

## PROGRAMM

### Liesel Beckmann Symposium 2010 „Gender in den Wirtschaftswissenschaften“

Eine gemeinsame Veranstaltung des TUM Institute for Advanced Study und des TUM Gender-Zentrums

Donnerstag, 25. November 2010, 9.30 bis 21.00 Uhr  
Veranstaltungsort: TUM-IAS, Lichtenbergstraße 2a, 85748 Garching

09.30-10.00	Einlass
10.00-10.45	Begrüßung <b>Prof. Dr.-Ing. Udo Lindemann</b> Fakultät für Maschinenwesen, TUM <b>Dr. Eva Sandmann</b> Leiterin des TUM Gender-Zentrums, Frauenbeauftragte der TUM <b>Prof. Dr. Gunther Friedl</b> Dekan der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, TUM
10.45-11.45	Vortrag <b>Ändern sich die Zeiten? Geschlecht und Führung im sozialen Wandel</b> <b>Prof. Dr. Sabine Sczesny</b> , Universität Bern
11.45-12.15	Kaffeepause
12.15-13.15	Vortrag <b>What has Gender Got to Do with It? Making the Case for Gender Budgeting</b> <b>Prof. Ph.D. Ailsa McKay</b> , Glasgow Caledonian University
13.15-13.30	Einleitung in die Workshops <b>Dr. Eva Sandmann</b>
13.30-15.00	Mittagspause
15.00-16.45	Parallele Workshops
	<b>Workshop 1: Selbst- und Fremdwahrnehmung von künftigen weiblichen und männlichen Führungskräften</b> Referentin: <b>Prof. Dr. Sabine Sczesny</b> , Universität Bern Moderatorin: <b>Prof. Dr. Karin Zachmann</b> , Frauenbeauftragte der Fakultät TUM School of Education
	<b>Workshop 2: Gender Budgeting in Practice</b> Referentin: <b>Prof. Ph.D. Ailsa McKay</b> , Glasgow Caledonian University Moderatorin: <b>Prof. Dr. Jutta Roosen</b> , Frauenbeauftragte der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, TUM
	<b>LehrerInnenfortbildung 1: Förderung von günstigen Attributionsmustern bei Schülerinnen in den MINT-Fächern</b> Referentin: <b>Dr. Claudia Geyer</b> , Gymnasialpädagogik, TUM School of Education Moderatorin: <b>Katrin Neubauer</b> , Gymnasialpädagogik, TUM School of Education
16.45-17.15	Kaffeepause

17.15-19.00	Parallele Workshops
	<b>Workshop 3: Selbst- und Fremdwahrnehmung von künftigen weiblichen und männlichen Führungskräften</b> (statt Sex Bias at Work) Referentin: <b>Prof. Dr. Sabine Sczesny</b> , Universität Bern Moderatorinnen: <b>Prof. Dr. Isabell M. Welp</b> , <b>Dr. Jutta Wollersheim</b> , Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, TUM
	<b>Workshop 4: Gender Marketing: Frauen konsumieren anders, Männer auch</b> Referentin: <b>Regina Buchholz</b> , Buchholz PR Moderatorin: <b>Andrea Bieberstein</b> , Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, TUM
	<b>LehrerInnenfortbildung 2: Gender und Technik: das Geschlecht der Dinge</b> Referentin: <b>Gwen Bingle</b> , Zentralinstitut für Geschichte der Technik, TUM Moderatorin: <b>Dr. Martina Blum</b> , Zentralinstitut für Geschichte der Technik, TUM
19.00-19.30	<b>Plenum:</b> Kurzberichte aus den Workshops durch die Moderatorinnen
19.30-19.45	Vortrag <b>Reminiszenzen eines Alt-Schülers von Liesel Beckmann</b> <b>Prof. Dr. Otto L. Adelberger</b>
19.45-21.00	Empfang <b>Prof. Dr. Patrick Dewilde</b> Direktor des TUM-IAS <b>Dr. Eva Sandmann</b>
21.00	Ende der Veranstaltung

# **Ändern sich die Zeiten? Geschlecht & Führung im sozialen Wandel**

---

**Liesel Beckmann Symposium  
Gender in den Wirtschaftswissenschaften  
TU München  
25.11.2010**

**Prof. Dr. Sabine Sczesny  
Universität Bern  
Institut für Psychologie**

# Geschlecht & Führung im sozialen Wandel

---

- Fakten und Phänomene
- Wirkung von Geschlechtsstereotypen
  - Fremdwahrnehmung
  - Selbstwahrnehmung
  - Sozialer Wandel?
- Fazit und Ausblick

# Geschlecht & Führung im sozialen Wandel

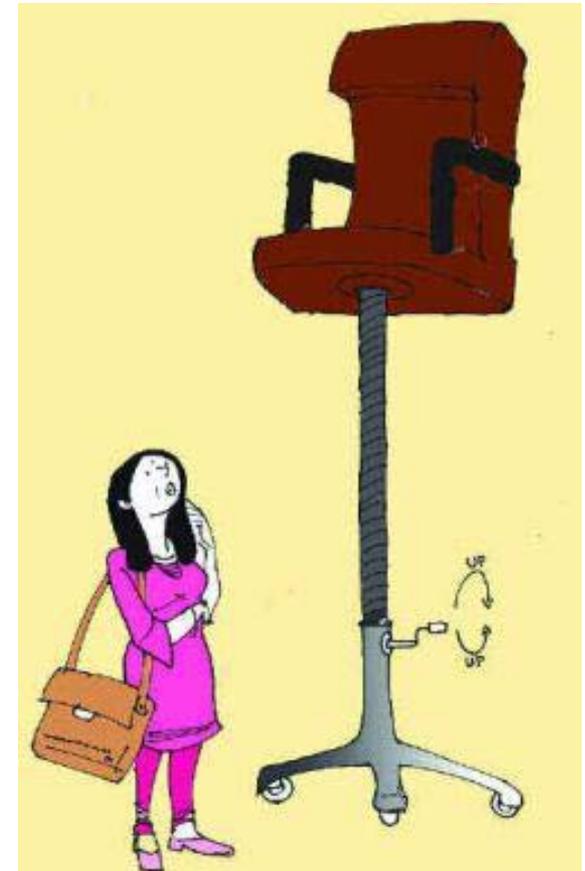
---

- **Fakten und Phänomene**
- Wirkung von Geschlechtsstereotypen
  - Fremdwahrnehmung
  - Selbstwahrnehmung
  - Sozialer Wandel?
- Fazit und Ausblick

# Bedeutung des Hierarchieebene

Catalyst, 2002; Gomez-Mejia, McCann, & Page, 1985

- **Mittleres Management**
  - Stetige Zunahme des Frauenanteils
  - Tätigkeitsprofil: Kooperation, Motivierung und Entwicklung von Mitarbeitenden etc.
- **Top Management**
  - weiterhin geringer Frauenanteil
  - Tätigkeitsprofil: Informationen überblicken, unternehmerisches Handeln, langfristiges Planen etc.



⇒ ***neben vertikaler auch horizontale Segregation***

# Geschlecht & Führungsstil?

Eagly, Johannesen-Schmidt, & van Engen, 2003, Metaanalyse, 45 Studien

- Organisationen aus Wirtschaft, Bildung etc.; alle Führungsebenen
  - Frauen werden auf effektiveren Führungsstilen wie “Inspirational Motivation” oder “Individualized Consideration” höher eingeschätzt (transformationaler Stil)
  - Männer werden auf weniger effektiven Führungsstilen wie “passive management by exception” höher eingeschätzt (transaktionaler Stil & Laissez-Faire)
- ⇒ geringe, aber konsistente Geschlechtsunterschiede

# Geschlecht & Führungseffektivität?

Eagly, Karau, & Makhijani, 1995; Metaanalyse, 96 Studien

- Überwiegend Studien im organisationalen Kontext, nur wenige Laborexperimente
- Überwiegend Messung subjektiver Effektivität
- Insgesamt unterscheiden sich Frauen und Männer nicht in ihrer Führungseffektivität, aber stark moderierende Bedingungen:
  - feminin vs. maskulin typisiert wahrgenommene Führung
  - weiblich vs. männlich-dominierte Rollen
  - Geschlechterverteilung der Mitarbeitenden
  - Organisationaler Kontext: z.B. Militär, bestimmte Wirtschaftszweige versus Bildung, Soziales

# “Unexplained Gender Gaps”

- Unterschiede bei Einstellung, Beförderung und Entlohnung
- **Metaphern**

*Glass Ceiling*

*Glass Elevator*

*Glass Cliff*

*Maternal Wall*

*The Labyrinth*

# Eine mögliche Erklärung ...

---

**... Wirkung von Geschlechtsstereotypen  
in der sozialen Wahrnehmung von Führung**

# Geschlecht & Führung im sozialen Wandel

---

- Fakten und Phänomene
- **Wirkung von Geschlechtsstereotypen**
  - Fremdwahrnehmung
  - Selbstwahrnehmung
  - Sozialer Wandel?
- Fazit und Ausblick

# Geschlechtsstereotype

---

Hamilton & Trolie, 1986

- ... Überzeugungen hinsichtlich der positiven und negativen Eigenschaften von Männern und Frauen
  - Basieren auf individuellen Erfahrungen oder sind kulturell vermittelt

# Soziale-Rollen-Theorie

Eagly, 1984



**Bezahlte Arbeit  
Führungspositionen**

**dominant, unabhängig ...**

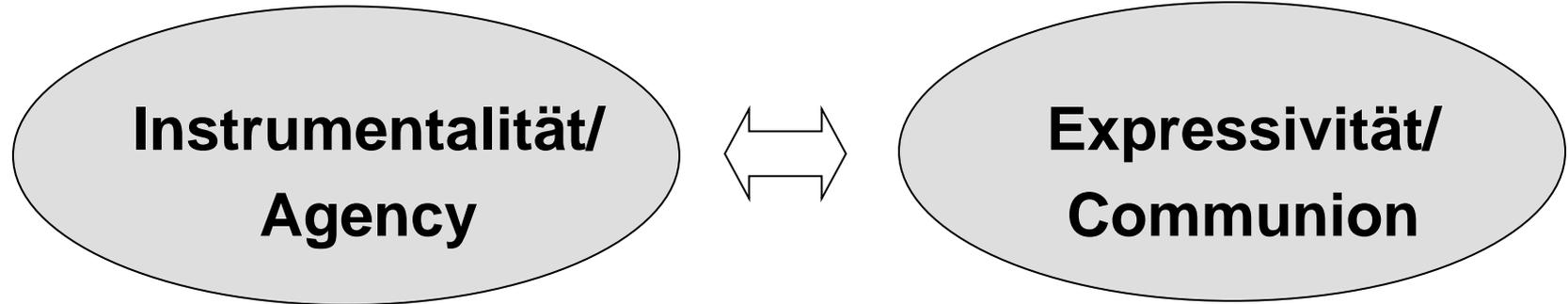


**Hausarbeit  
Status-niedrige Positionen**

**einfühlsam, verständnisvoll ...**

# Differenzannahme

Bakan, 1966; Eagly & Wood, 1991; Parsons & Bales, 1955



- Individualistische Zielverwirklichung
  - z.B.: dominant, wettbewerbsorientiert
  - verstärkt Männern zugeschrieben

- Interpersonelle Integration
  - z.B.: mitfühlend, sanftmütig
  - verstärkt Frauen zugeschrieben

**-> deskriptive und präskriptive soziale Normen**

# Annahme

---

Eagly, 1984

- Die Wirkung von Geschlechtsstereotypen sollte weitgehend außer Kraft gesetzt werden, sobald **Informationen zur sozialen Rolle** der zu beurteilenden Person vorhanden sind

# Methode

---

Eagly & Steffen, 1984, 1986, 1988; Bosak, Eagly, & Sczesny, 2007

- Frauen oder Männer (Stimuluspersonen) **ohne Angabe oder mit Angabe ihrer sozialen Rolle**, z.B.

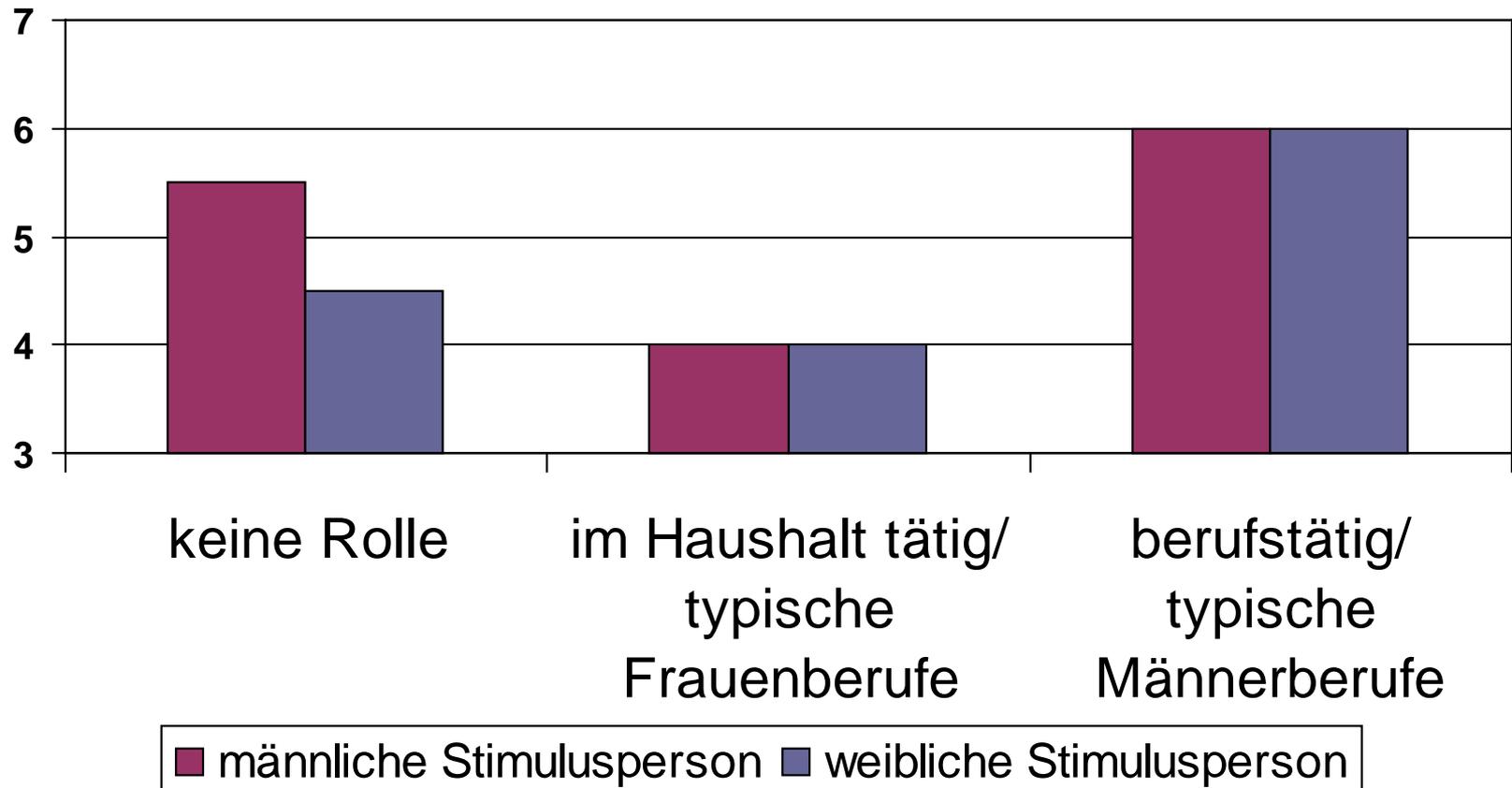
- im Haushalt tätig oder berufstätig
- Polizei oder Krankenpflege

werden hinsichtlich ihrer Eigenschaften (z.B. dominant, einfühlsam) beschrieben

# Empirische Evidenz

Eagly & Steffen, 1984, 1986, 1988; Bosak, Eagly, & Sczesny, 2007

## Zugeschriebene Instrumentalität



# Think Manager - Think Male

Schein, 1973, 1975, 2001; Sczesny, 2003

The diagram consists of two overlapping circles. The left circle is maroon and contains a black and white photo of a smiling man, the text 'dominant, aktiv, selbstbe... etc.', and the word 'Instrumental'. The right circle is light gray and contains the text 'Die "ideale" Führungskraft' and a black and white photo of a man in a suit and glasses. The intersection of the two circles is shaded in a darker gray.

dominant,  
aktiv,  
selbstbe...  
etc.

**Instrumental**

Die  
"ideale"  
Führungskraft

Stereotype über Männer

The diagram consists of a single purple circle containing a black and white photo of a smiling woman, the text 'liebevoll, sanft, einfühlsam, etc.', and the word 'Expressivität'.

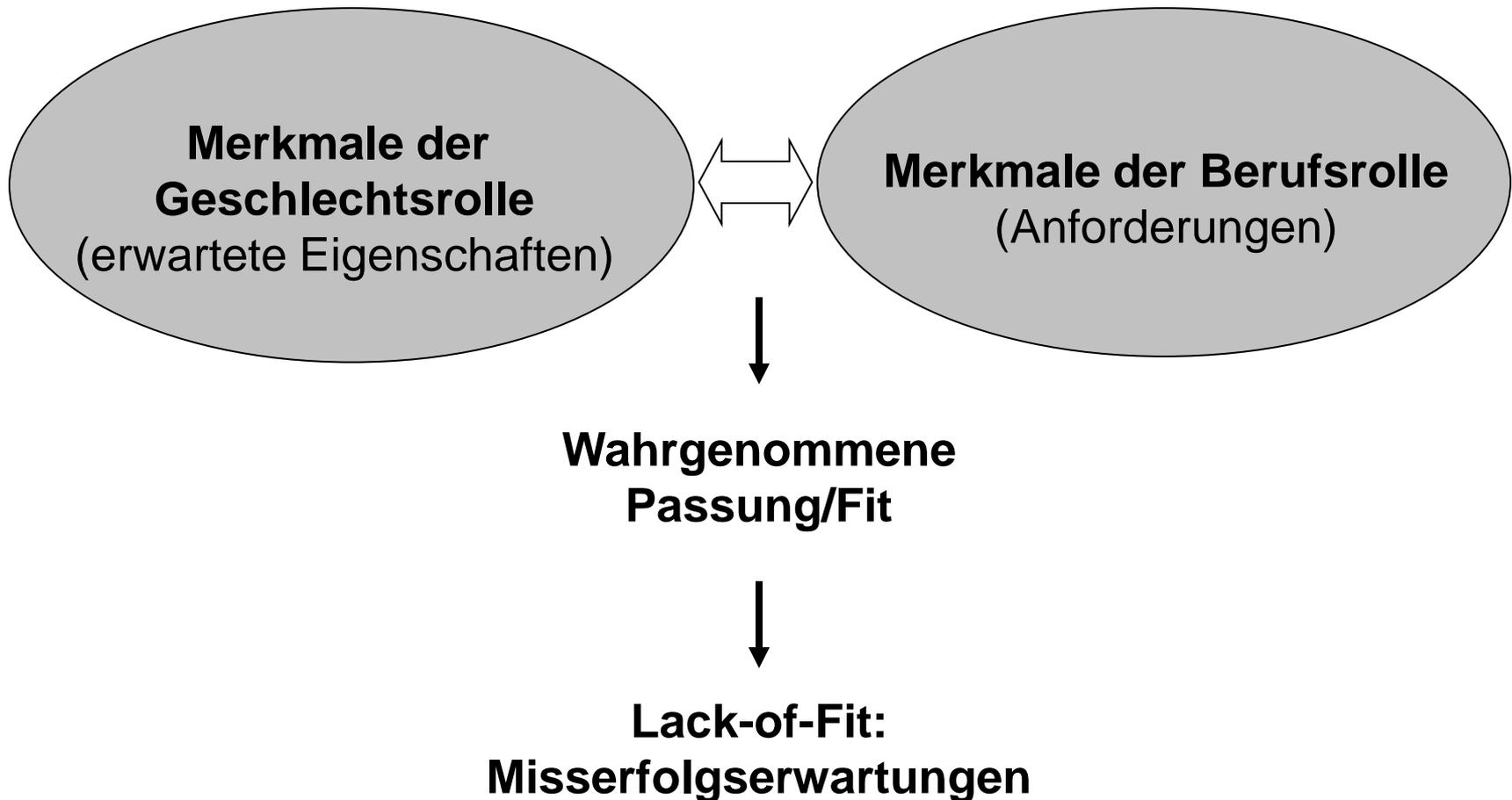
liebevoll,  
sanft,  
einfühlsam,  
etc.

**Expressivität**

Stereotype über Frauen

# Potentielle Folgen von Rolleninkongruenz

Heilman, 1983; Eagly & Karau, 2002



# Geschlecht & Führung im sozialen Wandel

---

- Fakten und Phänomene
- Wirkung von Geschlechtsstereotypen
  - **Fremdwahrnehmung**
  - Selbstwahrnehmung
  - Sozialer Wandel?
- Fazit und Ausblick

# Wirkung der Rolleninkongruenz

Eagly & Karau, 2002

- Geschlechtsstereotype Vorstellungen über Führungsfähigkeiten tragen dazu bei, dass es für Frauen im Vergleich zu Männern schwieriger ist ...
    - ... in Führungsrollen zu gelangen und
    - ... in Führungsrollen erfolgreich zu sein
- ⇒ bei **objektiv gleichen Voraussetzungen!**

# Schwierigkeit, in Führungsrollen zu gelangen?

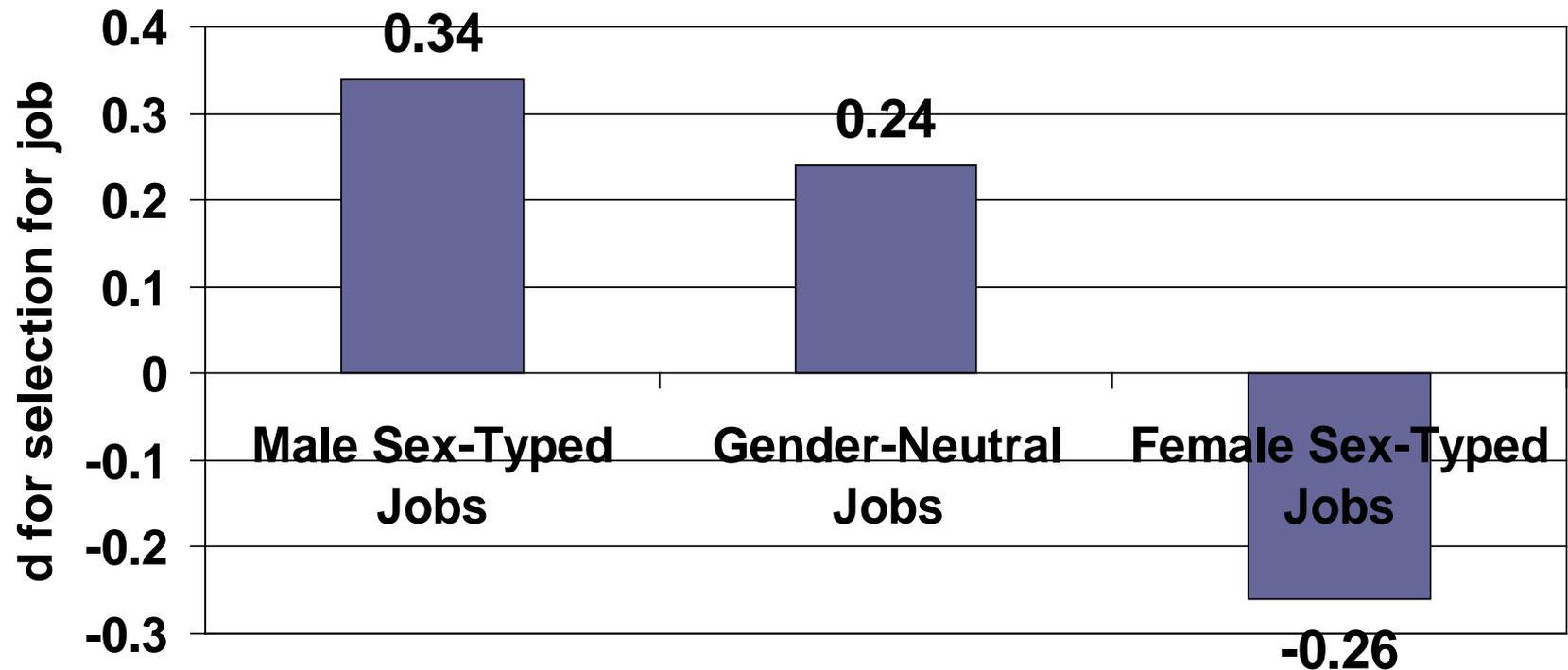
---

- **Kontrollierte Experimente**
  - Bewerbungsunterlagen von Frauen und Männern, die gleich qualifiziert sind, einziger Unterschied ist das Geschlecht der sich Bewerbenden (Goldberg-Paradigma)

# Einstellungsentscheidungen

Davison & Burke, 2000, Metaanalyse, 49 Experimente

**+ d = M > F; - d = F > M**



# ... und in Führungsrollen erfolgreich sein?

---

Eagly, Makhijani, & Klonsky, 1992, Metaanalyse, 61 Experimente

- Kontrollierte Experimente zur Bewertung von Führungskräften
  - Szenario-Studien
  - Experimente mit Frauen und Männern, die trainiert waren, äquivalent zu führen
- Ergebnis: geringe Tendenz, Frauen schlechter zu bewerten

# Fazit Fremdwahrnehmung

---

- Zahlreiche Studien belegen die **Schwierigkeit für Frauen, in Führungspositionen zu gelangen.**
  - Aktuelle Studien zeigen jedoch auch **ähnliche Beurteilungen** von Frauen und Männern (sogar Kontrasteffekte) (Sczesny & Kühnen, 2004)
  - Wenn jedoch **keine** Führungserfahrung vorlag, stellten **männliche** Urteilende mit einer höheren Sicherheit Männer für eine Führungsposition ein als Frauen (Bosak & Sczesny, under review)
- ⇒ **Bedeutung von Kontextbedingungen!**

# Geschlecht & Führung im sozialen Wandel

---

- Fakten und Phänomene
- Wirkung von Geschlechtsstereotypen
  - Fremdwahrnehmung
  - **Selbstwahrnehmung**
  - Sozialer Wandel?
- Fazit und Ausblick

# „Am I the Right Candidate?“

---

Bosak & Sczesny, 2008

- Gibt es Geschlechtsunterschiede in der selbsterlebten Passung auf Führungspositionen?
- Können diese Geschlechtsunterschiede auf individuelle Unterschiede in der selbst-zugeschriebenen Instrumentalität zurückgeführt werden?

# Annahmen

---

- Frauen erleben sich als weniger passend für eine Führungsposition als Männer,
- jedoch wird dieser Geschlechtsunterschied durch die selbstzugeschriebene Instrumentalität vermittelt.

# Methode

---

- **Teilnehmende**

186 Studierende der Wirtschaftswissenschaft  
(91 Frauen, 95 Männer)

- **Aufgabe der Teilnehmenden**

Wahrgenommene Passung der eigenen Person  
auf eine Stellenausschreibung für eine  
Führungsposition

# Wahrgenommene Passung

---

- **Attraction, Image, & Compatibility Scale**  
(AIC; Perkins, Thomas, & Taylor, 2000)
  - Ich denke, dass ich für die ausgeschriebene Position sehr gut qualifiziert bin.
  - Es wird schwierig werden, den Anforderungen gerecht zu werden.
  - Ich erfülle das Anforderungsprofil der gewünschten Person.
  - Diese Position entspricht meinen Fertigkeiten und Fähigkeiten.

5-stufige Ratingskalen von 1 „gar nicht“ bis 5 „sehr“  
(Cronbach's Alpha = .74)

# Instrumentalität (trait)

---

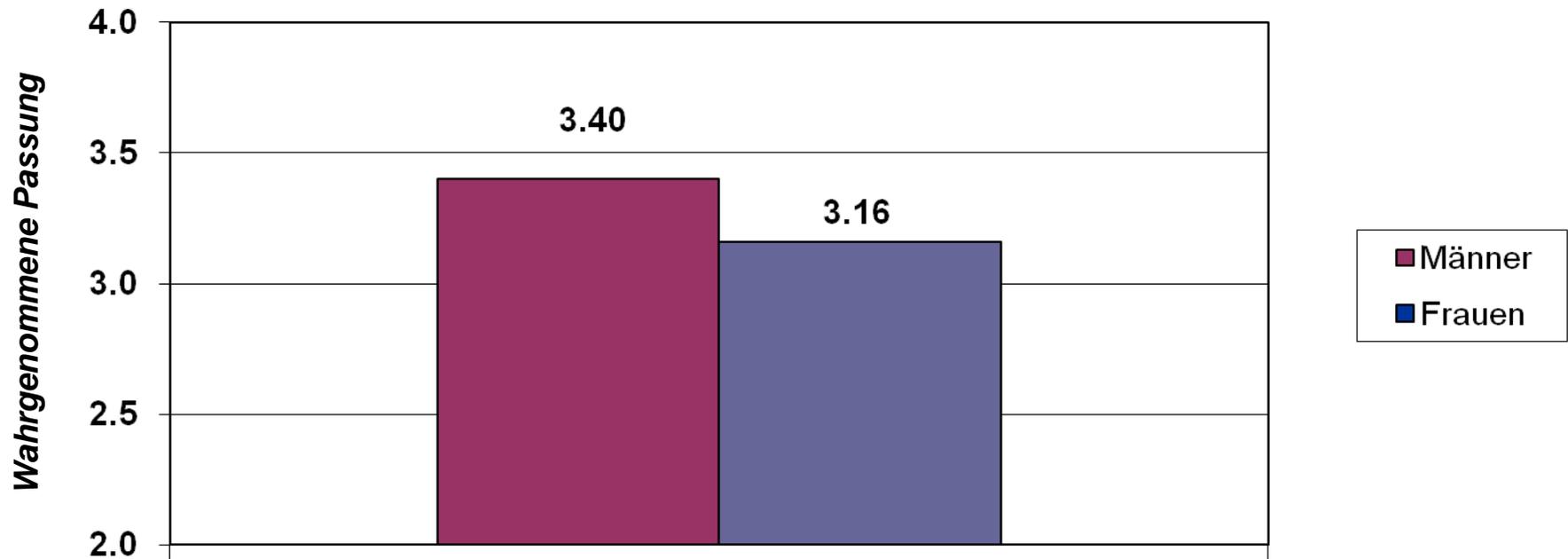
## ■ **Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP)**

**(Hossiep & Paschen, 1998; 8 ausgewählte Items)**

- Ich vermeide Gespräche, in denen ich massiv Einfluss nehmen muss
- Mit anderen zu wetteifern, bereitet mir Vergnügen
- Es kommt vor, dass ich anderen gegenüber sehr dominant bin
- Ich stelle mich gerne schwierigen Situationen, um festzustellen, wie gut ich bin

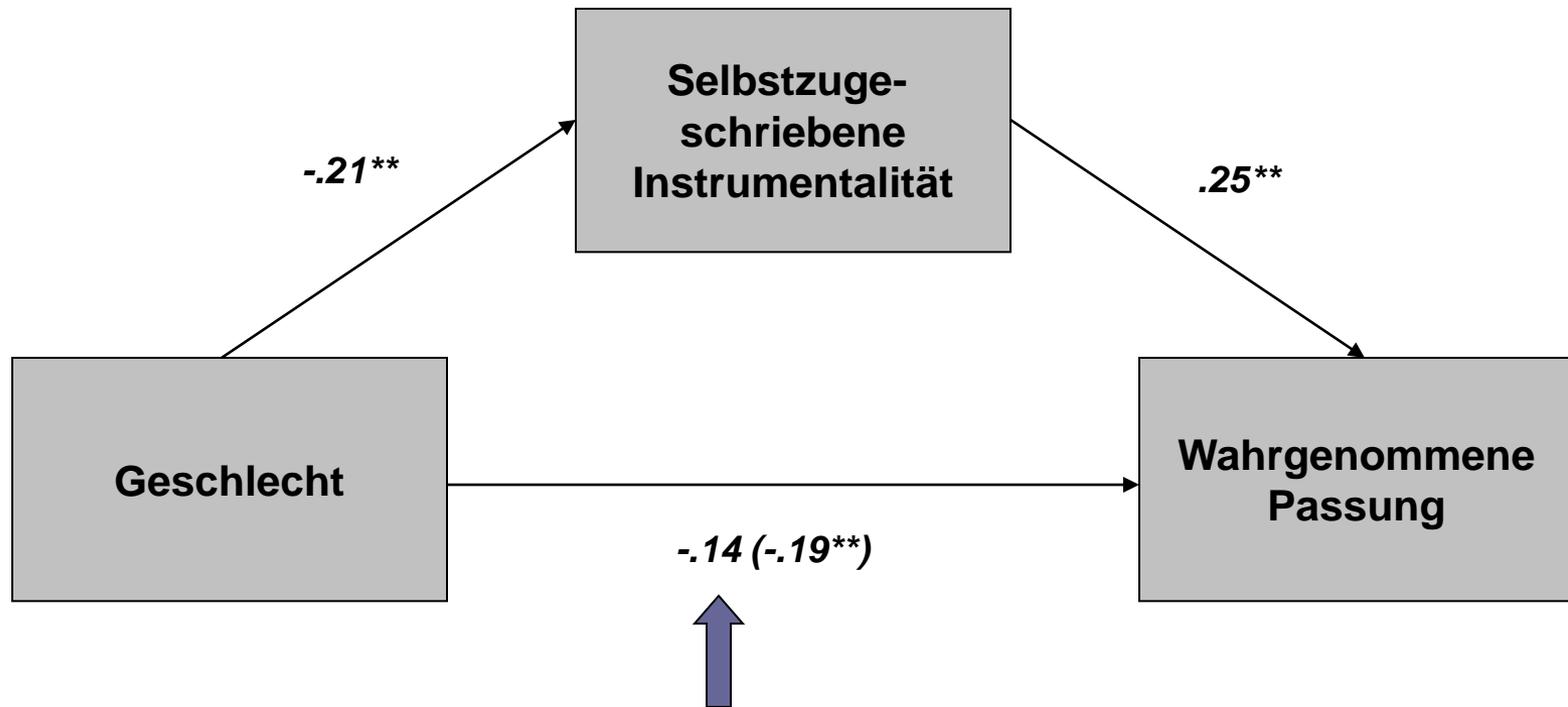
5-stufige Ratingskalen von 1 „stimme gar nicht zu“ bis 5 „stimme sehr zu“ (Cronbach's Alpha = .75)

# Ergebnis Passung



HE Geschlecht der Teilnehmenden:  $F(1, 180) = 7.54, p = .007, \eta^2 = .04$

# Mediationsanalyse



**Sobel Test:  $Z = -2.09, p < .05$**

# Ergebnis

---

- Frauen berichten zwar eine geringere Passung auf die Führungsposition als Männer,
- jedoch wird dieser Geschlechtsunterschied durch die **selbstzugeschriebene Instrumentalität** vermittelt.

# „Pushing Women to the Top...“

---

Sczesny et al., in prep.

- Kann eine **situative Aktivierung von Instrumentalität** die Präferenz erhöhen, eine Führungsrolle zu übernehmen, und somit zu einer Reduktion von Geschlechtsunterschieden beitragen?

# Annahmen

---

- Aufgrund einer unterschiedlichen Verfügbarkeit von Instrumentalität im aktiven Selbstkonzept sollten Frauen im Vergleich zu Männern eine geringere Präferenz zeigen, eine Führungsrolle einzunehmen (bei Kontrolle der Traitinstrumentalität).
- Wenn das Instrumentalitätskonzept situativ aktiviert wird, sollten ...
  - ... Frauen eine starke Führungspräferenz,
  - ... Männern hingegen keine oder nur eine wenig stärkere Führungspräferenz zeigen.

# Methode

---

- **Teilnehmende**

110 Studierende (35 Männer, 75 Frauen); 18 bis 37 Jahre  
(M = 22)

- **Instrumentalität (trait) als Kovariate**

Messung eine Woche vor der eigentlichen Studie

(Bem Sex Role Inventory, BSRI, Schneider-Düker & Kohler 1988)

# Methode

---

- **Situative Aktivierung von Instrumentalität**
  - ***Kontroll-Bedingung***  
Suche von 13 neutralen Wörtern (z.B. Kanada, Mexico) in Puzzle
  - ***Suchaufgabe***  
Suche von 13 instrumentellen Adjektiven (e.g. entschlossfreudig, karriereorientiert) in Puzzle
  - ***Lernaufgabe mit Wiedererkennung***  
Lernen einer Liste mit 7 instrumentellen Adjektiven, danach Abfrage ihrer Wiedererkennung auf einer Liste mit insgesamt 13 instrumentellen Adjektiven
- **Rollenpräferenz in Gruppen**  
von Mitarbeitendenrolle (1) bis Führungsrolle (6)

# Ergebnis

---

- In der Kontrollbedingung berichteten Frauen von einer schwächeren Führungsrollenpräferenz als Männer.
- Die **Aktivierung des Instrumentalitätskonzepts** durch die Lernaufgabe
  - erhöhte bei Frauen die Präferenz für eine Führungsrolle
  - verringerte bei Männern überraschenderweise deren Präferenz für Führungsrolle

# Fazit - Selbstwahrnehmung

---

- Je höher die selbstzugeschriebene Instrumentalität bei Frauen und Männern, umso stärker wurde eine Passung zu einer Führungsrolle erlebt.
  - Die situative Aktivierung von Instrumentalität trug bei Frauen zu einer stärkeren Präferenz bei, in einer Gruppe einer Führungsrolle einzunehmen.
- ⇒ Die selbstzugeschriebene Instrumentalität sagte in Längsschnittstudien den Karriereerfolg von Frauen und Männern vorher (Abele 2003).
- ⇒ **Bedeutung eines instrumentellen Selbstkonzepts!**

# Geschlecht & Führung im sozialen Wandel

---

- Fakten und Phänomene
- Wirkung von Geschlechtsstereotypen
  - Fremdwahrnehmung
  - Selbstwahrnehmung
  - **Sozialer Wandel?**
- Fazit und Ausblick

# Wandel in der Wahrnehmung von Führung?

---

- Einige Studien belegen eine weniger geschlechtsstereotype Wahrnehmung von Führung bei ...
  - ... Frauen in den USA (aber nicht in einigen anderen Ländern: China, Germany, Japan, UK) Schein, 2001
  - ... australischen, deutschen & indischen Studierenden der Wirtschaftswissenschaft  
Sczesny, Bosak, Neff, & Schyns, 2004
- Aktuelle meta-analytische Befunde zeigen, dass in den USA das think manager-think male Phänomen an Wirkung verlor

Koenig, Eagly, Mitchell et al., under review

# Mögliche Ansatzpunkte für einen Wandel

---

“A lessening of the prejudice that is directed toward female leaders and potential leaders would require change in *gender roles* or *leader roles* or *both*”

Eagly & Karau, 2002 (p. 590)

# Wandel in den Geschlechtsrollen?

---

## Wandel in den sozialen Rollen von Frauen ...

- Anstieg in der Erwerbstätigkeit (Bundesamt für Statistik, 2006)
- Steigender Anteil von Frauen in ursprünglich männlich dominierten Rollen (Eagly, 2003)
- Erziehung und Karriereambitionen ähnlich wie bei Männern (Astin, Osequera, Sax, & Korn, 2002)

## ... korrespondiert mit einem Wandel in den deskriptiven Normen für Frauen

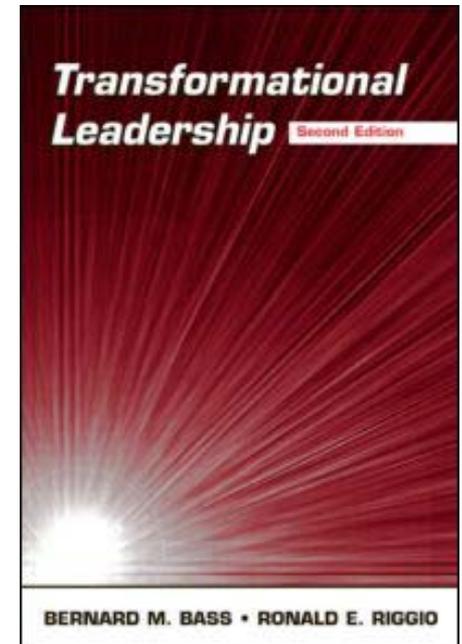
- sie werden als instrumenteller beschrieben (Diekman & Eagly, 2000)
- sie beschreiben sich selbst als instrumenteller (Twenge, 2000)

# Wandel in den Führungsrollen?

Van Engen, Van der Leeden, & Willemsen, 2001; Rastetter, 2001

## Management-Literatur

Zunehmende Betonung der Bedeutung personenorientierter Fähigkeiten in Hinblick auf effektive Kooperation, Kommunikation, Partizipation etc.



# Dynamic Beliefs about Women & Leaders?

---

Bosak & Sczesny, in press

- Hat sich die wahrgenommene Inkongruenz von weiblicher Geschlechtsrolle und Führungsrolle geändert bzw. könnte sie sich in Zukunft ändern?
- Welche Bedeutung spielt hierbei die Ausübung von bisher männlich-besetzten sozialen Rollen durch Frauen?

# Methode

Bosak & Sczesny, in press, Study 2

- **Teilnehmende**

196 Studierende der Wirtschaftswissenschaft (106 männlich, 90 weiblich)

- **Aufgabe**

Beurteilung einer der folgenden **Stimulusgruppen**

- Männer
- Frauen
- Führungskräfte

... **in einer Gesellschaft mit folgender Rollenverteilung**

- traditionell
- wie heutzutage
- gleichverteilt

# Vorgegebene Rollenverteilung

“Stellen Sie sich vor wir haben das Jahr 2050 ...“

- **Traditionell**

“... die Berufe Automechaniker oder Anwalt werden nur vereinzelt von Frauen ausgeübt ... im Sekretariat oder im Haushalt sind fast ausschliesslich Frauen tätig ... in Führungspositionen sind fast gar keine Frauen vertreten ...”.

- **Wie heutzutage**

“... die Berufe Automechaniker oder Anwalt werden nur von wenigen Frauen ausgeübt ... im Sekretariat oder im Haushalt sind überwiegend Frauen tätig ... in Führungspositionen sind nur wenige Frauen vertreten ...”.

- **Gleichverteilt**

“... die Berufe Automechaniker oder Anwalt werden zur Hälfte von Frauen ausgeübt ... im Sekretariat oder im Haushalt sind zur Hälfte Frauen tätig ... in Führungspositionen sind zur Hälfte Frauen vertreten ...”.

# Zugeschriebene Instrumentalität

- 7 instrumentelle Eigenschaften (Cronbach's Alpha: .84)

- **Beispiel**

Wie wahrscheinlich ist es, dass die **durchschnittliche Frau im Jahr 2050** eine der folgenden Eigenschaften haben wird?

**durchsetzungsfähig**

gar nicht

o o o o o o o

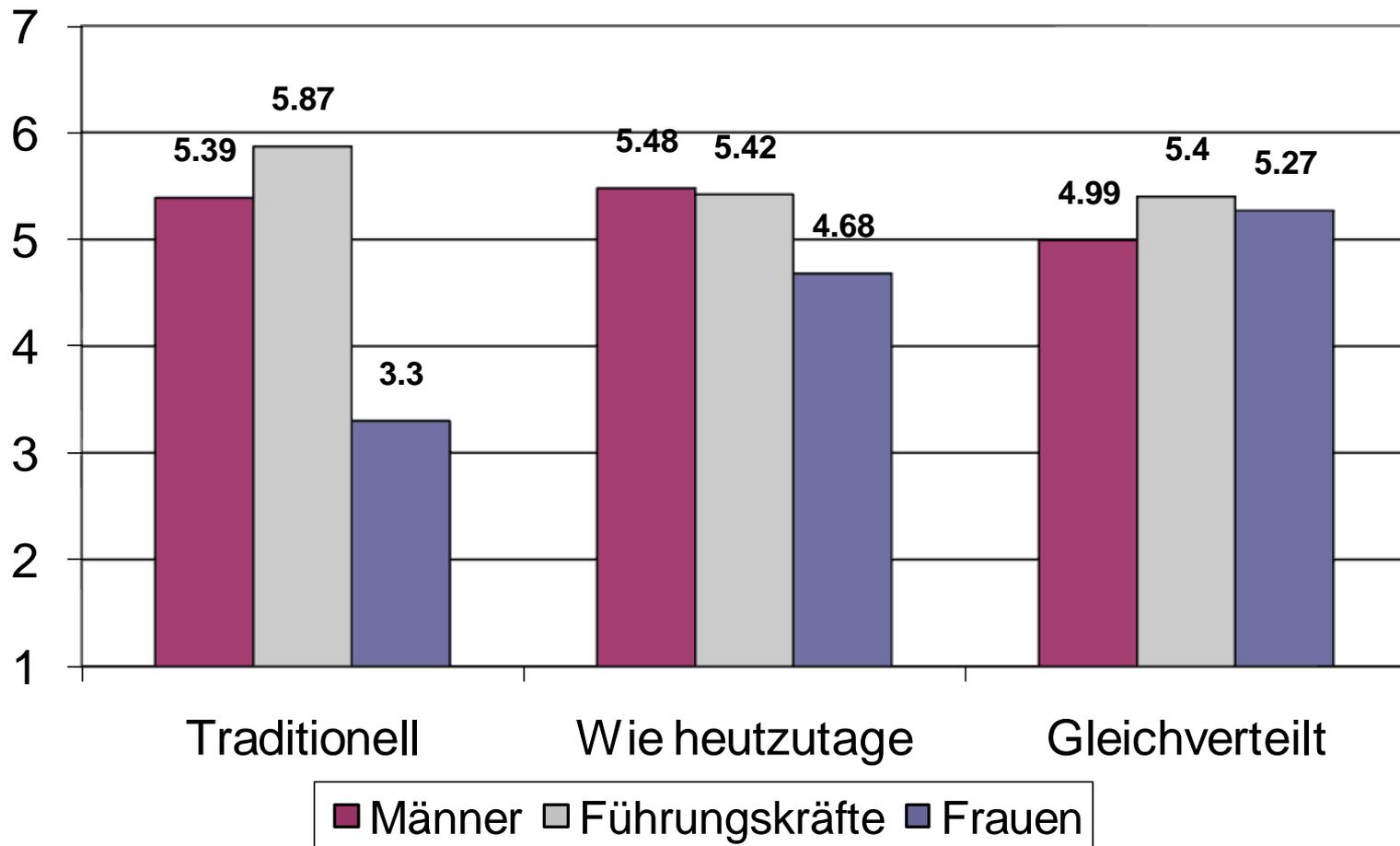
wahrscheinlich

sehr

wahrscheinlich

# Ergebnis – Zugeschriebene Instrumentalität

## Rollenverteilung



Stimulusgruppe,  $F(2, 187) = 23.46, p < .001, \eta^2 = .20$   
Stimulusgruppe x Rollenverteilung,  $F(4, 187) = 11.34, p < .001, \eta^2 = .20$

# Ergebnis

---

- Angleichung in der Wahrnehmung von Frauen und Führungskräften ist auf einen (wahrgenommenen) Anstieg von Frauen in bisher männlich besetzten sozialen Rollen zurückführbar.

# Fazit – Sozialer Wandel?

---

- Das **think-manager-think-male Stereotype** ist noch immer wirksam, aber es erweist sich auch als **dynamisch und veränderbar**
  - ⇒ Anstieg der Frauen zugeschriebenen Instrumentalität
- Die (wahrgenommene) **Ausübung maskulin typisierter sozialen Rollen durch Frauen** stellt einen Schlüsselfaktor für die Kongruenz von weiblicher Geschlechtsrolle & Führungsrolle dar.

# Geschlecht & Führung im sozialen Wandel

---

- Fakten und Phänomene
- Wirkung von Geschlechtsstereotypen
  - Fremdwahrnehmung
  - Selbstwahrnehmung
  - Sozialer Wandel?
- **Fazit und Ausblick**

# Fazit

---

## **Welche Aspekte tragen zur Kongruenz von weiblicher Geschlechtsrolle und Führungsrolle bei?**

- Verschiedene Kontextfaktoren in der Fremdwahrnehmung von Führung
- Zunahme der Instrumentalität im Selbstkonzept von Frauen und deren situative Veränderbarkeit
- Besetzung von bisher männlich dominierten sozialen Rollen durch Frauen

# Ausblick

---

## ■ KONTRA

- Stabilität der männlichen Geschlechtsrolle/Stereotype
- Sichtbare Überrepräsentanz von Männern in Führungsrollen
- Maskuline Organisationskultur und -definition von Führung

## ■ PRO

- Bedeutsamer Wandel in den Sozialstrukturen
- Wandel der Stereotype über Frauen
- Psychologischer Wandel bei Frauen: zunehmende Instrumentalität
- Wandel in organisationalen Praktiken

# Was unterstützt den Wandel?

---

Kalev, Dobbin & Kelly, 2006; Kelly, Kalev & Dobbin, 2007

- **Diversity-Massnahmen im Arbeitskontext**
  - Diversity Beauftragte, Diversity Task Force
  - Mentoring und Networking
  - Unklare Befunde: Diversity Training
- **Work-Life-Balance Massnahmen**
  - Kinderbetreuung (Unterstützung bei Ausgaben, Betreuung vor Ort)
  - Flexibilisierung von Arbeitszeiten
  - Nachteilig: Teilzeitarbeit-Optionen

# Diskussion

---

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

# Literatur

---

- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, *109*, 573-598.
- Eagly, A.H., & Sczesny, S. (2008). Stereotypes about women, men and leaders: Have time changed? In M. Barreto, M. K. Ryan, & M. T. Schmitt (Eds.), *The glass ceiling in the 21st century: Understanding barriers to gender equality* (pp. 21-47). Washington: American Psychological Association.
- Sczesny, S., Bosak, J., Diekmann, A. B., & Twenge, J. M. (2007). Dynamics of Sex-Role Stereotypes. In Y. Kashima, K. Fiedler, & P. Freytag (Eds.), *Stereotype Dynamics: Language-Based Approaches to the Formation, Maintenance, and Transformation of Stereotypes* (pp. 135-161). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

# What has Gender got to do with it? Making the Case for Gender Budget Analysis

Liesel Beckmann Symposium  
November 25<sup>th</sup> 2010

Ailsa McKay  
Professor of Economics  
Glasgow Caledonian University  
Scotland



## Why the budget and why gender?

*The budget reflects the values of a country - who it values,  
whose work it values and who it rewards...and who and what  
and whose work it doesn't.*

(Debbie Budlender, 1996)

- Reflection of macroeconomic policy
- Micro impact
- Gender neutral v's gender blind
  - identifying bias
  - making gender explicit
  - including the excluded
- External Pressures



## Gender Budget Analysis

- Gender aware/responsive budgets are not separate budgets for women.
- Uncovering the gendered nature of the economy, economic decision making processes and thus the budget
- 'Follow the money' - make explicit the link between policy and spending allocations
- Representation of gender impact analysis

## The Budget Process and Resulting Budget Statement

Can you imagine the nation's annual budget becoming a realistic description of the well-being of the community and its environment, a reflection of real wealth and different values? The budget would answer all of the following. Who does what work and where - paid and unpaid? What is the position of the nation's children and the aged? Who is not housed adequately? Who has the poorest health? ....

(Marilyn Waring, 1988, *If Women Counted: A New Feminist Economics* ).

## Why Economics?

The purpose of studying economics is not to acquire a set of ready-made answers to economic questions, but to learn how to avoid being deceived by economists.

Joan Robinson (1903-1983)



**Economics - perceived wisdom?**

## Who and What do Economists Value?

For a certain percentage of persons to serve other persons, in order that the ones so served may produce more, is a contribution not to be overlooked. The labour of women in the house, certainly enables men to produce more wealth than they otherwise could: and in this way women are economic factors in society.

(Charlotte Perkins Gilman, *Women and Economics*, 1898)



## What and Who do we Value?

"Thank you for your positive paper on Modern Apprenticeships and Gender Based Occupational Segregation in Scotland. Before I take time to digest the contents, I ask why, given the subject, the paper has been prepared by three women? Are there no males in the Department of Economics and Enterprise who can be found who have either interest or knowledge in the subject? Could you also please advise if any of the three ladies involved in compiling this paper have any practical experience of working in an industrial workplace for any period of time or if all come from a background of academia? The questions I ask are serious and not intended to be facetious."

Letter from Member of Scottish Parliament April 2004



## Counting the Costs?

Child rearing fits uncomfortably within our economic system. Parents provide services of great value directly to their children and indirectly to those who benefit greatly from their children's future contributions. Yet parents receive little or no economic reward. Mothers, tend to pay a higher price for children than fathers do. Partly as a result they typically earn less than men and remain more vulnerable to poverty.

*(Nancy Folbre, Valuing Children, Rethinking the Economics of the Family. 2010)*



## How do we value the work women do?

- Exchange Value v's Use Value
- Virtue and Nature
- The definition of work

The question of how it has come about that some activities essential to maintain human life are classed as work and are acknowledged to have a value while other activities and their economic value are ignored, is not purely academic

(Sheila Lewenhak, *The Revaluation of Women's Work*, 1992)



## Do Women Count?

- In national accounting systems?

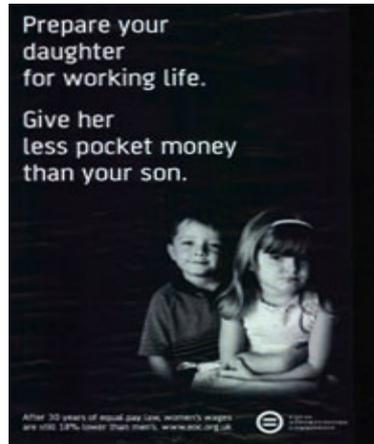
*Across the globe women do two thirds of the world's work, receive one tenth of the world's income and own less than 1% of the world's property.*

(Richard H. Robbins, 1999)

- The economy and economic systems - quantified by men, studied by men, understood by men for men?
- Whose values?



## The Work Women Do - A Question of Values??



## Who cares?

Women's social and economic circumstances make them particularly vulnerable to economic downturn

**Katherine Rake, Fawcett Society Report, March 2009**

These crises have arisen out of gendered economic processes, in which women were virtually absent from key sites of decision making in the financial sector; and in which neither private nor public finance was equitably distributed, and failed adequately to address the requirements of women as carers. The impact of these crises is gendered too.

**Diane Elson, 2010**

I routinely characterise the credit crunch as 'men behaving badly' - because it's almost impossible to find a woman to blame

**Robert Peston, BBC business editor**

## Relevance Recession and Recovery

- **Why and what? - "Mancession"**
- **The nature of the economic cycle and the nature of subsequent job losses?**
- **Role of occupational segregation**
- **Role of public sector**
- **Role of public finances**
  - govt borrowing as % of GDP
    - 2.7% in 2007/8
    - 11.7% 2009/10
    - 7.7% 1993/94
- **The Policy Response???**

## Caution and Constraint A question of Values?

- **Who was bailed out and why?**
- **How was the bail out financed?**
- **Trickle down effect?**
- **Quantitative Easing - redistribution?**
- **Monetary v's Fiscal Policy**
- **Pay and Jobs in the Public Sector**

## Gender Aware Responses to Recession - Why?

- **Need to continually challenge women's relative disadvantaged position in the labour market**
- **Women are cheap(er) or more expensive?**
- **Women's role in the household and patterns of spend**
- **Women's poverty and child poverty**
- **Remember the cause - 'men behaving badly' and women in decision making?**

## Can We Move Beyond the Bias?

### **Building Capacity**

Economics for (not economics of) gender Equality

**Challenge the norm - the dumb question?**

**Gender Budgets?**

## Making the Case for Gender Budgets

- Not separate budgets for women - '*gender specific expenditure*'
- Lack of Understanding
- 1. The role of economic theorising/analysis in the policy process
  - a 'perceived wisdom'!
  - limited explicit links between budget and policy process
- 2. The relevance of gender in the formal resource allocation process (i.e. the budget is 'gender neutral')

Why and how can this be addressed?

## Scotland Where and What?

- Devolution - July 1999
- The Consultative Steering Group (CSG) and the Scotland Act 1998 - 'of the people and for the people'
- Scottish Parliament - Equal Opportunities a founding principle and commitment to transparent and consultative governance
- Mainstreaming agenda endorsed - "the aim must be to embed into the process of policy formulation and the way in which the Parliament works, the principles and commitment to promote equal opportunities for all and to eliminate the effects of past discrimination" (CSG, 1998)
- The Equal Opportunities Committee of the Parliament and the Equality Unit of the Government

## Governing Principles

- **Transparency**
- **Participation**
- **Sustainability**
- **Long Term Strategy**
- **Country Ownership**

## The Scottish Women's Budget Group

**Established May 2000**

**Members from range of organisations - academic, trade unions, statutory and voluntary organisations and local communities**

**Resources limited!!! - No Worker/Pt time Worker/No Worker**

**Activities unlimited!!! - Responding to budget documents, requests to give evidence to committees, responding to policy related consultative documents, raising awareness, building capacity .....**

**Tension - policy or process?**

## The Activities of SWBG: building capacity

- Promoting gender equality in the 'new' Scotland - requires an understanding of the economic processes that act in creating and sustaining gender inequalities
- Question the perceived notion that the practice of economics is 'neutral and objective' ?
- Focus on the budget - the resource allocation process
- Challenge the efficacy of policy proposals emerging from an almost exclusive adherence to orthodox economic theory
- Making the conceptual links between theory and policy - the need for economic literacy!!
- Economics for Equality Programme

## Scottish Gender Budget Initiative?

- No examples of actual policy shifts
- Actual budget remains gender blind
- Women in Sport???
- Shopping list analogy
- Gender Equality v's "Closing the Opportunity Gap"



### However.....

- Greater transparency - "Understanding the Budget Process"?
- Greater participation - forging new partnerships
- Contained within the Equality Strategy of the Scottish Government (Nov 2000) a commitment to; 'assess the equality impact of spending plans and decisions as part of the mainstreaming agenda'
- Pilots in Health and Sport - reported in Budget docs 2006/07
- Perceptions of us (SWBG)
- Equal Pay focus - 2008/09
- Equality Statement 2009/10??

November 2010  
Equality Statement  
Scotland's Budget : 2011-12

We have shown leadership in facing the challenges and set a Scottish budget directed at economic recovery, protecting the frontline services that people rely on ....How Governments spend money has the potential to reduce or amplify inequalities. Our budget has been shaped by the evidence we have gathered including our equality analysis (pg 4)

Scotland continues to carry deep rooted and systemic inequalities that can hold people back. These barriers are especially evident in labour market participation, income and health. Women for example are already disadvantaged by unequal pay and occupational segregation resulting from society's assumptions about the roles of men and women. (pg7)



Thank you



## **LehrerInnenfortbildung „Gender im Unterricht“**

### **Eine inhaltliche Fortsetzung zu „Gender in der Lehre“ des Liesel Beckmann Symposiums 2009**

#### **Organisatorisches und Anmeldung**

Im Rahmen des Liesel Beckmann Symposiums 2010 soll die Tradition, Ergebnisse aus der Genderforschung in den Unterricht an Gymnasien und beruflichen Schulen zu tragen, fortgesetzt werden. Der Workshop **„Förderung von günstigen Attributionsmustern bei Schülerinnen in den MINT-Fächern“** behandelt die Selbstwirksamkeitserwartung und Leistungsentwicklung von Schülerinnen in MINT-Fächern. Im Workshop **„Gender und Technik: das Geschlecht der Dinge“** werden die historischen Wege der Vergeschlechtlichung von Gütern – von der Produktion bis hin zum Konsum – verfolgt und die (Re-)Produktion von Geschlecht untersucht. Die Teilnahme an den Workshops ist kostenfrei und richtet sich an alle Interessierten.

Die Anmeldemodalitäten entnehmen Sie bitte dem Programm des diesjährigen Liesel Beckmann Symposiums 2010 zu „Gender in den Wirtschaftswissenschaften“. Die Teilnehmenden der LehrerInnenfortbildung sind herzlich dazu eingeladen, auch die Vorträge des Liesel Beckmann Symposiums 2010 wahrzunehmen.

Die Fortbildung ist vom Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus als ein ergänzendes Angebot zur staatlichen LehrerInnenfortbildung anerkannt. Teilnahmebestätigungen erhalten Sie vor Ort. **Anmeldeschluss ist der 18. November 2010.**

#### **Programm am Nachmittag**

- |              |  |
|--------------|--|
| <b>13.45</b> | <b>Mittagspause</b>  |
| <b>15.00</b> | <b>Workshop 1: Förderung von günstigen Attributionsmustern bei Schülerinnen in den MINT-Fächern</b><br>Referentin: Dr. Claudia Geyer, Gymnasialpädagogik, TUM School of Education<br>Moderatorin: Katrin Neubauer, Gymnasialpädagogik, TUM School of Education |
| <b>16.45</b> | <b>Kaffeepause</b>   |
| <b>17.15</b> | <b>Workshop 2: Gender und Technik: das Geschlecht der Dinge</b><br>Referentin: Gwen Bingle, Zentralinstitut für Geschichte der Technik, TUM<br>Moderatorin: Dr. Martina Blum, Zentralinstitut für Geschichte der Technik, TUM                                  |
| <b>19.00</b> | <b>Plenum</b><br>Kurzberichte aus den Workshops der LehrerInnenfortbildung durch die Moderatorinnen  |
| <b>19.30</b> | <b>Empfang</b><br>Prof. Dr. Patrick Dewilde, Direktor des TUM-IAS<br>Dr. Eva Sandmann, Leiterin des TUM Gender-Zentrums  |
| <b>21.00</b> | <b>Ende der Veranstaltung</b>  |

## **Inhalt der Workshops**

### **Förderung von günstigen Attributionsmustern bei Schülerinnen in den MINT-Fächern**

#### **Wissenstransfer aus der Uni in die Schule**

Dr. Claudia Geyer & Katrin Neubauer

Verschiedene Studien haben gezeigt, dass Mädchen in den MINT-Fächern häufiger ungünstige Attributionismuster als Jungen aufweisen: Mädchen sehen im Vergleich zu Jungen Erfolge weniger in ihrer eigenen Fähigkeit begründet und neigen insbesondere im mathematisch-naturwissenschaftlichen Unterricht stärker dazu, Misserfolge internal stabil zuzuschreiben. Dieser Umstand hat wiederum einen Einfluss darauf, dass Mädchen in den MINT-Fächern eine geringere Selbstwirksamkeitserwartung haben als Jungen. Diese geschlechtsbezogenen Erwartungsmuster treffen auch auf Lehrerinnen und Lehrer zu. So erwarten Lehrerinnen und Lehrer von Mädchen deutlich geringere Mathematikleistungen als von Jungen und bestärken sie dadurch in ihren eigenen Attributionsmustern. Da Selbstwirksamkeitserwartungen in hohem Maße die Leistungsentwicklung in der Schule beeinflussen, erscheint es wichtig, diesen Tendenzen entgegenzuwirken. Im Rahmen dieses Workshops sollen die Lehrkräfte für diese Thematik zunächst sensibilisiert werden und darüber hinaus Handlungsoptionen der Lehrerinnen und Lehrer im Unterricht, z.B. Kommentierungstechniken, aufgezeigt werden.

### **Gender und Technik: das Geschlecht der Dinge**

#### **Ideenregung für W&P-Seminare**

Gwen Bingle & Dr. Martina Blum

Ist eine Rakete männlich oder weiblich? Und wie sieht es aus mit einer Stereoanlage, einem Kühlschrank oder einer Brücke? Der berühmte Technikhistoriker Melvin Kranzberg meinte, dass „Technik weder gut noch böse, noch neutral [sei]“ und wies damit auf die zentrale Bedeutung von Nutzungskontext und beteiligten Akteurinnen und Akteuren hin. Aber was ist mit dem sozialen Geschlecht der Technik? Ist es schon an sich männlich, weiblich, neutral? Oder offensichtlich „nicht-neutral“?

Gender-Sensibilisierung ist am wirksamsten, wenn sie auf einem persönlich-politischen Bewusstsein beruht. Daher möchten wir diese Fragen tiefer erkunden, indem wir auf alltägliche technische Beispiele zurückgreifen, mit denen alle Schülerinnen und Schüler vertraut sind. Statt mit Raketen oder Drehbrücken werden wir mit Pflegeprodukten und Beispielen von *functional food* wie Rasierer, Duschgele und Sportriegel arbeiten. Mittels einer praktischen Übung werden wir die Semiotisierung dieser Artefakte analysieren. Dies soll es uns ermöglichen, die historischen Wege der Vergeschlechtlichung sowie die (Re-)Produktion von Gender durch die Produktion und den Konsum dieser Güter wahrzunehmen. Gleichzeitig werden wir versuchen den Mythos einer starren Genderordnung zu entlarven, indem wir den Blick auf subversive Nutzerpraktiken und z.B. auf das Aufkommen des „metrosexuellen“ Mannes richten.

Diese Übung soll Schülerinnen und Schüler darin unterstützen, einen kritischen Blick auf die geschlechtliche Kodierung ihrer unmittelbaren Umwelt zu werfen und sie auf Möglichkeiten eines kreativeren/produktiveren Umgangs mit den Gender-normierenden Implikationen einer Technik hinweisen.

### **Für weitere Rückfragen wenden Sie sich bitte an**

Laura Wildenrotter  
TUM Gender-Zentrum  
Telefon: 089/289/25298  
E-Mail: [lbs@tum.de](mailto:lbs@tum.de)

# The Scottish Women's Budget Group and Economics for Equality

Liesel Beckmann Symposium  
Workshop November 25<sup>th</sup> 2010

Ailsa McKay  
Professor of Economics  
Glasgow Caledonian University  
Scotland



## Economics for Equality?

- **Economics *for* not *of* Equality**
- **Why not Economic Literacy? - The 'Dismal Science'**
- **Activities of Scottish Women's Budget Group (SWBG)**
- **Experience of Teaching Economics - 'crisis' in discipline**
- **Two fold approach -**
  - 1) **the relevance of gender to economics - feminist economics**
  - 2) **the relevance of economics in analysis of gender inequalities**



## Accessing Economics? Making it Real

- Policy Relevance

- Women in the economy?
- Women in the labour market - pay gap and occ seg?
- Women and recession?
- Women and recovery?

- Mainstreaming Agenda?

Scotland and Devolution - Mainstreaming Agenda Endorsed - Equal Opps Committee, Equality Unit, Equality and the Budget?

## The Activities of SWBG and the need to build capacity

- Promoting gender equality in the 'new' Scotland - requires an understanding of the economic processes that act in creating and sustaining gender inequalities
- Question the perceived notion that the practice of economics is 'neutral and objective'
- Focus on the budget - the resource allocation process
- Challenge the efficacy of policy proposals emerging from an almost exclusive adherence to orthodox economic theory
- Making the conceptual links between theory and policy - the need for economic literacy!!

## Developing an Appropriate Programme

- The role of the 'academy'
- Dilemma ?

making gender relevant to economists - Feminist Economics  
but how do we make economics relevant to women actively  
engaged in promoting gender equality across a range of policy  
related areas

- Talking their language



## A Survey? Reasons for support

*Traditionally the world of economics and economic policy development has seen to be both dominated and decided by men, with women placed on the fringes of this vital theory and practice. If we are to get a more balanced, and gender balanced view of the world and its developments, especially at a local level, it is essential that we train women to understand and interpret and respond to economic policy and development*

(Business Development and Marketing Manager, Local Credit Union)

*Perception still exists that economic policy is a male domain - an ELC would assist in addressing barriers (perceived and real) to women's involvement in and understanding of economic policy and practice*

(Policy Development Officer, Culture and Leisure Services - Glasgow City Council)

*Because historically women tend not to be involved/study economics and as it is arguably the basis of modern society it is a fundamental skill*

(HR Consultant)



## More Reasons for Support

*I certainly think that it would be beneficial to raise awareness of the wide reaching impact that economic policy has on all of our lives and of the discriminatory/exclusive practice within it*

(Sessional Worker, Women's Support Project)

*Women's Voices need to be heard and for this to happen they need to speak the language*

(Development Worker, Scottish Women's Convention)

*There are negligible women-centered courses and learning opportunities in Glasgow. Any gender specific course that aims to equip women with information that helps contextualise their own experiences and raises awareness of the economic biases in local, national and global contexts would be welcome.*

(Lifelong Learning Co-ordinator, Glasgow Women's Library)

**To learn more about economic factors that disempower women, Moreover to develop and promote strategies that will counter this and influence policy**

(Adult Education Co-ordinator, Gypsy Traveller Community Development Project)



## Moving Forward

- Build Capacity - two way process
- Feminist economics?
- Gender specialists?
- Gender Budgeting is a practical way of making explicit the link between gender issues and economic theorising
- Gender Budgeting as a bridge?
- Moving Feminist Economics out of the Classroom
- Women and the recession? - the five c's  
cause, concern, consequence, compliance, cure



# **Gender in den Wirtschaftswissenschaften**

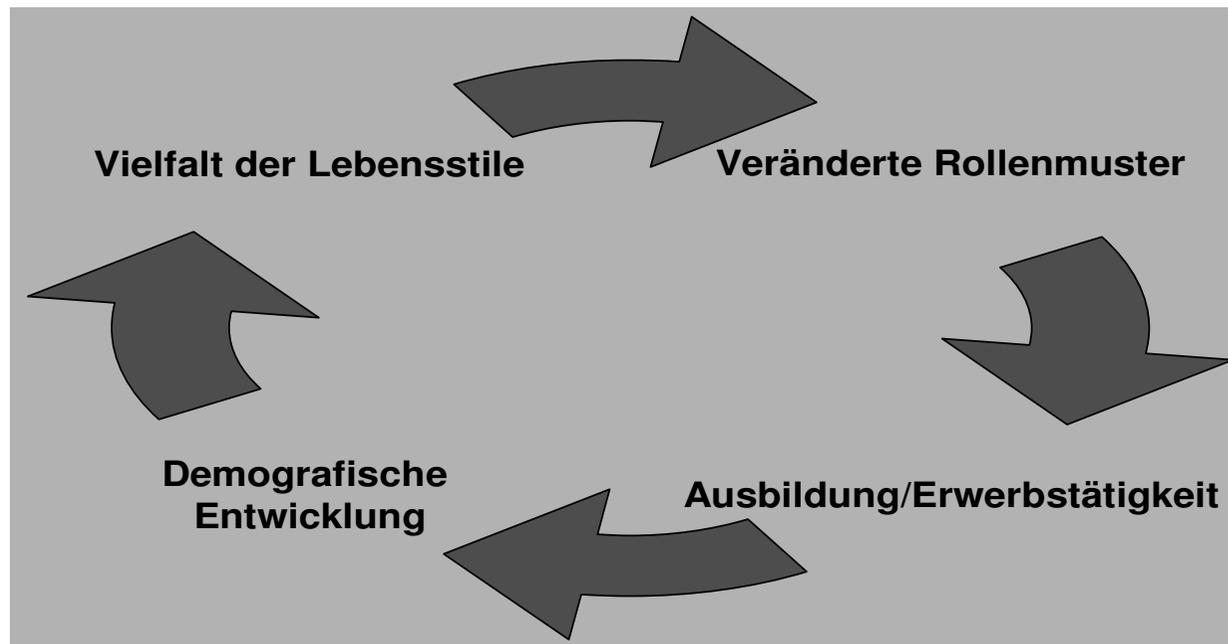
## **Gender Marketing**

**Frauen konsumieren anders – Männer  
auch!**

**Liesel Beckmann Symposium 2010  
Regina Buchholz M.A.**

# „Gender“ hält Einzug in das Marketing

## Gesellschaftliche Veränderungen



# **„Megatrend Frauen – Die Zukunft ist weiblich“**

**51 % der Menschen in Deutschland sind Frauen.**

**Frauen waren noch nie so gut ausgebildet wie heute.**

**Die Zahl der berufstätigen Frauen, der Selbstständigen und der Unternehmerinnen wächst, ebenso ihr Einkommen.**

**Frauen verfügen über eine immer größere Kaufkraft und Frau ist Macht, wenn es ums Kaufen geht.**

**Studien zufolge werden 80 % aller Kaufentscheidungen von Frauen getroffen oder maßgeblich beeinflusst.**

**Das veränderte Rollenverständnis  
erfordert neue Märkte und neue  
Produkte.**

# Was ist Gender Marketing?

**Frauenmarketing und Männermarketing = Gendermarketing**

**Gender Marketing ist geschlechtsspezifisches Marketing. Es stellt Fragen:**

- ➔ auf welche Weise Produkte und Dienstleistungen von Männer und Frauen bevorzugt genutzt werden**
- ➔ welche unterschiedliche Ansprüche sie an ein Produkt und Dienstleistungen stellen**
- ➔ wie Männer und Frauen Kaufentscheidungen treffen**
- ➔ welche Zielgruppenansprache bevorzugt wird (Werbung, Kommunikation)**

# Wirtschaftsfaktor Gender Marketing

**Die Herausforderung für Unternehmen ist:**

- ➔ neue Wege in der Vermarktung zu gehen**
- ➔ Rollenklischees aufzubrechen**
- ➔ Frauen stärker in die Produktentwicklung einzubeziehen**
- ➔ und Männer als Kunden neu zu entdecken**

# **Fragen die sich Unternehmen heute stellen müssen?**

**Wer kauft unsere Produkte. Sind es mehr Männer als Frauen?**

**Welche Bedürfnisse haben Kundinnen und Kunden an ein Produkt?**

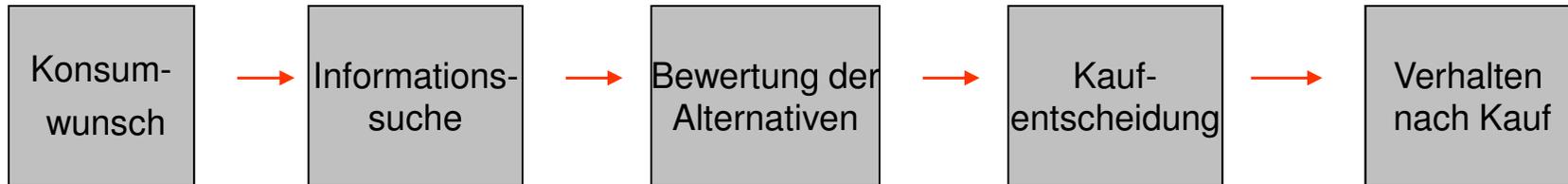
**Lässt sich das Produkt gleichermaßen von Männern und Frauen bedienen?**

**Sprechen wir mit unserer Kommunikation (Werbespots, Printmedien etc.) die Zielgruppe richtig an?**

**Werden Geschlechtsstereotype reproduziert?**

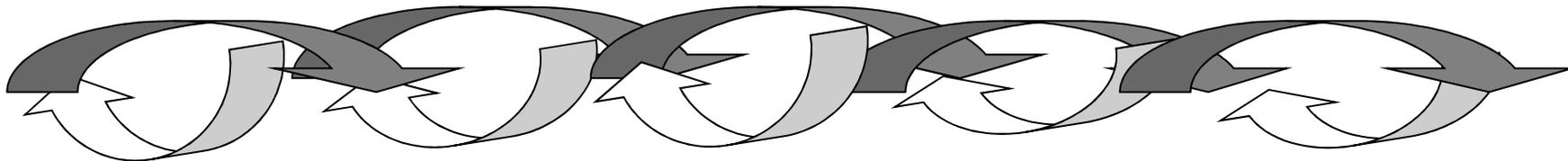
# Der männliche und weibliche Entscheidungsprozess\*

## Der männliche Entscheidungsprozess



**Das Resultat: eine gute Lösung**

## Der weibliche Entscheidungsprozess



**Konsumwunsch**

**Das Resultat: die perfekte Antwort**

Quelle Martha Barletta, Marketing to women, 2003

# **Produktentwicklung**

**Wie gleichberechtigt sind Frauen und Männer am Produktentwicklungsprozess beteiligt?**

**Wie soll das Produkt benannt werden?**

**Wird der Produktname geschlechtsspezifisch getestet?**

**Gibt es geschlechtsspezifische Bedürfnisse und Wünsche der Kundin und des Kunden an das Produkt?**

# **Vertrieb**

**Ist der Vertrieb in jeglicher Hinsicht optimiert?  
Ist das Verkaufpersonal auf die Unterschiede im weiblichen und männlichen Kaufentscheidungsprozess geschult?**

**Finden die Kundinnen und Kunden die Angebote in einem angenehmen Umfeld?**

**Wie gehen wir mit den Kundinnen und Kunden um?**

**Findet eine geschlechtsspezifische Beratung statt?**

## **Fazit**

**Welche Schlussfolgerung können wir daraus nun für alle Facetten des Thema Gender Marketing ziehen:**

**Unternehmen, die dem Thema Gender Marketing gerecht werden wollen, sollten Frauen stärker in die Produktentwicklung miteinbeziehen.**

**Um Gender Marketing zu implementieren, ist es wichtig, dass alle Mitarbeiter Offenheit dem Thema gegenüberbringen.**

**Es sollten Schulungen für das Verkaufspersonal angeboten werden, damit Mitarbeiter weibliche und männliche Entscheidungsprozesse besser verstehen.**



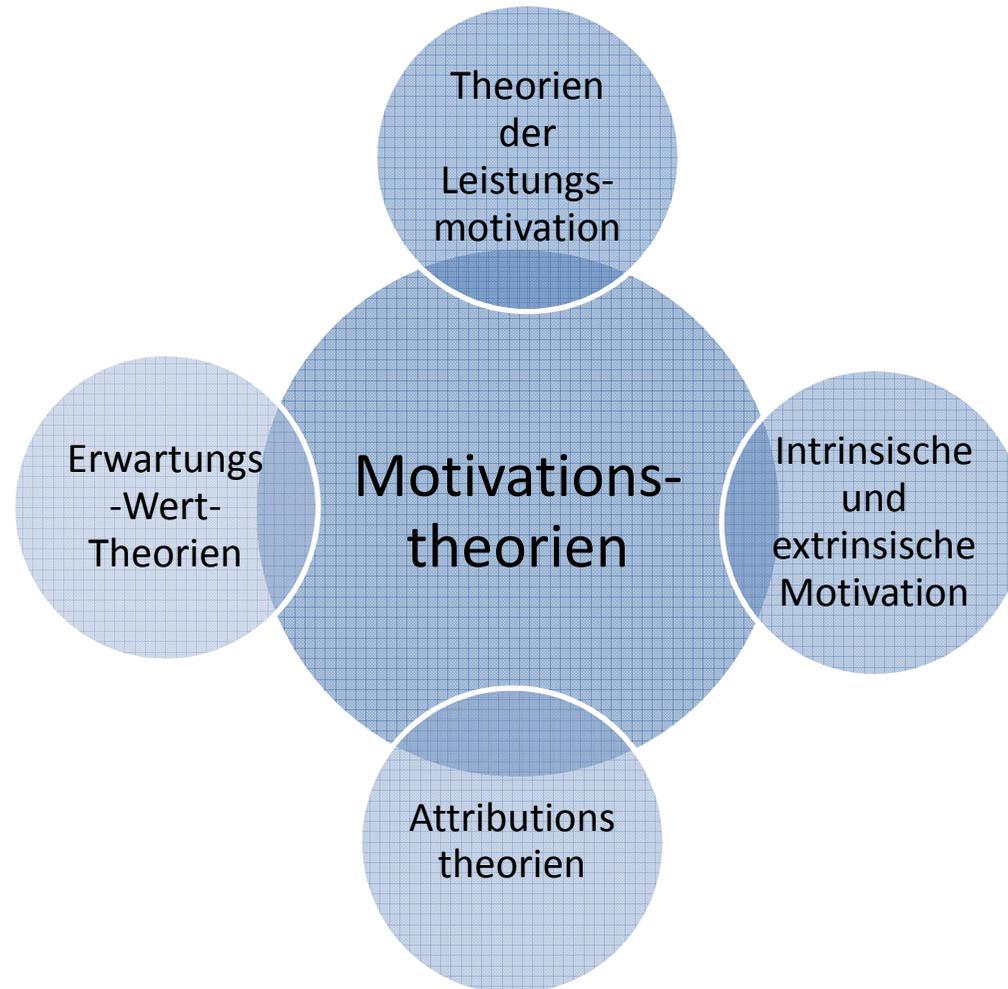
# **Förderung von günstigen Attributionsmustern bei Schülerinnen in den MINT-Fächern**

Dr. Claudia Geyer  
Katrin Neubauer, M.A.

# Gliederung

1. Einordnung der Attributionstheorie
2. Begriff und Attributionstheorien
3. Attributionsmuster
  - a. günstige / ungünstige Muster
  - b. Auswirkungen von Attributionsmustern
4. Geschlechtsspezifische Unterschiede
5. Fördermaßnahmen
  - a. Prävention
  - b. Intervention

# Einordnung der Attributionstheorie



## Begriff

„Als Kausalattributionen bezeichnet man die Erklärungen, die Menschen anführen, wenn sie nach den Ursachen oder Gründen für ihre Erfolge bzw. Misserfolge suchen.“

Kausalattribution = Ursachenzuschreibung von Leistungsergebnissen („Weil-Begründungen“)

# Attributionstheorie Heider (1958)

## Grundkonzept der Attributionstheorie von Heider:

Erfolg oder Misserfolg kann auf zwei Ursachen zurückgeführt werden:

- **Internal:** Ursachen werden Fähigkeiten oder Bemühen einer Person zugeschrieben
- **External:** Ursachen werden betreffender Situation zugeschrieben

# Attributionstheorie Weiner (1974)

Zweidimensionales Attributionsschema

		Lokalität	
		internal	external
Stabilität	stabil	?	?
	variabel	?	?



Attribution eines Schülers, der seinen Erfolg auf **intensives Üben** bzw. seinen Misserfolg auf **mangelnde Anstrengung** zurückführt?

		Lokalität	
		internal	external
Stabilität	stabil		
	variabel	<input checked="" type="checkbox"/>	

Attribution eines Schülers, der seinen Erfolg auf **Glück** bzw. seinen Misserfolg auf **Pech** zurückführt?

		Lokalität	
		internal	external
Stabilität	stabil		
	variabel		<input checked="" type="checkbox"/>

Attribution eines Schülers, der seinen Erfolg auf eine **leichte Aufgabe** bzw. seinen Misserfolg auf die **Schwierigkeit des Aufgabenbereichs** zurückführt?

		Lokalität	
		internal	external
Stabilität	stabil		<input checked="" type="checkbox"/>
	variabel		

Attribution eines Schülers, der seinen Erfolg auf seine **Fähigkeiten/Begabung** bzw. seinen Misserfolg auf **mangelnde Fähigkeit** zurückführt?

		Lokalität	
		internal	external
Stabilität	stabil	<input checked="" type="checkbox"/>	
	variabel		

# Attributionstheorie Weiner (1974)

Zweidimensionales Attributionsschema

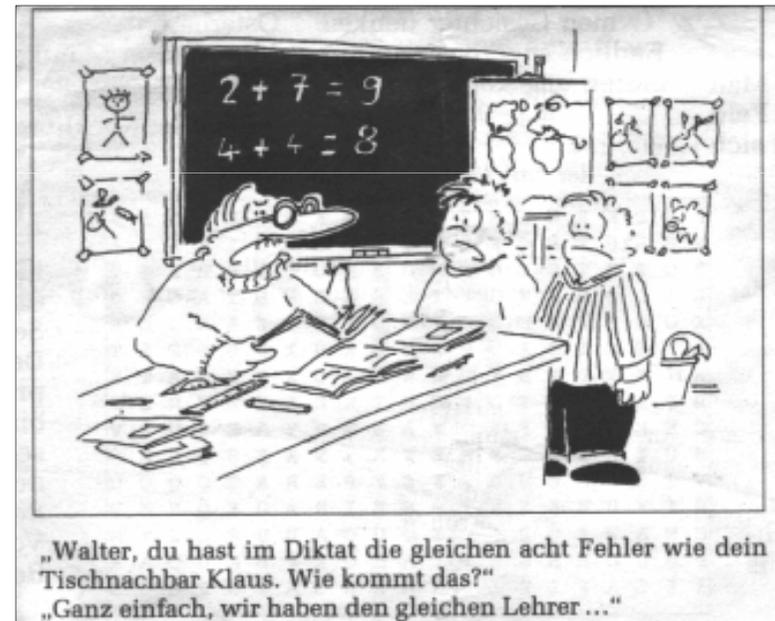
		Lokalität	
		internal	external
Stabilität	stabil	Begabung/Fähigkeit	Aufgabenschwierigkeit
	variabel	Anstrengung	Zufall, Glück, andere Personen

## Der Fall „Benno“ – Leistungsabfall im Mathematikunterricht

Bitte lesen Sie sich das Fallbeispiel durch:

Analysieren Sie sämtliche Ursachen-  
zuschreibungen der zwei Personen  
anhand der Attributionstheorie von  
Weiner und ordnen Sie diesen  
bestimmte Attributionsmuster zu.

Bearbeitungszeit: 12 Minuten



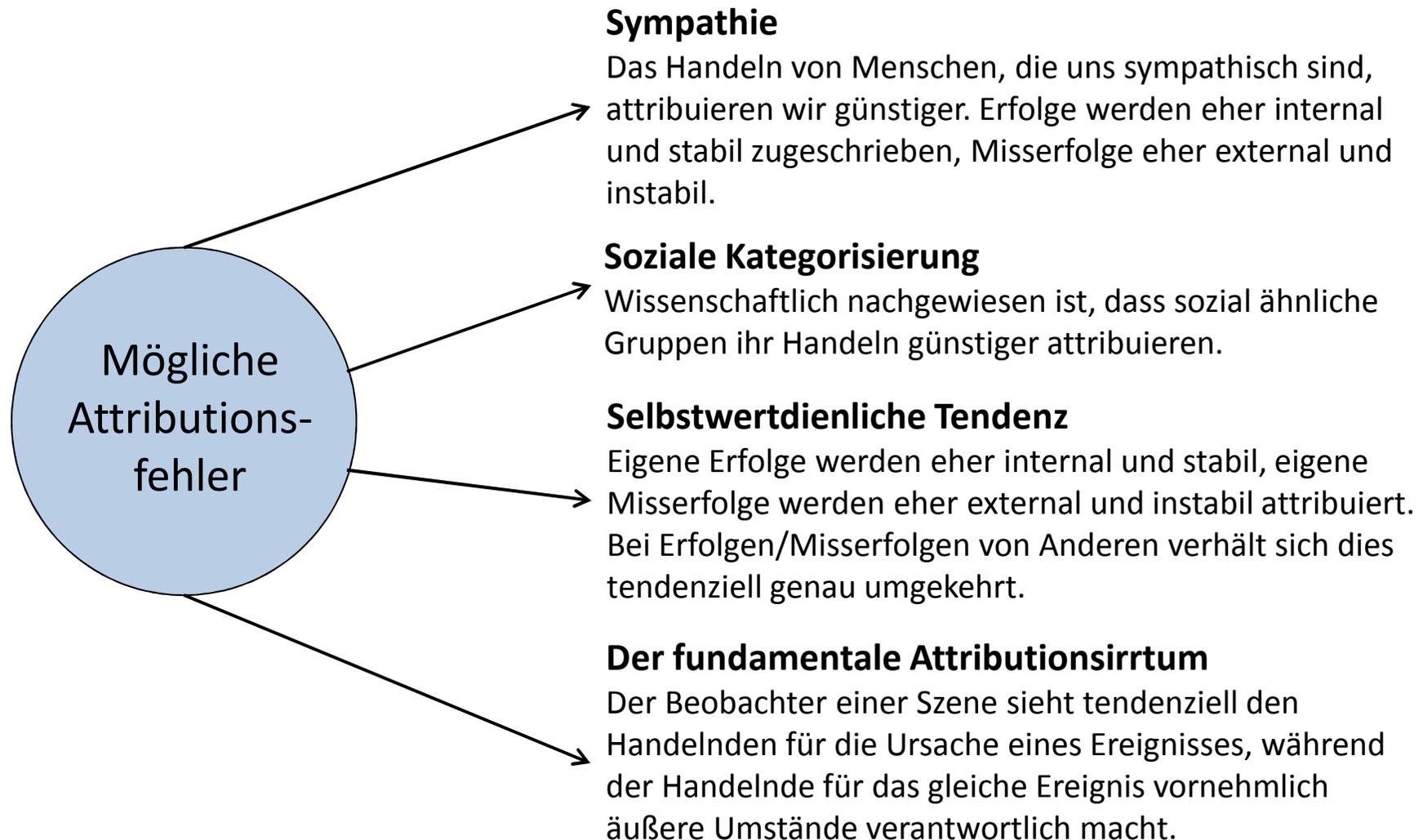
## Vorteilhaftes Attributionsmuster (erfolgszuversichtliche Personen)

<b>Erwünschte Attribution von Erfolg und Misserfolg</b> (nach Fosterling, 1985)			
<b>Leistungs- ergebnis</b>	<b>Attribution</b>	<b>Emotion/ Erwartung</b>	<b>Verhalten</b>
<b>Erfolg</b>	Fähigkeit und Anstrengung	Stolz, hohes Selbstwertgefühl / hohe zukünftige Erfolgserwartung	Weitere hohe Bereitschaft zum leistungsorientierten Arbeiten
<b>Misserfolg</b>	Mangelnde Anstrengung	Schuldgefühle / weiter vorhandene Erfolgserwartung	Weitere hohe Bereitschaft zum leistungsorientierten Arbeiten

## Nachteiliges Attributionsmuster (misserfolgsängstliche Personen)

<b>Unerwünschte Attribution von Erfolg und Misserfolg</b> (nach Fosterling, 1985)			
<b>Leistungs- ergebnis</b>	<b>Attribution</b>	<b>Emotion/ Erwartung</b>	<b>Verhalten</b>
<b>Erfolg</b>	Zufall oder Glück, zu leichte Aufgabe	Wenig Stolz / keine, eventuell leicht erhöhte Erfolgs- erwartung	Keine verstärkte Bereitschaft zum leistungsorientierten Arbeiten
<b>Misserfolg</b>	Geringe Fähigkeit	Scham, Gefühl der Inkompetenz / geringer werdende Erfolgserwartung	Abwendung von leistungsorientierten Tätigkeiten, Verringerung der Ausdauer

# Mögliche Attributionsfehler



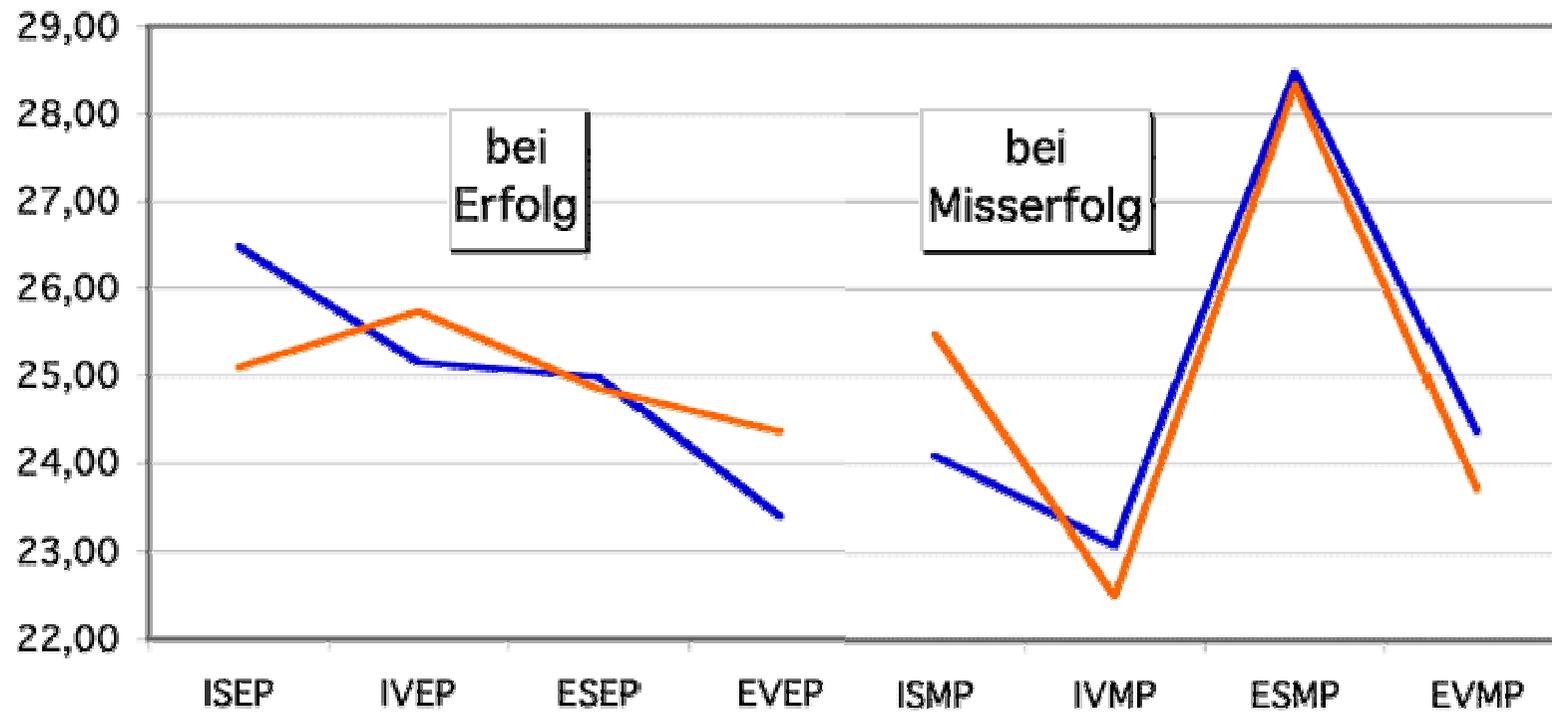
## Geschlechtsspezifische Unterschiede in den Attributionsstilen

- Verschiedene Untersuchungen haben ergeben, dass Mädchen ungünstige Attributionsmuster aufweisen:  
➔ Mädchen führen Erfolge weniger auf ihre Fähigkeiten zurück und attribuieren Misserfolge stärker auf einen Mangel an Fähigkeiten





# Geschlechtsspezifische Unterschiede (Studie mit 2200 Führungskräfte)



## Ursachen für Geschlechterunterschiede

- Negative Selbstwahrnehmung von Frauen und Mädchen

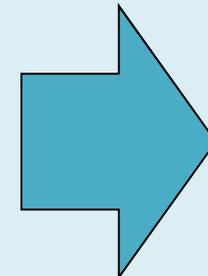
(Deaux, 1984; Rustemeyer, 1998)

- Wenn man sich selbst negativ einschätzt, ist ein Erfolg erwartungsdiskontform und wird auf äußere (instabile) Umstände zurückgeführt.

- Übernahme von Fähigkeitsannahmen oder Attributionsmustern, die von Lehrkräften und Eltern kommuniziert werden

(Dickhäuser & Meyer, 2006; Graham, 1990; Meyer, 1982; Tiedemann, 1995, 2000)

Belege für diese  
Annahme



# Studie zur Übernahme von Attributionsmustern

(Dickhäuser & Meyer, 2006)

- Untersuchung von Attributionsstrukturen mit 159 Mädchen und 152 Jungen (8-9 Jahre) mit ihren Lehrkräften im Fach Mathematik
  - ➔ Bei gleicher Mathematikleistung glauben die Mädchen, dass die Lehrkräfte ihre Leistungen schlechter einschätzen als diejenigen der Jungen
  - ➔ Die Lehrkräfte selbst schätzten die Fähigkeiten der Mädchen signifikant niedriger ein als diejenigen der Jungen
  - ➔ Jungen attribuierten ihre Erfolge stärker auf intern stabile Variablen und Misserfolge weniger auf Mangel an Fähigkeit als die Mädchen

## Studie zu geschlechtsspezifisch unterschiedlichen Rückmeldungen (Dweck et al., 1978)

- Systematische Unterrichtsbeobachtungen
  - ➔ Jungen bekamen insgesamt mehr negative Rückmeldungen als Mädchen
  - ➔ Positive Rückmeldungen für Jungen fast ausschließlich bzgl. intellektueller Aspekte
  - ➔ Positive Rückmeldungen für Mädchen häufig auf nicht-intellektuelle Aspekte
  - ➔ Negative Rückmeldungen für Jungen gleichanteilig auf intellektuelle und nicht-intellektuelle Aspekte
  - ➔ Negative Rückmeldungen für Mädchen fast ausschließlich auf intellektuelle Aspekte

## Experimentelle Variation I: Erlernbarkeit von Attributionsstilen (Dweck et al. 1978)

### Lehrkraft-Junge-Interaktion

- Häufig fähigkeitsbezogene – anstrengungsbezogene Rückmeldung auf Misserfolg



### Lehrkraft-Mädchen-Interaktion:

- Fähigkeitsbezogene Rückmeldung auf Misserfolg



**Attribution von Misserfolgen bei Jungen und Mädchen eher auf mangelnde Anstrengung**



**Attribution von Misserfolgen bei Jungen und Mädchen eher auf mangelnde Fähigkeiten**

## Experimentelle Variation II (Müller & Dweck, 1998)

- Variation der Rückmeldungen bei der Aufgabenbearbeitung von 9-12 jährigen Mädchen und Jungen
- Unabhängig vom tatsächlichen Erfolg:
  1. Aufgabe: Anstrengungsbezogene vs. fähigkeitsbezogene Erfolgsrückmeldung
  2. Aufgabe: Misserfolgsrückmeldung „a lot worse“
  3. Angabe zu task enjoyment, task persistence und Misserfolgsattribution
- ➔ Kinder mit fähigkeitsbezogenem Lob signifikant niedrigere task enjoyment und persistence, schlechteres Abschneiden in weiterer Aufgabe und Misserfolgsattribution auf mangelnde Fähigkeiten

## Fördermaßnahmen

- **Prävention:** präventive Maßnahmen um der Entwicklung negativer Attributionsstile zu verhindern
- **Intervention:** für Personen, die bereits einen negativen Attributionsstil entwickelt haben (z.B. Underachiever)

## Präventive Maßnahmen:

- Information aller Beteiligten (Lehrkräfte, Eltern...)
- Verbale und schriftliche Rückmeldungen
- Selbstattribuierung
- Systematische Attributionstrainings Lehrkräfte und Eltern

## **Präventionsmaßnahmen:**

### **Verbale und schriftliche Rückmeldungen als Prävention ungünstiger Attributionsmuster bei Schülerinnen**

Überlegen Sie sich basierend auf Theorie und empirischen Befunden, wie verbale und schriftliche Rückmeldungen im Unterricht formuliert werden können, um bei Schülerinnen günstige Attributionsmuster u.a in den MINT-Fächern zu fördern!

## Beispiele für günstige Attributionsrückmeldungen

**Erfolgsrückmeldung – Selbstwertfokus** (v.a. bei geringem Selbstvertrauen des Kindes)

- Du bringst viel Verständnis für diese Fragestellung mit.
- Auch diesmal hast du die Aufgaben prima gelöst, du hast das im Griff.
- Siehst du, welche Fähigkeiten in dir stecken?

**Erfolgsrückmeldung – Motivationsfokus**

- Du hast diese Sache wirklich gut gelernt.
- Du hast geschickt gelernt.
- Siehst du, wenn du aufpasst und dich konzentrierst, schaffst du es.

**Misserfolgsrückmeldung – Motivationsfokus**

- Du hast zu schnell aufgegeben, eigentlich kannst du das.
- Du hast diesmal zu flüchtig gerechnet.
- Wenn du dir das noch mal genauer anschaust, wird es beim nächsten Mal bestimmt klappen.

# Beispiele für günstige Attributionsrückmeldungen

## Konsistenz

- Das hast Du wieder gut gemacht

## Konsensusinformation

- Diese Aufgabe hat für die meisten ihre Tücken
- Du hast eine der schwersten Aufgaben gelöst

## Distinktheitsinformation

- Mit dieser Aufgabe kommst Du nicht ganz so gut zurecht, wie mit den anderen

# Motivationsförderung mit Hilfe eines Reattributionstrainings

(Ziegler und Heller, 1998)

- Reattributionstraining im Physikunterricht der 8. Klasse / Gymnasium durch kombinierten Einsatz verbaler und schriftlicher Kommentierungsformen
- 231 GymnasiastInnen (vorwiegend Mädchen) mit ungünstigem Attributionsstil wurden einem 12-wöchigen Reattributionstraining unterzogen
- Untersuchung der Auswirkungen des Reattributionstrainings in verschiedenen Prä- und Posttests sowie den entsprechenden Zeugnisnoten in den Treatment- und Kontrollklassen

## Ergebnis des Reattributionstrainings

- Reduktion unerwünschter Attributionen
- Verstärkung erwünschter Attributionen
- Höhere aufgabenbezogene Motivation
- Leistungsverbesserung im Wissenstest und bessere Noten in den Treatment-Klassen im Vergleich zu den Kontrollklassen

**➔ Beobachtete Effekte waren moderat, aber konsistent!**

## Fazit

- Bei einem Leistungsabfall oder Misserfolgen reagieren oft nicht nur die Betroffenen selbst, sondern auch sein Umfeld, wie Eltern und Lehrer – und häufig nicht in adäquater Weise.
- Die Bedeutung, die die Art der Ursachenzuschreibung gerade im Schulkontext für die Einschätzung der eigenen Fähigkeiten hat, darf man nicht unterschätzen.
- Insbesondere unter Berücksichtigung des Einflusses von ungünstigen Attributionen auf späteres Lernverhalten erscheint das Wissen über diese Theorie für Erziehungspersonen unerlässlich.

## **Workshop, Liesel Beckmann Symposium, TU München**

### **Selbst- und Fremdwahrnehmung von künftigen weiblichen und männlichen Führungskräften**

Leitung: Prof. Dr. Sabine Sczesny

Moderation: Prof. Dr. Karin Zachmann

Im Zentrum des Workshops standen drei Themenstellungen, die auf dem Wege der Kleingruppendiskussion erarbeitet und dann im Plenum gemeinsam referiert und diskutiert wurden. Der erste Themenschwerpunkt beschäftigte sich mit dem Think-Manager-Think-Male Stereotyp. In den Gruppendiskussionen wurde herausgearbeitet, dass dieses Stereotyp ein Ergebnis der historischen Entwicklung westlicher Industriegesellschaften ist. Es entsteht im Zuge der Ausprägung der bürgerlichen Geschlechterordnung, die Männern und Frauen bipolar differenzierte Eigenschaften und Aufgaben zuweist und diese mit Bezug auf den am Menschen gemachten Geschlechterunterschied begründet. Männern wird Instrumentalität zugeschrieben, die sich in der Neigung zu individualistischer Zielverwirklichung materialisiert und Männer dafür prädestiniert, dominant und wettbewerbsorientiert zu sein. Ein solches Verhalten wiederum wird von Managern erwartet. Damit aber haben Frauen, denen im Unterschied zu den Männern in westlichen Industriegesellschaften Expressivität und Gemeinschaftsorientierung und damit die Neigung zu interpersoneller Integration zugeschrieben wird, einen scheinbar „natürlichen“, de facto aber im Ergebnis kultureller Zuschreibungen entstandenen Wettbewerbsnachteil, wenn es um die Besetzung von Managerfunktionen geht. Bei der Untersuchung anderer Gesellschaften, die sich in ihrem historischen Entwicklungsstadium und ihrer kulturellen Ausprägung von westlichen Industriegesellschaften unterscheiden, können andere Rollenmuster und eine viel größere Rollenflexibilität beobachtet werden. Das aber verweist darauf, dass eine Naturalisierung der Rollendifferenzierung mit Rekurs auf das biologische Geschlecht zurückgewiesen werden kann und muss.

Der zweite Themenschwerpunkt umfasste die Frage, wie geschlechtsspezifische Stereotype die Fremd- und die Eigenwahrnehmung beeinflussen und inwieweit der soziale Wandel in der spätmodernen Gesellschaft Einfluss auf die Entwicklung von Berufs- und Geschlechterrollen ausübt. Die Kleingruppen kamen übereinstimmend zu dem Ergebnis, dass Instrumentalität als eine in westlichen Industriegesellschaften positiv bewertete Eigenschaft zunehmend auch bei Frauen akzeptiert wird. Sie können also zusätzlich zu der ihnen qua Geschlecht zugeschriebenen Expressivität das Merkmal der Instrumentalität addieren. Das aber stellt die Frauen vor die Anforderung, zwei ursprünglich gegensätzlich ausgerichtete Merkmale zu repräsentieren. Diese Doppelrolle ist einerseits eine besondere Anforderung. Andererseits aber verleiht sie auch größere Flexibilität, weil sie die Einpassung in ein größeres Spektrum an Handlungsräumen ermöglicht. Männern hingegen wird in der Fremdwahrnehmung nicht zugestanden, Expressivität als ein geschlechtsadäquates Merkmal in ihr Rollenbild zu integrieren. Wenn es bei Männern angetroffen wird, dann wird es als untypisch stigmatisiert. Frauen könnten also die Doppelrolle nicht nur als eine Belastung, sondern auch als eine Chance verstehen.

Der dritte Schwerpunkt forderte die Workshop-Teilnehmerinnen auf, Vorschläge zu entwickeln, wie die Wirkung von Geschlechtsstereotypen bei der Rekrutierung von Führungskräften ausgeschaltet werden kann. Diskutiert wurden Quotenregelungen, die vielen Teilnehmerinnen als das nach wie vor erfolgversprechendste Instrument zum Abbau der Geschlechterhierarchie gelten. Gendertraining zur Bewusstmachung von impliziten

Vorurteilen, die auf Geschlechterstereotypen beruhen, wurde vorgeschlagen. Wichtig sei eine konsequente und mit Sanktionen verknüpfte Gleichstellungspolitik. Die forschungsorientierten DFG-Gleichstellungsstandards wurden hier als ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung bewertet.

Der Workshop war hervorragend vorbereitet und von einer engagierten und kreativen Atmosphäre geprägt. Allein, dass die Frauen bei dieser Diskussion unter sich waren und keine männlichen Kollegen daran teilgenommen haben, wurde übereinstimmend kritisch vermerkt.

**Liesel Beckmann Symposium 2010**  
**Gender in den Wirtschaftswissenschaften**

**Ergebnisse zu Workshop 3: Selbst- und Fremdwahrnehmung von künftigen weiblichen und männlichen Führungskräften**

Referentin: Prof. Dr. Sabine Sczesny, Universität Bern

Moderatorinnen: Prof. Dr. Isabell M. Welpel, Dr. Jutta Wollersheim, Technische Universität München

In dem Workshop wurden nach einer Vorstellungsrunde Kleingruppen gebildet, um jeweils folgende Aufgaben zu bearbeiten und intensiv zu diskutieren:

- Diskutieren Sie den Inhalt und die Entstehung des Think-Manager-Think-Male Stereotyps.
- Diskutieren Sie, wie dieses Stereotyp auf dem (langen) Weg in eine Führungsposition bei zukünftigen Führungskräften und bei Personalverantwortlichen Einfluss nehmen kann. Berücksichtigen Sie dabei verschiedene Kontextfaktoren in der Fremdwahrnehmung, die Instrumentalität im Selbstkonzept und deren Veränderbarkeit sowie verschiedene Aspekte des sozialen Wandels.
- Welche Ansatzpunkte gibt es für angehende Führungskräfte und Personalverantwortliche, die Wirkung dieses Stereotyps zu reduzieren bzw. zu vermeiden?

Im Anschluss an die Arbeit in Kleingruppen wurden die Ergebnisse zusammengetragen und in der großen Gruppe diskutiert; hierbei wurde Folgendes festgestellt:

Das Think-Manager-Think-Male Stereotyp besagt, dass die Vorstellung einer typischen Führungskraft unmittelbar mit der Assoziation männlicher Eigenschaften einhergeht. So werden Führungskräften in der Fremdwahrnehmung Eigenschaften zugeschrieben, die grundsätzlich als männlich gelten (z. B. dominant, aktiv, selbstbewusst, entschlossfreudig). Es wird also davon ausgegangen, dass Führungskräfte männliche Eigenschaften haben (sollten). Das stereotypische Bild von Frauen (z. B. ausgleichend, kooperativ, empathisch) widerspricht hingegen dem Bild einer typischen Führungskraft.

Mit Blick auf den Weg in eine Führungsposition wurde zunächst Geschlechtsrollen diskutiert, wobei zwischen der für Männer typischen instrumentellen, d. h. aufgabenbezogenen, und der für Frauen typischen expressiven, d. h. sozialemotional unterstützenden Funktion differenziert wurde. Das Think-Manager-Think-Male Stereotyp wurde insgesamt als kritisch angesehen; denn es wirkt sich sowohl auf die Selbst- als auch auf die Fremdwahrnehmung aus und kann hier negative Konsequenzen mit sich bringen. In der Fremdwahrnehmung, etwa durch Personalverantwortliche, kann das Stereotyp negative Auswirkungen haben, indem es im Treffen suboptimaler Entscheidungen resultieren kann; d.h., weibliche Bewerber werden aufgrund der wahrgenommenen Rolleninkongruenz z. B. nicht als Führungskraft eingestellt bzw. auf diese Position befördert, da

(unter Umständen fälschlicher Weise) das Vertrauen in das Erfolgspotenzial der Bewerberin fehlt. Die Selbstwahrnehmung zukünftiger Führungskräfte ist insofern relevant, als eine selbst zugeschriebene Instrumentalität positiv auf das Erleben der Passung zu einer Führungsrolle wirkt. Deshalb sollte versucht werden, die Instrumentalität von Frauen durch Trainings gezielt zu verändern. In einer ersten experimentellen Studie konnte bereits beobachtet werden, dass die Aktivierung des Instrumentalitätskonzepts bei Frauen die Präferenz für eine Führungsrolle erhöht. Insgesamt zeigt sich, dass das historisch gewachsene Think-Manager-Think-Male-Stereotyp heutzutage immer noch wirksam ist, dass es sich jedoch bis zu einem gewissen Grad verändern lässt. Besonders hervorgehoben wurde von den Teilnehmern, dass Instrumentalität erlernbar ist, wobei von Frauen allerdings in der Regel eine Doppelrolle erwartet wird; d. h. zusätzlich zur Instrumentalität wird hier Expressivität verlangt. Diese Doppelrolle sollte als Chance verstanden werden; denn Expressivität, (eine Eigenschaft, die grundsätzlich eher Frauen zugesprochen wird) wird für eine Führungskraft als gleichsam wichtig erachtet.

Abschließend wurde in der Diskussion zur Reduzierung bzw. Vermeidung des Think-Manager-Think-Male-Stereotyps insbesondere über Schulungen von Entscheidungsträgern wie z. B. Personalverantwortlichen gesprochen. Diese sollte gezielt trainiert werden, um deren Bewusstsein hinsichtlich des Stereotyps zu stärken und etwaige daraus resultierende suboptimale Entscheidungen zu vermeiden. Des Weiteren wurde über eine mögliche politische Einflussnahme gesprochen. Im Bereich der Wissenschaft konnten bereits erste positive Entwicklungen konstatiert werden, da intensiv über Frauenförderung und Gleichstellungsgrundsätze diskutiert wird und entsprechende Fördermaßnahmen eingeleitet wurden.

**Liesel Beckmann Symposium 2010**  
**Gender in den Wirtschaftswissenschaften**

**Ergebnisse zu Workshop 3: Selbst- und Fremdwahrnehmung von künftigen weiblichen und männlichen Führungskräften**

Referentin: Prof. Dr. Sabine Sczesny, Universität Bern

Moderatorinnen: Prof. Dr. Isabell M. Welpel, Dr. Jutta Wollersheim, Technische Universität München

In dem Workshop wurden nach einer Vorstellungsrunde Kleingruppen gebildet, um jeweils folgende Aufgaben zu bearbeiten und intensiv zu diskutieren:

- Diskutieren Sie den Inhalt und die Entstehung des Think-Manager-Think-Male Stereotyps.
- Diskutieren Sie, wie dieses Stereotyp auf dem (langen) Weg in eine Führungsposition bei zukünftigen Führungskräften und bei Personalverantwortlichen Einfluss nehmen kann. Berücksichtigen Sie dabei verschiedene Kontextfaktoren in der Fremdwahrnehmung, die Instrumentalität im Selbstkonzept und deren Veränderbarkeit sowie verschiedene Aspekte des sozialen Wandels.
- Welche Ansatzpunkte gibt es für angehende Führungskräfte und Personalverantwortliche, die Wirkung dieses Stereotyps zu reduzieren bzw. zu vermeiden?

Im Anschluss an die Arbeit in Kleingruppen wurden die Ergebnisse zusammengetragen und in der großen Gruppe diskutiert; hierbei wurde Folgendes festgestellt:

Das Think-Manager-Think-Male Stereotyp besagt, dass die Vorstellung einer typischen Führungskraft unmittelbar mit der Assoziation männlicher Eigenschaften einhergeht. So werden Führungskräften in der Fremdwahrnehmung Eigenschaften zugeschrieben, die grundsätzlich als männlich gelten (z. B. dominant, aktiv, selbstbewusst, entschlossfreudig). Es wird also davon ausgegangen, dass Führungskräfte männliche Eigenschaften haben (sollten). Das stereotypische Bild von Frauen (z. B. ausgleichend, kooperativ, empathisch) widerspricht hingegen dem Bild einer typischen Führungskraft.

Mit Blick auf den Weg in eine Führungsposition wurde zunächst Geschlechtsrollen diskutiert, wobei zwischen der für Männer typischen instrumentellen, d. h. aufgabenbezogenen, und der für Frauen typischen expressiven, d. h. sozialemotional unterstützenden Funktion differenziert wurde. Das Think-Manager-Think-Male Stereotyp wurde insgesamt als kritisch angesehen; denn es wirkt sich sowohl auf die Selbst- als auch auf die Fremdwahrnehmung aus und kann hier negative Konsequenzen mit sich bringen. In der Fremdwahrnehmung, etwa durch Personalverantwortliche, kann das Stereotyp negative Auswirkungen haben, indem es im Treffen suboptimaler Entscheidungen resultieren kann; d.h., weibliche Bewerber werden aufgrund der wahrgenommenen Rolleninkongruenz z. B. nicht als Führungskraft eingestellt bzw. auf diese Position befördert, da

(unter Umständen fälschlicher Weise) das Vertrauen in das Erfolgspotenzial der Bewerberin fehlt. Die Selbstwahrnehmung zukünftiger Führungskräfte ist insofern relevant, als eine selbst zugeschriebene Instrumentalität positiv auf das Erleben der Passung zu einer Führungsrolle wirkt. Deshalb sollte versucht werden, die Instrumentalität von Frauen durch Trainings gezielt zu verändern. In einer ersten experimentellen Studie konnte bereits beobachtet werden, dass die Aktivierung des Instrumentalitätskonzepts bei Frauen die Präferenz für eine Führungsrolle erhöht. Insgesamt zeigt sich, dass das historisch gewachsene Think-Manager-Think-Male-Stereotyp heutzutage immer noch wirksam ist, dass es sich jedoch bis zu einem gewissen Grad verändern lässt. Besonders hervorgehoben wurde von den Teilnehmern, dass Instrumentalität erlernbar ist, wobei von Frauen allerdings in der Regel eine Doppelrolle erwartet wird; d. h. zusätzlich zur Instrumentalität wird hier Expressivität verlangt. Diese Doppelrolle sollte als Chance verstanden werden; denn Expressivität, (eine Eigenschaft, die grundsätzlich eher Frauen zugesprochen wird) wird für eine Führungskraft als gleichsam wichtig erachtet.

Abschließend wurde in der Diskussion zur Reduzierung bzw. Vermeidung des Think-Manager-Think-Male-Stereotyps insbesondere über Schulungen von Entscheidungsträgern wie z. B. Personalverantwortlichen gesprochen. Diese sollte gezielt trainiert werden, um deren Bewusstsein hinsichtlich des Stereotyps zu stärken und etwaige daraus resultierende suboptimale Entscheidungen zu vermeiden. Des Weiteren wurde über eine mögliche politische Einflussnahme gesprochen. Im Bereich der Wissenschaft konnten bereits erste positive Entwicklungen konstatiert werden, da intensiv über Frauenförderung und Gleichstellungsgrundsätze diskutiert wird und entsprechende Fördermaßnahmen eingeleitet wurden.

## **Workshop: „Förderung von günstigen Attributionsmustern bei Schülerinnen in den MINT-Fächern“**

**Dr. Claudia Geyer, Katrin Neubauer**

Mit diesem Workshop wurden zwei Ziele verfolgt: Zum einen sollten die Lehrkräfte für das Thema allgemein sensibilisiert werden. Zum anderen sollten ihnen konkrete Handlungsoptionen im Unterricht zur Förderung günstiger Attributionsmuster aufgezeigt werden.

Demzufolge war es in einem ersten Schritt für uns wichtig, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Grundlagen der Attributionstheorie zu vermitteln und deren Anwendung auf den Unterricht im Rahmen von Fallbeispielen zu erproben. Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer kamen problemlos mit dem theoretischen Hintergrund zurecht und konnten die Theorie auf ein Fallbeispiel aus dem Unterricht anwenden. Im Anschluss daran wurden Ergebnisse zu geschlechtsspezifischen Unterschieden in der Attribution von Erfolgen und Misserfolgen vorgestellt, welche zeigen, dass Mädchen, insbesondere in den MINT-Fächern, über deutlich ungünstigere Attributionsmuster verfügen als Jungen. Es wurde ausführlich über dieses Phänomen diskutiert. Bis auf eine Ausnahme konnten alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer diese Zusammenhänge aus ihren eigenen Erfahrungsbereichen bestätigen. Gemeinsam wurde im Folgenden auf der Basis empirischer Forschungsergebnisse überlegt, inwieweit im Unterricht günstige Attributionsmuster von Mädchen gefördert werden können. Dabei kamen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer schnell zu dem Schluss, dass die individuellen Rückmeldungen dafür von entscheidender Bedeutung sind. Auf der Basis dieses Diskussionsergebnisses wurden den Teilnehmerinnen und Teilnehmern einige Richtlinien zur Gestaltung förderlicher Rückmeldungen aus der pädagogisch-psychologischen Forschung zur Hand gegeben, anhand derer eigene Formulierungen für Feedback im Unterricht entwickelt wurden. Abschließend wurden die individuellen Rückmeldungen der einzelnen Teilnehmerinnen und Teilnehmer vorgestellt und diskutiert.

## **Workshop 4: Gender Marketing: Frauen konsumieren anders, Männer auch!**

Referentin: Regina Buchholz M.A.; Kommunikationsagentur Buchholz PR  
Moderatorin: Andrea Bieberstein M. Sc.; Fakultät für Wirtschaftswissenschaften,  
TUM

**Def.: Gender Marketing:** ist geschlechtsspezifisches Marketing, ein auf die unterschiedlichen Bedürfnisse von weiblichen und männlichen Konsumenten abgestimmtes Marketing-Tool.

Dabei geht es nicht um die Vermarktung typischer Frauen- bzw. Männerprodukte, sondern Gender Marketing möchte Frauen für klassische Männermärkte erobern und klassische Frauenmärkte für Männer öffnen.

### **Ziele und Hintergründe des Gender Marketing**

Aufgrund gesellschaftlicher Veränderungen in den letzten Jahrzehnten haben sich Rollenbilder sowohl für Männer als auch für Frauen geändert und vielfältige Lebensentwürfe möglich gemacht. Dadurch kommen Zuweisungen im Bezug auf Geschlechterrollen ins Wanken. Während Massenmarketing versucht Produkte an beide Geschlechter zu verkaufen und sich dabei meist noch der stereotypen Rollenbilder bedient, ist es Ziel des Gender Marketing den neuen Lebenssituationen von Männern und Frauen gerecht zu werden.

### **Fragestellungen des Gender Marketing**

- Wie nutzen Frauen und Männer Produkte/Dienstleistungen?
- Welche unterschiedlichen Ansprüche stellen Männer und Frauen an ein/e Produkt/Dienstleistung?
  - Welche Bedürfnisse haben Kundinnen und Kunden an ein Produkt?
  - Lässt sich das Produkt gleichermaßen von Männern und Frauen bedienen?
- Wie treffen Frauen und Männer Kaufentscheidungen?
- Welche Zielgruppenansprache (Werbung, Kommunikation) wird von Männern und Frauen bevorzugt?
  - Werden Geschlechterstereotype reproduziert?

### **Beispiele erfolgreicher Gender Marketing Kampagnen**

- Unilever, Dove (Körperpflege) „Keine Models – aber straffe Kurven!“  
„Schönheit kennt kein Alter“  
In der Werbung werden natürliche Frauen gezeigt, die nicht dem stereotypen Schönheitsideal der Werbung entsprechen.

- L'Oréal, L'Oréal men expert (Pflegeproduktlinie) „Beste Technologie für die Haut jedes Mannes“
  - Appell an Technikverständnis des Mannes
  - Expertentum für Männer wichtig
- Bosch, IXO (Akkuschrauber): extra für Frauen entwickelt (leichter im Gewicht und Handhabung)
- Bauknecht, „big“ (Waschmaschine): „Heute leben“: Waschmaschine, die größere Füllmengen erlaubt, Bauknecht bietet Waschkurse für Männer an

### **Gender Marketing im Marketing-Mix**

Gender Marketing betrifft den gesamten Marketing-Mix.

Im Workshop wurde exemplarisch gezeigt, wie Grundsätze des Gender Marketing in der Produktentwicklung und im Vertrieb umgesetzt werden können.

#### Produktentwicklung z.B.:

- Gleichberechtigte Beteiligung von Frauen und Männer in der Produktentwicklung
- Berücksichtigung potentieller geschlechtsspezifischer Bedürfnisse an das Produkt
- Gendersensible Namensgebung für ein Produkt

#### Vertrieb z.B.:

- Schulung von Verkaufspersonal bzgl. der Unterschiede männlicher und weiblicher Kaufentscheidungsprozesse

Im Workshop wurde unter anderem diskutiert, für welche Produkte bzw. Produktkategorien Gender Marketing sinnvoll ist und ob ev. auch die Gefahr einer Verstärkung von Geschlechterstereotypen besteht. Positiv bewerteten die Teilnehmerinnen die Ablehnung sexistischer Werbung oder das nutzerInnenfreundlichere Design von Geräten/Werkzeugen.