

WISE PROJECT • ZUSAMMENFASSUNG

Women Employment in Urban Public Transport Sector

www.wise-project.net

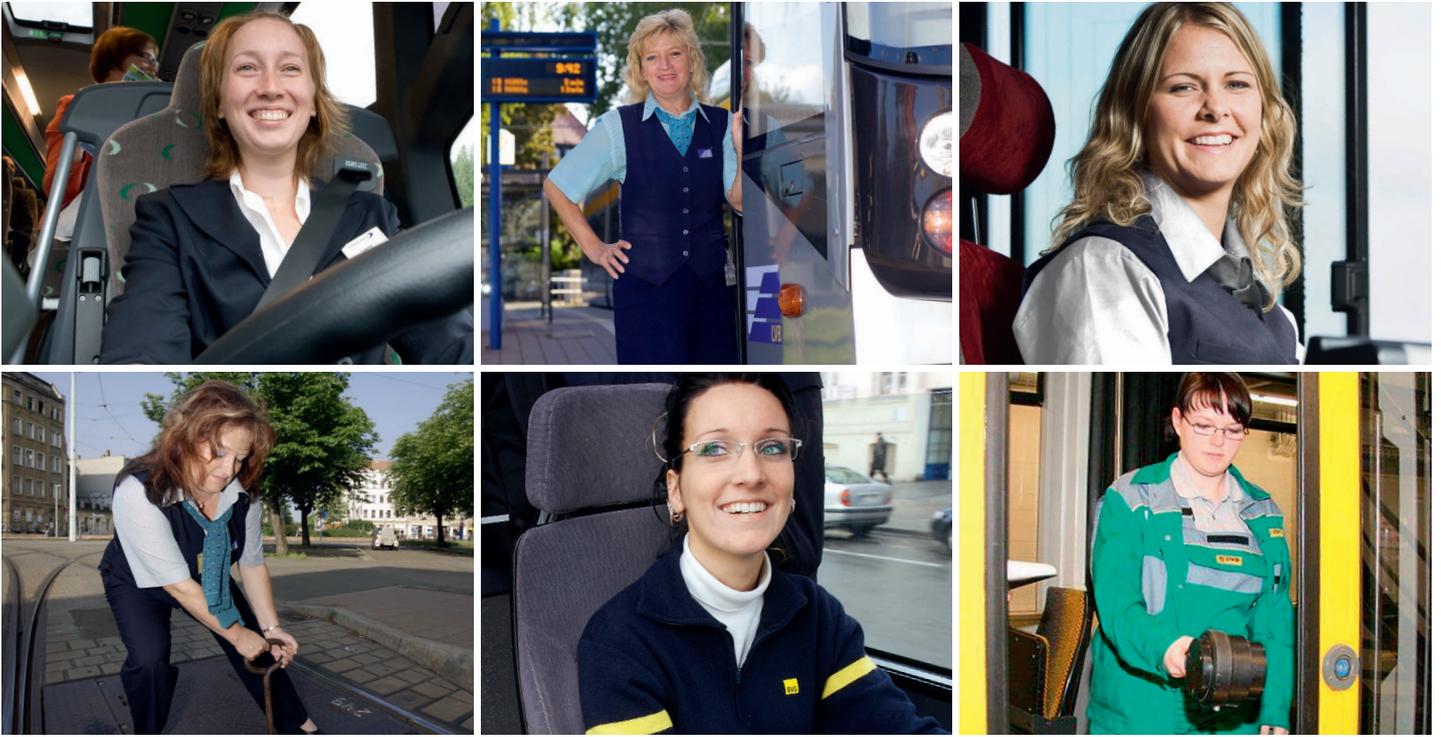
W  **ISE**



Gefördert von der Europäischen Union

ZUSAMMENFASSUNG

1) Das Wise-Projekt – Hintergrund, Ziele, Methodik



Der öffentliche (städtische) Personennahverkehr (ÖPNV) ist nach wie vor eine von Männern dominierte Branche. Durchschnittlich 82,5% der Belegschaften sind männlich. Gemäß des Beschäftigungsziels der Europäischen Union, das in der „Strategie 2020“ benannt wurde, wird angestrebt, eine Beschäftigungsquote von 75% bis zum Jahr 2020 zu erreichen. Dieses Ziel soll unter anderem durch eine stärkere Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt realisiert werden. Vor diesem Hintergrund haben die EU-Sozialpartner das Projekt „WISE“ (Women Employment in Urban Public Transport Sector) ins Leben gerufen. Das Projekt war Teil des Arbeitsprogramms des europäischen Sozialdialogs und wurde daher von der Europäischen Union finanziell gefördert. Im Rahmen des Projekts WISE sollte die Beschäftigungssituation von Frauen in europäischen Unternehmen des ÖPNV untersucht werden, um zu einer besseren Vertretung und Integration von Frauen in der Branche beizutragen.

Zu den Projektzielen gehörten beispielsweise, dass Frauen ein besserer Zugang zu allen Berufen im ÖPNV gewährt wird. Dies betrifft vor allem technische Berufe und Management- bzw. Führungspositionen. Diese Zielsetzung sollte u. A. durch die Implementierung und Anwendung entsprechender EU-Gesetze zur Gleichstellung der Geschlechter innerhalb der Branche erreicht werden. Um die Projektziele zu erreichen, wurden verschiedene Maßnahmen umgesetzt. Dazu gehörte eine quantitative Studie (Versendung von Fragebögen an Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbände und Gewerkschaften innerhalb der EU-27-Staaten) sowie eine qualitative Studie (Interviews mit 50 in Verkehrsunternehmen beschäftigten Frauen). Diese Studien wurden im Rahmen der Projektlaufzeit durchgeführt und ausgewertet. Eine weitere Maßnahme, die einen besonderen Einblick in die Praxis der

ÖPNV-Unternehmen gewährte, war die Durchführung von Arbeitstreffen („work meetings“) in fünf verschiedenen europäischen Ländern bzw. Städten. Diese fanden in Berlin, Helsinki, Antwerpen, Sofia und Bukarest statt. Im Rahmen dieser Arbeitstreffen sind Unternehmen des ÖPNV besucht worden. Die Interviews wurden an die Arbeitstreffen gekoppelt; die interviewten Frauen sind jeweils in den besuchten Unternehmen beschäftigt.

Abgesehen davon, dass Frauen durch einen besseren Zugang zu Berufen und Karrieren der Branche ökonomische Unabhängigkeit erreichen, hat eine Erhöhung der Frauenbeschäftigung viele andere gewinnbringende Aspekte für die Unternehmen, die von Projektbeginn an kommuniziert wurden:

- ↑ Angesichts der demografischen Entwicklung, die dazu führt, dass sich die Anzahl junger und potentieller Mitarbeiter perspektivisch verringern wird, scheint die Einstellung von Frauen eine Lösung zu sein, um auf den steigenden Personalbedarf zu reagieren.
- ↑ Wenngleich Frauen in der Gesellschaft oftmals immer noch als diejenigen angesehen werden, die sich um die Kinder und/oder ältere Angehörige zu kümmern haben, könnte die Einstellung von Frauen zu Strategien führen, um die „Work-Life-Balance“, und somit die Arbeitsbedingungen für beide Geschlechter zu verbessern.
- ↑ Durch ihre kommunikativen Fähigkeiten und die damit verbundenen deeskalierenden Effekte können weibliche Beschäftigte eine neue Qualität des ÖPNV auf den Weg bringen, bei dem z.B. die Anforderungen der (weiblichen) Fahrgäste besser erfüllt werden.

2) Die Beschäftigung von Frauen im öffentlichen städtischen Personennahverkehr in Europa – Stand der Dinge

Die gesammelten Daten aus den 14 EU-Ländern, die an der quantitativen Studie teilnahmen, haben gezeigt, dass die Anzahl weiblicher Mitarbeiter innerhalb der Branche und den Unternehmen differiert. Und dies, obwohl die Unternehmen, Gewerkschaften und Verbände, die in das Projekt involviert waren, die Vorteile der Beschäftigung von Frauen kennen und die meisten auf verschiedenen Wegen versucht haben, den Frauenanteil innerhalb ihrer Belegschaften zu erhöhen. Der Prozentsatz weiblicher Mitarbeiter in den Unternehmen variiert zwischen 5 und 31 %. Der Durchschnitt liegt bei 17,5 %. Besonders in technischen oder operativen Unternehmensbereichen, wie z.B. dem Fahrbetrieb, ist der prozentuale Anteil der Frauen gering. Er liegt oftmals unter 10 %.

Innerhalb des Projekts konnte eine Reihe von Gründen für den geringen Frauenanteil in der Branche identifiziert werden. So stellt beispielsweise der Mangel an unternehmensinternen Initiativen für die „Work-Life-Balance“ der Beschäftigten eine der Hauptbarrieren für die Frauenbeschäftigung dar. Darüber hinaus spielen vor allem kulturelle Aspekte, wie z.B. eine vorherrschende „männliche Arbeitskultur“ sowie existierende Geschlechterstereotypen und Vorurteile eine entscheidende Rolle für die geringe Anzahl weiblicher Beschäftigter. Fehlende politische Strategien zur Erhöhung des Frauenanteils wurden ebenfalls als Gründe genannt.

Die Anzahl der weiblichen Mitarbeiter ist in jedem Land, das im Rahmen des Projekts besucht wurde, konstant gering. Dennoch war es auffällig, dass der Frauenanteil in den Unternehmen der osteuropäischen Staaten etwas höher ist als in den Unternehmen der westeuropäischen Länder. In Bezug auf die mangelnde Geschlechterdiversität bzw. -vielfalt in technischen oder operativen Abteilungen der untersuchten Unternehmen gibt es jedoch zwischen den befragten Ländern kaum Unterschiede.

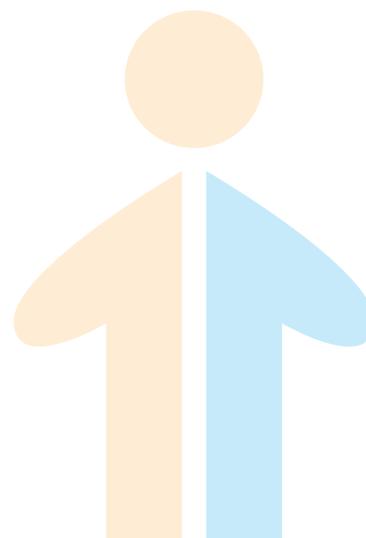
Die Analyse der Erhebungsergebnisse hat gezeigt, dass Frauen in allen Altersgruppen unterrepräsentiert sind. Die Altersgruppe der über 60-jährigen Beschäftigten ist besonders davon betroffen. Bezüglich der hierarchischen und berufsbezogenen Positionen der Beschäftigten ist eine klare Geschlechtertrennung („segregation“) erkennbar. In den osteuropäischen Ländern gibt es mehr weibliche Mitarbeiter in den Unternehmen. In einem der besuchten Unternehmen in Osteuropa sind z.B. 44 % weibliche Straßenbahnfahrer beschäftigt. Andere Bereiche in osteuropäischen Unternehmen, in denen Frauen überproportional vertreten sind, sind die Verwaltung und Kundenbetreuung/Service. Hier stellen Frauen einen Anteil von bis zu 77,1 %. Gerade in diesem Unternehmensbereich werden die kommunikativen und deeskalierenden Eigenschaften von Frauen hoch geschätzt.

Die Ergebnisse der an der Umfrage beteiligten Länder haben gezeigt, dass im Bereich des Managements eine geringe Geschlechtervielfalt herrscht: In den Führungspositionen der Branchenunternehmen sind männliche Beschäftigte in der Mehrheit. Die Tendenz: Je höher die Position in der Unternehmenshierarchie, desto geringer ist der prozentuale Anteil der Frauen.

Gleiches gilt für die Geschäftsführungen. Dennoch ist der Anteil der Frauen, die im Management tätig sind, mit einem Durchschnitt von 23,8 %, verglichen mit der geringen Gesamtanzahl weiblicher Mitarbeiter in der Branche, relativ hoch.

Die geringe Anzahl von Frauen in technischen Berufen wurde bereits erwähnt. Technische Berufe haben in ÖPNV-Unternehmen stets eine große Bedeutung. Im Projekt hat sich herausgestellt, dass die Behauptung, Frauen seien weniger an Technik interessiert und würden diesbezüglich weniger Qualifikationen aufweisen, allgemein verbreitet und generell akzeptiert ist. Diese Sichtweise ist eine wesentliche Barriere für die Beschäftigung von Frauen in der Branche. Gleichwohl ist nicht nur die Verkehrsbranche davon betroffen; dieser Herausforderung müssen sich auch andere Branchen stellen.

Ein weiteres interessantes Projektergebnis ist: In Firmen, die sowohl Bus-, Straßenbahn- und U-Bahnen betreiben, sind weit mehr Frauen als Straßenbahn- und U-Bahnfahrerinnen denn als Busfahrerinnen tätig. Für die geringe Beschäftigung von Frauen im Busbetrieb sind als Gründe insbesondere das Fehlen von entsprechenden Qualifikationen (z.B. Busführerschein) sowie die (wahrgenommene) Unsicherheit der Tätigkeit (Übergriffe Dritter) genannt worden.



3) Grundlegende Aspekte und Instrumente, die die Beschäftigung von Frauen beeinflussen

Folgende Faktoren haben sich als bedeutend für die Beschäftigung von Frauen herausgestellt:

- ↑ Vereinbarkeit von Beruf und Familien-/sozialem Leben: Arbeitsorganisation
- ↑ Vereinbarkeit von Beruf und Familien-/sozialem Leben: „Work-Life-Balance“
- ↑ Arbeits- und Gesundheitsschutz
- ↑ Arbeitskultur
- ↑ Gehälter
- ↑ Karriere, Qualifikation und Weiterbildung
- ↑ Rekrutierung

Die obengenannten Schlüsselfaktoren sind im Rahmen des WISE-Projekts analysiert und detailliert beschrieben worden. Sie werden in der vorliegenden Zusammenfassung des Projektberichts erläutert.

Vereinbarkeit von Beruf und Familien-/sozialem Leben: Arbeitsorganisation

Manager und Wissenschaftler weisen darauf hin, dass der Mangel an weiblichen Beschäftigten innerhalb der Belegschaften von ÖPNV-Unternehmen, wie auch in anderen Branchen, mit unzureichenden frauenfördernden Maßnahmen zusammenhängt. Dazu gehören z.B. unzureichende Flexibilität, die es Frauen ermöglichen würde, ihr Berufs- und Familien-/soziales Leben miteinander zu vereinbaren. Die Möglichkeit, in Teilzeit zu arbeiten, wird hier als eine Chance für flexible Arbeitszeitgestaltung erwähnt. Die Arbeitsorganisation sollte daher verändert bzw. angepasst werden, um den Bedürfnissen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familien-/sozialem Leben gerecht zu werden. Dies muss selbstverständlich unter Berücksichtigung der Interessen eines Unternehmens realisiert werden. Ihre Produktivität zu erhöhen ist von großer Bedeutung für Unternehmen. Aus diesem Grund benötigen sowohl die Unternehmen, als auch Arbeitnehmer flexible Gestaltungsmöglichkeiten. Spezielle Arbeitszeitregelungen und „Work-Life-Balance“-Maßnahmen sind wichtige Faktoren – das spiegelt sich auch in der Agenda der Europäischen Union wider. Frauenbeschäftigung scheint für ein umfangreicheres und besseres Angebot an Arbeitszeitflexibilisierenden Lösungen unentbehrlich zu sein.

Aus Sicht der Arbeitgeber bietet eine Flexibilisierung von Arbeitszeiten viele Vorteile: Eine der positiven Auswirkungen ist die stärkere Bindung der Mitarbeiter/innen an das Unternehmen. Dies ist ein wichtiges Kriterium, besonders wenn sich potentielle Mitarbeiter/innen für einen Beruf oder Arbeitgeber entscheiden. Die Bindung von Mitarbeitern/innen führt zu einer positiven Einstellung der Beschäftigten gegenüber ihrem Job und Arbeitgeber. Das reduziert Fehlzeiten und Mitarbeiterfluktuation. Als erwünschte Nebeneffekte dieser Maßnahmen werden die Effektivität der Beschäftigung und die Produktivität des Unternehmens erhöht.

Tatsächlich bieten viele der Unternehmen (75%), die an der Umfrage teilnahmen oder im Rahmen der Arbeitstreffen besucht wurden, Modelle der flexiblen Arbeitszeitgestaltung an. Besonders Teilzeitarbeit und flexible Arbeitszeiten wurden hier als Maßnahmen genannt. Andere Maßnahmen waren: Tandems, Langzeitarbeitskonten, Arbeitsplatzplanung, die sich an der Altersstruktur der Beschäftigten im Unternehmen orientiert, individuelle Dienstpläne, Teilzeitarbeit für Manager sowie Telearbeit. Einige Unternehmen bieten auch Mentoring- bzw. Betreuungsprogramme für Frauen an. Trotz der relativ großen Anzahl von Unternehmen, die entsprechende Aktivitäten zur Arbeitszeitflexibilität eingeführt haben, sind nicht einmal die Hälfte dieser Unternehmen (46,4%) der Meinung, dass diese Maßnahmen für die Verbesserung der Chancengleichheit zwischen Frauen und Männern Wirkung zeigen.

Individuelle Dienstpläne werden in den Unternehmen als ein Element flexibler Arbeitszeit zur Verbesserung der „Work-Life-Balance“ und der Erhöhung der Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter/-innen diskutiert. Die Umfrage unter den Verkehrsbetrieben hat gezeigt, dass die Arbeitszeitregelungen sich von Land zu Land unterscheiden. Dennoch sind viele Unternehmensvertreter/innen, die an den Arbeitstreffen teilgenommen haben, der Meinung, dass die in der Branche übliche Arbeitszeit oft nicht zufriedenstellend für weibliche Mitarbeiter ist.

Die Nachfrage nach Teilzeitarbeit seitens der Mitarbeiter/innen hängt von verschiedenen Aspekten ab, wie z.B. der Größe der Firma, dem Arbeitszeitbedarf (Schicht- oder Nachtarbeit) oder der Anzahl weiblicher Mitarbeiter. Es besteht auch ein Zusammenhang zwischen dem prozentualen Anteil von Frauen im Unternehmen und dem Bedarf, in Elternzeit zu gehen. Folgende These scheint somit Gültigkeit zu haben: Je mehr sich der Frauenanteil in den Unternehmen erhöht, desto höher scheint der Bedarf an Teilzeitarbeit zu sein.

86,2% der befragten Unternehmen haben bereits Maßnahmen zur Teilzeitarbeit eingeführt, aber nur 48,3% halten diese für effektiv. Berücksichtigt man die Gesamtzahl männlicher und weiblicher Beschäftigter, so ist der Anteil weiblicher Teilzeitkräfte höher als der Anteil männlicher Beschäftigter. Beispiele in zwei besuchten Unternehmen zeigen, dass sog. Altersteilzeitangebote für ältere Beschäftigte attraktiv sind. Aufgrund der gegenwärtigen Altersstrukturen in den Unternehmen des ÖPNV wird sich die Nachfrage nach solchen Angeboten innerhalb der Belegschaften sicherlich erhöhen.

Die Erhebung hat außerdem gezeigt, dass die Anzahl von Teilzeitbeschäftigten in westeuropäischen Ländern höher ist als in osteuropäischen Ländern. Gründe hierfür könnten die verschiedenen Gehaltsstrukturen in den Ländern sein. Es kann davon ausgegangen werden, dass Teilzeitarbeit und die damit verbundene Reduzierung des Einkommens für die Mitarbeiter in osteuropäischen ÖPNV-Unternehmen weniger lukrativ und deshalb selten möglich ist. Die geringere Bezahlung von Teilzeitkräften, die auch westeuropäische Länder betrifft, wird oft als Hindernis für diese Art der Arbeitszeitflexibilität angesehen. Das gilt besonders für alleinerziehende Mütter (oder Väter), die fürchten, von ihrem Teilzeitgehalt nicht leben zu können.



Viele europäische Volkswirtschaften sind von der demografischen Entwicklung betroffen, so dass die Rekrutierung und Bindung einer geringer werdenden Anzahl junger potentieller Mitarbeiter immer wichtiger wird. Es herrscht weitestgehend Konsens, dass der zukünftige Personalbedarf durch die Beschäftigung von mehr weiblichen Mitarbeitern in der Branche gedeckt werden muss und kann. Aus diesem Grund scheint es erforderlich, die Arbeitsbedingungen und die Beschäftigungspolitik entsprechend anzupassen. Gerade deswegen stehen Verkehrsunternehmen vor der Aufgabe, Strategien für eine bessere „Work-Life-Balance“ zu entwickeln. Dies ist ein wichtiges Thema sowohl für weibliche, als auch für männliche Mitarbeiter.

Schichtarbeit gehört zu den Unternehmen des städtischen Personennahverkehrs. Sie ist notwendig, um die Mobilität der Bevölkerung zu verschiedenen Tages- und Nachtzeiten zu gewährleisten. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (51,7%) und die meisten der befragten Gewerkschaften (78,6%) gaben Schichtarbeit als ein Hindernis für die Beschäftigung von Frauen in der Branche an. Interessanterweise teilen viele der interviewten Frauen, die als Fahrerinnen arbeiten, diese Meinung nicht. Wenn Schichtarbeit als ein Problem angesehen wird, dann eher von Frauen mit kleinen Kindern.

Insgesamt wird die Schichtarbeit von den Beschäftigten – besonders aus finanziellen Gründen – als attraktiv angesehen. Viele Tarifverträge, die aufgrund von Tarifverhandlungen zwischen Arbeitgebern und Gewerkschaften entstanden sind, beinhalten finanzielle Zuschläge für Nacht- und Wochenendarbeit sowie Arbeit an gesetzlichen Feiertagen. Als Alternative, für die Gewährleistung gleicher und fairer Arbeitsbedingungen für jede/n Mitarbeiter/in, wurden in vielen Ländern „rotierende Schichten“ angesprochen. Diese Schichten bieten dem Fahrpersonal die Möglichkeit, in von ihnen favorisierten Schichten sowie die Pflicht, in weniger beliebten Schichten zu arbeiten. Verschiedene Schichten „rotieren“ zwischen den Fahrern/innen, so dass jede/r die gleichen Chancen auf ausgeglichene Schichtarbeit hat.

Erwiesenermaßen wachsen die Arbeitszufriedenheit und -motivation von Beschäftigten, wenn sie die Chance haben, ihre Schichten untereinander zu tauschen. Das ist beispielsweise möglich durch firmeninterne Kommunikationsmedien (z.B. Intranet). Dieser Austausch geschieht meist unter Aufsicht durch die Teamleiter und/oder durch das Management. Die Festlegung individueller Dienstpläne aufgrund der persönlichen Wünsche bzw. Anfragen der Beschäftigten hängt jedoch von verschiedenen Faktoren, z.B. der Größe des Unternehmens, ab.

Vereinbarkeit von Beruf und Familien-/sozialem Leben: „Work-Life-Balance“

Bei näherer Betrachtung der „Work-Life-Balance“ ist auch der Aspekt der Elternzeit entscheidend. Bis heute sind es vorrangig die weiblichen Beschäftigten, die in Elternzeit gehen. Die Elternzeitregelungen unterscheiden sich nicht nur von Land zu Land, sondern spiegeln auch die Politik und Strategie der einzelnen Unternehmen wider. Fast drei Drittel der befragten Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern/innen eine Kombination aus Elternzeit und Teilzeitarbeit an. Andere Maßnahmen in Bezug auf die „Work-Life-Balance“ sind eher zweitrangig. Festlegungen zu den beruflichen Perspektiven der Beschäftigten werden vor Antritt der Elternzeit in fast der Hälfte (40,7%) der Unternehmen getroffen. Darüber hinaus werden Fortbildungsangebote und/oder Beratungsgespräche zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern/innen nach der Elternzeit als unternehmerische Maßnahmen erwähnt.

Die Kinderbetreuung ist ein weiteres Element der „Work-Life-Balance“; es existieren gesetzliche Möglichkeiten, die Mitarbeiter/innen von der Arbeit freizustellen oder ihnen bei Krankheit des Kindes kurzfristig einen Sonderurlaub zu gewähren. Eine finanzielle Unterstützung für die Kinderbetreuung wird den Beschäftigten in jedem der besuchten ÖPNV-Unternehmen gewährt. Die Regelungen zur Kinderbetreuung sind von Land zu Land verschieden. Finnland, um ein Beispiel zu nennen, hat sehr weitgehende Regelungen, inkl. der vom Staat subventionierten Kinderbetreuungskosten, entwickelt. Die Vertreter/innen der besuchten Unternehmen in Helsinki erwähnten, dass die Gemeinden in der Pflicht stehen, die Kinderbetreuung für jedes Kind bis zum Beginn der Grundschule zu gewährleisten. Da die Gemeinden vom Staat finanziell unterstützt werden, können sie die obligatorische Kinderbetreuung am Morgen und am Nachmittag im ersten und zweiten Jahr der Grundschule sicherstellen. Darüber hinaus haben Eltern in Finnland einen Anspruch auf Ganztagsbetreuung für Kinder unter drei Jahren; hierzu haben sich die Gemeinden bzw. der Staat ebenfalls verpflichtet.

Bei den Verkehrsunternehmen unterscheiden sich die Kinderbetreuungsangebote erheblich. Die Maßnahmen, die in den Fragebögen, Arbeitstreffen und Interviews erwähnt wurden, reichen von Teilzeitarbeit für Eltern bis zu Firmenkindergärten. Während private oder staatliche Kinderbetreuungseinrichtungen in allen besuchten Städten verfügbar sind, bestehen bei den Öffnungszeiten Unterschiede. In mehreren Unternehmen wird die Anzahl der Kindergärten und deren Öffnungszeiten als unzulänglich für Vollzeitbeschäftigte und Schichtarbeiter/innen eingeschätzt. In keinem der besuchten Unternehmen gibt es einen Firmenkindergarten. Grund dafür ist, dass der Staat diese Form der Kinderbetreuung (im Gegensatz zu staatlichen/öffentlichen Kindergärten) finanziell nicht unterstützt. In einer der besuchten Städte wurden bestehende Firmenkindergärten geschlossen, weil die Nachfrage seitens der Mitarbeiter/innen gering gewesen ist. Während der Arbeitstreffen wurde vorgeschlagen, dass die Unternehmen mit örtlichen Kindergärten kooperieren sollten, so dass Kinderbetreuung für die Mitarbeiter/innen erreichbar und bezahlbar ist. In den Interviews wiesen die Frauen besonders darauf hin, dass die Kindergarteninfrastruktur in Bezug auf Qualität und Öffnungszeiten besser sein könnte.

Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung und der steigenden Anzahl älterer Menschen in der Gesellschaft wird auch die Betreuung älterer bzw. pflegebedürftiger Angehöriger immer wichtiger. Die von den Unternehmen ergriffenen Maßnahmen variieren von Land zu Land, sollten aber keinesfalls außer Acht gelassen werden.

Arbeits- und Gesundheitsschutz

Neben der Arbeitszeitflexibilität, wird auch der Arbeits- und Gesundheitsschutz als ein bedeutendes Thema in den europäischen Unternehmen des ÖPNV wahrgenommen. In der Vergangenheit sind viele unternehmerische Maßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz entwickelt worden. Die meisten von ihnen hatten allerdings geringe Auswirkungen auf die Gleichstellung von Männern und Frauen. Daher ist es unerlässlich, das Thema Arbeits- und Gesundheitsschutz in der Branche weiter zu untersuchen. Für die Optimierung bestehender, aber auch für die Planung zukünftiger Maßnahmen und Aktivitäten sollte deren Einsatz und Effektivität kritisch überprüft werden.

Besonders der Zustand der Fahrzeuge ist von entscheidender Bedeutung für das Fahrpersonal. Die Qualität von Infrastruktur und Fahrzeugen variiert von Land zu Land, oft auch von Unternehmen zu Unternehmen. Auch der Mangel oder der Zustand von sanitären Anlagen sind als ein großes Problem in vielen Städten und Unternehmen genannt worden. Gleiches gilt für die Anzahl und den Zustand von Pausen- und Umkleieräumen, Spinden bzw. Schließfächern sowie Kantinen. Solche Einrichtungen sind oftmals nicht vorhanden oder werden, obwohl die Nachfrage groß ist, als nicht zufriedenstellend betrachtet. Unternehmen und Gewerkschaften nehmen die Infrastruktur selten als einen Grund für den Mangel an weiblichen Beschäftigten in der Branche wahr. Die interviewten Frauen sind hier jedoch anderer Meinung.

Ein anderer, oft genannter Grund für die geringe Beschäftigungsquote von Frauen im ÖPNV ist das Image der Verkehrsunternehmen. Hinsichtlich Sicherheit und Arbeitsplatzgestaltung gibt es hier noch Verbesserungspotential. Dies wird besonders auf die (Berichterstattung) zu Übergriffen von Dritten auf das Fahrpersonal zurückgeführt. Übergriffe beeinflussen das Image der Unternehmen und der gesamten Branche negativ. Berichte der Medien über Gewaltfälle im ÖPNV verstärken die Problematik. Das kann sich kontraproduktiv auf die Beschäftigung von Frauen in der Branche auswirken. Die WISE-Erhebung hat gezeigt, dass die Unternehmen dieses Thema sehr ernst nehmen. Ihre Aktivitäten zur Erhöhung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes, insbesondere zur Prävention von aggressiven bzw. gewalttätigen Übergriffen, haben hohe Priorität. 89,6% aller befragten Unternehmen haben in den vergangenen Jahren die sogenannten Hygienefaktoren am Arbeitsplatz verbessert und 62,0% haben Maßnahmen eingeführt, um ihre Mitarbeiter/innen vor gewalttätigen Übergriffen durch Dritte zu schützen.

In einer Stadt hat das ÖPNV-Unternehmen im Jahr 2009 zusammen mit dem Bürgermeister eine Vereinbarung für gemeinsame Maßnahmen („Joint Action“) zur Prävention von Belästigung und Gewalt am Arbeitsplatz unterzeichnet. Diese „Joint Action“ enthält u.a. folgende Maßnahmen: Erhebung und Analyse entsprechender Daten, Unterbreitung von Maßnahmevorschlägen, wie z.B. Selbstverteidigungskurse für Frauen. Auch in anderen Städten sind verschiedene Aktivitäten durchgeführt worden. Dazu gehört die Realisierung von Sozialarbeiter- und Schulprojekten, um entsprechende Zielgruppen unter den Fahrgästen für einen besseren Umgang mit den Beschäftigten, aber auch mit den Fahrzeugen zu sensibilisieren. Einige Betriebe bieten ihren Mitarbeitern/innen auch Schulungen zur Deeskalation bei Konflikten an. Über diese Maßnahmen hinaus investieren die Unternehmen in technische Lösungen zur Gewaltprävention. So gibt es beispielsweise Notfallknöpfe oder geschlossene Kabinen in den Fahrzeugen. Darüber hinaus ist das Fahrpersonal mit Mobiltelefonen ausgerüstet, die im Notfall genutzt werden können.

Sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz wird von den Beschäftigten oft nicht wahrgenommen, obwohl es durchaus Fälle gibt, bei denen besonders weibliche Mitarbeiter schlechten Scherzen oder inakzeptablem Verhalten ausgesetzt sind. Das betrifft vor allem die Werkstätten, in denen oft ein rauer Umgangston herrscht. Die meisten der interviewten Frauen sind der Meinung, sie müssten im Umgang mit solchen Situationen „taffer“ sein. Dennoch: Generell wird die sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz nicht als Thema angesehen. Insgesamt fühlen sich die meisten Frauen gut behandelt in ihrem Job und der Branche. Die Arbeitsatmosphäre in gemischten Teams betrachten die Frauen als entspannter, als in Teams, in denen nur Frauen arbeiten. Während der Projektlaufzeit kam es hin und wieder vor, dass Fälle von (sexueller) Belästigung – nicht nur zwischen Kollegen/innen, sondern auch zwischen dem Fahrpersonal und Fahrgästen – erwähnt wurden. Frauen werden öfters mit einer Reihe von Stereotypen bzw. Vorurteilen konfrontiert. Dazu gehört z.B. das Vorurteil, Frauen seien nicht in der Lage, bestimmte Verantwortlichkeiten zu übernehmen.

Im Hinblick auf die steigenden Anforderungen der Arbeit scheint die Einrichtung einer betriebsinternen Beschwerdestelle bzw. eines/r Ansprechpartners/in für Beschwerden, mit der/dem Mitarbeiter/innen über Übergriffe durch Dritte, aber auch (sexuelle) Belästigung am Arbeitsplatz sprechen können, unentbehrlich zu sein. Dies gilt besonders vor dem Hintergrund, dass viele der interviewten Frauen bestätigt haben, dass die Angst vor Aggression und gewalttätigen Übergriffen durch Dritte zu den Nachteilen der Fahrdiensttätigkeit gehört. In den besuchten Unternehmen gibt es verschiedene Beschwerdestellen oder Ansprechpartner/innen, die von den Mitarbeitern/innen aufgesucht werden können: Die Abläufe im Beschwerdefall unterscheiden sich jedoch. Es wurde in den Gesprächen darauf hingewiesen, dass Unternehmen es vermeiden sollten, die Beschwerdestelle in der Personalabteilung anzusiedeln. Dies könnte als ein Hindernis für Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen empfunden werden, Beschwerden einzureichen. Zusammenfassend wurde gefordert, den Zugang zur Beschwerdestelle oder zur Vertrauensperson so einfach wie möglich zu gestalten.

Arbeitskultur

Die Themen Unternehmenskultur und Arbeitskultur haben sich für die Beschäftigung von Frauen im ÖPNV als sehr bedeutend herausgestellt. Wenn man sich mit der Kultur im Unternehmen beschäftigt, wird unweigerlich auf die Problematik von Geschlechterstereotypen bzw. -vorurteilen verwiesen. Folglich sind diese Aspekte eng miteinander verbunden.

Diversität bzw. kulturelle Vielfalt innerhalb der Unternehmen sowie Toleranz gegenüber den Beschäftigten und deren individuellen Merkmalen (z.B. ethnische Herkunft oder Geschlecht) beeinflussen die Attraktivität von Unternehmen und spielen für Frauen eine wichtige Rolle bei der Auswahl ihres Arbeitgebers.

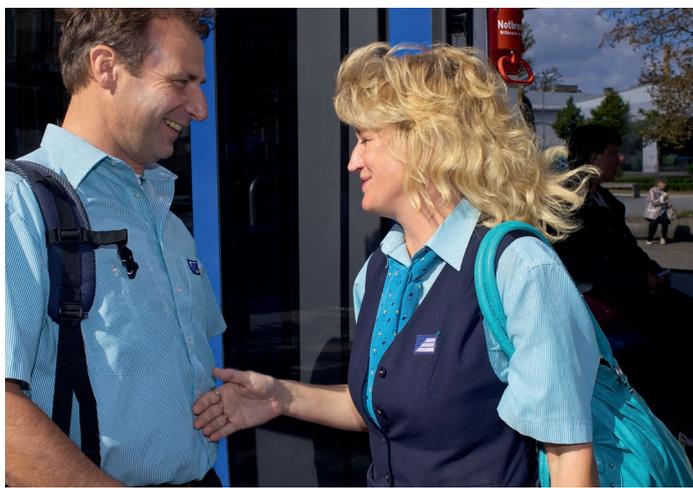
Eine sogenannte „männliche Arbeitskultur“ wird als Unternehmenskultur beschrieben, die sich an „männlichen Attributen bzw. Eigenschaften“ orientiert und sich auf Männer als interne und externe Zielgruppe konzentriert. Das kann dazu führen, dass weibliche Beschäftigte zu der Meinung gelangen, sie müssten mehr männliche als weibliche Charakteristika an den Tag legen, um in ihrer Karriere erfolgreich zu sein. Generell konnte festgestellt werden, dass Frauen dem Zwang unterliegen, mehr zu leisten bzw. besser zu arbeiten als ihre männlichen Kollegen, um in ihrem Beruf Akzeptanz zu finden. Die Projektergebnisse zeigen, dass das auch auf die Unternehmen des ÖPNV zutrifft.

Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (55,2%) schätzen die herrschende Arbeitskultur im ÖPNV als hinderlich für die Gleichstellung der Geschlechter ein. Dies schlägt sich in der Anzahl der beschäftigten Frauen in der Branche nieder. Die Unternehmen ergreifen offenbar noch zu selten Maßnahmen, um die Arbeitskultur in die notwendige Richtung zu verändern. Die Einrichtung von Frauennetzwerken zum Beispiel ist in der Branche noch nicht sehr verbreitet.

Innerhalb des Projekts wurde der Begriff „männliche Arbeitskultur“ allerdings nie richtig definiert, deshalb können Analysen nicht umfassend getätigt werden. Es ist jedoch deutlich geworden, dass die ausgeprägte Geschlechtertrennung in der Branche oft eine Folge der historischen Entwicklung in den einzelnen Ländern ist. Ein Symptom für die Entwicklung der „männlichen Arbeitskultur“ ist auch die Tatsache, dass die Verkehrsunternehmen klassischerweise mehr Berufe im operativen Bereich und technischen Bereich anbieten (Berufe, in denen tendenziell eher Männer arbeiten) und weniger Jobs im kaufmännischen Bereich bzw. in der Verwaltung (wo in der Regel viele Frauen arbeiten).

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Merkmale und Konsequenzen der „männlichen Arbeitskultur“ und der Geschlechterstereotypen näher analysiert werden müssen, um konkrete Handlungsempfehlungen vorschlagen zu können. Die Sensibilisierung von Mitarbeitern/innen, Managern sowie Gewerkschaftsmitgliedern und Betriebsräten für dieses Thema ist von großer Bedeutung. So könnte es z.B. hilfreich sein, dieses Thema in Weiterbildungsangeboten zu verankern. Im Folgenden einige werden einige Aspekte des Themenfeldes Arbeitskultur, die in den Projektdiskussionen immer wieder auftauchten, exemplarisch beleuchtet.

Die Dienstkleidung (für das Fahrpersonal) wird als ein Aspekt betrieblicher Arbeitskultur gesehen. Die Unternehmen haben gute Erfahrungen damit gemacht, diese sowohl Männern als auch Frauen in gleicher Qualität zur Verfügung zu stellen. Dienstkleidung ist für die Identifikation aller Fahrerinnen und Fahrer mit ihrem Beruf und dem Unternehmen enorm wichtig.



Die Arbeitsatmosphäre als ein Teil betrieblicher Arbeitskultur wird stark subjektiv wahrgenommen, so dass sie in diesem Bericht nicht näher behandelt werden kann. Zusammenfassend wird jedoch festgehalten, dass die meisten Frauen die Arbeitsatmosphäre in ihrem Unternehmen als positiv empfinden. Kommentare wie z.B. „Die Branche des ÖPNV ist ein großartiger Ort für Frauen...“ wurden mehr als einmal geäußert und spiegeln die Gesamtzufriedenheit der Frauen mit ihrer Arbeit wider. Dazu gehört auch die Aussage: „Ich mag es, zu fahren!“ Die sozialen Kontakte der Frauen mit Kollegen/innen und Fahrgästen wurden oft als positiv und erfreulich angesehen und führen zu der allgemeinen Ansicht: „Frauen sind gut geeignet für die Branche.“ Die in den Unternehmen beschäftigten Frauen schätzen an ihrer Arbeit die Unabhängigkeit und Verantwortung (für Fahrgäste) und empfinden die Tätigkeit als bedeutsam für den Mobilitätsservice gegenüber den Fahrgästen.

Stereotype sind ein wichtiger Faktor betrieblicher Arbeitskultur. Sie werden als „Wahrnehmungen über die Qualitäten, die Gruppen oder Personen voneinander unterscheiden“¹ definiert. Sie sind im ÖPNV ausgeprägt und wurden in den vielen Gesprächen bestätigt. Zwischen Arbeitgebern und Gewerkschaften herrscht Konsens, dass Geschlechterstereotypen und Arbeitskultur einen erheblichen Einfluss auf die Beschäftigung von Frauen in der Branche haben. Es gibt beschreibende (Wie verhält sich eine Person?) und vorschreibende (Wie hat sich eine Person zu verhalten?) Stereotypen. In den Arbeitstreffen, Interviews und zum Teil auch in der Erhebung sind eine Vielzahl von Aussagen über beschreibendes und vorschreibendes Verhalten von Männern und Frauen getroffen worden, obwohl es keine Belege gibt, dass Stereotypen in einem Land stärker und in einem anderen schwächer ausgeprägt sind. Untersuchungen haben allerdings ergeben, dass die am stärksten ausgeprägten Geschlechterstereotypen in den europäischen Ländern ähnlich sind, obwohl auch länderspezifische Unterschiede angetroffen werden. Zusammenfassend können Stereotype als ein Schlüsselfaktor für die Beschäftigung von Frauen angesehen werden.

¹ Different Cultures, Similar Perceptions: Stereotyping of Western European Business Leaders; Martha Maznevski (Ph.D.), Karsten Jonsen, Institute for Management Development (IMD), Lausanne, Switzerland; published by CATALYST, New York, 2006, p. 5-8.

Gehälter

Das Prinzip „gleicher Lohn für gleiche Arbeit“ ist in der Branche umgesetzt – zumindest innerhalb der Tarifgruppen. Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass die WISE-Erhebung lediglich Einstiegsgehälter betrachtet hat. Fragen nach beruflicher Weiterentwicklung bzw. Gehaltsverbesserung sind nicht gestellt worden. Die Gehaltsentwicklung von Männern und Frauen wird nicht widerspiegelt. Auch die Gehälter der außertariflich bezahlten Beschäftigten wurden in der Studie nicht berücksichtigt.

Die Frage nach der Angemessenheit von Bezahlung und Einkommen ist eine sehr subjektive. Deshalb konzentrierte sich die WISE-Erhebung auf zusätzliche Zahlungen bzw. Zuschläge (für Fahrpersonal). Hierunter fallen Schichten am Wochenende, in der Nacht und an gesetzlichen Feiertagen. Diese Zahlungen werden von 61 % der befragten Unternehmen geleistet. Da das Grundgehalt in den Unternehmen des ÖPNV, verglichen mit anderen Branchen – zumindest in einigen europäischen Ländern – relativ gering ist, sind solche Zuschläge attraktiv für die Beschäftigten: Sie motivieren dazu, zusätzliche Schichten zu übernehmen. Unabhängig von diesen Zuschlägen genießen die Beschäftigten der Branche verschiedene Vorteile. So existieren in den befragten und besuchten Unternehmen z.B. „Anreizsysteme“ („incentives“) als eine Maßnahme zur Mitarbeitermotivation.

Karriere, Qualifikation und Weiterbildung

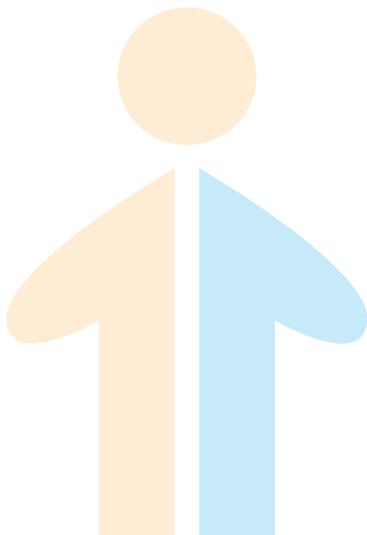
Gut qualifizierte Mitarbeiter/innen sind der Schlüssel zum unternehmerischen Erfolg. Die Kenntnisse der Beschäftigten müssen stets auf dem aktuellen Stand gehalten werden. Die Mitarbeiter sollten die sich stetig verändernden Einstellungen und Anforderungen der Kunden kennen, um entsprechend handeln zu können. Aus Sicht der Mitarbeiter dienen Aus- und Weiterbildung dazu, ihre Beschäftigungsfähigkeit zu erhalten und „fit“ in ihrem Job zu bleiben.

Die öffentlichen Personennahverkehrsunternehmen wenden die „EU-Richtlinie 2003/59/EG“ des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Juli 2003 über die „Grundqualifikation und Weiterbildung der Fahrer bestimmter Kraftfahrzeuge für den Güter- oder Personenkraftverkehr“ an. In den meisten Fällen finanziert der Arbeitgeber diese Weiterbildung. Im Ausnahmefall muss aber auch das Fahrpersonal einen Teil der Kosten für die Qualifizierung mittragen. Finanzielle Unterstützung durch staatliche oder regionale Behörden gibt es nur in wenigen Fällen.

Über die Berufsausbildung ist es in Deutschland üblich, neues und junges Personal zu rekrutieren. Das deutsche Berufsausbildungssystem sieht, in einer drei- oder dreieinhalbjährigen Ausbildung, neben der betrieblichen Ausbildung den Besuch einer Berufsschule an zwei Tagen in der Woche vor. Diese Kombination von theoretischer und praktischer Berufsausbildung („Duale Berufsausbildung,“) unterstützt viele junge Menschen dabei, Kenntnisse, Fertigkeiten und Wissen für den angestrebten Beruf zu erwerben. Eine Beschäftigung nach der Ausbildung spart den Unternehmen Geld und Zeit für die Einarbeitung neuer Mitarbeiter/innen. Auszubildende der Verkehrsbranche erhalten in Deutschland eine Berufsausbildung in drei Unternehmensbereichen: kaufmännisch, gewerblich-technisch und verkehrsspezifisch.

In Bezug auf die Ausbildung des Fahrpersonals werden von den Unternehmen grundlegende und weiterführende Qualifikationsmaßnahmen angeboten – oft in Kooperation mit externen Schuleinrichtungen. In Finnland dauert die Berufsausbildung, als sogenannte Jugendausbildung, i.d.R. drei Jahre oder, als Berufsausbildung in einem Unternehmen, zwei bis drei Jahre. Die berufsqualifizierenden Schulungen für das Fahrpersonal in Bulgarien beinhalten eine theoretische und praktische Schulung von je sechs Monaten. Nachdem diese Qualifizierungen und die entsprechende Prüfung absolviert sind, arbeiten so ausgebildete Beschäftigte zunächst als Fahrassistenten/innen. Erst nach diesem Ausbildungsverlauf dürfen sie Oberleitungsbusse oder Straßenbahnen fahren.

Betrachtet man das Bildungsniveau der Beschäftigten in den Unternehmen nach Geschlechtern, fällt auf, dass mehr Männer in den Kategorien „Schulabschluss“ und „abgeschlossene Berufsausbildung“ als in der Kategorie „akademischer Abschluss“ vertreten sind. Dennoch sind die Unterschiede zwischen beiden Geschlechtern nicht sehr groß. 10,5% der weiblichen Beschäftigten verfügen über einen akademischen Abschluss (Männer: 5,8%); das zeigt allerdings, dass die Qualifikation der weiblichen Beschäftigten oft besser ist als die ihrer männlichen Kollegen. Vor diesem Hintergrund ist es umso erstaunlicher, dass Frauen weniger in den höheren Management- bzw. Führungspositionen der Unternehmen vertreten sind. Qualifikation auf der einen und mangelnde Präsenz in bestimmten Berufspositionen und -hierarchien auf der anderen Seite – diese Diskrepanz muss von den Unternehmen noch intensiver betrachtet werden. Maßnahmen zur Karriereunterstützung und Förderung von Frauen müssen entwickelt werden.





In vielen Unternehmen richten sich Schulungsangebote an beide Geschlechter. Die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) bieten darüber hinaus spezielle Qualifizierungen für Frauen (Sprachkurse, Bewerbungstrainings) an. Die Mehrheit der Unternehmen bietet keine besonderen Kurse oder Weiterbildungen an, die dazu beitragen, die persönlichen Fähigkeiten der Mitarbeiterinnen zu verbessern. Schulungen zur Thematik der Geschlechter bzw. Gleichstellung von Männern und Frauen werden ebenfalls kaum angeboten.

Für Beschäftigte, die sich und ihre Karriere im Unternehmen voranbringen möchten, bestehen verschiedene Möglichkeiten. Verbesserungen in der Gleichstellung von Männern und Frauen bedeutet auch, dass Frauen in den Unternehmen eine Karriereentwicklung angeboten wird – egal, ob es sich um die klassische Managementkarriere oder um eine vergleichbare horizontale Karriere mit Verantwortung für spezielle Themen, Projekte oder Personal handelt.

Hinsichtlich der Karriereentwicklung (Möglichkeiten und Wünsche) bestehen große Unterschiede zwischen den Unternehmen und den interviewten Frauen. Es ist kein bestimmter Weg oder Karrierepfad erkennbar. Und obwohl keine festgelegten Karrierewege existieren, gibt es in den Unternehmen ähnliche Instrumente. Dazu gehört z.B. die Nachfolgeplanung. Die Vertreter/innen der während der Arbeitstreffen besuchten Unternehmen wiesen darauf hin, dass nur die Qualifikation und nicht das Geschlecht über eine Beschäftigung von Frauen entscheidet. Die Unternehmensvertreter/innen sind der Auffassung, dass die Entwicklung von klaren Karrierewegen und -möglichkeiten speziell für weibliche Beschäftigte, mehr Frauen dazu bewegen könnte, in den ÖPNV-Unternehmen zu arbeiten.

In vielen Betrieben finden regelmäßige Besprechungen zur beruflichen Entwicklung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen statt. Sie werden i.d.R. ein Mal im Jahr durchgeführt und allen Beschäftigten angeboten. In einigen Unternehmen sind regelmäßige persönliche Feedbackgespräche zwischen Mitarbeitern/innen und Vorgesetzten verpflichtend. Viele weibliche Angestellte in den besuchten Unternehmen würden es begrüßen, wenn ein reguläres Feedbackgespräch mit ihren Vorgesetzten stattfinden würde und eine transparente Kommunikation möglich wäre. Mehrere Studien aus anderen Branchen haben vergleichbare Ergebnisse geliefert.

Ein im Rahmen des Projekts kontrovers diskutiertes Thema ist die Frauenquote. In den Interviews halten sich die Befürworterinnen und Gegnerinnen der Frauenquote die Waage. Die Positionen der Frauen sind abhängig vom Alter bzw. den Jahren der Berufserfahrung und vom Bildungshintergrund. So sind Frauen mit vielen Jahren Berufserfahrung meist Befürworterinnen der Quote. Frauen mit akademischem Abschluss neigen ebenfalls dazu, sich für die Frauenquote auszusprechen. Frauen, die die Quote ablehnen, sind meist relativ jung und wirken selbstbewusst. Unter den Busfahrerinnen halten sich das Für und Wider die Waage.

Die Entscheidung über Frauenquoten liegt in der Verantwortung und Legitimation der Sozialpartner. Frauen den Zugang zur Karriere in Unternehmen zu erleichtern, egal ob verpflichtend oder nicht, kann letztlich nur durch Appelle an die verantwortlichen Akteure in den Unternehmen geschehen. Klar ist, dass jede Quotenregelung politischer Natur ist. Eine Frauenquote kann folglich nur von politischen Instanzen, auf europäischer Ebene vom Europäischen Parlament und dem Europäischen Rat (eventuell mit Empfehlung der Europäischen Kommission) präsentiert werden. Sollte es dazu kommen, werden die Sozialpartner an der entsprechenden Umsetzung gemeinsam arbeiten. Auf unternehmerischer Ebene, basierend auf einer entsprechenden Unternehmensstrategie und -politik, sind Zielzahlen zur Festlegung eines bestimmten prozentualen Anteils an Frauen in der Belegschaft möglich – und das selbstverständlich auch ohne eine offizielle europäische oder nationale politische Strategie. Voraussetzung zur Festlegung von Zielzahlen ist, dass die Unternehmen die Gleichstellung der Geschlechter zu einem Kernthema ihrer Strategie machen und ihre Verpflichtung entsprechend verankern.

Rekrutierung

Es gibt viele Gründe für ein verstärktes Engagement von Frauen. Die demografische Entwicklung wurde bereits erwähnt. Aber auch qualifikatorische Aspekte, z.B. die Fahrweise weiblicher Fahrer, die in den Diskussionen mit den Unternehmensvertretern oft als bewusster, vorsichtiger und vernünftiger eingeschätzt wird, sind gewichtige Gründe. Die WISE-Erhebung zeigt, dass die befragten Unternehmen bislang keine Unterschiede machen zwischen den Rekrutierungsmaßnahmen und -instrumenten für Männer und Frauen. So werden die meisten Instrumente für alle Karrierepositionen, Berufe und Zielgruppen genutzt. Nur eine geringe Anzahl der Unternehmen spricht Führungskräfte bzw. leitende Angestellte und andere Zielgruppen mit einer besonderen Form der Rekrutierung an.

Interessant ist, dass 57,1% der befragten Unternehmen sagen, dass sie mehr Frauen zu einer Bewerbung ermutigen wollen. Jedoch bieten nur knapp 30% der Unternehmen spezielle Trainingsprogramme für Mitarbeiter/innen oder Manager/innen an, die Vorstellungsgespräche durchführen oder Personalentscheidungen treffen.

Im Allgemeinen gibt es in den Unternehmen bislang keine Strategien oder Kampagnen, die speziell die Rekrutierung von Frauen im Fokus haben. Solche sind jedoch unerlässlich für die Erhöhung des Frauenanteils. Auch weibliche Beschäftigte können als Multiplikatoren für die Gewinnung von Frauen fungieren. Für viele Unternehmen sind Angehörige, Familienmitglieder oder Bekannte von Beschäftigten wichtige Rekrutierungsquellen. Auch junge Frauen, die in den Unternehmen arbeiten, stellen ein wichtiges Potential für die Rekrutierung weiblicher Beschäftigter dar. Wenn junge Frauen frühzeitig in der Schule von den Unternehmen angesprochen werden, steigen die Chancen, diese für eine Ausbildung und Beschäftigung im öffentlichen Personennahverkehr zu gewinnen.

Die Wahrnehmung des ÖPNV als eine von Männern dominierte Branche wirkt sich auf dessen Image aus. Spezielle Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen, die die positiven Aspekte der Unternehmen und der Branche (z.B. Beschäftigungssicherheit) hervorheben, sollten entwickelt bzw. verbessert werden. Der Branche haftet das Image an, altmodisch und eher konservativ zu sein. Aus diesem Grund sind die ÖPNV-Unternehmen in den Köpfen der Bewerber als potentielle Arbeitgeber oft nicht präsent. Die Branche spielt so in den Vorstellungen der jungen Leute als zukünftiger Arbeitgeber oftmals kaum eine Rolle. Hinzu kommt: Viele der branchenspezifischen Berufe und Arbeitsplätze sind jungen Menschen oft nicht genügend bekannt. Auch werden in einigen Ländern die Gehälter in den Verkehrsunternehmen im Vergleich zu denen anderer Branchen als nachteilig wahrgenommen. Spezielle Kampagnen, die die Vorteile und Chancen der Beschäftigung im ÖPNV herausstellen, müssen entwickelt werden. Die interviewten Frauen waren sich einig darin, dass die Unternehmen mehr Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen zur Personalrekrutierung ergreifen müssen. Es wurde z.B. vorgeschlagen, dass weibliche Angestellte ihre Arbeit in Schulen vorstellen, um bestehende Bedenken und Vorurteile über die Branche und seine Berufe auszuräumen.

Kampagnen oder Projekte zur Gewinnung junger Mitarbeiter/innen für den technischen Bereich firmieren in Deutschland unter dem Begriff „MINT-Aktivitäten“. Sie bewerben die Themenbereiche Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik. In Deutschland gibt es den jährlich stattfindenden „Girls Day“, an dem sich Schülerinnen über Ausbildungen und den betrieblichen Alltag in den Unternehmen informieren. Der von der BVG entwickelte und angewandte Frauenförderplan stellt eine weitere Maßnahme zur Rekrutierung von Frauen und zur Erhöhung der Anzahl weiblicher Beschäftigter in Unternehmen dar. Er basiert auf dem Landesgleichstellungsgesetz (LGG), mit dem Unternehmen sich u.a. verpflichten, ihre Beschäftigtenstruktur und eine mögliche Beschäftigtenfluktuation, regelmäßig zu analysieren.

In vielen Ländern kooperieren die Unternehmen mit externen Institutionen wie Arbeitsvermittlungen, Arbeitsämtern, Jobcentern sowie Schulen und Universitäten, um Personal zu gewinnen. Einige Unternehmen weisen darauf hin, dass die Mehrheit der Frauen nicht nach einem Job in der Branche fragen würde. Der Einzelhandel z.B. scheint bei den Frauen viel stärker nachgefragt zu werden und für sie oft attraktiver zu sein.

Die Untersuchung hat gezeigt, dass viele Möglichkeiten existieren, mit lokalen oder regionalen Arbeitsagenturen oder Universitäten und Schulen zu kooperieren, um junges Personal für die Branche zu gewinnen. Ausschlaggebend für die Art der Kooperation sind stets die Strukturen, die Unternehmensstrategie und nicht zuletzt die potentiellen Bewerbergruppen.

4) Zukunftsaussichten der Frauenbeschäftigung

Neben den Unternehmen und Städten, die im Rahmen des WISE-Projekts besucht wurden, gibt es mehrere Unternehmen, in denen Maßnahmen zur Frauenbeschäftigung erfolgreich eingeführt und umgesetzt wurden.

In Deutschland beispielsweise hat ein ÖPNV-Unternehmen, das sich an der Erhebung beteiligt hat, seinen Frauenanteil auf 30,6 % erhöhen können. 33 % der Fahrer sind weiblich und mehr als 20 % Frauen sind in technischen Abteilungen wie Wartung und Infrastruktur beschäftigt (Stand: Dezember 2010). Das Unternehmen hat sich entschlossen, die Gleichstellung der Geschlechter in seiner Unternehmensstrategie zu verankern.

In einem anderen ÖPNV-Unternehmen in Frankreich konnte der Frauenanteil im operativen Bereich und im Bereich der Führungskräfte erhöht werden. Hier wurden alle Abteilungen verpflichtet, die Zahl der weiblichen Beschäftigten auf 10 % zu erhöhen. Dieses Ziel wird von einer Kampagne begleitet, welche die Diversität im Unternehmen (bei der Rekrutierung von Personal im operativen Bereich bzw. im Management) fördert bzw. erhöht. Hierzu gehören auch Kommunikationskampagnen in weiterführenden Schulen, in deren Rahmen Schüler und Schülerinnen vom Unternehmen beraten werden, bevor sie eine Berufsberatung erhalten. Weitere Maßnahmen beinhalten die Einrichtung einer betrieblichen Diversitätsabteilung bzw. -kontrollstelle, die gute Praxisbeispiele zwischen den verschiedenen Abteilungen austauscht und ein Sozialnetzwerk für Frauen im Eisenbahnwartungssektor entwickelt hat.

Diese Beispiele zeigen, dass Unternehmen viele Möglichkeiten haben, die Geschlechtergleichstellung voranzubringen; hierdurch können die Hürden für eine Beschäftigung von Frauen in der Branche verringert werden. Gemeinsam mit den Sozialpartnern können so positive Impulse für die europaweite Entwicklung der Geschlechtergleichstellung in ÖPNV-Unternehmen generiert werden.



Als Folgemaßnahme des WISE-Projekts empfehlen die Sozialpartner UITP und ETF, die Projektergebnisse zu nutzen, um ein breiten und intensiven Diskurs zwischen den europäischen Unternehmen sowie den Verbänden und Gewerkschaften des städtischen öffentlichen Personennahverkehrs in die Wege zu leiten. Er zielt darauf ab, die hier vorgeschlagenen Maßnahmen zu beurteilen, zu diskutieren und weitere Aktivitätsfelder zu definieren; sie sollen dazu beitragen, den Frauenanteil in den Unternehmen zu erhöhen.

Als Kick-off-Veranstaltung schlagen UITP und ETF vor, eine WISE-Konferenz mit dem Titel „Frauenbeschäftigung und Geschlechterpolitik in europäischen Verkehrsunternehmen, („Women Employment and Gender Policy in European Public Transport Companies“) im Jahr 2013 durchzuführen.

KONTAKT/IMPRESSUM

Projektorganisation



VDV-Akademie e.V.
Herr Michael Weber-Wernz,
Frau Andrea Dinkelmann
Kamekestraße 37–39
D-50672 Köln
Deutschland
weber-wernz@vdv.de, dinkelmann@vdv.de

Externe Expertise



Gesellschaft für betriebliche
Zukunftsgestaltungen mbH

**Prospektiv – Gesellschaft für betriebliche
Zukunftsgestaltungen mbH**
Herr Gereon Stock
Kleppingstraße 20
D-44135 Dortmund
Deutschland
stock@prospektiv-do.de

Europäische Sozialpartner



UITP – International Association of Public Transport
Herr Jean Dekindt
Rue Sainte-Marie 6
B-1080 Brüssel
Belgien
jean.dekindt@uitp.org



ETF – European Transport Workers' Federation
Frau Sabine Trier
Rue du Marché aux Herbes 105, Boîte 11
B-1000 Brüssel
Belgien
s.trier@etf-europe.be

WISE www.wise-project.net



Gefördert von der Europäischen Union