

Muss das Vorbild weiblich sein?

Wann entscheiden sich Mädchen für Männerberufe? Wohl vor allem dann, wenn sie im Elternhaus Kontakt zu Maschinenbauern, Informatikern und Autoschraubern haben

Mädchen stehen heute so gut wie alle Berufe offen. Sie entscheiden sich jedoch nach wie vor selten für technische und naturwissenschaftliche Arbeitsfelder. Woran liegt das? Zweifellos gibt es immer noch wenige Mechatronikerinnen oder Physikerinnen. Aber brauchen junge Frauen tatsächlich solche weiblichen Vorbilder, um einen klassischen Männerberuf zu wählen?

Dieser Frage sind Erziehungswissenschaftler der Universität Bern in einer empirischen Studie nachgegangen. Sie untersuchten, welche Rolle Vorbilder bei der Berufswahl spielen, und befragten mehr als 1400 Berufsschüler in der deutschsprachigen Schweiz. Die jungen Erwachsenen waren im Durchschnitt 19 Jahre alt, fast drei Viertel von ihnen Männer und etwa ein Viertel Frauen. Der Frauenanteil war deshalb so niedrig, weil die Forscher vorwiegend Schüler in die Stichprobe aufnahmen, die sich in einem technisch-naturwissenschaftlichen Beruf ausbilden ließen.

Das Ergebnis: Alle Befragten wählten als Vorbilder Menschen aus der eigenen Familie. An erster Stelle standen Vater und Mutter. Aber auch Geschwister, weitere Verwandte und Kollegen wurden vergleichsweise häufig genannt – Lehrerinnen dagegen auffallend selten. Im Vergleich zu den jungen Frauen orientierten sich männliche Jugendliche stärker an Persönlichkeiten aus Sport, Medien, Wirtschaft, Wissenschaft oder Politik. Offenbar verbanden sie mit ihnen Prestige und Erfolg, was Mädchen unwichtiger war. Alle befragten Jugendlichen bevorzugten als Vorbilder Menschen des eigenen Geschlechts. Das galt besonders für die jungen Männer, in geringerem Maße für die Frauen. Ein Freund war für die weiblichen Jugendlichen zum Beispiel häufiger ein Vorbild als für die männlichen.

Die wichtigsten Vorbilder waren für sie aber zweifellos die Eltern. Inwieweit trugen diese dazu bei, dass sich ihre Töchter für einen „Männerberuf“ entschieden? Wie die Studie belegt, war die Mutter besonders dann einflussreich, wenn sie in den Augen ihres Sprösslings nicht zum Vorbild taugte. In diesem Fall ergriff die Tochter eher einen frauenuntypischen Beruf – vermutlich, um sich abzugrenzen. Wichtiger



Junge Frauen wählen Männerberufe vor allem dann, wenn sie diese Jobs aus ihrem Umfeld kennen. Weiblich müssen die Vorbilder aber nicht sein

als die Persönlichkeit war jedoch der Beruf der Eltern. Arbeitete die Mutter in einem frauenuntypischen Beruf, war die Wahrscheinlichkeit, dass die Tochter in ihre Fußstapfen trat, besonders hoch. Gleichzeitig wird deutlich: Das berufliche Vorbild muss nicht unbedingt weiblich sein. Die befragten Frauen wählten vor allem dann einen „männlichen“ Beruf, wenn Mutter oder Vater in Berufen arbeiteten, in denen überwiegend Männer oder etwa gleich viel Männer und Frauen tätig waren. Warum das so ist, kann die Studie nicht klären.

Es liegt jedoch nahe, dass Töchter solcher Eltern einen Informationsvorsprung haben. Berufliche Männerdomänen sind keine völlig fremde Welt, sie profitieren von den Arbeitserfahrungen von Mutter und Vater. Wie die Forscher anmerken, muss natürlich hinzukommen, dass die Eltern ihre Tochter darin unterstützen, einen „Männerberuf“ zu ergreifen.

■ GABRIELE KUNZ

PSYCHOLOGIE HEUTE

PSYCHOLOGIE
HEUTE

September 2014

Richtig
entscheiden
Die vier Geheimnisse
einer guten Wahl

Geborgenheit
Wo finden wir
sie heute noch?

Kreativität
Wo kommen die
guten Ideen her?



BELTZ 41. JAHRGANG HEFT 9 € 6,50 SFR 10,-



Impressum / Service

REDAKTIONSANSCHRIFT Werderstraße 10, 69469 Weinheim
Postfach 100154, 69441 Weinheim
Telefon 0 62 01/60 07-0
Fax 0 62 01/60 07-382 (Redaktion) Fax 0 62 01/60 07-310 (Verlag)

E-MAIL DER REDAKTION redaktion@psychologie-heute.de

WWW.PSYCHOLOGIE-HEUTE.DE

HERAUSGEBER UND VERLAG Julius Beltz GmbH & Co. KG, Weinheim
Geschäftsführerin der Beltz GmbH: Marianne Rübelsmann

CHEFREDAKTEUR Heiko Ernst

REDAKTION Ursula Nuber (stellvertr. Chefredakteurin), Katrin Brenner-Becker,
Anke Bruder, Johannes Künzel, Thomas Saum-Aldehoff

REDAKTIONSASSISTENZ Nicole Coombe, Doris Müller

KORRESPONDENTEN IN DEN USA Dr. Annette Schäfer

LAYOUT, HERSTELLUNG Johannes Kranz

ANZEIGEN Claudia Klinger

Postfach 100154, 69441 Weinheim

Telefon 0 62 01/60 07-386, Fax 0 62 01/60 07-93 86

Anzeigenschluss: 7 Wochen vor Erscheinungstermin

GESAMTHERSTELLUNG Druckhaus Kaufmann, 77933 Lahr

VERTRIEB ZEITSCHRIFTENHANDEL ASV Vertriebs GmbH, Süderstraße 77
20097 Hamburg, Telefon 0 40/34 72 92 87

Copyright: Alle Rechte vorbehalten, Copyright © Beltz Verlag, Weinheim. Alle Rechte für den deutschsprachigen Raum bei Psychologie Heute. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion. Nachdruck, Aufnahme in Onlinedienste und Internet sowie Vervielfältigung auf Datenträger wie CD-ROM, DVD-ROM etc. nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangt eingesandtes Material übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Die in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Übersetzung, Nachdruck – auch von Abbildungen –, Vervielfältigungen auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege oder im Magnettonverfahren, Vortrag, Funk- und Fernsehsendung sowie Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen – auch auszugsweise – bleiben vorbehalten.

FRAGEN ZUM ABONNEMENT

Deutschland: Beltz Medien-Service

Postfach 10 05 65, 69445 Weinheim

Telefon: 0 62 01/60 07-330 / Fax: 0 62 01/60 07-93 31

E-Mail: medienservice@beltz.de

www.psychologie-heute.de

Studentenabos (Vollzeitstudium) gegen Vorlage der Studienbescheinigung (per Fax, E-Mail-Anhang oder Zusenden einer Kopie)

EINZELHEFTBESTELLUNGEN

Deutschland: Beltz Medien-Service bei Rhenus

86895 Landsberg, Telefon: 0 81 91/9 70 00-622

Fax: 0 81 91/9 70 00-405, E-Mail: bestellung@beltz.de.,

www.shop-psychologie-heute.de

Schweiz, Österreich, Rest der Welt: Adressen wie unter „Abonnement“

Einzelheftpreis: € 6,50 (Schweiz 10,- sFr.); bei Zusendung zzgl Versandkosten.

Abonnementpreise: Jahres-/Geschenkabo: Deutschland € 69,90, Österreich,

Schweiz € 71,90 (jeweils inkl. Versand); alle anderen Länder € 63,90 zzgl. Porto

(auf Anfrage). Jahres-/Geschenkabo plus: Deutschland € 83,90, Österreich,

Schweiz € 85,90 (jeweils inkl. Versand); alle anderen Länder: € 77,90 zzgl. Porto

(auf Anfrage). Studentenjahresabo: Deutschland € 62,90, Österreich, Schweiz

€ 64,90 (jeweils inkl. Versand); alle anderen Länder € 56,90 zzgl. Porto (auf An-

frage). Studentenabo plus: Deutschland € 76,90, Österreich, Schweiz € 78,90

(jeweils inkl. Versand); alle anderen Länder: € 70,90 zzgl. Porto (auf Anfrage).

Kennlernabo: EU-Länder, Schweiz € 13,-, andere Länder auf Anfrage.

Kennlernabo plus: EU-Länder, Schweiz € 17,-, andere Länder auf Anfrage.

Die Berechnung in die Schweiz erfolgt in sFr. zum tagesaktuellen Umrechnungs-

kurs. Nähere Infos unter <http://psychologie-heute-abo.kohlibri.de>

Psychologie Heute kann im Abonnement oder als Einzelheft beim Buchhandel

oder direkt beim Verlag bestellt werden. Zahlungen bitte erst nach Erhalt der

Rechnung. Das Abonnement ist nach der Laufzeit von 6 Monaten jederzeit

kündbar. Zu viel bezahlte Beträge erhalten Sie zurück. Erfolgt keine Abbestel-

lung, verlängert sich das Abonnement automatisch um ein weiteres Jahr. Psy-

chologie Heute kann aus technischen Gründen nicht in den Urlaub nachge-

schickt werden.

BEILAGENHINWEIS Der Aboauflage Inland liegt eine Beilage des Cicero-Maga-

zins bei. Der gesamten Aboauflage liegt eine Beilage der Biber Umweltprodukte

GmbH bei. Der Aboauflage Schweiz liegt eine Beilage der Filmcoopi Zürich AG bei.

Wir bitten unsere Leser um freundliche Beachtung.

BILDQUELLEN Titel: SIGN Kommunikation. S. 3: Gudrun-Holde Ortner. S. 4, 20,

21, 22, 23, 24, 25, 26, 27: Claudia Ahlering. S. 5 links, 32, 33, 34, 35, 36: Birgit

Hochleitner. S. 5 rechts, 70, 71, 72, 74: Stefan Bachmann. S. 6, 54 rechts, 59 oben:

Corbis. 8, 10, 11, 12, 14 unten, 16 oben, 28, 29, 31, 82, 94: Getty Images. S. 13, 76,

77, 78: Cinetext. S. 14, 15, 17, 64: dpa Picture Alliance. S. 16: Ullstein Bild. S. 18,

19, 44, 45, 46, 47, 48: Sabine Kranz. S. 29: privat. S. 38, 39, 40, 59 unten, 60: Agentur

Focus/SPL. S. 52, 54 oben, 55, 56: Mauritius Images. S. 57: Artothek. S. 58: Schilling

& Blum. S. 61, 62: Peter Palm. S. 66, 69: Sven Kalkschmidt. S. 70, 71, 72, 74: Stefan

Bachmann. S. 39: Detlef Baltrock. S. 93: Peter Thulke

ISSN 0340-1677

