Zeitschrift: Zeitschrift für Sozialhilfe : ZESO
Herausgeber: Schweizerische Konferenz für Sozialhilfe SKOS
Band: 119 (2022)
Heft: 4

Artikel: Mehr Männer in soziale Berufe?
Autor: Hess, Ingrid
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1029510

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

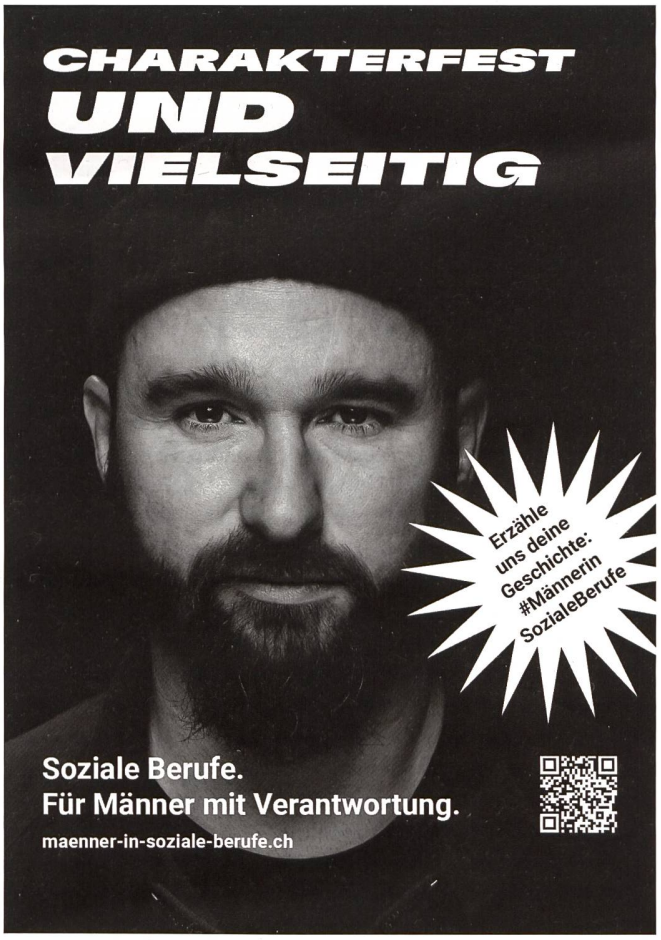
Mehr Männer in soziale Berufe?

Nach wie vor sind soziale Berufe mehrheitlich mit Frauen besetzt. Während es Förderprogramme für Frauen gibt, um sie in «Männerberufe» zu bringen, wird trotz Fachkräftemangel noch wenig getan, damit Männer Kinderbetreuer, Sozialarbeiter oder Lehrer werden. Der Dachverband männer.ch hat im vergangenen Jahr mit der Kampagne «Männer in soziale Berufe» einen Beitrag geleistet, um geschlechterstereotype Berufsbilder aufzubrechen.

Die Untervertretung von Frauen im Ingenieurwesen und in der Technik (7,3%) sowie in der Informatik (8,1%) ist immer noch frappant. Doch auch die Untervertretung von Männern im Gesundheitswesen (10,6%) und im Sozialwesen (15,8%) ist deutlich. Da diese Zahlen aus der Statistik über die berufliche Grundbildung junger Männer und Frauen stammen, wird sich so schnell auch in Zukunft an der unausgeglichenen Geschlechtervertretung in vielen Berufsfeldern wenig ändern. Dass Männer in sozialen Berufen deutlich untervertreten sind, ist nicht nur gleichstellungspolitisch, sondern auch arbeitsmarkt-, berufs- und standespolitisch problematisch.

Denn die Professionalisierung des Berufsfelds verlangt nach einem diversifizierten Angebot an (zusätzlichen) gut qualifizierten Fachkräften. Gender ist vor kultureller Herkunft und Alter das zentrale Kriterium zur Differenzierung des Angebots an Fachkräften im sozialen Bereich. Deshalb erwarten Praxisinstitutionen ein heterogenes Angebot an ausgebildeten Fachpersonen, um den Bedürfnissen der Klientinnen und Klienten gerecht zu werden, so die Argumente der Initiatoren der Kampagne «Männer in soziale Berufe».

Dass es die Vorstellung von sogenannten Frauen- oder Männerberufen gibt, hänge mit hartnäckigen Rollenvorstellungen zusammen – Vorstellungen davon, was man als Zugehörige oder Zugehöriger eines Geschlechts besonders gut kann oder können sollte, sagt Sina Liechti vom Eidgenössischen Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann (EBG). «Diese Rollenbilder werden Kindern von klein auf weitervermittelt. Aus Gleichstellungsperspektive ist es wichtig, dass Kinder möglichst frei von solchen Rollenbildern und Stereotypen aufwachsen können, damit auch die Berufswahl nicht von diesen abhängt.» Der Bundesrat hat vergangenes Jahr die Gleichstellungsstrategie 2030 verabschiedet. Das vierte Handlungsfeld der Strategie fokussiert auf den Abbau von Diskriminierung, Sexismus und Geschlechterstereotypen.



Wenig Förderprogramme, damit sich Männer als Kinderbetreuer, Sozialarbeiter oder Lehrer ausbilden. FOTO: ZVG

Wenig Unterstützung für «Männer in soziale Berufe»

Wer Unterstützung für eine Kampagne sucht, die sensibilisieren will, um Männer vermehrt in die klassischen Frauenberufe zu bringen, wird sich jedoch nach wie vor schwertun. So jedenfalls erging es den Initianten der Kampagne «Männer in soziale Berufe», die nicht nur infolge der Corona-Krise, sondern auch mangels ausreichender finanzieller Unterstützung mit sehr bescheidenen Mitteln über die Bühne ging. Die vom EBG nur mit gekürztem Budget unterstützte Kampagne «Männer in soziale Berufe» wollte das geschlechterstereotype Berufsbild angehen, das nach wie vor geeignete Männer davon abhält, einen sozialen Beruf zu wählen. Das Ziel sei nicht, den Männeranteil beliebig zu vergrössern, sondern vielmehr, eine gesunde Geschlechterbalance mit qualifizierten Fachpersonen hinzubekommen. Das sei auch von der sozialen Branche her ein Bedürfnis, sagt Kampagnenleiter Lu Decurtins.

Die Kampagne sollte von jungen Männern wahrgenommen werden und sie zum Handeln anregen, deshalb spielte sie mit Vorurteilen und Zuschreibungen. Betont männlich inszenierte Fotos von Männern in sozialen Berufen sollten Männer ansprechen – jedoch dann bereits auf den zweiten Blick in der Headline mit sozialen, weniger mit herkömmlicher Männlichkeit konnotierten Eigenschaften irritieren. Auf der Website oder auf sozialen Medien wurden dann ganz konkret reale Männer in ihrem Arbeitsumfeld und mit ↘

Nebst sozialpädagogischen Institutionen und Kitas sind auch viele Sozialdienste daran interessiert, mehr Männer zu beschäftigen. FOTO: ZVG

ihrer Geschichte im sozialen Beruf gezeigt. Geeignete Männer sollten so motiviert werden, die spezifischen Websites der verschiedenen Bildungsinstitutionen zu besuchen und sich mit dem einen oder anderen dieser Männer zu identifizieren. Bei Bedarf konnten diese sogenannten Botschafter auch kontaktiert werden. Nicht stattgefunden haben infolge von Corona und Mangel an finanziellen Mitteln verschiedene Aktivitäten mit direkten Kontakten wie der Präsenz an der Berufsmesse usw. An einigen solchen Anlässen war man aber mit Flyern und Plakaten präsent.

Sensibilisierung zeigt Erfolge

Kampagnenleiter Lu Decurtins zieht nach gut einem Jahr Kampagne Bilanz: «Gleichstellungsarbeit auf Männerseite ist leider immer noch ein Randthema. Es ist vordergründig nicht übermässig attraktiv, mehr Männer in Care- und soziale Berufe zu bringen, Männer dazu zu bringen, Hausarbeit zu machen oder Macht abzugeben.» Deshalb finde man auch kaum Geldgeber für solche Anliegen. Die klassische Rollenteilung in der Familie und auch im Berufsleben sei nach wie vor vorherrschend, auch wenn Frauen im Arbeitsmarkt zunehmend gleichgestellt agieren. «Da gibt es auch einigen Handlungsbedarf auf Männerseite», so Decurtins.

Natürlich kann eine bescheidene Sensibilisierungskampagne kurzfristig nicht viel bewegen. Doch man habe gespürt, dass verschiedene Organisationen der Arbeitswelt Soziales sensibilisiert werden konnten. So achteten sie beispielsweise vermehrt darauf, dass an den Berufsmessen nach Möglichkeit auch Männer für die Beratung von Schülern anwesend sind und dass auf den Websites nicht nur Frauen in den sozialen Berufen zu sehen sind. Aber die Forschung zeigt: Wer die Geschlechterstereotype bei der Berufswahl zum Verschwinden bringen will, muss sehr früh beginnen; in der Familie oder in der Primarschule, wie Decurtins betont. Viele Männer kommen heute erst über den Zivildienst oder Misserfolge im gewählten (männlich geprägten) Beruf zum sozialen Arbeiten.

Wenn man als Mann in die Schulen geht und den Kindern so ganz selbstverständlich die sozialen Berufe vorstellt, wird oft durchaus Interesse auch von Buben sichtbar. Im Alltag begegnen sie jedoch noch viel zu wenig solchen «Role Models».

Der Wunsch nach mehr Männern komme vor allem aus der sozialen Arbeitswelt, wie Decurtins sagt. So seien nebst sozialpädagogischen Institutionen und Kitas auch viele Sozialdienste sehr daran interessiert, mehr Männer zu beschäftigen. Auch hier ist eine angemessene gemischt geschlechtliche Zusammensetzung der Beratungsteams für eine optimale Begleitung und Beratung der Klientinnen und Klienten ein Vorteil. An einzelnen Bildungsinstitutionen hat die Kampagne trotz Mitträgerschaft der Konferenzen von Fachhochschulen und höheren Fachschulen (SASSA und SPAS) und einer konstruktiven Zusammenarbeit mit SavoirSocial jedoch weniger Begeisterung ausgelöst. 20 Prozent Männer seien genug, wurde den Initianten in diesen Bildungsinstitutionen der Sozialen Arbeit entgegengehalten. Man wolle schliesslich keine ungeeigneten Männer für die soziale Ausbildung motivieren. Auch unter den Berufsverbänden gibt es Stimmen, die eine mindestens zurückhaltende Haltung fordern. Dies mit dem Verweis auf die immer noch bestehende Lohnungleichheit zwischen Männern und Frauen, die zuerst behoben werden müsse.

Langfristige Aufbauarbeit vonnöten

Schwierig war die Lancierung einer öffentlichen Debatte. Wir wollten eigentlich, dass die Schulen via die sozialen Medien die Kampagne kommentieren. Da wäre man nah an der Zielgruppe, doch erwies es sich als problematisch, gerade in der von Corona belasteten Zeit über die Schulen die Studierenden zur aktiven Einflussnahme über soziale Medien zu motivieren. Ein solches Projekt braucht sehr viel mehr Mittel und langfristige Aufbauarbeit, um eine Kampagne in den Social-Media-Kanälen zu befeuern. «Bis etwas wirklich viral geht, braucht es viel Zeit. Mit dem letzten Rappen aus dem Budget haben wir noch etwas Bezahlwerbung gemacht, und so konnten wir doch ansprechende Zahlen vorweisen», weiss Decurtins. Die Zusammenarbeit mit Sozialinfo habe sich für beide Seiten als gewinnbringend erwiesen. Umso mehr sei der Abschluss der Kampagne zum jetzigen Zeitpunkt sehr bedauerlich, bilanziert Decurtins.

Überzeugt werden sollten mögliche Berufseinsteiger mit positiven Aspekten der sozialen Berufe wie Sinnhaftigkeit, Arbeitsplatzsicherheit, Weiterbildungsmöglichkeiten, Aufstiegsperspektiven oder auch mit den flexiblen Arbeitszeitmodellen und damit einer besseren Vereinbarkeit von Erwerbsarbeit und Familie. Dabei sollten aber auch die potenziell kritischen Punkte wie Lohnhöhe, die Minderheitenposition von Männern oder tatsächliche Arbeitsinhalte transparent thematisiert werden. Auch könnten Pluspunkte wie «Zukunftssicherheit», «Vereinbarkeit» und «Sinnhaftigkeit» der verschiedenen Berufsfelder im Sozialbereich in einem allfälligen Folgeprojekt gezielter in den Vordergrund gestellt werden, um potenzielle Interessierte noch besser zu erreichen. ■

Ingrid Hess
Redaktionsleiterin