



WORT- & KLANG-KÜCHE

09. März 2021

DER PAYGAP BEGINNT IM KINDERZIMMER

Traditionelle Rollenbilder und Rosa-Hellblau-Falle®
statt klischseefreie Berufswahl



Almut Schnerring & Sascha Verlan

PayGap



CareGap



Welche Eigenschaften gelten als wichtig für beruflichen Erfolg und Karriere?



Gender Status Beliefs

US-STUDIE

Geschlechter-Klischees: Mädchen halten Jungs für schlauer

Eine Studie deutet darauf hin, dass Geschlechter-Klischees schon bei Kindern Wirkung zeigen. Mädchen halten Männer meist für schlauer.

26.01.2017, 20:00



Quelle: SPON

Gender Status Beliefs

US-STUDIE

Geschlecht Jungs für

Eine Studie deutet auf, dass Jungen von Männern
Kindern Wirkung entgegenwirken.



Quelle: BMI

PRESSEMITTEILUNG · 23.03.2018

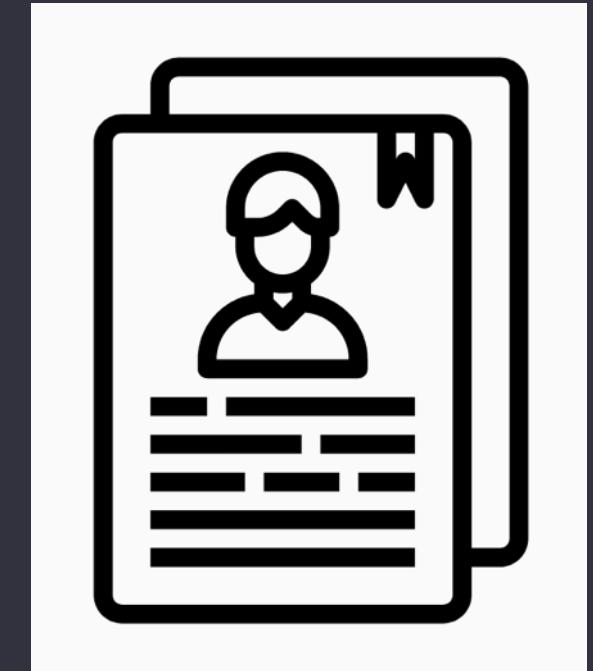
Führungschaft des BMI komplett

Besetzung der Staatssekretäre im Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat

Quelle: SPON

Gender Bias

HEIDI & HOWARD



Gender Bias

„Baby X-Studien“

babyx.rosa-hellblau-falle.de



Berufliche Geschlechtersegregation



**Gestern noch in der Schule -
heute schon auf der Karriereleiter!**

Bewerbungsschluss für eine Ausbildung zum
Bankkaufmann/-frau oder für ein duales Studium mit
dem Abschluss Bachelor of Arts ist der 26.07.2013.

Ausbildungsbeginn ist der 2. Mai
oder der 1. August 2014.

 **Kreissparkasse
Birkenfeld**

Berufliche Geschlechtersegregation





Der PayGap beginnt im Kinderzimmer...

1. Pay Gap
2. Care Gap
3. Status Beliefs
4. Gender Bias
5. Berufliche Geschlechtssegregation

Unverändert

*Ein Girls'-Boys'Day/
Zukunftstag / Jahr kann das
nicht ausreichend ändern*

Warum

Wer trägt die Verantwortung für die Reproduktion von Rollenklischees? Und wer hat die größte Macht, den Kreislauf zu durchbrechen?



Positiv, aber

1.

Zu wenig Wissen über die zielführende
Umsetzung in der Praxis

2.

Braucht Ergänzung im Vorfeld (Kita)



RUNDGANG DURCH DIE ROSA-HELLBLAU-FALLE ®





Gendermarketing – Werbestrategie in Dland seit ca. 2006



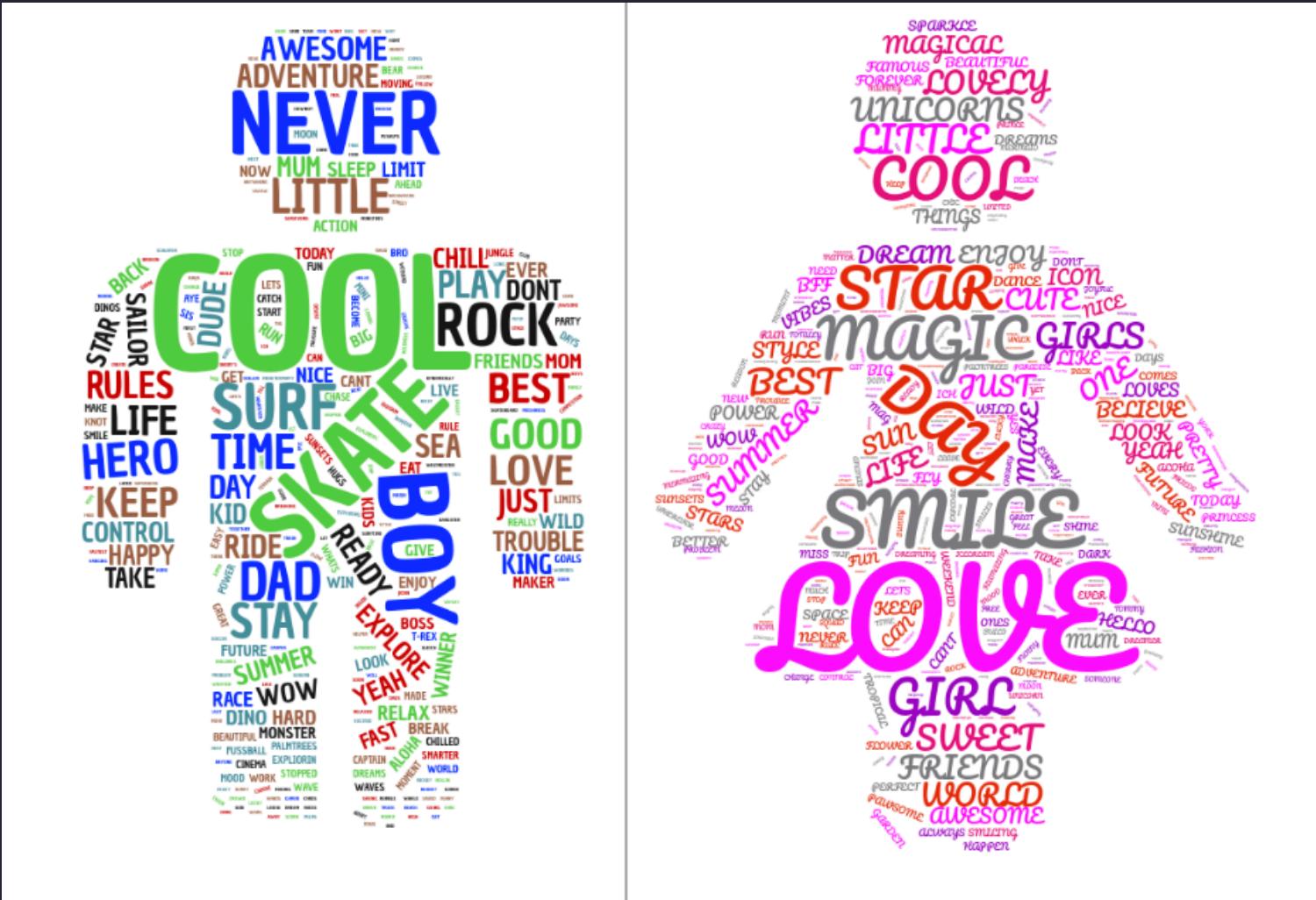




Getrennte Produktwelten



Quelle: „Let toys be toys“



© Sandra Tausch, (2018): Frühkindliche Differenzkategorisierung.
Eine explorative Analyse von Kinderkleidung. HU Berlin

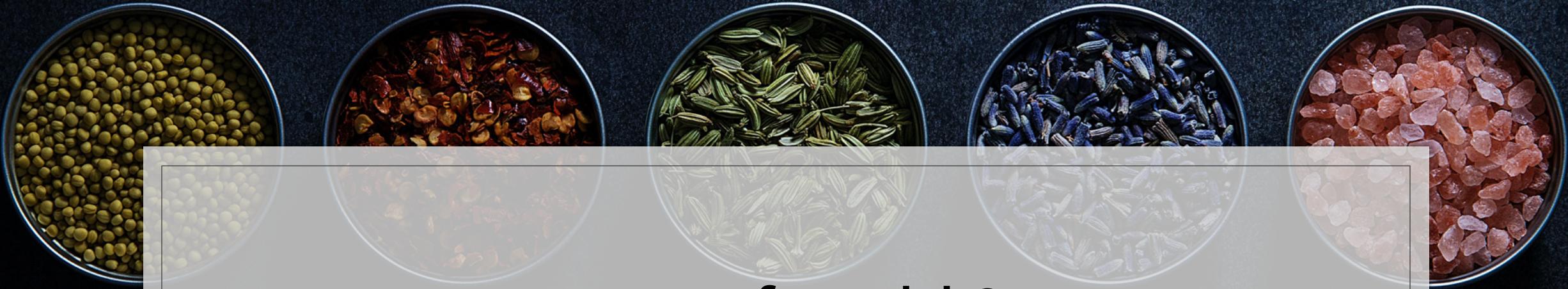
„Kreativität / Mädchen“



BETRUFSWÜNSCHE 15-JÄHRIGER:

1.	Lehrerin	10,4%	6.	IT-Spezialist	6,7%
2.	Ärztin	10%	7.	Industriemechaniker	5,2%
3.	Erzieherin	6,4%	8.	Automechaniker	5,1%
4.	Psychologin	4,5%	9.	Polizist	4,5%
5.	Krankenpflegerin	4,5%	10.	Lehrer	3,8%

Quelle:
OECD Studie 2018



Berufswahl ?

Rosa-Hellblau-Falle statt Wahlfreiheit

Slideshow mit Beispielen des Gendermarketing

>> goldener-zaunpfahl.de/gruselkabinett/





◦ Input I

„WIR ACHTEN JA NICHT AUF
GESCHLECHT, NUR AUF QUALITÄT!“

Eeeh.... Nein. ^_(ツ)_/^



WAHRSCHAUEN & CHECKEN



VERZERRTE WAHRTNAEHMUNG



Auswertung

40.000 Artikel
März 2020 – Februar 2021

In diesem Verhältnis wurden Männer und Frauen im letzten Jahr in SPIEGEL-Texten erwähnt

Männer



Frauen



Namentliche Erwähnungen zwischen dem 1. März 2020 und dem 28. Februar 2021 im gedruckten SPIEGEL und im freien Bereich auf SPIEGEL.de; Quelle: Degas, eigene Auswertung

VERHALTEN ÄNDERN

- weg mit der Selbstläge „Wir achten nur auf Qualität, nicht auf Geschlecht“
- Selbstreflexion / Unconscious Bias
- Aufklärung / Fortbildung (Bias, Sexismus, Awareness...)
- Den Stereotype Threat vermeiden im beruflichen Alltag

VERÄNDERTE RAHMENBEDINGUNGEN

- Geschlechtersensible Pädagogik in Kitas

Fehlt in der Ausbildung von Kita-Fachkräften (vgl. Gute-Kita-Gesetz 2019)

Politische Ebene

Mehr Vielfalt in:

- Werbung (Gendermarketing)
- Spielwarenindustrie
- Kinder- und Schulbuch

Faire Verteilung der (privaten) Sorgearbeit

VERÄNDERTE RAHMENBEDINGUNGEN

Unternehmensebene

- “Fürsorgliches Unternehmen“
- Private Care-Arbeit zum Thema machen + ermöglichen (Erwerbs-Sorge-Modell)
- 30 Stunden-Vollzeit / Führung in Teilzeit
- Sorgekompetenzen fördern
- Väter in Elternzeit, 16h Feierabend (Vorbild Schweden)
- Vertretungsregelungen
- Unterstützung nicht nur für Kinder (Betriebskita) auch für pflegende Angehörige
- Fair Pay / Entgelttransparenz



NUTZEN

- Imagewandel
- Attraktiv für junge Bewerber*innen, weibliche Talente
- Mehr Vielfalt > Synergieeffekt > Umsatzsteigerung (Riepe/Yang)
- Vertrauenskultur <> Treue zum Unternehmen
- Bindung + Identifikation mit Betrieb
- Zufriedenheit + seelische Gesundheit
- Social Impact

Projekte:



www.klischeesc.de

WORT- & KLANG-KÜCHE

rosa-hellblau-falle.de

kontakt@wu2k.de



@AlmutSchnerring
@SaschaVerlan



@rosahellblaufalle

VIELEN DANK,
UND ALLES GUTE !