

MMB-Trendmonitor II / 2005

Elternzeit als Karrierezeit?

Chancen und Rahmenbedingungen eines Weiterbildungsportals für
hochqualifizierte Mütter



Institut für Medien- und
Kompetenzforschung

Im Trendmonitor präsentiert MMB in unregelmäßiger Folge Ergebnisse aus eigenen Forschungsarbeiten, die an der Nahtstelle von Medien und Qualifikation für eine breitere Öffentlichkeit besonders interessant sind. Die Themen berühren dabei Qualifikationsbedarfs- und Berufsforschung, Arbeitsmarktforschung, E-Learning, Erkenntnisse aus laufender Begleitforschung und Evaluation sowie Standortanalysen. Wenn Sie in Zukunft den Trendmonitor kostenlos erhalten möchten, schicken Sie uns eine Mail an: trendmonitor@mmb-institut.de

Kind oder Karriere? In den Augen vieler hochqualifizierter Frauen stellt sich die Nachwuchsfrage als eine Wahl zwischen diesen beiden Alternativen dar, bei der eine Entscheidung für das eine Lebensmodell gleichzeitig zum Verzicht auf das jeweils andere zwingt.

Denn trotz innovativer Ansätze in der Familienpolitik sind es nach wie vor die Erwerbs- und Studienverläufe der Mütter, die durch die Geburt eines Kindes geprägt werden: Viele Frauen unterbrechen ihre Berufstätigkeit und nehmen diese erst mit höherem Alter ihres Nachwuchses und häufig verringert Stundenzahl wieder auf. Da sich die Anforderungen am Arbeitsplatz angesichts technologischer Innovationen und wachsenden Rationalisierungsdrucks immer schneller wandeln, sehen sich Mütter jedoch zunehmend gezwungen, schon während der Elternzeit den Anschluss an das Erwerbsleben zu suchen. Insbesondere für diejenigen, die während dieser Phase nur wenige Wochenstunden oder überhaupt nicht arbeiten können, wächst die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen zur Unterstützung der beruflichen Wiedereingliederung.

Doch wie müssen Weiterbildungsangebote beschaffen sein, damit sie sich in den komplexen Alltag von Müttern einfügen? Wie lassen sich Ihre privaten und beruflichen Lebenssituationen beschreiben, und welche Weiterbildungsbedürfnisse erwachsen daraus? Welche inhaltlichen, zeitlichen und finanziellen Anforderungen stellt diese Zielgruppe an berufliche Qualifizierungsangebote? Und wie lässt sich der aktuelle Weiterbildungsmarkt für hochqualifizierte Frauen charakterisieren?

Mit diesen und weiteren Fragen beschäftigt sich eine aktuelle Studie, die MMB im Auftrag des MULTIMEDIAKONTOR HAMBURG (MMKH) durchgeführt hat.

Die Studie verfolgte das Ziel, das Marktpotenzial für ein Internetbasiertes E-Learning-Angebot zu erörtern, das sich speziell an hochqualifizierte Mütter richtet. Die Befunde dienen als Hilfestellung bei der grundsätzlichen Entscheidung, ein entsprechendes Angebot zu planen und zu realisieren. Die nachfolgend skizzierten Ergebnisse sind in die Konzeption eines virtuellen Weiterbildungs- und Karriereportals eingeflossen, das im April 2005 unter der URL www.karrierezeit.de ins Netz gestellt wurde.

www.karrierezeit.de

„Karrierezeit“ heißt das neue Studienprogramm des Multimedia Kontors Hamburg und der Arbeitsstelle für wissenschaftliche Weiterbildung der Universität Hamburg. Das Konzept ist doppelt auf die Zielgruppe zugeschnitten: Es verknüpft erstmalig eine internetbasierte Fortbildung mit Serviceleistungen für die berufliche Entwicklung und geht damit auf die besondere Situation von Müttern ein. Es ist unter der gleichnamigen URL im Internet zu finden.

Um fundierte Empfehlungen aussprechen zu können, wurde ein mehrstufiges Untersuchungsdesign entwickelt, das die Bedürfnisse der Zielgruppe sowie die unterschiedlichen Einflussfaktoren berücksichtigt, die für die Akzeptanz eines solchen Lernangebots maßgeblich sind. Außerdem wurde der aktuelle Markt der Weiterbildungsangebote in die Analyse einbezogen.

In den ersten Untersuchungsschritten wurden die vielfältigen Einflussfaktoren auf die E-Learning-Akzeptanz sowie die



Weiterbildungsbedarfe von Frauen, Personalentscheidern und Hochschulvertretern gründlich analysiert:

- Im Rahmen einer umfangreichen *Sekundäranalyse* wurden zahlreiche Studien, Statistiken und (Fach-)Publikationen ausgewertet, die Aufschluss über die Situation und Bedarfslage der potenziellen Nutzerinnen des geplanten Weiterbildungsangebots geben.
- Mittels einer explorativen, *schriftlichen Befragung* von Frauen und Müttern konnte ein erster Eindruck von der Lebenssituation, den Berufszielen und den Weiterbildungsbedarfen der Zielgruppe gewonnen werden.
- *Gruppendiskussionen* mit je einer Gruppe von potenziellen Nutzerinnen, Personalentscheidern und Hochschulvertretern ließen die Bedürfnisse und Anforderungen sichtbar werden, die von der Zielgruppe sowie potenziellen Partnern an ein entsprechendes Weiterbildungsangebot herangetragen werden.

Auf Basis der Ergebnisse aus den Sekundär- und Primärerhebungen wurde ein Realisierungskonzept für das geplante Weiterbildungsportal entworfen und im Rahmen eines *Workshops mit potenziellen Projektpartnern* einer Akzeptanzprüfung unterzogen. Aus den Bewertungen und Vorschlägen der Workshop-Teilnehmer konnten schließlich *Empfehlungen für ein Weiterbildungskonzept* abgeleitet werden.

Im Rahmen der Sekundäranalyse wurde deutlich, dass die Bedingungen für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie in Deutschland in den vergangenen Jahren zwar verbessert wurden, die wichtigste Voraussetzung für eine schnelle berufliche Wiedereingliederung der Mütter ist jedoch noch immer nicht ausreichend erfüllt ist: Insbesondere in Westdeutschland ist die

Kinderbetreuungssituation nach wie vor mangelhaft und verhindert so oft eine frühe Rückkehr ins Berufsleben. Auch wird dadurch die Teilnahme an Weiterbildungsangeboten erschwert, die insbesondere Frauen in der Elternzeit den Anschluss an sich ständig verändernde Arbeitsbedingungen und Qualifikationsanforderungen erleichtern könnten.

Die sekundäranalytisch erhobenen Problemlagen wurden in der anschließenden Befragung und den Gruppendiskussionen weitgehend bestätigt: Nur unter bestimmten Umständen, so ein wichtiges Ergebnis aus den Primärerhebungen, lassen sich Erwerbsleben und Familiengründung miteinander verbinden. Für die befragten Frauen zählen dazu insbesondere ein schneller beruflicher Wiedereinstieg, die Ermöglichung von Teilzeitarbeit, die Einrichtung von Home-Offices sowie das Vorhandensein von Weiterbildungsangeboten, die berufs- oder elternzeitbegleitend genutzt werden können.

Dennoch erscheint die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen den meisten Frauen nur als zweitbeste Lösung; viele würden eine schnelle Rückkehr ins Erwerbsleben vorziehen. In beiden Fällen werden Kinderbetreuungsmöglichkeiten als wichtige Voraussetzung für die Umsetzung der Pläne für die erste Zeit nach der Geburt des Nachwuchses angesehen. Da Qualifizierungsmaßnahmen als Investition in die berufliche Zukunft betrachtet werden, ist die Bereitschaft, dafür eigene finanzielle Mittel aufzuwenden, recht hoch – wenn auch Gehaltseinbußen während der Elternzeit dieser Bereitschaft entgegen stehen.

Angesichts dieser Umstände verwundert es nicht, dass die Frauen von einer Qualifizierungsmaßnahme einen hohen Bezug zur beruflichen Praxis sowie zu ihrem Lebenslauf einfordern. Diesen Anspruch teilen sie

insbesondere mit den befragten Personalentscheidern, die einen konkreten Nutzen der Weiterbildung für ihr Unternehmen erkennen möchten. Dies bedeutet auch, dass die angebotenen Maßnahmen zum Tätigkeitsprofil und beruflichen Werdegang des Mitarbeiters passen müssen. Ist dies der Fall, werden die Weiterbildungswünsche der Mütter von den Arbeitgebern – häufig auch finanziell – unterstützt. Einen weiteren Zweck mahnen die Hochschulvertreter an: Ein E-Learning-Angebot für Studierende mit Kind sollte die Vernetzung der Teilnehmer untereinander sowie den Kontakt zur Hochschule und zu Unternehmen fördern. Um die Qualität der Weiterbildungsmaßnahme zu dokumentieren, fordern viele Befragte einen zertifizierten Teilnahmenachweis. Um eine möglichst hohe Flexibilität zu gewährleisten, sollten Weiterbildungsangebote außerdem in Modulen abschließ- und zertifizierbar sein.

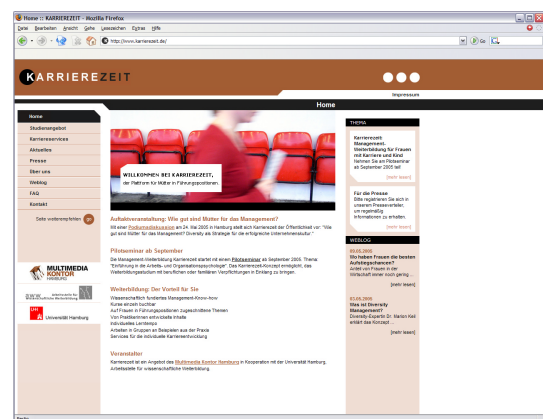
Im Hinblick auf die Form, die ein optimales Lernangebot für die definierte Zielgruppe haben sollte, sind sich die Befragten weitgehend einig: Zwar werden computergestützte Lernangebote aufgrund ihrer zeitlichen und räumlichen Flexibilität für Frauen in Elternzeit grundsätzlich als geeignet erachtet – reine E-Learning-Angebote stoßen jedoch auf Skepsis, da die Befragten befürchten, dass diese soziale Isolation verursachen und die Abkopplung der Mütter von Unternehmen und Hochschulen verstärken. Vor diesem Hintergrund wird ein Blended-Learning-Konzept als optimaler Rahmen für das geplante Lernangebot eingestuft. Die Voraussetzungen für eine breite Akzeptanz einer solchen Lernform haben sich in den letzten Jahren verbessert, da die Zahl der Frauen „online“ wächst.

Dem Bedürfnis nach Kontakt mit anderen Lernern sollte durch geeignete Maßnahmen entsprochen werden. So wünschen sich die befragten Frauen einen regelmäßigen, per-

sönlichen wie virtuellen Austausch mit anderen Teilnehmerinnen der Weiterbildungsmaßnahme sowie eine möglichst konstante Lerngruppe, um effizientes Arbeiten und das Knüpfen von Netzwerken zu ermöglichen. Ausdrücklich wird zudem die persönliche bzw. virtuelle Betreuung durch einen konstanten Ansprechpartner gewünscht. Im Sinne eines Mentoring- oder Coachingprogramms könnten die in diesem Zusammenhang diskutierten Fragen nach Ansicht der Befragten auch deutlich über einen konkreten inhaltlichen Bezug hinausreichen.

Bezüglich der optimalen Dauer sowie einer akzeptablen preislichen Ausgestaltung des geplanten Weiterbildungsangebots konnten jedoch keine pauschalen Empfehlungen aus den Primärerhebungen gewonnen werden, da diese Details zu spezifisch sind.

Aus den Befunden der Primär- und Sekundäranalyse wurde schließlich ein Realisierungskonzept für das geplante Weiterbildungsangebot abgeleitet, das in einem abschließenden Akzeptanzworkshop überprüft wurde. Dabei wurde das Konzept in seinen zentralen Charakteristika von den Teilnehmern weitgehend bestätigt. Die wichtigsten Aspekte, die bei der Konzeption eines Weiterbildungsangebots für hochqualifizierte Mütter beachtet werden müssen, sind nachfolgend noch einmal in Thesenform zusammengefasst.



Website www.karrierezeit.de

Die wichtigsten Ergebnisse in Thesenform:

1. Potenzielle Weiterbildungsteilnehmer und Unternehmen benötigen **möglichst arbeitsplatznahe und berufsbezogene Lernangebote**. Um die Akzeptanz des geplanten Weiterbildungsportals zu steigern, sollten ihre Bedürfnisse und Wünsche möglichst früh und umfassend in die Konzeption einbezogen werden.
2. Neben der generellen Forderung nach praxisnahen Weiterbildungsangeboten präferieren potenzielle Nutzerinnen wie Unternehmensvertreter **kaufmännische bzw. betriebswirtschaftliche Themen**. Um die Qualifizierungsbedarfe möglichst vieler Unternehmen und Individualerner zu bedienen, sollten die angebotenen Inhalte einen hohen Praxisbezug aufweisen und stark nachgefragte Themengebiete abdecken.
3. Aufgrund ihrer zeitlichen und räumlichen Flexibilität sind computergestützte Lernangebote für Frauen in der Elternzeit grundsätzlich geeignet. Eine optimale Lösung für diese Zielgruppe stellt ein **Blended-Learning-Konzept** dar, das durch den Einbezug von Präsenzlernphasen das von Frauen bevorzugte Lernen in kleinen Gruppen sowie die Pflege von Netzwerken ermöglicht.
4. Frauen in der Elternzeit stellen einen hohen Anspruch an die Flexibilität von Weiterbildungsangeboten. Häufig steht ihnen nicht ausreichend Zeit zur Verfügung, um mehrmonatige, curriculare Fortbildungsmaßnahmen en bloc zu absolvieren. Daher empfiehlt es sich, die Lerninhalte als **thematisch abgeschlossene, zeitlich und inhaltlich separat bearbeitbare Module** zu konzipieren, die **einzelnen zertifizierbar** sind.
5. Für den Erfolg und die Akzeptanz eines Weiterbildungsportals sind **zusätzliche Services, die über das Portal angeboten werden**, von zentraler Bedeutung. Durch entsprechende Zusatzleistungen wie zum Beispiel Kinderbetreuung während der Präsenzphasen, Karriereberatung oder Kompetenzbilanzierung kann die Attraktivität des Angebots gesteigert werden. Diese Leistungen können sowohl in Kooperation mit Unternehmen als auch von externen Dienstleistern erbracht werden.
6. Dem Bedürfnis der Zielgruppe nach **Kontakt zu anderen Lernern** sowie dem Wunsch nach **tutorieller Betreuung** sollte durch entsprechende Maßnahmen und Ansprechpartner Rechnung getragen werden. Im Sinne eines Mentoring- oder Coachingprogramms könnten die in diesem Zusammenhang diskutierten Fragen nach Ansicht der Befragten auch deutlich über einen konkreten inhaltlichen Bezug hinausreichen.
7. Um die Qualität der Weiterbildungsmaßnahme sich selbst und gegenüber Dritten dokumentieren zu können, sollte diese mit einem **Zertifikat** abschließen.

Auftraggeber der Studie:

MULTIMEDIAKONTOR HAMBURG GmbH

Im Internet: www.mmkh.de**Kontakt:**

MMB Institut für Medien- und Kompetenzforschung

Julia Flasdick M.A.

Folkwangstraße 1 - 45128 Essen

Telefon: 02 01 - 720 27 -0; Durchwahl -24

Telefax: 02 01 - 720 27 -29

Mail: flasdick@mmb-institut.de