Konzept des integrativen Gendering (Jansen-Schulz 2009) entwickelt und verfolgt. Es berücksichtigt alle hochschuldidaktischen Lern- und Aktionsbereiche und setzt sowohl an der inhaltlichen Ebene, der Verhaltensebene als auch der Bewusstseins- und Handlungsebene an. Grundlage des Konzepts bilden die Auswertungen der in den Modulen der Studiengänge vorgenommenen Gendersynopsen, für die sieben Genderkategorien entwickelt wurden. Neben konkreten Maßnahmen (z. B. Festlegung von Mindeststandards für Genderaspekte in den Curricula) wurden für sechs Studiengänge über 50 Genderpackages entwickelt, die die Integration von Lehrinhalten für verschiedene Fächer erleichtern sollen.
- An der *FH Hannover* (FHH) entwickelten acht Lehrende (vier Professorinnen und vier Professoren) in einem halbjährigen Gender-Beratungsprojekt in 2010 vielfältige Ansätze zur Integration von Gender- und Diversity-Aspekten in ingenieur- und informationswissenschaftlichen Studiengängen der technischen Fakultäten Elektro- und Informationstechnik, Maschinenbau und Verfahrenstechnik sowie Wirtschaft und Informatik. Sie erarbeiteten diese Ansätze auf der Grundlage eines gezielten Beratungsgesprächs, ein zweites diente der Nachbesprechung der gewonnenen Erfahrungen. Diese wurden mit Praxisbeispielen für eine Nachnutzung aufbereitet und dokumentiert (Deja und Jansen-Schulz 2010). In der Beratung wurde konsequent der Ansatz des an der Leuphana Universität Lüneburg entwickelten Integrativen Genderings umgesetzt.

Der Erfahrungsbezug auf die jeweilige(n) Hochschule(n) wird im nachfolgenden Abschnitt mit der Verwendung des Namenskürzels deutlich gemacht.

4.2 Etablierung einer gendersensiblen Studiengangkultur

Die Erfahrung aller mit der Implementierung von Genderaspekten in einzelne Fachbereiche befassten recherchierten Hochschulen hat gezeigt, dass sowohl an den Inhalten der Curricula als auch an den Mentalitäten innerhalb der Fachdisziplinen angesetzt werden muss.

Letztendlich ist die Haltung der Dozierenden von gravierender Bedeutung, ob und wie Genderinhalte in die Lehre integriert werden. Der nicht selten anzutreffenden Abwehrhaltung gegenüber dem Gender-Thema wird am besten begegnet, wenn die Studiengangleitung und die Dozierenden selbst bestimmen, wie in ihrem Studiengang Gendergerechtigkeit zu definieren

ist. Dabei hat sich ein begleiteter Selbstreflexionsprozess bewährt (ZHAW, FHH). Im Idealfall gelingt es, auf diese Weise Mindeststandards zu vereinbaren, die für alle Fächer einzuhalten sind.

An der Leuphana Universität (LUL) wurden beispielsweise drei zentrale Problemstellungen identifiziert, die als Mindeststandards für Gender-Aspekte Bestandteil jedes Curriculums sein sollten:

- *Professionsaspekte der Fachdisziplin*

Gemeint ist hier die Nachzeichnung zentraler Entwicklungslinien und Fachtraditionen unter Geschlechtergesichtspunkten (Zulassung von Frauen zu bestimmten Berufsfeldern, „Geschlechterbias“ der Berufe und seine Entwicklung). Eine Sensibilisierung der Studierenden bezüglich der eigenen Geschlechterrolle sowie vorhandener Geschlechterstereotypen soll die Selbstreflexion gegenüber der eigenen späteren beruflichen Tätigkeit stärken und damit auch die Bedeutung des Geschlechts für die Berufspraxis sichtbar machen.

- *Wissenschaftskritik der Fachdisziplin (Genderbias, Biografie, Sprache)*

Hierbei geht es um das Sichtbarmachen von Geschlecht und um Frauen und Männer in der Wissenschaft. Die Studierenden sollen befähigt werden, die Geschlechterverhältnisse des jeweiligen Faches zu reflektieren. Werk und Biografie von Wissenschaftlerinnen des jeweiligen Faches sind zu berücksichtigen und insbesondere Wissenschaftspionierinnen aufzuspüren sowie die Biografien und Werke von Wissenschaftlerinnen aufzugreifen, um eine selbstreflexive Auseinandersetzung mit dem eigenen Weg als Wissenschaftlerin/Wissenschaftler zu ermöglichen.

- *Aspekte der Herstellung und Nutzung der Ergebnisse der Fachdisziplin*

Thematisiert werden hier die Wissensproduktion und die Auswirkungen auf die Nutzung sowie geschlechtsdifferente Aneignungsprozesse. Sowohl bei der Konstruktion als auch bei der Nutzung sind Geschlechteraspekte zu beachten (Medikamente sollten auf ihre unterschiedliche physiologische Wirkung für Frauen und Männer getestet sein, das Haus eine Küche enthalten, deren Größe es zulässt, gemeinschaftlich die Hausarbeit zu erledigen und das Auto so konstruiert sein, dass es vielfältigen Ansprüchen gerecht wird), aber auch geschlechterbezogene Konnotationen in der Gestaltung von Produkten kritisch zu hinterfragen und Geschlechterstereotypisierungen zu durchbrechen.

Eine gute Möglichkeit, Frauen und ihre fachspezifischen Leistungen besser sichtbar zu machen und Studierende dazu anzuregen, über fachliche Beiträge von Frauen und Männern bewusst zu recherchieren und zu reflektieren, besteht darin, für den Fall des Vorliegens wissenschaftlicher Erkenntnisse und Forschungen von Wissenschaftlerinnen zum jeweiligen Modulthema diese stets vorzustellen und in Literaturangaben immer die Vornamen auszuschreiben (LUL).

Ein systematisches Vorgehen für die Integration von Genderaspekten scheint vor allem da begünstigt, wo in einem genderfreundlichen Klima eine gezielte Beratung zur Verfügung gestellt wird. Für die Unterstützung der Lehrenden hat sich der Expert-to-Expert-Kompetenz-Laienansatz in Einzelberatungen bewährt. Dieser geht davon aus, dass die zu Beratenden Experten in eigener Sache sind und sich neues, eher handlungsorientiertes als wissenschaftliches, Wissen

zu Gender-Diversity-Aspekten in der Lehre durch die Beratung aneignen wollen. Die Einzelberatung ermöglicht ein offenes Gespräch über evtl. vorhandene Unsicherheiten und schafft eine vertrauensvolle Situation, um auch eine Integration von Gender- und Diversity-Aspekten in kleinen Schritten anzugehen (FHH). Die Integration genderspezifischer Inhalte in einzelne Lehrmodule führt oftmals auch zu größerer Vielfalt in den angewandten Lehrmethoden, was mit Blick auf die zunehmende Vielfalt der Studierenden (Diversity) ebenfalls positiv zu bewerten ist (FHH).

4.3 Fachspezifische Good Practice mit Relevanz für den neuen Studiengang

4.3.1 Datenbank des Netzwerkes Frauenforschung

Die in der Datenbank des Netzwerkes Frauenforschung getroffenen Empfehlungen für die Einbindung von Genderinhalten in die Betriebswirtschaftslehre zielen auf eine Umsetzung in der Masterphase und können daher nur punktuell Anregungen für die gendergerechte Gestaltung der Module im Bachelorstudium liefern. Geeignet scheinen z. B. für das Modul **Human Resource Management** die Ausführungen zur Verankerung von Genderinhalten in der Personalwirtschaftslehre (als Teilmodul der BWL). Formuliert wird hier sowohl das Ziel, neue diskursive, gender-empowernde Strategien für Berufsanfänger(innen) zu entwickeln als auch Anleitungen und Empfehlungen zur Entwicklung diskriminierungsfreier und ressourcenförderlicher betrieblicher Maßnahmen zu vermitteln, um das Potenzial von Frauen sinnvoller zu integrieren. Dazu werden folgende Anregungen gegeben:

- Aufzeigen der beruflichen Rahmenbedingungen für Frauen innerhalb betrieblicher Hierarchien, Einkommensstrukturen, Arbeitsbedingungen und Tätigkeitsfelder
- Zum Thema „Frauen in Führungspositionen“ Bezug nehmen auf Forschungsergebnisse und Empfehlungen zu Laufbahnentwicklung, Personalentwicklung, Personalauswahl, Personalmarketing, Karrierekonzepten und -wegen von Dual Career Couples sowie Auslandseinsätzen von weiblichen Führungskräften
- Analysieren und Diskutieren der Zukunft von weiblichem Entrepreneurship
- Vermitteln des Erfordernisses zur Integration von Chancengleichheit in alle Prinzipien, Verfahren, Instrumente und Praktiken der Personalpolitik:
 - Gleichstellungspolitik als übergeordnete Managementaufgabe anlegen
 - Bewegung des weiblichen Personals durch die Unternehmung (Recruiting, Einstellung, Personalbeurteilung, Qualifikation, Vereinbarkeitsregelungen, Auslandseinsätze) und Bereiche der Arbeitsgestaltung (geschlechtstypisierende Arbeitsteilung und -bewertung, Arbeitszeitregelungen), der Entgeltdifferenzierung, der betrieblichen Sozialpolitik, des Führungsverhaltens und der Teamentwicklung thematisieren.
 - Verbindung zu weitergehenden Konzepten der Antidiskriminierung wie im Managing Diversity (in Ergänzung mit den sozialen Kriterien wie Alter, Hautfarbe, soziale Herkunft, Religion) mit Bezug auf bereits in der Praxis gut eingeführte inklusive Konzepte, z. B. die diskriminierungsfreien Instrumente des Human Resource Managements, vermitteln.

Für alle **Module mit Bezug auf gesellschaftliche Fragestellungen** sind die in der Datenbank für die Bachelorphase enthaltenen Empfehlungen für das Fach Informatik von Relevanz. Es werden Lehrinhalte zu fünf Schwerpunkten vorgeschlagen:

- Frauen und Männer in der Informatik
- Zugang von Frauen und Mädchen, Männern und Jungen zur Computertechnologie
- Informations- und Wissensgesellschaft und die Veränderungen des Geschlechterverhältnisses
- Softwareentwicklung als Doing Gender
- Geschichte der Informatik und erkenntnistheoretische Grundlagen

Diese werden unterschiedlichen Fächern zugeordnet, z. B. „Informatik und Gesellschaft“ (alle Gender-Fragen), „Einführung in die Informatik“ (Informations- und Wissensgesellschaft und die Veränderungen des Geschlechterverhältnisses), „e-Learning“ und „eBusiness“ (Fragen des unterschiedlichen Zugangs und der Technikkultur).

4.3.2 Good Practice der FH Hannover

Von den an der FH Hannover entwickelten Ansätzen zur Integration von Gender- und Diversity-Aspekten in einzelne Lehrveranstaltungen sind für den neuen Studiengang vor allem jene relevant, die sich mit Präsentationstechniken, Projektmanagement und digitaler Bildverarbeitung beschäftigen. Positive Erfahrungen wurden hier auch mit der kompletten Umarbeitung der Lehrvorlagen von der textlichen zur bildlichen Kommunikation gemacht (Greife und Noltemeyer 2010).

In der Veranstaltung **Präsentationstechniken** (Villinger 2010) bilden Kommunikationsmodelle und die damit verbundene Kommunikationsanalyse die thematische Grundlage. Dazu wurden beispielsweise Genderstereotype in den bekannten Kommunikationsmodellen „Vier Seiten einer Nachricht“ von Schulz von Thun (1981) und „Transaktionsanalyse“ nach Berne (1967) mit den Studierenden diskutiert. Für die Vermittlung von Kommunikationsstrategien wurden Genderaspekte z. B. an Filmbeispielen besprochen, in denen Rollenstereotype im Berufsleben thematisiert werden. In der Diskussion brachten vor allem Studierende mit Migrationshintergrund viele relevante kulturelle Aspekte in die Diskussion ein. Bei der Dokumentation von Texten wurden Beispiele besprochen, wie die Sichtbarkeit von Frauen und Männern gewährleistet werden kann; beim Präsentieren wurde die Wichtigkeit thematisiert, gleichermaßen männliche und weibliche Teilnehmende in die Diskussion einzubinden.

Für die Lehrveranstaltung zum **Projektmanagement** (Villinger 2010) werden Analysen und Aufgabenstellungen zu Diversity-Aspekten bei der Teambildung vorgeschlagen. Gemeinsame Erfahrung beider Lehrveranstaltungen ist, dass die Berücksichtigung von Gender- und Diversity-Aspekten in der Lehre häufig dazu führt, dass Lehr- und Lernkonzepte abseits vom Frontalunterricht eingeführt werden.

Im Modul Computergrafik (**Bildverarbeitung**) werden Grundkenntnisse über Aufbau und Funktionsweise digitaler Bildverarbeitungssysteme mit praktischen Anwendungen vermittelt. Hier kann z. B. an konkreten Beispielen die Problematik aufgedeckt und thematisiert werden, dass in der industriellen Qualitätskontrolle Methoden der digitalen Bildverarbeitung eingesetzt wer-

den, um Prüfungsvorgänge zu automatisieren, wodurch häufig von Frauen besetzte, schlecht bezahlte Arbeitsplätze wegfallen. Weiteres Potenzial bieten Themen wie Möglichkeiten der Bildbearbeitung in der Modelfotografie und Konsequenzen auf die Schönheitsideale unserer Gesellschaft oder die Auswirkungen des Übergangs von der analogen zur digitalen Fotografie. Der Ansatz, gesellschaftliche Themen dieser Art in die Lehrveranstaltung einzubinden, stieß auch in einer ausschließlich mit männlichen Studierenden besetzten Lehrveranstaltung auf eine für die Lehrende unerwartet breite Resonanz (Dennert-Möller 2010).

4.3.3 Genderpackages der Leuphana Universität

Bei den an der Leuphana Universität entwickelten Genderpackages handelt es sich um kurze Lehr- und Unterrichtseinheiten, die bei der Integration von fachspezifischen Gender-Diversity-Aspekten in die Lehre unterstützen sollen. Zum neuen Studiengang weisen vor allem folgende Modulthemen Schnittflächen auf:

Technisches Englisch

- unterschiedliche Kommunikationsstile von Männern und Frauen in der Verhandlungsführung, unterschiedliche kulturelle Kommunikationsstile
- Einbeziehen der Erfahrungen der Studierenden

Personal und Arbeit

- Personalentwicklungsplanung, Arbeitszeitgestaltung, Entgeltplanung, Managing Diversity, Zusammenarbeit und Führung
- alle Themen unter Genderaspekten (Kapitel aus Krell 2004)

Angewandtes Projektmanagement

- Positionen von Frauen und Männern
- Geschlechterförderung auf mehreren Ebenen (Geschlechteranzahl, Gendercounting in allen Statistiken, Positionen, Tätigkeiten, Genderbudgeting, Maßnahmen zur Geschlechterförderung, Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Projektarbeit und Familie)
- Anwenden der Methoden des GenderActionPlanning (GAP) (Gillisen 2005)
- Projektbezogenes GAP von Studierenden entwickeln lassen
- Gruppenarbeit, gemischtgeschlechtlich, über Frauen- und Männerbeiträge reflektieren
- Ggf. experimenteller Einsatz geschlechtshomogener und -heterogener Gruppen und Reflexion der unterschiedlichen Arbeitsweisen

WI-historische Entwicklung von Rechnersystemen

- Bei der Darstellung der Entwicklung von Maschinen und wissenschaftlichen Erkenntnissen auf die Rolle von Männern und Frauen achten
- Verweis auf Ada Lovelace als Erfinderin des Computers, der von Lord Byron weiterentwickelt wurde (Hoffmann 1987)
- Geschichte der Schreibmaschine/des Computers zeigt den Wechsel vom Männerberuf (Sekretär, Schreiber) zum Frauenberuf (Sekretärin) zum gemischten Beruf (Geschäftsleitungsassistent/in) (Buhr 1998)

Grundlagen Kommunikation und Rhetorik

- Unterschiede männlicher und weiblicher Sprache
- Kommunikationsstrukturen in Institutionen und Unternehmen und die Einbindung / Ausschließung von Frauen und Männern (Ortmann 2005), (Welppe und Schmeck 2005)
- Elektronische Kommunikation und die Ein- und Ausschließung von Geschlecht
- Eigene Kommunikationsformen reflektieren
- Übungen zu männlichem und weiblichem Sprechen in geschlechtervertauschten Rollen

Von den für die Studiengänge Wirtschaft, Wirtschaftsrecht und Informatik vorgeschlagenen Themen könnten folgende für den neuen Studiengang relevant sein (Genderpackages der LUL, eigene Auswahl):

- (Cross)Mentoring für Frauen in Unternehmen
- Gender Mainstreaming in Unternehmen
- Gender und demografische Faktoren
- Gender und Leistungsbeurteilung in Unternehmen
- Gender und Führung
- Gender und Arbeits-, Steuer- und Kreditrecht
- Gender und Rhetorik, Kommunikation in Unternehmen
- Gender und Controlling
- Gender und Managing Diversity
- betriebswirtschaftliche Kosten von Genderorientierung
- Gender und Konsum
- Frauen als Zielgruppen
- Frauen und Macht
- Frauen und Geld
- Gender und Marketing
- Gendering der Personalentwicklung
- Gender und Gründerinnen
- Humanressourcen und Genderaspekte
- Frauen in der Geschichte der Programmierung
- Gender und Technologiefolgenabschätzung
- Social Software
- De-Gendering von ergonomischen geschlechtsspezifischen Annahmen
- geschlechtsspezifischer Arbeitsmarkt der Informatik/en

4.4 Analyse zu Karrierezielen und Verbleib der Studierenden

Bisher liegen zu Karrierewegen von Studierenden bzw. Absolvent(inn)en der Beuth Hochschule neben punktuellen Erhebungen - wie z. B. den 2004 und 2014 durchgeführten Verbleibsanalysen im Dualen Studiengang BWL am Fachbereich I - nur die Ergebnisse aus den regelmäßig durchgeführten Absolvent(inn)enbefragungen (KOAB) des Internationalen Zentrums für Hochschulforschung (INCHER) vor, an denen sich die Beuth Hochschule seit 2010 beteiligt. Sie befragt dabei nur die Absolventinnen und Absolventen, die im hochschuleigenen Alumni-Programm registriert sind.

Wie die im November 2015 veröffentlichten Ergebnisse dieser Absolvent(inn)enstudie für die Jahrgänge 2009 bis 2013 der Beuth Hochschule zeigen, lassen sich z. B. in 2013 nur 2 Prozent des Rücklaufs den Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften zuordnen (KOAB 2015), so dass für einzelne Studiengänge in diesem Bereich bisher keine Aussagen ableitbar sind.

Um Erkenntnisse zur Entwicklung von Karrierewegen im neuen Studiengang gewinnen zu können, werden die Ergebnisse der am Fachbereich initiierten Studienabschlussbefragung im Anschluss an die Aushändigung der Abschlussnote eine erste Grundlage bilden. Hinweise auf die tatsächliche Realisierung geplanter Karrierewege in der Praxis könnten dann in einer späteren Befragung mit Zugang zu den Absolvent(inn)en über das Netzwerk XING ermittelt werden, wo bereits im April 2015 die Gruppe „BWL- Digital Beuth Hochschule für Technik Berlin – Studierende, Lehrende, Alumni“ gegründet wurde.

5 Literatur

- Accenture (2015). Pressemitteilung zur Studie unter: <https://www.accenture.com/ch-de/company-newsroom-switzerland-accenture-study-2015-women-feel-demands-digital-world.aspx> (Zugriff am 11.10.2016)
- Andresen, Sünne; Koreuber, Mechthild; Lüdke, Dorothea (2009) Gender und Diversity: Albtraum oder Traumpaar? Springer VS. Wiesbaden 2009. 260 S.
- Blome, Eva, Erfmeier, Alexandra, Gülcher, Nina, Smykalla, Sandra (2013): Handbuch zur Gleichstellungspolitik an Hochschulen. Springer VS. Wiesbaden 2013. 503 S.
- Buhr, Regina (1998): Unternehmen als Kulturräume. WZB Edition Sigma. Rainer Bohn Verlag Berlin
- Bultemeier, Anja, Marss, Kira (2015): Dokumentation des ExpertInnenforums im Rahmen des BMBF-Projektes „Frauen in Karriere – Fokus Forschung und Entwicklung“ vom 19. Juni 2015 in München. <http://www.frauen-in-karriere.de/veranstaltungen/dokumentation/kick-off-frauen-in-karriere-fokus-forschung-und-entwicklung-am-19-06-2015-in-munchen/> (Zugriff am 9.5.2016)
- BVDW (2013) Monitoring Report Digitale Wirtschaft. <http://www.bmw.de/DE/Mediathek/publikationen,did=625962.html> (Zugriff am 19.9.2016)
- BZ (2015) Berliner Zeitung, Sonderbeilage Nr.21 vom 14. Juli 2015
- Deja, Christine; Jansen-Schulz, Bettina (2010): Integratives Gendering - „Ich würde ja gern, aber ich frage mich, wie!“ Best Practice aus dem Genderberatungsprojekt 2010 in den technischen Fakultäten der Fachhochschule Hannover. 53 S. http://www.hs-hannover.de/fileadmin/media/doc/gb/Broschuere_Integratives_Gendering.pdf (Zugriff am 6.10.2016)
- Dennert-Möller, Elisabeth (2010): Nicht-technische Aspekte in der digitalen Bildverarbeitung. In: Deja, Christine; Jansen-Schulz, Bettina (2010): Integratives Gendering - „Ich würde ja gern, aber ich frage mich, wie!“ Best Practice aus dem Genderberatungsprojekt 2010 in den technischen Fakultäten der Fachhochschule Hannover. S. 43-46. http://www.hs-hannover.de/fileadmin/media/doc/gb/Broschuere_Integratives_Gendering.pdf (Zugriff am 6.10.2016)
- De Ridder, Daniela; Jorzik, Bettina (Hrsg.) (2012) Vielfalt gestalten. Kernelemente eines Diversity-Audits für Hochschulen. Edition Stifterverband. Essen. (http://www.stifterverband.info/publikationen_und_podcasts/positionen_dokumentationen/vielfalt_gestalten/vielfalt_gestalten.pdf) (Zugriff am 21.9.2015)
- Döse, Annegret (2005): Die Verankerung von Genderinhalten in der Lehre. Anregungen für wirtschaftswissenschaftliche und juristische Fächer an Fachhochschulen. In: Berendt, Brigitte; Voss, Hans-Peter; Wildt, Johannes (Hrsg.): Neues Handbuch Hochschullehre, Raabe Stuttgart, J. 3.3, S. 1-22

- Europäische Kommission (2013): Pressemitteilung vom 3.10.2013: Studie zur Digitalen Agenda: Jährlich 9 Mrd. EUR mehr BIP durch mehr Frauen im digitalen Sektor der EU. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-905_de.htm (Zugriff am 8.9.2016)
- FHS Nordschweiz (Hrsg.) (2010) Gelebte Genderkompetenz. Checklisten für Hochschulen und Dozierende. Die Broschüre ist herunterladbar unter: www.fhnw.ch/ueberuns/gleichstellung/gut-zu-wissen/download
- FHS Nordwestschweiz (2012): Gender-Kompetenz im Hochschulalltag. Checklisten für Mitarbeitende. www.fhnw.ch/ueber.../copy_of_FHNW_Genderkompetenz_2012_A4.pdf (Zugriff am 27.10.2015)
- Gillisen, Dominique (2005): GAP in EU-Projekten Uni Hannover EU-Büro
- Greife, Wolfgang; Noltemeyer, Ilka (2010): Projektdokumentation Diversity/Gender in der Lehre. In: Deja, Christine; Jansen-Schulz, Bettina (2010): Integratives Gendering - „Ich würde ja gern, aber ich frage mich, wie!“ Best Practice aus dem Genderberatungsprojekt 2010 in den technischen Fakultäten der Fachhochschule Hannover.S. 31-42. http://www.hs-hannover.de/fileadmin/media/doc/gb/Broschuere_Integratives_Gendering.pdf (Zugriff am 6.10.2016)
- Gross, Monika; Herzog, Elfriede (2005): Durch Gender-/Innovationsprojekte Chancengleichheit an Fachhochschulen fördern! Das Modellprojekt Gender-/Innovationsprofessuren an der TFH Berlin. In: Berendt, Brigitte; Voss, Hans-Peter; Wildt, Johannes (Hrsg.): Neues Handbuch Hochschule, Raabe Stuttgart, J. 3.2, S. 1-26
- Heitzmann, Daniela, Klein, Uta: Diversit. Gender Glossar des Zentrums für Frauen- und Geschlechterforschung an der Universität Leipzig. <http://genderglossar.de/de/glossar/item/48-diversity> (Zugriff am 21.9.2016)
- Herbener (2012): Interview mit Anke Herbener auf lead Digital vom 19.9.2012. http://www.lead-digital.de/aktuell/work/lbi_chefin_herbener_gender_vorurteile_spielen_in_der_digitalbranche_eine_wesentlich_geringere_rolle (Zugriff am 12.9.2016)
- Hoffmann, Ute (1987): Computerfrauen. Welchen Anteil haben Frauen an der Computergeschichte und -arbeit. Hampp Verlag München
- IAB (2015): Traditionelle Erwerbs- und Arbeitszeitmuster sind nach wie vor verbreitet. IAB-Kurzbericht 4/2015.
- IBB (2013): Berlin aktuell. Digitale Wirtschaft – Standortanalyse im Städtevergleich. http://www.ibb.de/Portaldata/1/Resources/content/download/newsletter/berlin_aktuell/Berlinaktuell_Digitale_Wirtschaft.pdf (Zugriff am 1.6.2016)
- IBB (2014): Berlin aktuell. Digitale Wirtschaft in Berlin auf der Überholspur. http://www.ibb.de/PortalData/1/Resources/content/download/newsletter/berlin_aktuell/Digitale_Wirtschaft-09.2014.pdf (Zugriff am 1.6.2015)

- Ihsen, Susanne; Ducki, Antje; Gendertoolbox. In: Dombrowski, Eva-Maria; Ducki Antje (Hrsg.) Schriftenreihe des Gender- und Technikzentrum (GuTZ) der Beuth Hochschule für Technik Berlin, Bd. 05 / Juli 2012
- ISF (2015): BMBF-Projekt „Frauen in Karriere – Fokus Forschung und Entwicklung, Zukunftsorientierte Gestaltung von Frauenkarrieren in IT und Ingenieurwesen“ unter Leitung des ISF München im Verbund mit der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Förderkennzeichen 01FP1431 und 01FP1429. www.frauen-in-karriere.de (Zugriff am 2.9.2016)
- Jansen-Schulz, Bettina (2009): Integratives Gendering in technischen Studiengängen. In: Steinbach, Jörg; Jansen-Schulz, Bettina (Hrsg.) (2009): Gender im Experiment – Gender in Experience. Ein Best Practice Handbuch zur Integration von Genderaspekten in naturwissenschaftliche und technische Lehre, S. 29-50, TU Berlin Verlag, Berlin
- KOAB (2015): Ergebnisse der KOAB-Absolventenstudie. Abschlussjahrgänge 2009-2013 der Beuth Hochschule für Technik Berlin. http://www.beuth-hochschule.de/fileadmin/oe/qm/Absolventenbefragung_Ergebnisse_2009-2013.pdf (Zugriff am 5.9.2016)
- König, Anne (2015): Vorerfahrungsstudie BWL-DIGITAL vom 25.10.2015. <http://blog.bwl-digital.de/>
- Krell, Gertraude (Hrsg. (2004): Chancengleichheit und Personalpolitik. Gabler-Verlag Wiesbaden 2004 (4. Aufl.)
- LAB (2015): Wie viel Digitalisierung verträgt der Mensch? 1. LAB Consulting-Barometer vom März 2015. München. 1-LAB-Consulting-Ergebnispräsentation2.pdf.
- MA 57 Frauenabteilung der Stadt Wien (2007): Leitfaden für gendersensible Didaktik. Teil 1 bis Teil 3. <https://www.schule.at/portale/gender-und-bildung/tipps-fuer-genderbeauftragte/genderkompetenz-basics/detail/leitfaden-fuer-gendersensible-didaktik-gindl-michaela-hefler-guenter-hellmer-silvia.html> (Zugriff am 5.10.2016)
- Metz-Göckel, Sigrid; Kamphaus, Marion; Ernst, Christiane; Funger, Anna (2011): Mythos guter Lehre, individuelles Coaching und die Wirksamkeit genderintegrativer Lehrinterventionen. In: Nickel, Sigrun (Hg.): Der Bologna-Prozess aus Sicht der Hochschulforschung. Analysen und Impulse für die Praxis. Arbeitspapier Nr. 148, Gütersloh, September 2011 S. 123-137. http://www.che.de/downloads/CHE_AP_148_Bologna_Prozess_aus_Sicht_der_Hochschulforschung.pdf (Zugriff am 25.10.2016)
- Modulhandbuch (2014): <http://studiengang.beuth-hochschule.de/fileadmin/studiengang/bwl-digital/2014-12-08-Modulhandbuch-BWL-Digital.pdf>
- Ortmann, Günther (2005): Tausend Schleifen. Über Geschlecht, Sprache und Organisation. In: Krell, Gertraude (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre und Gender Studies. Gabler Verlag Wiesbaden 2005

- Pattloch, Annette; König, Anne (2015): Kommunikationsstrategie 2015, Version 13.2.2015.
- Rosenkranz-Fallegger, E. (2009). Gender-Kompetenz: Eine theoretische und begriffliche Eingrenzung. In B. Liebig, U. Meyerhofer & E. Rosenkranz-Fallegger (Hrsg.), Handbuch Gender-Kompetenz: Ein Praxisleitfaden für (Fach-) Hochschulen (S. 29-48). Zürich: vdf Hochschulverlag.
- Villinger, Claudie (2010): Gender-Diversity in der Arbeitsmethodik. In: Deja, Christine; Jansen-Schulz, Bettina (2010): Integratives Gendering - „Ich würde ja gern, aber ich frage mich, wie!“ Best Practice aus dem Genderberatungsprojekt 2010 in den technischen Fakultäten der Fachhochschule Hannover. S. 19-26
- Welp, Ingelore; Schmeck, Mareike (2005): Kompaktwissen Gender in Organisationen. Peter Lang Verlag Frankfurt 2005.
- Weiss Sampietro, Theresia; Ramsauer, Nadja (2008): Gendergerechte technische Studiengänge. Ein Entwicklungsprojekt in den Studiengängen Elektrotechnik, Unternehmensinformatik und Biotechnologie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung Nr. 9/2008, INE, Fachstelle Gender Studies, ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. 197 S.
- Weiss Sampietro, Theresia; Ramsauer, Nadja; Burkart, Alexandra, Marti, Sheila Karnounaki (2010): Genderkompetenz in der Lehre: Wege zur Umsetzung in den Fachbereichen Kunst, Pädagogik, Soziale Arbeit und Wirtschaft. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, Institut für Nachhaltige Entwicklung INE: Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung, Nr. 15. Winterthur

Bisher erschienene Bände der Schriftenreihe des GuTZ:

Jahrgang 2009:

Ausgabe 01/2009: *Barthel, Karoline*: Wer wagt, gewinnt? Geschlechtsspezifische Unterschiede im Entscheidungsverhalten unter Risiko. Dezember 2009

Jahrgang 2010:

Ausgabe 02/2010: *Pattloch, Annette*: "Studieren in der Lounge" - Wie StudentInnen Ihre Hochschule gestalten würden. Eine geschlechterdifferenzierende Exploration. Dezember 2010

Ausgabe 03/2010: *Ehmsen, Stefanie*: Die Vielfalt gestalten - Diversity an Hochschulen. Dezember 2010

Jahrgang 2011:

Ausgabe 04/2011: *Gläserner, Katharina*: Diverse Teams = Erfolgsteams? Bedingungen für die Interaktion in geschlechts- und nationalitätsgemischten Teams. April 2011

Jahrgang 2012:

Ausgabe 05/2012: *Ihsen, Susanne; Ducki, Antje*: Gender Toolbox. Juli 2012

Jahrgang 2013:

Ausgabe 06/2013: *Erlemann, Christiane*: Studentinnen mit Migrationshintergrund in Chancengleichheitsprojekten. Dezember 2013

Jahrgang 2014:

Ausgabe 07/2014: *Buchem, Ilona*: Studentische Essays zum Thema Internet und Gesellschaft. Januar 2014



Die fortschreitende Digitalisierung führt zu einem grundlegenden Wandel der Arbeitswelt. Die damit verbundenen Karrierechancen werden bislang von Frauen nicht in gleichem Maße genutzt wie von Männern. Eine gendersensible Ausgestaltung von Studiengängen kann wesentlich dazu beitragen, dies zu ändern. Welche Maßnahmen hierzu im neuen Studiengang „BWL – Digitale Wirtschaft“ an der Beuth Hochschule für Technik ergriffen wurden, untersucht der vorliegende Beitrag. Ergänzend werden relevante Erfahrungen und good practice anderer Hochschulen exemplarisch vorgestellt und der mögliche Erkenntnisgewinn zu Karrierezielen und Berufsanforderungen aus Umfragen von Studierenden und Absolvent(inn)en thematisiert.

**Schriftenreihe des Gender- und Technik-Zentrums
der Beuth Hochschule für Technik Berlin**

Herausgeberinnen:

Prof. Dr. Eva-Maria Dombrowski
eva-maria.dombrowski@beuth-hochschule.de



Prof. Dr. Antje Ducki
ducki@beuth-hochschule.de

