



# KONZEPT: MEHR FRAUEN FÜR DIE ICT-BERUFE

---

## I. EINLEITUNG

In den letzten zehn Jahren bewegte sich der Frauenanteil im ICT-Berufsfeld auf einem sehr tiefen Niveau. Dasselbe Bild zeigt sich in der beruflichen Grundbildung und der höheren Berufsbildung. In den ICT-Berufslehren sind lediglich 13.4% weiblich, wobei der Beruf Mediamatiker/in EFZ mit 36% weiblichen Lernenden aus der Reihe fällt. In den Informatik-Berufen (Informatiker/in EFZ, Betriebsinformatiker/in EFZ, ICT-Fachmann/-frau EFZ) liegt der Anteil sogar unter 10%<sup>1</sup>. In der höheren Berufsbildung zeigen sich ähnliche Zahlen: 2021 waren von den Absolvierenden der eidgenössischen Fachausweise und Diplome im Bereich ICT 13% weiblich.

Gleichzeitig nimmt der ICT-Fachkräftebedarf weiter zu<sup>2</sup>. Deshalb hat sich der Vorstand von ICT-Berufsbildung Schweiz in der Strategie 2026<sup>3</sup> zum Ziel gesetzt, den Frauenanteil nachhaltig zu steigern.

In diesem Konzept werden die Stellschrauben in der ICT-Berufswahl benannt und konkrete Massnahmen für ICT-Berufsbildung Schweiz zur Erhöhung des Frauenanteils definiert.

## II. ZIELE

### **Strategieziel**

Die Anzahl der ICT-Fachkräfte und insbesondere der Frauenanteil an ICT-Fachkräften ist nachhaltig gesteigert; mit einem Fokus auf der Entwicklung von Modellen, die den Umstieg in ICT-Berufe erleichtern.

## III. ZIELGRUPPEN

- Mädchen/Schülerinnen in der Berufswahlphase
- Eltern mit Töchtern in der Berufswahlphase
- Berufsinformationszentren (BIZ) / Berufsberatende
- Volksschulen / Lehrpersonen
- Lehrbetriebe
- Potenzielle Quereinsteigerinnen

---

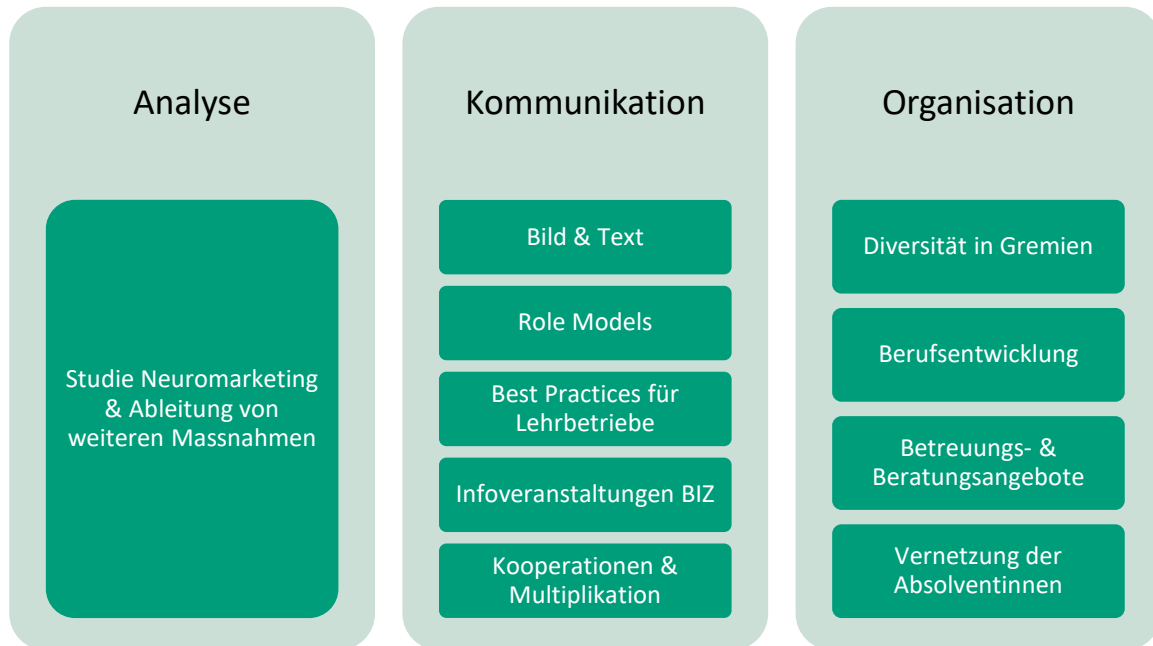
<sup>1</sup> BFS 2022

<sup>2</sup> [ICT-Fachkräftesituation: Bedarfsprognose 2030](#)

<sup>3</sup> [ICT-Berufsbildungs-Story 2026](#)

## IV. MASSNAHMEN

Es werden Massnahmen in drei Bereichen umgesetzt: a) zur Analyse entscheidender Faktoren, b) in der Kommunikation des Verbandes und c) Massnahmen innerhalb der Organisation von ICT-Berufsbildung Schweiz.



### a) ANALYSE:

#### **Studie Neuromarketing**

In Kooperation mit digitalswitzerland und dem Amt für Wirtschaft und Arbeit Zürich wird ICT-Berufsbildung Schweiz eine Studie im Bereich Neuromarketing in Auftrag geben. In der Studie «Frauen emotional für ICT-Berufe begeistern» werden Emotionen und Motive von Frauen und Männern, die zufrieden in ihrem Beruf arbeiten, gemessen und auf geschlechtsspezifische Unterschiede geprüft. Ausserdem werden emotionale Ansprüche und Motive von Frauen und Männern gemessen, die potenziell in diese Berufe einsteigen, bzw. quereinsteigen könnten. Dort wo sich die emotionalen Ansprüche der einsteigenden Frauen mit den Emotionen der zufriedenen Frauen in diesen Berufen geschlechtsspezifisch treffen, gilt es Schwerpunkte im Berufsmarketing für Frauen zu legen. Die Projektleitung für dieses innovative und anspruchsvolle Programm wird die auf Neuromarketing spezialisierte Agentur *Zutt & Partner* übernehmen. Aus den Ergebnissen werden weitere Kommunikationsmassnahmen abgeleitet.

## **b) KOMMUNIKATION:**

### **Bild & Text**

Auf sämtlichen Kommunikationskanälen von ICT-Berufsbildung Schweiz wird darauf geachtet, dass eine an die Zielgruppe anschlussfähige Kommunikation in Bild und Sprache gewährleistet ist und das männlich geprägte Image der ICT-Berufe aufgelöst werden kann.<sup>4</sup>

### **Role Models sichtbar machen**

- Testimonials & Portraits von Lernenden
- Testimonials & Portraits von erfolgreichen jungen Frauen in ICT-Berufen / Absolvent/innen der höheren Berufsbildung
  - Breite an Arbeitsmodellen sowie Vereinbarkeit von Familie und Karriere aufzeigen

Die Testimonials und Portraits werden über die verschiedenen Kommunikationskanäle von ICT-Berufsbildung Schweiz ausgespielt. Eine Multiplikation über weitere Kanäle (z.B. IT-Feuer, andere ICT-Verbände, kantonale/regionale Oda) wird angestrebt.

ICT-Berufsbildung Schweiz baut ein internes Kontaktnetz auf, auf das beispielsweise bei Presseanfragen oder Projekten zum Thema zurückgegriffen werden kann. Es enthält Lernende, Absolventinnen der Höheren Berufsbildung und weitere Karrierefrauen aus der ICT.

### **Best Practices & Tipps für Lehrbetriebe zusammentragen und sichtbar machen**

Im Rahmen der Lehrstellenkampagne von ICT-Berufsbildung Schweiz wird eine eigene Subsite unter [www.ict-berufsbildung.ch](http://www.ict-berufsbildung.ch) erstellt. Dort werden auch Tipps für Lehrbetriebe zusammengetragen, wie sie Schülerinnen als Zielgruppe abholen können. Die Tipps können auch von den kantonalen/regionalen Oda eingesetzt werden.

### **Informationsveranstaltungen für BIZ**

ICT-Berufsbildung Schweiz führt jährlich Informationsveranstaltungen mit Berufs- und Laufbahnberater/innen und durch. Dabei wird explizit auf das Thema Mädchen & ICT eingegangen und hervorgehoben, dass die ICT-Berufe für Mädchen geeignet und attraktiv sind. Zudem wird auf Organisationen hingewiesen, die Einstiegsprogramme für Mädchen anbieten.

### **Kooperation & Multiplikation**

Es werden Kooperationen mit Organisationen, die bereits in dem Bereich tätig sind, geprüft. Etwa:

- IT-Feuer
- Svin.ch → kids info
- Ing.ch
- Women in Cyber
- Zukunftstag: Mädchen-Informatik-los! / ein Tag als Chefin
- girls for mint
- girls can code

---

<sup>4</sup> [Attraktivität von ICT-Berufen](#)

- coding club for girls
- Swiss TecLadies
- ICT Scouts/Campus
- Pro Juventute → Eltern sensibilisieren
- kiknet → Lehrpersonen sensibilisieren
- Etc.

Ziel ist es, die Aktivitäten zum Thema sichtbarer zu machen und sich gegenseitig in der Kommunikation zu verstärken. Um den Austausch zu fördern, wird ein – gegebenenfalls virtuelles – Treffen mit den Akteuren organisiert.

Zudem werden gezielte Projekte finanziell von ICT-Berufsbildung Schweiz unterstützt.

Weitere Massnahmen werden aus den Erkenntnissen des Programms «Frauen emotional für ICT-Berufe begeistern» abgeleitet.

### **c) ORGANISATION:**

#### **Gremien**

Das Ziel ist, offene Positionen in Gremien von ICT-Berufsbildung Schweiz mit der Minderheit – sofern verfügbar – nachzubeseetzen, bis mindestens 30% erreicht sind.

#### **Entwicklung der Abschlüsse**

Bei der (Weiter-)Entwicklung der Abschlüsse in der beruflichen Grundbildung und der höheren Berufsbildung ist darauf zu achten, dass die Perspektive der Mädchen und Frauen berücksichtigt wird. Es sollen Expertinnen hinzugezogen werden und Optionen für Quereinsteigerinnen geprüft werden. Den Berufen soll nicht ein weibliches Image verpasst werden, sondern der Diskurs angestossen werden und die Berufe Personen zugänglich gemacht werden, die sich bisher nicht dafür interessiert haben.

#### **Betreuungs- und Beratungsangebote**

Es werden Voraussetzungen für Betreuungsangebote geschaffen, um die Rahmenbedingungen für Eltern in ICT-Berufen zu optimieren.

Zur Unterstützung der Ausbildungsbetriebe wird geprüft, ob nationale und/oder regionale Schnuppertage durchgeführt werden können. Zusätzlich entwickelt ICT-Berufsbildung Schweiz ein Musterprogramm, das einen speziellen Fokus darauf legt, talentierte Mädchen abzuholen.

#### **Vernetzung der Absolventinnen**

Der Bedarf nach einer Vernetzung der Lehrabgängerinnen und HBB-Absolventinnen untereinander wird abgeklärt.

## V. BUDGET

Die Auslagen für die Umsetzung der Kampagne werden im laufenden Budget aufgenommen. Es wird mit Sonderausgaben bis CHF 40'000 gerechnet.

## VI. EVALUATION

Die Entwicklung des Frauenanteils in den ICT-Berufslehren und im gesamten Berufsfeld ICT werden fortlaufend beobachtet. Hierzu werden die Statistiken des Bundesamts für Statistik (BFS) sowie die Befragungen der ICT-Lernenden zum Beginn und Abschluss ihrer Lehre hinzugezogen.

Neu erstelltes Informationsmaterial (Broschüren, Flyer, etc.) mit Zielgruppe Schüler/innen wird nach Möglichkeit jeweils vor der Publikation mit Vertreter/innen der Zielgruppe gespiegelt. Dies, um die Attraktivität und Verständlichkeit der Informationen sicherzustellen.

## VII. ZEITHORIZONT

Das vorliegende Konzept bezieht sich basierend auf der Strategie 2026 von ICT-Berufsbildung Schweiz auf den Zeitraum 2023 bis 2026. Anpassungen im Konzept sind in dieser Zeit nicht ausgeschlossen.

### **Zeitplan zur Studie und Definition weiterer Massnahmen**

- Bis Anfang 2023: Durchführung Studie (inkl. Massnahmenvorschläge), um Frauen emotional für ICT-Berufe zu gewinnen / Erarbeitung Kommunikationskonzept, Kommunikation Weckruf, Ziele und Massnahmen der Kampagne sowie Studienergebnisse
- Bis Ende 2023: Berufsmarketing: Auswahl und Konkretisierung Massnahmen Studie / Quereinstieg: Identifikation Angebote und weiteren Bedarf an Kommunikation, Multiplikation und Angeboten / Aufbau Plattform und Sounding zu Angeboten / Festlegung Massnahmen betr. Quereinstieg und Berufsmarketing / Aufbau eines Monitoring
- 2024 – 2026: Schrittweise Umsetzung Massnahmen zur Stärkung des Berufsmarketings und des Quereinstiegs / Schrittweise Kommunikationsmassnahmen, Angebote und Erfolge

## VIII. ARBEITSGRUPPE

### **Vorstand:**

- Elisabeth Christen
- Alain Gut
- Daniel Jäggli
- Doris Matyassy
- Marc Marthaler
- Carlo Pirola
- Sonja Studer
- Stefan Wolter

### **Geschäftsstelle:**

- Serge Frech
- Elisa Marti