

e-gender Eindrapport



ICT IS ROOSKLEURIG

Voorwoord

ICT verandert, raakt steeds meer verweven met onze samenleving. De steeds groeiende vraag naar creativiteit zorgt voor kleur en is goed voor het imago van een sector die één wordt met het wereldse. Binnen deze cultuuromslag erkent deze sector steeds meer de nood aan sociale vaardigheden, aan vrouwen, pur sang. ICT staat aan de vooravond van een nieuwe toekomst. Die begint NU!

Als voorhoede van die beloftevolle toekomst heeft e-gender een steen in de vijver gegooid; een persoonlijke bewustwording bij vrouwen en bedrijven bewerkstelligd met als doel een imagoverandering van ICT. Vanuit de wetenschap dat het zonde is om vrouwelijk arbeidskapitaal onbenut te laten, heeft het project een voet tussen de deur gekregen met haar focus op competenties en doelgerichte nomenclatuur.

Christel Verschaeren (IBM)

Diversiteit is een van de waarden van IBM sinds meer dan 50 jaar. Het maakt als het ware deel uit van onze DNA. In het kader van sociaal & maatschappelijk verantwoord ondernemen is dit vanzelfsprekend voor IBM.

De laatste 10 jaar is de focus echter verhoogd omdat de business case sterker geworden is. Er is een tekort aan skills op de markt en dus moet je als bedrijf alle bronnen aanboren om het beste talent in huis te halen. Ook zijn er meer en meer beslissingsnemers in bedrijven vrouwelijk en dus moet je dat als bedrijf ook weerspiegelen. IBM is geëvolueerd naar een dienstenbedrijf en die diensten worden door teams uitgevoerd. De sterkste teams worden gevormd door middel van een goede balans tussen mannen en vrouwen. Dus alweer een zakelijke reden om als bedrijf aandacht te hebben voor diversiteit.

We hebben in IBM België 25 % vrouwen en 17,5 % vrouwelijke managers. Nog lang niet genoeg maar we zien wel een positieve trend en dat is voor ons belangrijk. We willen zeker geen vrouwen in bepaalde functies omdat ze een vrouw zijn maar wel omwille van hun talent. We hebben dan ook programma's om vrouwen te helpen hun weg te vinden en assertiever te worden. Tegelijkertijd hebben we een focus op training van managers omdat zij degenen zijn die aandacht moeten hebben voor de verschillen en zo het vrouwelijk talent te ontdekken en te promoten. Aan deze beide kanten is nog veel werk maar met een continue focus vanuit het Executive team en het management is het hoofdingrediënt aanwezig om deze positieve trend verder te zetten.

Vanuit mijn hoofdrol in de CIO organisatie in IBM zie ik ook dat het cruciaal wordt om vrouwelijk talent aan te trekken in deze omgeving. Met alle web 2.0 tools en de veranderende mindset tgv social networking e.d. wordt één van de sleutels voor succes in een bedrijf meer dan ooit 'collaboration'. De kunst van het goed samenwerken. Laat dat nu net één van de sterke vrouwelijke competenties zijn. Daarnaast wordt het ook belangrijker om mensen te hebben, zgn T-profielen, die breed en horizontaal kunnen denken maar als het moet ook vertikaal zeer in detail kunnen gaan. Ook dat is een typisch vrouwelijke eigenschap. Dus in de toekomst gaan deze skills, die deze web 2.0 mindset ondersteunen, in belang verhogen tov de zuiver technische IT skills.

Marian Kin (Vacature)

M/V: HOE VERSCHILLEND GAAN ZE OM MET HUN CARRIERE?

Uit onderzoek van Vacature en Insites (Carrièrebarometer 07/2007: doelgroep hoger opgeleiden, 18-54, werkend) kunnen we opmaken in welke mate mannen en vrouwen met hun carrière bezig zijn. Onder de oppervlakte ontdekken we heel wat (accent-)verschillen tussen het carrièremanagement van mannen en vrouwen.

PROFESSIONELE SITUATIE

Vrouwen hebben vaker een bachelor-diploma dan mannen, ze werken veel vaker deeltijds en zijn ondervertegenwoordigd in managementfuncties (vanaf lager management). Ze werken veel vaker bij de overheid/non-profit en in de gezondheid en maatschappelijke dienstverlening. Wanneer ze mogen kiezen, verkiezen vrouwen het meest een functie binnen overheid, onderwijs, maatschappelijke dienstverlening of HR. Ook administratieve functies scoren goed bij vrouwen.

Mannen zijn vaker actief in de zogenaamde harde sectoren zoals ict, engineering, industrie en bouw. Als ze mogen kiezen, gaat hun voorkeur uit naar een job in finance of consulting, ict/telecom, industrie/bouw/techniek/r&d. Opvallend is ook dat een aanzienlijk percentage van de mannen een (top)managementfunctie ambieert. Onder vrouwen is deze ambitie nagenoeg onbestaande.

CARRIEREMANAGEMENT

Hoewel mannen en vrouwen in gelijke mate van job zijn geswitcht de afgelopen jaren, staan mannen vaker open voor een nieuwe uitdaging dan vrouwen. Mannen registreren zich vaker op jobsites om in contact te treden met geïnteresseerde bedrijven, en ze consulteren vaker vakbladen en websites die met hun vakgebied te maken hebben. Ze zijn bovendien bereid om langer te pendelen voor hun ideale job.

Welke criteria spelen een rol bij de zoektocht naar een nieuwe werkgever? Mannen gaan voor een financieel gezond en innovatief bedrijf met een competent management waar ze hun carrière kunnen uitbouwen. Voor vrouwen zijn open communicatie en worklife balance veel belangrijker dan voor mannen.

Inhoud

Voorwoord	1
Inleiding	7
1. Algemene probleemformulering Het aandeel vrouwen in ICT	8
Typering van de ICT sector	8
Aandeel vrouwen in IT opleidingen: Bedroevende cijfers	8
Ondervertegenwoordiging van vrouwen in ICT beroepen.....	11
Diversiteitbeleid in de ICT sector.....	13
2. Doelstellingen e-gender	15
Waarom 'e-gender'?	15
Doelstellingen van het project	15
Vrouwen: motiveren voor ICT	15
Arbeidsmarkt: bewustmaking van de ICT sector.....	16
Opleidingsaanbod: vrouwvriendelijk.....	16
Einddoel: gender mainstreaming	17
3. Vrouwen & ICT: Belemmerende factoren voor instroom en doorstroom van vrouwen	18
Algemene belemmeringen bij vrouwen	18
Imago van 'informatica' bij meisjes.....	18
Imago van ICT beroepen	19
Imago bij ICT medewerkers.....	19
Invloed van ICT sector	20
4. Vrouwen & ICT: Methodologie en resultaten van e-gender www.dothematch.be	21
Methodiek e-gender matchingtool	22
Demystificatie van de ICT sector door drempelverlagend te werken.....	23
Empirisch onderzoek	23
www.dothematch.be	25

Promotiecampagne www.dothematch.be	26
Invulling communicatie	26
Sensibilisering aan de hand van straatanimaties	26
Resultaten	27
5. Bewustmaking ICT sector: Bevorderende factoren voor de instroom van vrouwen	29
Hoe kan de ICT sector zelf bijdragen aan de beeldvorming?.....	29
Strategisch diversiteitbeleid is bedrijfsbelang.....	30
Verankering	30
Arbeidsvoorwaarden & voorzieningen.....	30
Human Resource Management.....	31
Cultuur	33
6. Bewustmaking ICT sector: Methodologie en resultaten e-gender <i>www.theskillsmatch.be</i>	34
Promotiecampagne www.theskillsmatch.be	35
Resultaten	36
7. Genderneutraal onderwijs	37
Aantrekkelijke ICT opleidingen.....	37
Instroom	37
Opleiding	38
Doorstroom & werving.....	39
8. Genderneutraal onderwijs Aanbevelingen & Tips <i>e-gender opleidingsgids</i>	41
Methodologie	41
De e-gender opleidingsgids	42
e-gender instroomanalyse.....	42
e-gender opleidingsanalyse.....	43
e-gender doorstroomanalyse.....	45
Promotie & resultaten e-gender opleidingsgids	46
9. Tot slot.....	48

Lijst figuren

Figuur 1. Evolutie instroom jongeren in een ICT opleiding secundair onderwijs.....	9
Figuur 2. Evolutie instroom jongeren in een ICT opleiding hoger onderwijs.....	10
Figuur 3. Percentage meisjes en jongens in een ICT opleiding	11
Figuur 4. Overzicht doelstellingen e-gender project.....	17

Lijst Tabellen

Tabel 1. Instroom jongeren in een ICT opleiding secundair onderwijs.....	9
Tabel 2. Instroom jongeren in een ICT opleiding hoger onderwijs	10
Tabel 3. Instroom jongeren in een ICT opleiding hoger onderwijs academiejaar '07-'08	11
Tabel 4. Evolutie vrouwen tewerkgesteld in ICT sector (2 ^{de} kwartaal 2003 & 2 ^{de} kwartaal 2007)	13
Tabel 5. Top 10 meest belangrijke competenties van referentieprofielen (werknemers) en excellente functiehouders (werkgevers)	25

Inleiding

Deze publicatie maakt deel uit van het project 'e-gender'. Dit project krijgt financiële steun van het Europees Sociaal Fonds (ESF), van het Vlaams Economische Sociaal Overlegcomité (VESOC) en Provincie Limburg.

Vzw E-Lab Vlaanderen coördineert en leidt het project. E-Lab wordt bijgestaan door een professionele stuurgroep en adviesraad (leading ladies), bestaande uit mensen uit de bedrijfswereld, de onderwijswereld en overheidsinstanties.

e-gender beoogt een evenredige deelname van mannen én vrouwen in de ICT sector. Ondanks het prangende personeelstekort in deze sector zien we toch dat vrouwen sterk ondervertegenwoordigd zijn. We geven u een overzicht van de verschillende acties die ondernomen werden in het kader van het e-gender project. De hoofddoelstelling van het project is het aanwakkeren van het genderbewustzijn in de ICT- en multimediasector. De focus ligt bij vrouwen, meer bepaald bij een bijzondere groep van vrouwen: de korter geschoolde vrouwen. Deze groep is immers bijna niet vertegenwoordigd in de sector, ondanks de nood aan commercieel en technisch geschoold ondersteunend personeel. Deze paper beschrijft doelstellingen, methodiek en resultaten van het project en wil ook een visie op de toekomst hiervan brengen. Het rapport dat vandaag voor u ligt brengt verslag uit van drie acties:

Wat houdt vrouwen tegen om te kiezen voor ICT? Imago

Bewustmaking van de ICT sector van de capaciteiten van (korter geschoolde) vrouwen

Hoe kunnen ICT opleidingen genderneutraal en vrouwvriendelijk gemaakt worden

Voor elk van deze acties formuleert dit rapport eerst een probleemstelling (op basis van voorgaand onderzoek), waarna de methodologie en resultaten van het e-gender project gepresenteerd worden.

1. Algemene probleemformulering

Het aandeel vrouwen in ICT

Typering van de ICT sector

De markt van de bedrijven in de Informatie en Communicatie Technologie kan grofweg worden onderverdeeld in hardware- en softwareproducenten of leveranciers en audiovisuele industrie enerzijds (ICT industrie) en dienstverleners die (totaal)oplossingen bedenken voor klanten en deze adviseren over ICT vraagstukken anderzijds (ICT diensten). Dan zijn er ook nog de vele detacheringbureaus die hun medewerkers tijdelijk aan het werk zetten bij een klant.

Behalve dat er veel jonge mensen in ICT werken is een belangrijk kenmerk van de sector dat die zelf eveneens nog jong is. Zij heeft immers nog maar zo'n kwarteeuw de tijd gehad om zichzelf te vormen. Het gaat hier dus om een relatief onvolwassen sector. Dit uit zich bijvoorbeeld in het feit dat de markt voor ICT bedrijven nog niet tot rust is gekomen.

Snelle veranderingen De sector mag dan jong en onvolwassen zijn, in die korte vijftientig jaar zijn de technische ontwikkelingen enorm geweest. En nog steeds holt de praktijk regelmatig achter de techniek aan. Werken in de ICT betekent dan ook dat medewerkers moeten kunnen omgaan met snelle veranderingen. Zij moeten bovendien bereid zijn om continu te leren en tijd te besteden aan opleiding en studie. Kennis binnen deze sector veroudert snel, met name wat betreft producten en dienstverlening. Bij programmering is dit minder aan de orde.

Ontwikkelingen op de arbeidsmarkt De arbeidsmarkt voor geschoold ICT personeel kampt met een enorme schaarste. Na een korte verbetering eind jaren '90 kennen we nu weer een terugval. Uit cijfers van Agoria blijkt dat dit tekort aan personeel een stijgende tendens kende: momenteel staan nog steeds 14.250 vacatures open ten opzichte van 13.250 twee jaar geleden. Daarnaast zijn vraag en aanbod niet altijd goed op elkaar afgestemd. Door de snelle veranderingen in de ICT voldoet het aanbod niet altijd aan wat er op dit moment door de markt wordt gevraagd.

De vraag naar ICT personeel in de Belgische economie groeit elk jaar. In 2006 werkten 136.000 mensen als informaticus op de arbeidsmarkt. In 2007 steeg dat aantal naar 141.000. Het afgelopen jaar werden er nog eens 6.500 nieuwe jobs voor ICT'ers gecreëerd zodat momenteel reeds 147.500 Belgen hun brood verdienen op de ICT arbeidsmarkt.

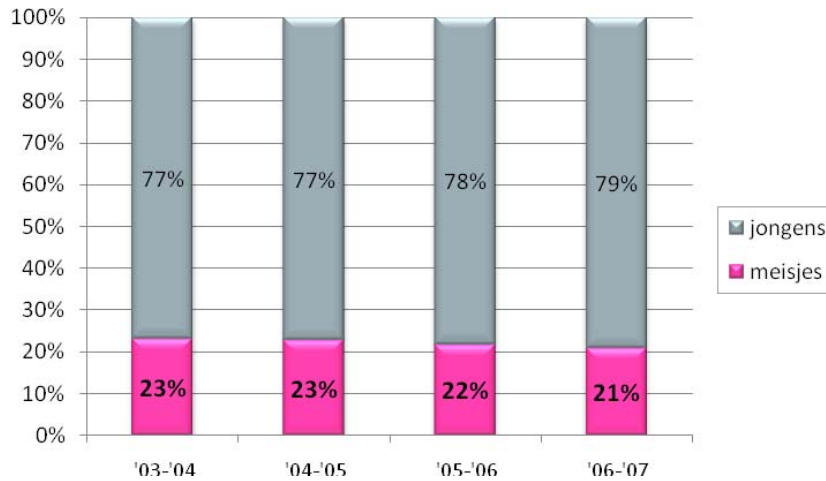
Aandeel vrouwen in IT opleidingen: Bedroevende cijfers

Vrouwen en informatica, het is geen evidente combinatie. Dat blijkt uit de cijfergegevens van het Vlaams onderwijsdepartement. De ondervertegenwoordiging van meisjes start in het secundair onderwijs en zet zich consequent verder.

Secundair onderwijs

Zoals te zien in onderstaande figuur start de ondervertegenwoordiging van meisjes in het secundair onderwijs aangezien slechts weinig meisjes kiezen voor een ICT opleiding.

Figuur 1. Evolutie instroom jongeren in een ICT opleiding secundair onderwijs



Voor ICT opleidingen in het secundair onderwijs valt er bij meisjes nog veel te winnen. Er kiezen namelijk veel minder meisjes (21%) dan jongens (79%) voor een ICT opleiding. Uitzondering hierop is de opleiding boekhouden-informatica, waar 36% van de studenten vrouwelijk is. Boekhouden is dan ook een richting met een typisch vrouwelijk karakter.

De dalende percentages van bovenstaande figuur vertellen niet het hele verhaal: wanneer we kijken naar de absolute cijfers, zoals weergegeven in Tabel 1, zien we dat niet enkel de instroom van meisjes in het secundair dalend is, maar ook deze van jongens. Het aandeel meisjes daalt wel bijna dubbel zo sterk als dat van de jongens. In het studiejaar '03-'04 secundair onderwijs was de instroom van meisjes nog 1.390 en die van jongens 4.614. In het studiejaar '06-'07 was de instroom van meisjes nog slechts 1.048, een daling van 25%. De instroom van jongens bedroeg 3.987, een daling van 14%. Dat het aantal meisjes in verhouding sterker daalt, vertaalt zich in de dalende percentages van meisjes in ICT opleidingen. Een algemene conclusie is dus dat informatica meisjes niet/minder aanspreekt, maar ook dat het jongens steeds minder weet te boeien!

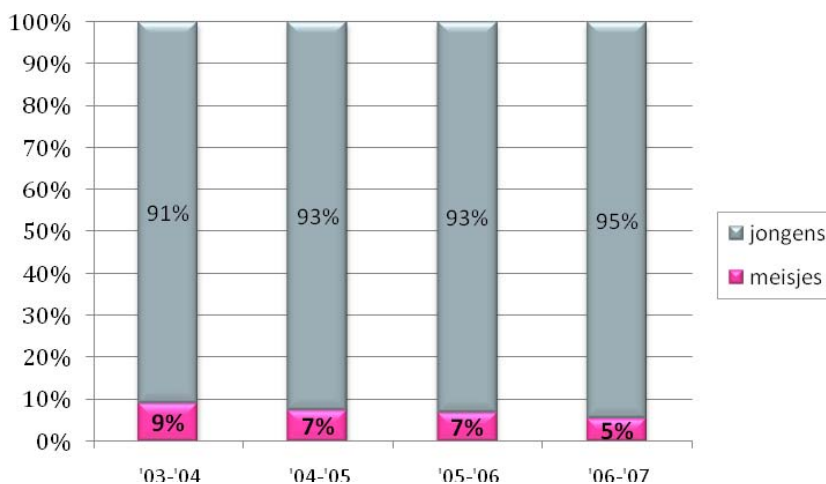
Opleiding (secundair onderwijs)	'03-'04		'06-'07	
	aantal	%	aantal	%
1. Boekhouden-informatica	1 176	37,3%	910	35,5%
2. Industriële computertechnieken/ICT	4	2,0%	0	0,0%
3. Informaticabeheer	160	7,6%	94	5,7%
4. (Interactieve)multimediatechnieken	50	9,3%	44	8,0%
Totaal meisjes in ICT opleidingen	1 390	23,2%	1 048	20,8%
Totaal jongens in ICT opleidingen	4 614	76,8%	3 987	79,2%

Tabel 1. Instroom jongeren in een ICT opleiding secundair onderwijs

Hoger onderwijs

Aan hogescholen en universiteiten zet de dalende instroom van meisjes in ICT opleidingen zich voort. Meisjes zijn sterk ondervertegenwoordigd in deze opleidingen. Ze vormen een absolute minderheidsgroep: slechts 5% van de studenten aan hogescholen is vrouw, aan de universiteiten is dit 6%. Onderstaande figuur geeft de evolutie van de instroom in hogescholen en universiteiten samen weer.

Figuur 2. Evolutie instroom jongeren in een ICT opleiding hoger onderwijs



Wanneer we kijken naar de absolute cijfers zien we dat de dalende tendens van meisjes zich in het hoger onderwijs nog scherper aftekent. Het aandeel meisjes daalt in het schooljaar '06-'07 met 53% ten opzichte van het schooljaar '03-'04. Het aandeel jongens daalt 'slechts' met 17%. Ook hier is dus het negatieve imago van ICT voelbaar...

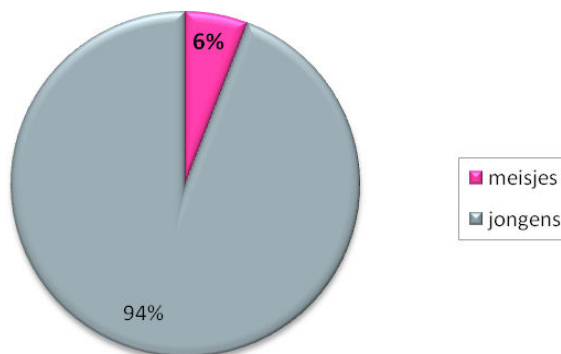
Opleiding	'03-'04		'06-'07	
	aantal	%	aantal	%
HOGESCHOLENONDERWIJS				
1. Toegepaste informatica	368	9,3%	159	5,1%
2. Multimedia- en communicatietechnologie	79	7,9%	70	5,9%
3. Industriële wetenschappen: informatica	9	8,4%	6	3,4%
UNIVERSITAIR ONDERWIJS				
4. Informatica/Informatica-kennistechnologie	115	8,3%	47	5,6%
5. Handelsingenieur in de beleidsinformatica	34	18,7%	4	8,7%
6. Toegepaste informatica	7	11,3%	1	6,3%
7. Computerwetenschappen	18	8,0%	11	7,3%
Totaal meisjes in ICT opleidingen	630	9,1%	298	5,4%
Totaal jongens in ICT opleidingen	6 306	90,9%	5 204	94,6%

Tabel 2. Instroom jongeren in een ICT opleiding hoger onderwijs

Een eerste teken van een nieuwe lente?

De voorbije jaren hebben een dalende instroom van jongeren weergegeven, maar de voorlopige studentenaantallen voor het academiejaar '07-'08 zijn – gelukkig! – lichtjes hoopgevend.

Figuur 3. Percentage meisjes en jongens in een ICT opleiding hoger onderwijs academiejaar '07-'08



Voor het eerst in vijf jaar stijgt het aantal jongens én meisjes in ICT opleidingen in het hoger onderwijs. Daarenboven stijgt het aantal meisjes in verhouding sterker dan het aantal jongens, zoals weergegeven in Tabel 3. Voor het academiejaar '07-'08 hebben 349 meisjes en 5 914 jongens zich ingeschreven voor een ICT opleiding in het hoger onderwijs. Dit komt overeen met een stijging van respectievelijk 17% en 7%.

Instroom jongeren (hoger onderwijs)	meisjes		jongens		totaal
	aantal	%	aantal	%	aantal
HOGESCHOLENONDERWIJS					
'06-'07	235	5,3%	4 223	94,7%	4 458
'07-'08	284	5,9%	4 539	94,1%	4 823
UNIVERSITAIR ONDERWIJS					
'06-'07	63	6,0%	981	94,0%	1 044
'07-'08	65	6,0%	1 026	94,0%	1 091
Totaal '06-'07	298	5,4%	5 204	94,6%	5 502
Totaal '07-'08	349	5,9%	5 565	94,1%	5 914

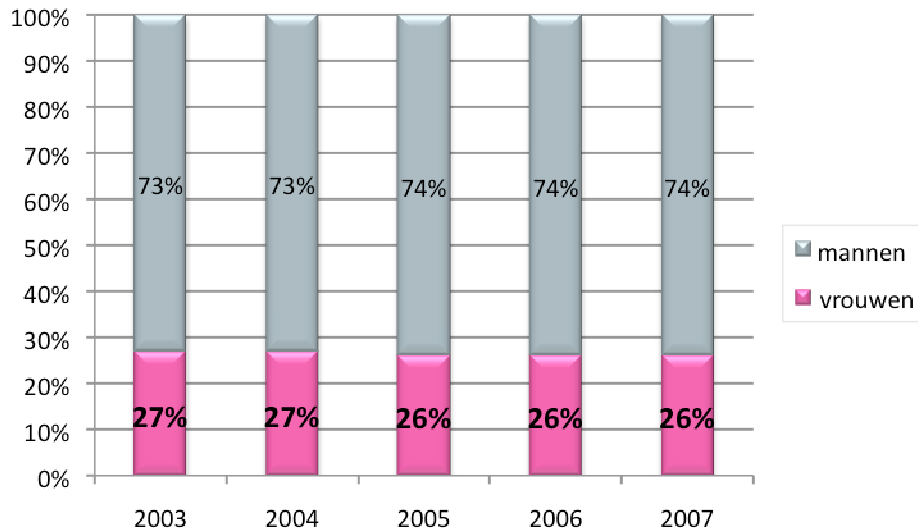
Tabel 3. Instroom jongeren in een ICT opleiding hoger onderwijs academiejaar '07-'08

Ondervertegenwoordiging van vrouwen in ICT beroepen

De ondervertegenwoordiging van meisjes in het informatica onderwijs zet zich (logischerwijs?) verder in de informaticasector. Dit komt enerzijds door de typering van de ICT sector als een mannelijke en technische sector. ICT is een wereld van snelle jongens, 'nerds' en 'freaks', er wordt

groot belang gehecht aan status, lange werkdagen, hoge werkdruk, veel en lange reistijden, onregelmatige arbeidsuren, geen deeltijds werk, weinig mogelijkheden voor combinatie werk privé,... Een vicieuze cirkel komt tot stand: informaticus is een overwegend mannelijk beroep en daardoor gaan vrouwen geen informatica studeren. Zo houdt het probleem zichzelf in stand. De cijfergegevens bevestigen dat een dergelijk imago niet bevorderlijk is voor een positieve keuze van vrouwen voor deze sector (Figuur 4).

Figuur4. Evolutie aandeel vrouwen in de ICT sector



Volgens kenners van de sector is de instroom van vrouwen wel degelijk toegenomen, maar zouden deze cijfers duiden op een eveneens grote uitstroom van vrouwen, al dan niet tijdelijk. Dit vermoeden lijkt bevestigd te worden door Amerikaans onderzoek naar vrouwelijke managers in Silicon Valley dat de uitstroom van alle werknemers in de ICT sector bestudeerde. Conclusie is dat de uitstroom van vrouwen veel groter is dan die van mannen. Dit heeft drie oorzaken: vrouwen herkennen zich minder in de bedrijfscultuur, ze zijn minder tevreden over de ontplooiing van hun mogelijkheden en over de combinatie van hun werk met hun gezin.

De ondervertegenwoordiging van meisjes in ICT opleidingen start in het secundair onderwijs, zet zich consequent verder in het hoger onderwijs en uit zich in de sector zelf. Deze trend zorgt ervoor dat de doorstroom van meisjes/vrouwen in de ICT sector in dalende lijn verloopt.

Tewerkstelling ICT sector	2003		2007	
	aantal	%	aantal	%
1. Telecommunicatie (NACE 64.200)	8 987	29,2%	8 444	28,5%
2. Verhuur van kantoormachines en computers (NACE 71.330)	105	37,9%	119	38,6%
3. Computeradviesbureaus (NACE 72.100)	3 374	24,5%	3 898	24,2%

4. Realisatie van programma's en gebruiksklare systemen (NACE 72.200)	4 704	23,8%	5 101	23,5%
5. Gegevensverwerking (NACE 72.300)	594	31,2%	802	28,8%
6. Databanken (NACE 72.400)	603	43,6%	731	38,2%
7. Onderhoud en reparatie van computers en van kantoor machines (NACE 72.500)	463	20,3%	402	18,0%
Totaal vrouwen in ICT sector	18 830	26,8%	19 497	26,1%
Totaal mannen in ICT sector	51 417	73,2%	55 183	73,9%

Tabel 4. Evolutie vrouwen tewerkgesteld in ICT sector (2^{de} kwartaal 2003 & 2^{de} kwartaal 2007)

De bovenstaande tabel geeft een overzicht van de deelsectoren – en bijhorende NACE codes – die gehanteerd werden in deze publicatie. Ook hier is een lichtjes positieve tendens op te merken. Als we de cijfergegevens van 2003 vergelijken met die van 2007, merken we op dat het aantal vrouwen in elke subsector is toegenomen, terwijl hun aandeel toch gedaald is. In verhouding is de stijging van het personeel tewerkgesteld in de ICT sector dus hoger bij mannen.

Het is dus aan onderwijssector en arbeidsmarkt om deze tendens tegen te gaan. Ze dienen de handen in elkaar te slaan opdat de doorstroom naar de arbeidsmarkt zo optimaal mogelijk verloopt.

Diversiteitbeleid in de ICT sector

Het is de vraag wat deze ontwikkelingen voor gevolgen hebben voor de in- en uitstroom van vrouwen in de ICT sector. De krappe arbeidsmarkt zou aanleiding moeten geven om meer vrouwen binnen te halen, bijvoorbeeld door deeltijds werk mogelijk te maken. Maar hoever is dit streven naar meer vrouwen verbonden met een visie op het belang van een divers samengesteld personeelsbestand voor de organisatie? Is dat het geval, dan zullen bedrijven ook in een ruimere arbeidsmarkt een duidelijk diversiteitbeleid voeren. Is dit niet het geval, dan ziet het er voor de diversiteit in deze sector niet erg rooskleurig uit.

Waarom meisjes motiveren?

De informaticasector is een mannensector. De ondervertegenwoordiging van vrouwen is problematisch omwille van een aantal redenen:

Ten eerste vermelden we het '**human capital argument**'. De afwezigheid van vrouwen betekent een groot verlies aan potentiële arbeidskrachten en kennis. Het plaatst een hypotheek op de vooruitgang van het vakgebied: in de vrouwelijke populatie zit ook potentieel voor uitstekende ICT'ers. Niet alleen het niet benutten van deze potentiële arbeidskrachten is een probleem. Vrouwen beschikken over typisch vrouwelijke eigenschappen die troef zijn voor bepaalde informaticaberoepen.

De **snelle opkomst van ICT in het onderwijs** biedt een tweede motivatie om meer vrouwen te stimuleren. Meisjes mogen niet achterblijven op vlak van informatica. Door de introductie van e-learning en elektronische leerplatformen kan een negatieve houding ten opzichte van informatica een weerklank krijgen bij andere vakken.

De **alomtegenwoordigheid van ICT** is een derde argument. Het computergebruik is niet meer weg te denken uit onze hedendaagse kennismaatschappij en neemt nog steeds toe. Ook is er een toename van het gebruik van ICT buiten de sector. Naarmate computers meer en meer deel uitmaken van de samenleving en ingezet worden op andere gebieden dan techniek alleen, wordt een achterblijvende deelname van meisjes in ICT zorgwekkender. Het risico bestaat dan immers dat zij niet alleen gaan achterlopen in technologische geletterdheid, maar ook op andere gebieden waarbij computers als hulpmiddel worden ingezet. Dat er sectoren zijn die momenteel wel goed scoren op vrouwvriendelijkheid – bijvoorbeeld onderwijs, banksector, zorgsector,... - beaamt eens te meer dat vrouwen zich best goed voelen in deze functies.

Het **'gelijke kansen argument'** is het vierde argument. De informaticasector biedt een ruime waaier aan mogelijkheden. Daarnaast liggen de lonen nog steeds hoger dan in andere sectoren. Door een informaticastudie uit te sluiten, beperken meisjes en vrouwen hun kansen op de arbeidsmarkt in die zin dat ze een brede waaier aan beroepsmogelijkheden, gepaard met goede verdiensten, links laten liggen. Vrouwen krijgen niet de kans om bij te dragen tot of hun stempel te plaatsen op deze belangrijke technologische veranderingen.

Vrouwelijke troeven!

Vrouwen zijn nog steeds sterk in de minderheid. Toch doen sommige bedrijven extra moeite om een gediversifieerd personeelsbestand te creëren. Mannen en vrouwen verschillen maar ze vullen elkaar ook aan. Een aantal typisch vrouwelijke vaardigheden zijn zelfs echte troeven voor het goed uitoefenen van een aantal beroepen in de ICT sector.

Vrouwen scoren zeer goed op een aantal relevante punten zoals communicatievaardigheden, strategisch inzicht, luisterbereidheid, anderen kunnen motiveren en zelfs op het vlak van wat men soms als typisch mannelijk talent beschouwt: analytisch vermogen. Dit maakt het des te vreemder dat er zo weinig vrouwen in de sector te vinden zijn.

Vrouwen zien vaak aan een eindproduct of het ontwikkeld werd door een man of door een vrouw. Vrouwen hechten meer belang aan eenvoudige systemen die praktische oplossingen bieden voor de behoeften van de gebruiker. Vrouwen voorzien hun code van commentaar, leveren een product of dienst af met minder fouten, zorgen dat het product beter gestructureerd is en besteden meer aandacht aan lay-out. Ook vinden zij een goede communicatie met gebruikers belangrijk.

2. Doelstellingen e-gender

e-gender heeft tot doel het genderbewustzijn in de ICT- en multimediasector aan te wakkeren. De focus ligt bij vrouwen, meer bepaald bij een bijzondere groep van vrouwen: kortgeschoolde vrouwen. Deze groep is immers bijna niet vertegenwoordigd in de sector, ondanks de nood aan commercieel en technisch geschoold ondersteunend personeel.

Waarom 'e-gender'?

'e' staat voor 'electronic', zoals bij e-mail, e-shop,... Gender betekent letterlijk geslacht, maar deze term dekt de lading niet. Gender is een term die gebruikt wordt om de sociaal gestructureerde verschillen tussen mannen en vrouwen aan te duiden. Het slaat op de verschillen die aan het biologische verschil worden toegevoegd door een bepaalde cultuur. Gender verschilt van de biologische term sekse/geslacht wat verwijst naar de verschillen tussen man en vrouw, die aangeboren, biologisch zijn (bron, Flora vzw & Rosadoc).

Eigenlijk heeft gender alles te maken met diversiteit. Het wijkt af van het idee dat vrouwen hun achterstand op mannen moeten inlopen. Veel publicaties vertrekken vanuit een achterstandvisie op vrouwen en ICT: vrouwen moeten mee, moeten oppassen dat ze de digitale boot niet missen, zijn slachtoffers in of van de kennismaatschappij. De bevrozing van vrouwelijkheid en mannelijkheid in stereotype beelden biedt weinig ruimte voor verdere discussie. Het is wel belangrijk om te onderkennen dat nog steeds beduidend minder vrouwen dan mannen kiezen voor ICT.

Doelstellingen van het project

e-gender ambieert aan te tonen dat er in de ICT- en multimediasector reële jobkansen zijn voor kortgeschoolde vrouwen, dat deze jobs toekomstperspectief met een duurzaam karakter bieden en aansluiten op hun eigen vaardigheden en ambities, en dat de opleidingen die tot deze jobs leiden genderonafhankelijk en vrouwvriendelijk zijn.

Elke e-gender doelstelling richt zich op een andere doelgroep: het resultaat hiervan is steeds een verrassend en leuk product, specifiek ontworpen voor deze doelgroep. Met andere woorden het e-gender project is niet één van de vele sensibiliseringscampagnes rond vrouwen, maar er werden ook een aantal concrete tools ontwikkeld.

Kortom, e-gender wil een evenredige deelname van mannen en vrouwen in de ICT sector en splitst zich hiervoor toe op drie actiedomeinen: vrouwen, arbeidsmarkt en onderwijs.

Vrouwen: motiveren voor ICT

De ICT sector is nog steeds een overwegend mannelijke sector. Slechts 26% van de werknemers zijn vrouwen! Het mannelijk en technisch imago vormt bovendien een remmende factor op de meertewerkstelling en studiekeuze van vrouwen.

De eerste doelstelling van het e-gender project is het aantonen van reële jobkansen voor kort geschoolde vrouwen met een duurzaam toekomstperspectief in de ICT- en multimediasector.

Dat de ICT sector in het perspectief van de vrouw nog steeds te kampen heeft met een imagoprobleem (te technisch, wiskundig, freaks, geen part time, geen sociale interactie,...) wordt aangepakt door middel van het inzetten van doelgerichte media en het opzoeken van de doelgroep enerzijds; en het creëren van een duidelijk beeld tot wat een ICT opleiding kan leiden in termen van tewerkstelling anderzijds.

De ICT sector heeft meer en meer nood aan de definiëring van jobprofielen op alle niveaus, van laag- tot hooggeschoold. e-gender wil een aantal jobprofielen clusteren om zoveel mogelijk relevante informatie te geven inzake taken, werkomgeving, werkinstrumenten, jobtitels, ... Een testimonial maakt het geheel af en zorgt voor herkenning en stimulans.

Arbeidsmarkt: bewustmaking van de ICT sector

De ICT sector bevindt zich in een snelle convergentiebeweging naar andere sectoren waardoor een brede waaier aan jobs ontstaan voor korter geschoolde medewerkers. Daarenboven zal de aparte categorisering van de ICT sector stilaan verdwijnen: ICT zal een integraal onderdeel van elk bedrijf worden. De nood aan ICT ondersteuning zal parallel hieraan toenemen.

De ICT sector wordt gekenmerkt door een groeiend tekort aan IT professionals. Desondanks werft de sector traditioneel vooral hoger opgeleide mannen. Onaanvaardbaar is dan ook dat allerlei basis IT taken – zoals PC ondersteuning, installeren van hard- en software,... – nu nog steeds als extra taken bij deze hoger opgeleiden worden ondergebracht. Het onbenut menselijk kapitaal aan vrouwen kan in dit tekort een doorbraak betekenen. Zeker omdat in onze huidige netwerkeconomie steeds meer de nadruk wordt gelegd op sociale vaardigheden, communicatievaardigheden, aandacht voor mensen, ... Stuk voor stuk vrouwelijke vaardigheden! De ICT sector zélf geeft daarenboven aan dat vrouwen over vaardigheden beschikken die een meerwaarde kunnen betekenen voor de sector.

Er is nood aan een *awareness* van het tekort aan vrouwen in de ICT sector. Met deze tweede doelstelling wil e-gender de ICT sector bewust maken van de kwaliteiten en meerwaarde van vrouwelijke medewerkers en streven we een afstemming na van het jobaanbod op deze kwaliteiten.

Binnen het eigen bedrijf moet dan ook actief gezocht worden naar jobopportunities voor kortgeschoolde vrouwen. Een handig instrument hiervoor is de e-gender matchingtool: een methodiek voor genderonafhankelijke toetsing van ICT jobs. Deze matchingtool houdt rekening met de capaciteiten en voorkeuren van kort geschoolde vrouwen enerzijds en de typische kenmerken van ICT jobs anderzijds.

Opleidingsaanbod: vrouwvriendelijk

Om het drastische personeelstekort op te vangen moeten er ook acties genomen worden naar het onderwijs. Immers in het onderwijs zijn de cijfers evenzeer bedroevend. Het aandeel vrouwen in informaticarichtingen in het schooljaar '06-'07 bedraagt in het secundair onderwijs 21%, terwijl dit in het hoger onderwijs slechts 5% bedraagt.

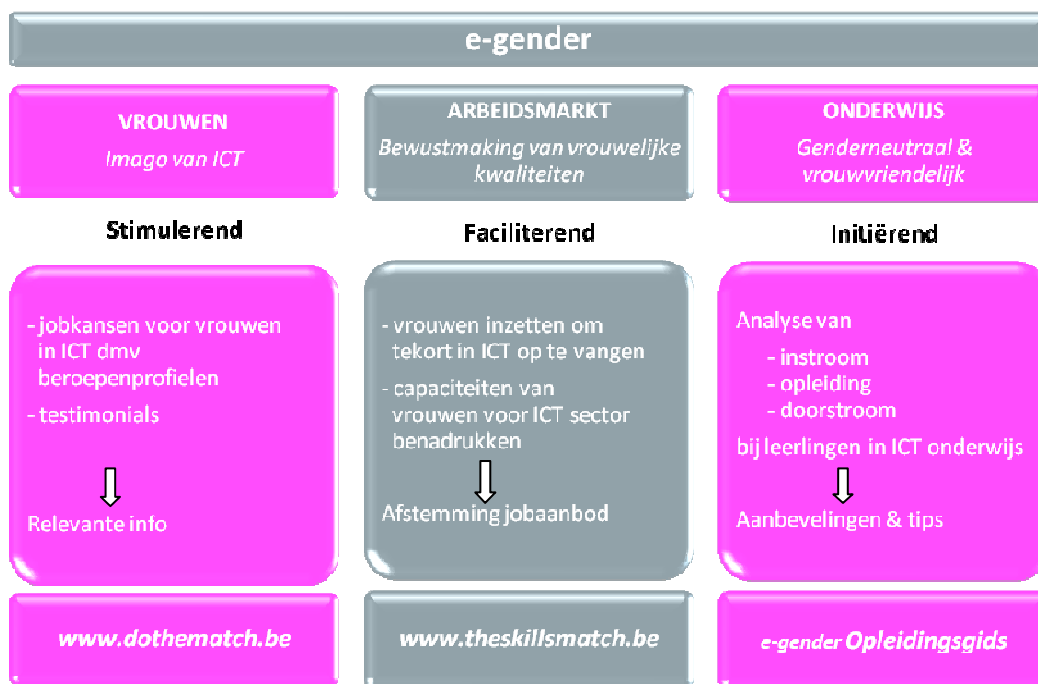
e-gender wil een stap in de goede richting zetten door scholen bij te staan in deze moeilijke strijd naar meisjes in technische richtingen. Voor de derde doelstelling verrichte e-gender een analyse van instroom, opleiding en uitstroom en bundelde deze samen met een literatuuronderzoek in de e-

gender opleidingsgids: een aanbevelingsrapport voor een gendervriendelijke ICT opleiding, waarin ook praktische tips aangereikt worden.

Immers zowel in het promoten van de jobopportunities als in de curriculumvorming wordt weinig rekening gehouden met meisjes en in het bijzonder met korter geschoolde meisjes. Vragen als 'voelen meisjes zich aangetrokken tot deze opleidingen?', 'zijn de cursussen aan hun noden aangepast?', 'bereiden deze opleidingen hen voor op toekomstige tewerkstelling?',... komen in de e-gender opleidingsgids aan bod.

We vatten de doelstellingen van het e-gender project voor u samen in onderstaande figuur.

Figuur 4. Overzicht doelstellingen e-gender project



Einddoel: gender mainstreaming

Het vergroten van de instroom en doorstroom van meisjes in ICT is niet een-twee-drie gerealiseerd. Inspanningen op dat gebied zouden een zaak moeten zijn van onderwijs, arbeidsmarkt en overheid samen, en dat over een langere periode. Initiatieven van enkele enthousiastelingen zijn vaak een goed begin, maar daar mag het niet bij blijven. e-gender is een initiatief om deze problematiek in the picture te zetten, maar het is ook een stimulans, een nieuw elan om dit enthousiasme door te geven, om te werken aan gender mainstreaming van beleid.

Gender mainstreaming strijd tegen de verschillen in waardering die tot ongewenste discriminatie en machtsverhoudingen leiden, waar mannen én vrouwen ongewenst het slachtoffer van worden. Dit betekent dat het gehele beleid wordt gescreend om te zien of het even effectief is voor vrouwen als voor mannen. Het verwijst naar het (re)organiseren, verbeteren, ontwikkelen en evalueren van beleidsprocessen op zo'n manier dat het perspectief van genderbeleid wordt geïntegreerd in het beleid, door de actoren die normaal dit beleid maken.

3. Vrouwen & ICT:

Belemmerende factoren voor instroom en doorstroom van vrouwen

Een imagooverandering realiseren kan niet zonder een duidelijk idee te hebben over de huidige denkwijze en beeldvorming. En omdat het imago gedeeltelijk overeenkomt met de werkelijkheid, is het lastig om dit imago te verbeteren. In het hoofdstuk dat nu voor u ligt gaan we na hoe meisjes en jongens denken over informatica, informatica als vak, het verder studeren van informatica en het werken als informaticus.

Algemene belemmeringen bij vrouwen

Los van de belemmeringen eigen aan de ICT sector, zijn er bij vrouwen in het algemeen ook enkele aspecten waarmee rekening dient gehouden, meer bepaald op vlak van hun maatschappelijke positionering binnen de huidige samenleving.

Vrouwen voelen zich nog steeds hoofdvantwoordelijk voor het gezin. Dit is waarschijnlijk één van de redenen waarom vrouwen (meer dan mannen, hoewel dat de laatste jaren steeds meer verandert) ook veel waarde hechten aan een goede balans tussen werk- en privéleven. Zij willen vaak arbeid en zorgtaken combineren, waardoor het zeker één van de belangrijkste redenen is waarom zoveel vrouwen deeltijds werken. Kortom, het beeld van ICT als sector waar lange werkdagen worden gemaakt en waar het bijna niet mogelijk zou zijn om deeltijds te werken, maakt de ICT sector bepaald niet aantrekkelijk voor vrouwen.

Daardoor is het (nog steeds) voor vrouwen, meer dan voor mannen, belangrijk dat hun werkgever goede voorzieningen biedt om zorg en werk goed te kunnen combineren zoals kinderopvang, mogelijkheid tot flexibel werken, telewerken, werken in deeltijd, etc.

Daar bovenop hebben vrouwen ook te maken met belemmeringen die meer te maken hebben met hun socialisatie als vrouw. Mannen hechten bijvoorbeeld meer waarde aan werk dan vrouwen. Zij vinden werken vanzelfsprekend, terwijl vrouwen eerder gaan werken om sociale redenen. Anders dan mannen zien vrouwen werk niet als het belangrijkste in hun leven.

Imago van 'informatica' bij meisjes

Waarom denken jongens en meisjes bij het horen van het woord informatica? Beiden associëren informatica in de eerste plaats met computers en internet. Meisjes koppelen vaker negatieve termen aan het begrip informatica (eenzijdig, saai, stilzitten,...). Meisjes benadrukken meer wat je met een computer kan maken: lay-out, presentaties, werkjes, uittypen en vormgeving. Jongens associëren informatica eerder met programmeren.

Meisjes omschrijven informatica niet als 'moeilijk', maar als 'saai'. Ze willen liever dingen leren waar ze later iets aan hebben, zoals webdesign of blind leren typen. Jongens vinden informatica een gemakkelijk en ontspannend vak. Om informatica te gaan studeren moet je volgens meisjes 'een beetje freak' zijn.

Jongens en meisjes gebruiken de computer voor andere dingen. Meisjes maken hun schooltaken met de computer. Daarnaast behoort ook chatten tot hun favoriete computeractiviteiten. Jongens doen meer: naast de schooltaken en het chatten maken ze zelf muziek of websites en spelen ze meer met programmeertalen. Het verschil tussen jongens en meisjes leidt tot het zogenaamde ‘**experience gap**’ of het verschil in ervaringsniveau.

Meisjes schatten zichzelf laag in. Het bijleren van nieuwe dingen gebeurt volgens hen eerder ‘toevallig’. Ze drukken toevallig op één of ander knopje, zien wat er gebeurt en zo leren ze iets bij. Jongens vertellen dat ze actief op zoek gaan naar nieuwe manieren om problemen op te lossen. Leerkrachten bevestigen dat: jongens ontdekken vaak nieuwe dingen tijdens de les en stellen vragen die niets met de leerstof te maken hebben. Meisjes beperken zich louter tot de leerstof.

Door het verschil in ervaringsniveau worden meisjes, wanneer zij in een gemengde omgeving terecht komen (bijvoorbeeld op school), geconfronteerd met deze technologische achterstand. Hierdoor gaan ze zich minder zelfzeker voelen waardoor hun zelfvertrouwen daalt. In de literatuur wordt dit omschreven als het ‘**confidence gap**’.

Imago van ICT beroepen

Jonge mensen kiezen niet vanzelfsprekend voor een studie of baan in de ICT sector. Het beeld dat jongeren nu hebben van ICT beroepen is eenzijdig en verwijst vooral naar computers, techniek, wiskundig en ingewikkeld. Dit spreekt een te eenzijdige doelgroep aan. De veelzijdigheid van ICT beroepen is voor jongeren helaas nog te onduidelijk. Onbekend maakt vaak onbemind.

De onbekendheid met de breedte van ICT beroepen komt deels voort uit de onzichtbaarheid van ICT in de maatschappij. ICT is voor iedereen overal aanwezig en bijna iedereen maakt dagelijks veelvuldig gebruik van ICT toepassingen, bewust of onbewust. Jongeren ervaren ICT als iets “alledaags” maar beseffen vaak niet welke mogelijkheden ICT biedt in economie en maatschappij, nu en in de toekomst. Als jongeren niet weten aan welke onderwerpen een ICT’er werkt, kunnen ze moeilijk inschatten hoe uitdagend een baan is. Des te lastiger wordt het doordat dit niet één persoon is: consultants, ontwerpers en technici zijn slechts enkele typeringen.

Imago bij ICT medewerkers

Het imago van de ICT sector speelt waarschijnlijk een grote rol in het geringe aandeel van vrouwen in deze sector. Dit imago is vrij negatief: ICT is techniek en informatica, een steriel wiskundig vak. ICT is een wereld van snelle jongens, ‘nerds’ en ‘freaks’, er wordt groot belang gehecht aan status, lange werkdagen, hoge werkdruk, veel en lange reistijden, onregelmatige arbeidsuren, geen deeltijds werk, weinig mogelijkheden voor combinatie werk en privé,... Het zal duidelijk zijn dat een dergelijk imago niet bevorderlijk is voor een positieve keuze van vrouwen voor deze sector.

Dit bovengeschetste beeld wordt in veel wervingscampagnes bevestigd. De nadruk ligt vaak eerder op de technische aspecten van ICT functies, en veel minder op het communicatieve. De opleidingsvereisten zijn hoog en er wordt affiniteit vereist met de informatietechnologie. ***Advertenties geven weinig of geen informatie over de inhoud van de baan. Zowel in woord als beeld zijn ze meestal niet op vrouwen gericht. De nadruk in werving van ICT functies ligt veelal op de T en te weinig op de C.***

Gelukkig komt hier geleidelijk aan verandering in. De vraag van klanten is inmiddels verschoven van technische naar klantgerichte oplossingen, en daar blijkt een duidelijke kwaliteit van vrouwen te liggen. Vaak hebben klanten dan ook een voorkeur voor een vrouw.

Gevraagd naar wat de ICT sector nu juist wel aantrekkelijk maakt voor vrouwen, geven vrouwen die in de sector werkzaam zijn de volgende antwoorden: de relationele aspecten zoals contacten met klanten, ruimte voor creativiteit, analyserend bezig kunnen zijn en jezelf kunnen ontplooien. De aantrekkelijke kanten van ICT voor vrouwen blijken dus wel degelijk te bestaan.

Invloed van ICT sector

De computerindustrie bevestigt het stereotype beeld dat informatica eerder voor mannen is weggelegd. Artikels en reclame over software en hardware zijn meestal op mannen gericht. Computerspelletjes zijn meestal gebaseerd op mannelijke onderwerpen waardoor meisjes zich minder aangetrokken voelen. De ICT sector is een mannelijke omgeving, het merendeel van de tewerkgestelden is man. Het imago van de ICT'er als 'technaut' werkt voor vrouwen afschrikwekkend. Vrouwen zoeken naar een job met eigenschappen die niet voorkomen in het stereotype beeld van een IT job: menselijke interactie, afwisseling, communicatie, samenwerken met collega's,... Allemaal kwaliteiten die wel degelijk te vinden zijn in tal van ICT functies, maar die helaas niet aanwezig zijn in het stereotype beeld van het ICT beroepenveld.

Het imago wordt mede bepaald door de media die het verouderde beeld van de 'sullige man' of 'nerd' nog steeds bevestigt. Gebruik van computers wordt voor het merendeel geadverteerd als een mannelijke activiteit. Promotie voor hard- en software wordt in de eerste plaats gericht tot mannen, terwijl de vrouwen een secundaire rol toebedeeld krijgen als typiste of assistente,... als ze al niet gebruikt worden als 'versiering' bij de voorstelling van scanners, printers en andere (rand)apparaten. De industrie richt zich tot het mannelijk deel van de bevolking.

We concluderen dat het imago van de sector, en de ontoereikende faciliteiten om een goed evenwicht te vinden tussen werk- en privéleven mogelijk te maken, in belangrijke mate hebben bijgedragen tot de geringe instroom van vrouwen in de ICT.

4. Vrouwen & ICT:

Methodologie en resultaten van e-gender

www.dothematch.be

Zoals we reeds eerder zagen heeft de ICT sector in het perspectief van de vrouw nog steeds te maken met een imago probleem. Met het e-gender project willen we vrouwen een duidelijk beeld geven van de tewerkstellingsmogelijkheden in deze sector. Niet alleen de vrouwen, maar de sector in het algemeen heeft immers meer en meer nood aan een definiëring van jobprofielen op alle niveaus, van laag- tot hooggeschoold. De e-gender matchingtool www.dothematch.be speelt hierop in: het genereert een overzicht van vrouwvriendelijke jobprofielen voor kortgeschoolde vrouwen, aangevuld met testimonials.

Het e-gender project beoogt creatie en invulling van tewerkstellingskansen in de ICT sector voor een zeer bijzondere doelgroep: kortgeschoolde vrouwen. Allerlei basis IT taken, zoals PC ondersteuning, installeren van hard- en software,... worden nu nog steeds als extra taken ondergebracht bij hoog opgeleiden. De ICT sector bevindt zich in een snelle convergentiebeweging naar andere sectoren en disciplines, waardoor momenteel, en in toenemende mate in de nabije toekomst, een brede waaier aan jobs ontstaat voor kortgeschoolde medewerkers.

Het prangende personeelstekort kan – gedeeltelijk – worden opgevangen door korter geschoolde vrouwen!

Er moet fundamenteel iets veranderen in de invulling van werknemers in de ICT sector. Met een torenhoog tekort van meer dan 14.000 personeelsleden kan men niet anders. e-gender wil aantonen dat ook korter geschoolden ingezet kunnen worden in dit tekort. Door een analyse van de vaardigheden kunnen bijvoorbeeld repetitieve en programmeertaken uit elkaar getrokken worden. Net zoals men dat in de verzorgingssector de functie logistiek medewerker in onderbouw heeft geplaatst van de verpleegkundige.

Er is nood aan een *awareness* van dit tekort aan vrouwen in de ICT sector. Binnen het eigen bedrijf moet door de werkgever actief gezocht worden naar jobopportunities voor kortgeschoolde vrouwen. Anderzijds is het mannelijk aureool dat momenteel rust op de ICT sector een remmende factor op de meertewerking van vrouwen. Deze vrouwen dienen ook zelf bewust gemaakt te worden van het feit dat ICT helemaal niet saai, wiskundig of mannelijk is.

e-gender matchingtool

Het e-gender project ontwikkelde daarvoor acties die simultaan inwerken op de vraagzijde (werkgevers) en aanbodzijde (werknemers) van de arbeidsmarkt. Een praktisch instrument hiervoor is de e-gender matchingtool: een online applicatie, zowel geschikt voor werkgevers als voor werknemer, welke matcht op meervoudige kwalitatieve criteria.

Het doel van deze matchingtool is tweezijdig: doordat het instrument rekening houdt met zowel competenties als randvoorwaarden kan het **bedrijven** wijzen op de kwaliteiten van kortgeschoolde vrouwen in de ICT sector. Anderzijds wil het ook het imago probleem doorbreken dat rust op deze

sector: het wil *meisjes* een duidelijker beeld geven van wat de ICT sector te bieden heeft in termen van tewerkstelling en het wat en hoe van een dergelijke functie.

De e-gender matchingtool wil in eerste instantie sensibiliseren! Het wil de stereotype denkwijze doorbreken door de focus te leggen op competenties in plaats van op functies, diploma's, certificaten,... en dit zowel voor werkgevers als voor werknemers.

Methodiek e-gender matchingtool¹

Met e-gender willen we niet opnieuw het warm water uitvinden. Om tot representatieve werkcontexten (en bijhorende competenties) te komen welke reële jobkansen bieden voor kortgeschoolde vrouwen werd eerst een bronnenonderzoek uitgevoerd. Er zijn immers reeds tal van onderzoeken uitgevoerd waarbij competenties en competentieprofielen centraal staan. Op basis van verworvenheden van voorgaand onderzoek inzake competenties bij kortgeschoolde vrouwen en ICT jobs zijn dit onder andere:

- Agoria functieprofielen
- Competentiespiegel (gendersensitieve competenties)
- ADA (gendersensitieve competenties en ICT jobs)
- Kwalificatieprofielen van beroepen (NL: Colo)
- SERV beroepenprofielen
- VDAB beroepenprofielen (CO.BR.A)
- Relevante vacatures tijdens de maanden maart – juni 2006

In de e-gender werkcontexten wordt ook rekening gehouden met randvoorwaarden die voor deze doelgroep belangrijk kunnen zijn. Hiervoor beroepen we ons onder meer op volgende studies:

- V&
- Publicaties omtrent diversiteitbeleid door TRIVISI
- Publicaties omtrent diversiteitbeleid door COMPAS

De e-gender matchingtool maakt tot slot gebruik van bestaande technologie, die op dit moment ook gebruikt wordt bij organisaties zoals Vacature en De Lijn.

We willen beklemtonen dat hier een kwalitatieve benadering gevolgd werd: het eigen onderzoek gebeurde volgens de gangbare methodieken die hun efficiëntie reeds bewezen hebben; de geïnterviewden werden gekozen op hun representativiteit waardoor niet het aantal, maar hun kenmerken van doorslaggevend belang zijn voor het representatieve karakter. Deze vrouwen kregen een leuk ICT gadget als incentive. Deze kwalitatieve benadering had tot doel het ontwikkelen van een relevante matchingtool, niet het vormen van een onderzoeksproject op zich.

¹ De e-gender matchingtool werd ontwikkeld in samenwerking met Youston (inhoudelijk) & Actonomy (technisch)

Demystificatie van de ICT sector door drempelverlagend te werken

We startten het empirisch onderzoek met vijf werkcontexten: Helpdesk (Technical Support), Call Center (Sales Support), IT Support, Digitaal Databeheer en Office Design. Vertrekkende vanuit deze werkcontexten werden jobprofielen gedefinieerd en functiebenamingen. We opteerden ervoor dat de matchingtool zou matchen op het niveau van de jobprofielen aangezien de ICT sector een sterk dynamische sector is en daarenboven functiebenamingen vaak nietszeggend zijn. Een jobprofiel clustert de functiebenamingen die gemeenschappelijke competenties hebben. Een voorbeeld van een dergelijk profiel vindt u in Bijlage 1. Alle jobprofielen zijn natuurlijk ook online beschikbaar op www.dothematch.be.

Competentiegericht

Per werkcontext werden competentieprofielen opgesteld die als referentiekader dienden bij het empirisch onderzoek. Het is van belang dat de competenties het uitgangspunt vormen en niet de klassieke functieclassificaties. We hebben hiervoor de tien meest belangrijke competenties gedestilleerd. Deze tien worden opgedeeld in vijf kerncompetenties (generieke competenties voor alle kortgeschoolden in de ICT sector) en vijf functiespecifieke competenties (competenties noodzakelijk voor het uitoefenen van een bepaalde functie).

Kerncompetenties

- Klantgerichtheid
- Resultaatsgerichtheid/gedrevenheid
- Kwaliteitsgerichtheid
- Leergierig
- Plannen & organiseren

Functiespecifieke competenties

- Communicatievaardig (mondeling)
- Probleemoplossend
- Teamgericht
- Aanpassingsvermogen
- Kennis van informatica

Per competentie werd één definitie vastgelegd welke de hanteerbaarheid en uniformiteit van het instrument waarborgt. Op basis hiervan werden bijhorende gedragsindicatoren (op drie niveaus) geformuleerd, welke de basis vormden voor de vragenlijst. Deze vragenlijst (Bijlage 2) werd, samen met een criteriumgericht interview (Bijlage 3), per werkcontext afgenomen van zowel werkgevers als referentieprofielen (kortgeschoolde vrouwen die op dat moment reeds een dergelijke functie uitoefenden).

De oefening bestaat erin de tien meest belangrijke en de tien minst belangrijke gedragsindicatoren te onderscheiden. We peilden naar gedragingen om enerzijds het sociaal wenselijkheideffect te voorkomen, en anderzijds om de oefening gemakkelijk toegankelijk te maken voor kortgeschoolden.

Empirisch onderzoek

Bij de bevraging van voorbeeldvrouwen is het belangrijk dat dit gebeurt met een genderbril. Vrouwen schatten immers hun vaardigheden lager in of leggen de lat hoger. Vandaar dat de e-gender vragenlijst niet vertrekt van competenties, maar van gedragsindicatoren. De voorgelegde vragenlijst is zo specifiek en concreet mogelijk.

We deden een bevraging van kortgeschoolde vrouwen en HR managers van ICT (gerelateerde) bedrijven naar de noodzakelijke competenties voor de vijf vastgelegde werkcontexten. Deze bestond uit een vragenlijst en een interview:

- Vragenlijst: werd opgesteld aan de hand van de referentieprofielen. De vragenlijst bevat vragen die peilen naar een bepaalde gedragsindicator waaraan een schaalniveau is gekoppeld, bijvoorbeeld minder belangrijk / belangrijk / zeer belangrijk. De antwoorden moeten gelijkmatig gespreid worden over de drie niveaubepalingen.
- Criteriumgericht interview: achterhalen van de aanwezigheid van de competenties die zijn opgenomen in de referentieprofielen door het bevragen van situaties uit het verleden.

Nadien werden alle vragenlijsten en interviews vergeleken met de opgestelde werkcontexten, waarbij werd nagegaan of deze herzien moesten worden. Voor het algemeen totaal werden, van de totalen per categorie (minder belangrijk/belangrijk/zeer belangrijk), percentages berekend. Aan de hand van deze percentages werd een wegingsfactor gekoppeld aan de competenties. Deze wegingsfactor zal een rol spelen bij de matchingtool.

Volgende methode werd gehanteerd voor het toekennen van een wegingsfactor:

- Uitgangspunt zijn de antwoorden per categorie en per competentie. De 1/3^e regel (gelijkmatige spreiding van alle antwoorden over de drie belangrijkheidscategorieën), maakt dat het onmogelijk is dat per antwoord iedereen 100% zal antwoorden. We deelden daarom 100% door drie.
 - Om te weten welke percentages vallen onder de wegingsfactor (van 1 tot 5), wordt 33,33% gedeeld door vijf, wat erop neerkomt dat elk 7^e percentiel overeenkomt met een hogere wegingsfactor. De meeste antwoorden liggen tussen 20% en 50% en om hiervan een fijnmazig beeld te geven, wordt de eerste schijf (vanaf 0%) afgerond naar 14% in plaats van 7%. De verdeling van de wegingsfactoren ten opzichte van de antwoorden (in percentages) is dan als volgt:
- | | | |
|-----------|----------------|-----------------|
| schijf 1: | < 14% | wegingsfactor 1 |
| schijf 2: | 14,00% tot 22% | wegingsfactor 2 |
| schijf 3: | 22,00% tot 30% | wegingsfactor 3 |
| schijf 4: | 30,00% tot 38% | wegingsfactor 4 |
| schijf 5: | > 38,00% | wegingsfactor 5 |

We moeten hier vermelden dat de gelijke spreiding over de drie categorieën voor sommigen wat artificieel overkwam. Alle competenties lijken op het eerste zicht zeer belangrijk, maar het is net de oefening om de meest kritische competenties uit te zuiveren.

Gendersensitief

Wanneer we de resultaten van vrouwen en werkgevers vergelijken (zie Tabel 5) zien we grote overeenkomst in de top drie van meest belangrijke competenties: hierin vinden we dat zowel klantgerichtheid als probleemoplossend zeer belangrijke competenties zijn in ICT ondersteunende functies. Een voorzichtige conclusie die we kunnen trekken is dat het aanpassingsvermogen aan nieuwe kennis en technieken in combinatie met deze meest belangrijke competenties voor bedrijven voldoende is om goed te kunnen functioneren in deze functies.

TOP 10 MEEST BELANGRIJKE COMPETENTIES VOLGENS VOORBEELDVROUWEN EN WERKGEVERS IN DE ICT SECTOR				
Vrouwen		Werkgevers		
Competentie	%	Competentie	%	
1	Kwaliteitsgericht	57,78	Probleemoplossend	52,78
2	Klantgericht	51,11	Klantgericht	50,00
3	Probleemoplossend	46,67	Aanpassingsvermogen	36,11
4	Communicatievaardig	44,44	Gedrevenheid	33,33
5	Gedrevenheid	42,22	Kwaliteitsgerichtheid	30,56
6	Zelfstandigheid	33,33	Teamgericht	30,56
7	Teamgericht	22,22	Plannen & organiseren	27,78
8	Plannen & organiseren	20,00	Communicatievaardig	25,00
9	Aanpassingsvermogen	15,56	Zelfstandigheid	16,67
10	Functionele expertise	14,00	Functionele expertise	12,50

Tabel 5. Top 10 meest belangrijke competenties van referentieprofielen (werknemers) en excellente functiehouders (werkgevers)

Opmerkelijk in deze resultaten is het duidelijk ondergeschikte belang van IT expertise: slechts 14,00% belangrijkheid bij de vrouwen, en de werkgevers achten hier zelfs nog minder belang aan met een magere 12,50%. Hieruit kunnen we concluderen dat het e-gender project de juiste invalshoek hanteert door kortgeschoolde vrouwen met een basis aan ICT kennis te linken met ICT ondersteunende functies!

De wegingsfactor die werd toegekend aan de verschillende competenties kan zorgen voor een positieve discriminatie van vrouwen, daar de meest belangrijke competenties ook typisch vrouwelijke vaardigheden zijn. Deze vaardigheden zijn het meest belangrijk en wegen dus sterker door, zelfs wanneer vrouwen zichzelf lager inschatten. Doordat slechts een basis aan IT kennis voldoende blijkt te zijn in een ICT ondersteunende functie wordt dit effect nog versterkt.

Empowerment van vrouwen

Vrouwen kunnen via deze tool **zélft ontdekken** welke ICT ondersteunende functies bij hen passen. De impact van zelf iets te ontdekken in plaats dat iemand anders hen de mogelijkheden aantoont is veel groter. Bewustwording van de eigen mogelijkheden heeft daarenboven een positieve impact op de zelfwaarde.

www.dothematch.be

Het resultaat is een ludieke en vrouwelijke website voor elk van deze beide doelgroepen. Met www.dothematch.be willen we meisjes (16 – 26 jaar) **duidelijke informatie** geven betreffende ICT ondersteunende functies (competenties, taken, werkomgeving, jobbenamingen, enz.) om zo de foute percepties te doorbreken. Concreet: via het invullen van een luchtige vragenlijst worden jobprofielen voorgesteld die het meest aansluiten bij het huidig competentieniveau en verwachtingen. Naast specifieke informatie over de job zelf wordt hieraan ook steeds een rolmodel gekoppeld.

Promotiecampagne www.dothematch.be

‘Hoe stel ik ICT aantrekkelijk voor in de ogen van een jonge en dynamische doelgroep?’ is de centrale vraag en uitgangspunt van de eerste doelstelling van e-gender. Het aantonen van en informeren over jobkansen vormt samen met het imagoprobleem de kern van de campagne. De uitdaging is het zeer diepewortelde negatieve imago van de sector, dat bovendien haaks staat op dat wat de doelgroep, kort geschoolde dames tussen zestien en zesentwintig, aantrekkelijk vinden. Met als drager een website www.dothematch.be zitten we op een uitstekend spoor en in de lijn van de sector.

Een verhaal dat saai, steriel en niet interessant is in de ogen van de doelgroep, moet worden omgebogen tot een boeiend verhaal. Zowel inhoudelijk als qua vormgeving en design moet er aandacht en interesse worden gewekt. De brug hiervoor is creativiteit. Uitgesproken creativiteit! e-gender heeft hiermee bewezen dat het een specifieke drive en marktgerichte innovatie in de matching van werkzoekenden heeft teweeggebracht.

www.dothematch.be is een ludieke website die in eerste instantie geen associaties opwekt met ICT. De look & feel is aangepast aan de wensen van meisjes, maar het afschrikwekkende van ICT wordt nog even verborgen gehouden. Gezien de bijzondere doelgroep is dit dan ook een noodzaak.

Om zoveel mogelijk de nieuwsgierigheid naar deze website te prikkelen werd getracht een sfeer te creëren en de habitat van de dames op te zoeken en hen daar te ‘verwennen’. e-gender besloot in haar look & feel te schreeuwen, op te vallen. Wanneer je fluistert is er nu eenmaal minder kans dat men je hoort. We gingen voor een zéér persoonlijke touch, geheel in samenspraak met de doelgroep. Het geheel baadt in roze, overtyperende vrouwelijke elementen als schoenen, handtassen, lipstick,... zonder in een barbiefleur terecht te komen. Het cliché van de mannelijke ICT sector werd aangepakt met het cliché van de typische vrouw.

Invulling communicatie

‘We love it glossy’, weerklinkt het bij de doelgroep. Ultravrouwelijk met een tikkeltje glamour blijkt de droomcombinatie van menig jonge twintiger. Roze, wit en zilver zijn zonder meer een uitmuntende combinatie om de gewenste sfeer te domineren. Bij wijze van branding werd elke vorm van ondersteunend promotiemateriaal binnen diezelfde sfeer opgesteld. Bij elk product werd in het bijzonder aandacht besteed aan een charmant én discreet voorkomen. We wensten mooie dingen met subtiele reclametoetsen. Zo kwamen we tot buttons, lippenbalsem, polo’s, usb sticks en foldertjes, steeds voorzien met het mooie wapenschild van www.dothematch.be. Dit wapenschild is de stempel, de gehele identiteit zit vervat in dit ene beeld.

Sensibilisering aan de hand van straatanimaties

De doelgroep van dit project zijn kinderen van een wereld waarin het visuele aspect domineert. In die geest creëerden wij een sfeer van exclusiviteit, er gaat een persoonlijke benadering van uit, waardoor we de doelgroep weten te behagen en interesse opwekken. Heel letterlijk werden onze folders omgedoopt tot ‘exclusive invitations’. Een doelgroep die we daarenboven gingen opzoeken in hun eigen habitat: de winkelcentra op zaterdagmiddag! Het idee van straatanimaties met tot doel de stad om te toveren tot een ‘engeltjessfeer’ was geboren.

Zes zaterdagen op rij stelden wij onze tent centraal op in steeds een andere Limburgse stad. We konden hierbij steeds steunen op twee teams van promomeisjes. Deze meisjes werden verkleed in vijf archetypen, gebaseerd op de vijf werkcontexten. Zij promoten elk een eigen type van dames. Zo creëerden we voor de hulpvaardige *Helpdesk* een moederlijk engeltjestype, inclusief vleugeltjes en zilveren kroontje. Het meer creatieve *office design* drukte zich uit door middel van een extravaganter type met hoge hoed en boa. Het extraverte *Call Center* type kreeg een loeier van een witte disco pruik te dragen, het ijverige *IT Support* type kreeg een stel gala handschoentjes om de handen – ‘die uit de mouwen worden gestoken’ te benadrukken en *Digitaal Databeheer* droeg een maskertje om het arendsoog voor orde, netheid en het punctuele te benadrukken. Het geheel baadde in een witte sfeer met zilveren accessoires en elkeen kreeg uitbundig roze geverfde lippen.

“Zal de burgemeester zaterdag zijn Assepoester vinden?”

Een schitterend moment van deze zaterdagen was zonder twijfel het inleidende gebeuren. De burgemeester was steeds present om het hele gebeuren met een klein woordje in te leiden en ons vooral welkom te heten op het grondgebied van die bepaalde stad. Week na week werd daarom opnieuw een kriebelend persbericht, bijvoorbeeld “Zal Burgemeester Reynders zijn Assepoester vinden in Hasselt?” de wereld in gestuurd.

Op het eigenlijke moment werden de archetypen in een mooi wit Assepoesterkoetsje, met veel tamtam en discreet spektakel door een antifare, naar de tent geleid. De betreffende burgemeester hielp deze dames vervolgens galant uitstijgen. Een speciaal moment dat menig voorbijganger deed stilstaan en meteen voor voldoende aandacht zorgde om de animatie op gang te trekken.

Één van de promoteteams bleef vertoeven onder de sfeervolle tent en wachtten de dames hier op om hen te assisteren bij het invullen van een mobiele versie www.dothematch.be, terwijl ze genoten van een fris en vers fruitsapje. Na het invullen van het testje kregen zij de zeer gegeerde USB stick, een waardevol geschenk en dankjewel. Via de rechtstreekse link werd gestimuleerd om nog eens een bezoekje aan www.dothematch.be tijdens een rustiger moment. Elke zaterdag werden maar liefst zo’n tweehonderd testjes afgenomen!

Het andere team van hostesses lieten we uitzweven over heel het stadscentrum. Vergezeld van de band konden ze op heel wat bekijks rekenen en verdeelden ze de vrouwelijke gadgets én nodigden ze de mensen vriendelijk uit naar de centrale tent. Ondertussen paradeerden paarden en koets ook door het straatbeeld om de dames die het testje hadden afgerond – samen met hun kinderen! – verder te begeleiden met hun ontspannen zaterdagactiviteit.

Resultaten

Als je als drager een website hebt is het logisch dat de populariteit hiervan de beste referentie is van het succes ervan. Wij mogen deze campagne een absoluut succesverhaal noemen. Gedurende de weken van de straatanimaties alleen al konden wij rekenen op een bezoekersaantal van maar liefst 3.000 mensen!

Dat we hebben opgevallen met de straatanimaties hoeft geen betoog. Wekelijks konden we rekenen op pers aandacht. Mede daardoor trok het project ook de aandacht van andere organisaties. Zo werden we uitgenodigd om deel te nemen aan de ICOS Creativity Award. Een wedstrijd die ICOS naar aanleiding van haar 25-jarig bestaan in het leven riep om met een jaarlijkse prijs projecten te belonen

die op duurzame wijze bijdragen tot het stimuleren van creativiteit in technologie. e-gender werd met haar www.dothematch.be en promotie daarvan geselecteerd tot laureaat van deze award.

Ook de subsidiërende instantie, het ESF agentschap, liet het project niet koud. Zij beslisten om na een validatie door experts e-gender op te nemen in de HR Troevenkit die de beste producten van de voorbije zeven jaren bundelt. De e-gender producten zullen verspreid worden onder de noemer 'ESF bests'!

5. Bewustmaking ICT sector:

Bevorderende factoren voor de instroom van vrouwen

Naast ethische en demografische redenen om iets aan de scheve verdeling tussen vrouwen en mannen in ICT gerelateerde opleidingen te doen, moet opgemerkt worden dat 'een aantal typisch vrouwelijke vaardigheden' echte troeven zijn voor het uitoefenen van een aantal beroepen in de ICT sector. Vrouwen scoren zeer goed op een aantal relevante punten zoals communicatievaardigheden, strategisch inzicht, luisterbereidheid, kwalitatief hoog werk leveren, anderen kunnen motiveren en zelfs op het vlak van wat men soms als typisch mannelijk talent beschouwt: analytisch vermogen.

Bij de productie van ICT en ICT producten zijn de vrouwen in de minderheid. De beroepssector is als typisch mannelijk te kwalificeren. Met de samenstelling van de ICT sector en multimediasector lijken er meer mogelijkheden voor vrouwen in de ICT productie te ontstaan. Nieuwe, hierop gerichte opleidingen hebben meer aandacht voor communicatieve en sociale elementen mede om de aantrekkelijkheid voor meisjes te vergroten.

Hoe kan de ICT sector zelf bijdragen aan de beeldvorming?

Welke rol kan deze sector spelen om de instroom van meisjes in de informatica te verhogen? We sommen er enkele op:

Software bedrijven kunnen **computerspelletjes** aanpassen aan de wensen of verwachtingen van meisjes. Meisjes houden van een verhaalsetting in een realistische omgeving terwijl jongens een fantasierijke setting verkiezen. Ook qua karakters verschillen jongens en meisjes van voorkeur: jongens verkiezen naast een hoofdpersonage nog tal van ondersteunende personages. Meisjes opteren voor één of twee personages. Verder verschillen jongens en meisjes qua interactiestijl: spelletjes met expliciete instructies zijn aantrekkelijker voor spelers met minder of geen ervaring. Jongens verkiezen spelletjes waarin ze zelf op zoek moeten gaan naar de meest efficiënte strategie. Meisjes daarentegen kiezen voor spelletjes waarbij van bij het begin duidelijke regels en patronen aanwezig zijn.

Het organiseren en begeleiden van **klasbezoeken** is een andere vorm van acties die bedrijven kunnen ondernemen. Meisjes en jongens maken graag kennis met mensen op de werkvloer. Tijdens de klasbezoeken dienen bedrijven rekening te houden met de aanwezigheid van vrouwelijke werknemers. Op die manier schuiven ze zelf **rolmodellen** naar voren.

Bedrijven dienen voldoende aandacht te besteden aan het creëren van een juist beeld over de computerindustrie en de diverse beroepsmogelijkheden.

ICT magazines en reclamebureaus spelen een belangrijke rol op vlak van beeldvorming. Aanwezigheid van meer vrouwenbeelden in ICT magazines, vooral in het redactionele gedeelte is een belangrijk aandachtspunt.

Strategisch diversiteitbeleid is bedrijfsbelang

Wat kunnen bedrijven doen om meer vrouwen aan te trekken? Welke arbeidsvoorwaarden kunnen aangewend worden, maar vooral ook hoe verankeren we dit diversiteitbeleid in Human Resource Management beleid en bedrijfscultuur?

Verankering

Eerst en vooral dienen visie, doelen en commitment van het management om een evenwichtige organisatie te worden verankerd te worden. Het gaat om het zichtbaar maken van de intentie van de organisatie en het verankeren daarvan in de management- en besturingscyclus.

Hieraan zijn voorwaarden gekoppeld: het gaat hier ten eerste om het ontwikkelen van een duidelijke visie en het mobiliseren van de juiste mensen die ervoor gaan zorgen dat die visie wordt vertaald naar helder beleid; vervolgens moet het beleid ook daadwerkelijk worden uitgevoerd (commitment).

Het beleid ten aanzien van diversiteit m/v hoort thuis in het strategisch belang van de onderneming. Alleen beleid op het hoogste niveau kan een cultuur creëren waarin ieder individu zich ten volle kan ontplooien.

De voordelen van strategisch diversiteitbeleid liggen zowel op het niveau van bedrijfsstrategie als op het niveau van HRM en het arbeidsmarktimage:

Betere voeling met de markt en groter innovatief vermogen: naast een aantrekkelijker imago voor de klanten én potentiële werknemers, krijgt een organisatie meer variatie in kennis, kunde en vaardigheden in huis. Hiermee kan de onderneming innovatiever aansluiten op de variatie in de maatschappij.

Aantrekkelijkheid werkgeverschap: organisaties die bekend staan om hun goede diversiteitbeleid worden daarom over het algemeen gewaardeerd. Dit is gunstig voor het imago en daardoor is het gemakkelijker om nieuw personeel te werven. Een effectief diversiteitbeleid vermindert bovendien ongewenste uitstroom van met name vrouwen.

Verbeterde resultaten: door de aanwezigheid van gevarieerde kennis, kunde en vaardigheden en het verhoogde innovatieve vermogen kan sneller en creatiever worden ingesprongen op kansen op de markt. De organisatie kan hierdoor haar resultaten zowel intern als extern verbeteren.

Arbeidsvoorwaarden & voorzieningen

Een organisatie die meer vrouwen wil binden kan diverse maatregelen nemen op het gebied van arbeidsvoorwaarden. Hier geven we een overzicht van de belangrijkste arbeidsvoorwaarden die de combinatie werk en privé vergemakkelijken en de diversiteit bevorderen.

Flexibele arbeidsvoorwaarden

De duidelijkste manier om flexibele arbeidsvoorwaarden aan te bieden is via een CAO à la carte. Met zo'n keuzemenu kunnen werknemers hun arbeidsvoorwaarden afstemmen op hun individuele behoeften, zonder dat ongelijkheid en dus scheve gezichten het gevolg zijn. Het aanbieden van flexibele arbeidsvoorwaarden heeft gunstige effecten op het m/v evenwicht binnen organisaties. Meer keuzevrijheid leidt tot wederzijds begrip. Binnen keuzevrijheid is het immer gelegitimeerd dat mensen verschillende keuzes maken. Individuele arbeidsvoorwaarden creëren op deze manier een draagvlak voor diversiteit. Flexibele arbeidsvoorwaarden verliezen hun genderlading: er worden geen

secundaire arbeidsvoorwaarden meer ontworpen voor één specifieke groep, waarvan andere werknemers vinden dat het zonde van het geld is omdat zij er niets mee kunnen. Het bindt mannen én vrouwen aan de organisatie.

Kinderopvang

Een belangrijke arbeidsvoorwaarde om de combinatie van arbeid en zorgtaken te faciliteren is uiteraard kinderopvang. Bovendien houdt kinderopvang met name vrouwen beschikbaar voor de arbeidsmarkt en levert daarmee een bijzondere bijdrage aan de balans binnen ondernemingen. Slecht geregelde kinderopvang kan aanleiding zijn voor vrouwen om hun loopbaan op te geven. Subsidies op kosten van kinderopvang blijken gehuwde vrouwen met kinderen te stimuleren om te gaan werken. Als een organisatie kinderopvang als arbeidsvoorwaarde aanbiedt, kost dit tussen 0,2 en 0,4% van de bruto loonsom.

Flexibele werkarrangementen

Flexibiliteit in arbeidstijden en -plaats (niet alleen op kantoor) zorgen voor diversiteit in de organisatie, omdat verschillende mensen aanspreken. Ze bieden iedereen de kans werk en privé te combineren. Mensen die in relatieve vrijheid hun arbeidstijden kunnen vaststellen, hebben een lager ziekteverzuim en een hogere productiviteit. Ze voelen zich meer betrokken bij de organisatie. Zowel de onderneming als de werknemer kunnen profijt hebben van flexibele werktijden.

Telewerken

Wanneer telewerken gestructureerd wordt ingevoerd, kan dat ervoor zorgen dat mensen langer, beter georganiseerd en productiever werken, terwijl het bedrijf hogere opbrengsten kan realiseren uit efficiënter gebruik van kantoorruimte, betere processen, hogere flexibiliteit en gemotiveerder personeel.

Verlofregelingen

Verlofregelingen kunnen in bepaalde perioden van iemands leven van groot belang zijn om uiteindelijk behouden te blijven als werknemer voor een bedrijf en geen ontslag te nemen omdat men tijdelijk andere prioriteiten heeft. Er bestaan vele soorten verlof. Denk bijvoorbeeld aan verlof bij verhuizen, zwangerschap, bevalling of adoptie, ouderschapsverlof, zorgverlof, studie- of calamiteitenverlof. Sommige verloven zijn betaald, andere onbetaald. Op sommige verlofregelingen bestaat een wettelijk recht, andere zijn alleen mogelijk met instemming van de werkgever.

Gemaksdiensten

In het streven naar een goede balans tussen werk- en privéleven zorgen steeds meer organisaties ervoor dat hun werknemers kunnen profiteren van zogenaamde 'gemaksdiensten'. Hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld een stomerijservice, boodschappendienst of autowassen op kantoor. Dagelijkse besommingen kosten de werknemer minder tijd, waardoor meer tijd overblijft voor privé activiteiten zoals zorg of persoonlijke ontwikkeling. Ook de werkgever ondervindt de nodige voordelen: tevreden werknemers en een beter bedrijfsresultaat.

Human Resource Management

Door het inzetten van bewust beleid op werving, loopbaanontwikkeling en uitstroom kan een organisatie invloed uitoefenen op de samenstelling – en dus de diversiteit – van haar

personeelsbestand en zorgen dat die goed is afgestemd op de behoeften van de organisatie (en de klanten). Belangrijk uitgangspunt voor bewuste sturing van dit beleid is ook hier weer het formuleren van een duidelijke visie. Welke competenties heeft uw organisatie nodig: nu, in de nabije toekomst en op langere termijn? Wat heeft u al in huis, wat moet van buiten geworven worden en wat kan er intern ontwikkeld worden met behulp van opleiding en training?

Instroom

Als men vrouwen gelijke kansen wil bieden om in te stromen is het van belang bij de werving en selectie bewust rekening te houden met verschillen tussen mannen en vrouwen. Als men voor iedereen dezelfde mal gebruikt, zullen er vrijwel zeker vertekeningen plaatsvinden die gender gerelateerd zijn. Werving en selectie kunnen impliciet gericht zijn op mannen. Menige organisatie spreekt – meestal onbewust en ongewild – vooral mannen aan bij de omschrijving van een vacature, in de wervingsstrategie én in de selectieprocedure.

Wil een organisatie vrouwen binnenhalen, dan is het goed te zorgen dat het hele wervings- en selectieproces ook aansluit bij wat vrouwen belangrijk vinden en hoe zij communiceren. Er is inmiddels voldoende bekend over verschillen tussen mannen en vrouwen in voorkeuren en communicatiepatronen om dit mogelijk te maken. Er moet vooral gelet worden op taalgebruik (coöperatief versus afstandelijk, persoonlijk versus formeel,...), gevraagde competenties, inhoudelijk uitdagende functie, een inspirerende werkomgeving en een genderneutrale selectiecommissie.

Loopbaanontwikkeling

Een organisatie die rekening houdt met de wensen van medewerkers en gerichte ondersteuning biedt in verschillende fasen van de carrièreontwikkeling, kan mannen en vrouwen aan zich binden. Dat veronderstelt een bedrijfscultuur die diversiteit erkent en waardeert.

Het krijgen en hebben van kinderen heeft bijvoorbeeld een andere invloed op de loopbaan van vrouwen dan op die van mannen. Het voltijds beschikbaar zijn breekt hen vaak op. Daarnaast ambiëren vrouwen eerder inhoudelijk uitdagende functies. Vrouwen kiezen in het werk vaak voor een andere rol dan mannen. Ze kiezen voor het ondersteunen van anderen, verrichten een deel van hun werk achter de schermen en zijn daardoor minder zichtbaar.

In het genderbeleid is het daarenboven ook belangrijk om regelmatig een gender audit uit te voeren om inzicht te krijgen in achtergronden van cijfermatige ontwikkelingen in m/v verhoudingen. Ook het mede verantwoordelijk maken van directe leidinggevendenden voor de instroom van vrouwen draagt hiertoe bij.

Uitstroom

Elke organisatie krijgt te maken met het vertrek van gewaardeerde medewerkers: 'regretted losses'. Het is belangrijk te voorkomen dat te veel van deze mensen weggaan. Dit kan door medewerkers te vragen hoe zij zelf hun toekomst in de organisatie zien en wat voor hen belangrijk is om te blijven. Natuurlijk moet de organisatie vervolgens ook iets met die informatie doen.

Als mensen desondanks vertrekken is het van belang om de redenen daarachter te achterhalen door middel van een exit interview, liefst enige tijd na vertrek en afgenomen door iemand anders dan de directe manager. Distantie in tijd en persoon levert waardevolle informatie op.

Cultuur

Een laatste reeks maatregelen is erop gericht om een cultuurverandering binnen de organisatie te bekomen: het stimuleren en respecteren van diversiteit. Als de bedrijfscultuur alleen gedrag belooft dat voor vrouwen niet aantrekkelijk is, zullen in die organisatie weinig vrouwen instromen en meer vrouwen uitstromen.

Hieronder gaan we in op twee aspecten van de cultuur die direct van belang zijn als men in de organisatie diversiteit wil bevorderen en vrouwen wil behouden, namelijk leiderschap en de balans werk- en privéleven.

Leiderschap

Leiders vervullen een voorbeeldfunctie binnen organisaties. Hun houding en gedrag, hun normen en waarden hebben grote invloed op het functioneren van andere medewerkers. Leiderschap en stijl van leidinggeven zijn dan ook cruciale elementen in de cultuur. Organisaties die thema's als 'gelijke kansen voor mannen en vrouwen' en 'balans tussen werk- en privéleven' hoog in het vaandel hebben staan, doen er goed aan vormen van leiderschap te stimuleren die daarmee in overeenstemming zijn. Het vinden van de juiste, passende stijl van leidinggeven is van groot belang voor iedere organisatie.

Werk-leven

Steeds meer mensen vinden het belangrijk om een goede balans te vinden tussen werk en privéleven. Veel werknemers zijn zelfs bereid om inkomen in te leveren voor meer vrije tijd. Een goede balans is niet alleen essentieel voor de individuele werknemers, het is ook van vitaal belang voor de organisatie als geheel. Bedrijven en organisaties houden hier in toenemende mate rekening mee. Ze zoeken manieren om organisatiedoelen en persoonlijke doelen van medewerkers met elkaar in evenwicht te brengen.

Het gaat bij het zoeken naar balans werk/privé leven niet alleen om het aanbieden van voorzieningen, maar om het bevorderen van een cultuur, waarin naar de medewerker wordt gekeken als hele mens, niet alleen als productiefactor voor het bedrijf. Wanneer de cultuur niet aangepast wordt aan de voorzieningen, zullen de werknemers er immers geen gebruik van durven maken uit angst dat dit nadelig kan uitwerken voor hun carrière.

6. Bewustmaking ICT sector:

Methodologie en resultaten e-gender

www.theskillsmatch.be

Het aandeel vrouwen in de ICT sector is bedroevend laag, zelfs in tijden van een prangend personeelstekort (meer dan 14.000 vacatures). Er is nood aan een awareness van het tekort aan vrouwen in de sector. Binnen het eigen bedrijf moet gekeken worden naar jobopportunities voor korter geschoolde vrouwen. De e-gender matchingtool speelt hierop in: het genereert een overzicht van vrouwvriendelijke jobprofielen voor kortgeschoolde vrouwen, aangevuld met testimonials.

Dat werkgevers kunnen bijdragen aan een meertewerkstelling van vrouwen door het implementeren van een diversiteitsbeleid met vrouwvriendelijke arbeidsvoorwaarden en een genderneutraal wervingsbeleid is door vele bronnen reeds voldoende aangehaald. e-gender koos hierbij nog een andere benadering: het project koos resoluut het pad van de perceptie. Hoe kunnen we de huidige perceptie doorbreken bij werkgevers en hoe kunnen we ervoor zorgen dat zij effectief jobs creëren voor korter geschoolden, specifiek korter geschoolde vrouwen?

Het onbenut menselijk kapitaal aan – kortgeschoolde – vrouwen kan een doorbraak betekenen in het prangende personeelstekort in de ICT sector. Hooggeschoolde professionals moeten immers vaak taken uitvoeren die ook door lager geschoolden kunnen uitgevoerd worden. Via taaksplitsing kunnen deze gegroepeerd worden tot nieuwe functies (zoals het creëren van de functie logistiek medewerker binnen de zorgsector). Daarenboven wordt in onze netwerkeconomie steeds meer de nadruk gelegd op sociale en communicatieve vaardigheden, typisch vrouwelijke vaardigheden!

Nu we – via www.dothematch.be – de vrouwen hiervan zelf stilaan overtuigd hebben, kan het niet uitblijven dat ook de ICT sector zelf warm gemaakt wordt voor deze toch zeer bijzonder doelgroep die momenteel amper vertegenwoordigd zijn: de kort geschoolde vrouwen met een voldoende basis aan IT kennis. Hierbij leeft de vraag ‘Hoe overtuigen we de ICT sector van de vaardigheden en meerwaarde van kortgeschoolde vrouwen?’

Hiervoor maken we – opnieuw – gebruik van de e-gender matchingtool (voor methodiek, zie Hoofdstuk 4). Waar www.dothematch.be het imago probleem bij meisjes aanpakt en hen duidelijke informatie geeft inzake ICT ondersteunende functies, werd een gelijkaardig – meer formeel – testje ontworpen voor werkgevers:

www.theskillsmatch.be wil werkgevers duidelijk maken dat het ook mogelijk is om kortgeschoolde vrouwen in te zetten om het prangende personeelstekort in te dijken. Het doel van www.theskillsmatch.be is dat werkgevers, door het invullen van dit testje, stilstaan bij de benodigde vaardigheden voor een openstaande vacature. Het testje geeft nu als output een lijst met referentieprofielen: voorbeeldvrouwen, kortgeschoolde vrouwen die reeds tewerkgesteld zijn in het gevraagde profiel. Het is dus ook in hun bedrijf mogelijk om korter geschoolde vrouwen in te zetten!

e-gender besloot de gelijkenis met www.dothematch.be zo gelijkend mogelijk te houden maar toch aangepast aan deze steriele en mannelijke omgeving. Het roze van www.dothematch.be zou te fel, te shockerend zijn... Daarom werd de look & feel aangepast van felroze bollen naar blauwgrijze

vierkanten. Een eenvoudige en geslaagde metamorfose. Evenwel werden enkele roze en/of vrouwelijke accenten behouden.

Er werd een subtiele manier gebruikt om de sector wakker te schudden en hen opmerkzaam te maken voor dit onbenut menselijk kapitaal aan vrouwen dat zij momenteel over het hoofd zien. Zoals we de vrouwen eerder bereikt hebben door in te spelen op elegantie en vrouwelijkheid, zo benaderen we de ICT sector op hun stereotype mannelijke, technische en zelfs nerd-achtige imago. Wederom worden clichés met clichés aangepakt!

Promotiecampagne www.theskillsmatch.be

We wagen ons hierbij aan een tweede moeilijk punt. We spreken nu over het overtuigen van 'nieuwe inzichten' voor een sector die gedomineerd wordt door een mannelijk imago, zelfs doordrenkt van een dito geloof. We beoogden in de campagne een bereik van werkgevers en HR Managers, mensen die het laatste woord hebben omtrent de aanpak van werknemers.

Om deze doelgroep effectief te bereiken zijn er een aantal 'codewoorden'. Zij vallen voor een persoonlijke benadering met een exclusief karakter. Wij opteerden bijgevolg voor een concept met een 'personal touch'. Uit onze kleinschalige navraag blijkt dat ICT'ers vaak mannen zijn die weinig tot geen 'haantjesgedrag' vertonen. Ze zijn veeleer het introverte type dat hun vrouw op handen draagt. Wij opteren daarom voor een communicatieve aanpak waarin wij een equivalente sfeer beogen. We trachten als het ware de man in kwestie te verleiden met onze idealen. In onze aanpak van communicatie nemen we een scherpe bocht in het vertellen van ons verhaal. Eerst worden ze verleid, om vervolgens open te staan voor een vreemd verhaal.

Als sensibiliserend project moeten wij de eerste stap in de richting van een cultuuromslag zetten. Daarvoor moeten stereotypen de wereld uit geholpen worden. Geen sinecure, een ongewone aanpak is de enige mogelijkheid om ook hier weer een luisterend oor te bekomen.

Gezien de gigantische uitdaging van cultuuromslag verkozen wij ook hier opnieuw de huisstijl van e-gender, een creatieve aanpak, verder te zetten. Creativiteit heeft ook bij www.dothematch.be bewezen dat het hét middel bij uitstek is als je moet overleven in een stereotype vijver. Alleen zo krijgen we mensen die luisteren, net omdat hun nieuwsgierigheid is geprikkeld.

The power of one perfect match

Voor het concept kozen we voor een vorm die aanleunt bij een cadeau. Een lieflijk pakje dat per post onder de noemer 'strikt persoonlijk' belandde op het bureau van elke HR Manager, personeelsverantwoordelijke, politicus en uiteraard de nodige pers van Limburg.

In de kartonnen verpakking zit wederom een kubus, één die aan elke zijde gesierd wordt door de 'kamasutra' tussen ICT sector en vrouwen. Het spreekwoordelijke perfecte klikken tussen beide groepen. Sterke beelden die verrassend zijn, maar boekdelen spreken als het gaat om een duidelijke inleiding. Het gehele doosje is gevuld met veertjes, welke bij het openen ervan, door de ruimte fladderen en zo een heerlijke vrouwelijk geurtje verspreiden. De persoon wordt onmiddellijk helemaal ondergedompeld in een sfeer, een emotie. Daarnaast verwijzen deze veertjes ook naar het veertje op de website: ICT bedrijven die reeds een pluim kregen voor hun vrouwvriendelijk HR beleid.

In het hart van het doosje bevond zich een glazen buisje met één lucifer met de boodschap “The power of one perfect match”, een knipoog naar de url van de drager van dit verhaal, de website www.theskillsmatch.be. Immers, één lucifer kan het verschil maken om een heus spetterend vuur(werk) te ontlokken. Één match (tussen werkgever en werkzoekende!) kan een schitterend vervolg betekenen. Vind de juiste match. Vind de juiste vrouw voor uw bedrijf!

Kortom door het verrassende en prikkelende effect willen we de doelgroep op een beetje een stoutmoedige wijze aanmoedigen om naar www.theskillsmatch.be te surfen.

Invulling communicatie

Gezien de keuze voor een persoonlijke aanpak hebben we het gigantische nadeel van een zeer klein bereik. Onze postpakketjes werden uitgestuurd naar 400 geadresseerden, vooral in Limburg. Het bereik is op die manier kwalitatief, maar beperkt.

Sinterklaas in hoogsteigen persoon kon niet ontbreken aan deze cadeautjestijd en kwam speciaal helemaal van Spanje om – met de media in zijn kielzog – alle pakjes te overhandigen aan de postmeester. Ook hier werd getracht een bevreemdend beeld op te wekken voor alle kijkers en luisteraars, steeds voorzien van de url. Sinterklaas, in een postverdeelcentrum, in maart!

www.youtube.com: amazing ICT

Resultaten

Ook bij www.theskillsmatch.be is het bezoekersaantal op de website de beste populariteitsmeting van het instrument. Rekening houdend met een beperkte doelgroep van slechts 400 personen mogen we toch ook hier stellen dat deze website een succes is. In de periode na de lancering mocht www.theskillsmatch.be rekenen op meer dan 500 bezoekers.

Eigen aan e-gender is dat het verschillende doelgroepen tracht aan te spreken. Op een heel persoonlijke manier trachtte het vooral in te werken op de perceptie van deze doelgroepen. En dit op een zo ruim mogelijke manier.

Het project beoogde met deze subdoelstelling een dertigtal mensen samen te brengen in een convenant. Deze convenant zou worden opgesteld met het oog op het erkennen van de kwaliteiten van kortgeschoolde vrouwen en er zich toe te verbinden hiermee rekening te houden in het eigen bedrijf en op de verdere verspreiding van dit ideeëngoed in het eigen netwerk – ook na het beëindigen van dit project. Deze convenant bleek nog een stap te ver te gaan, bedrijven zijn hier nog niet klaar voor. In de huidige situatie is hier op dit moment nog geen ruimte voor.

e-gender bleef echter niet bij de pakken zitten. In een overtuiging van de missie van het project – én als eerste toetsing – bracht het 30 leading ladies uit het Limburgse bij elkaar in het huis van de Gouverneur om samen de handen in elkaar te slaan. Een platform is in de maak, onze leading ladies geven het goede voorbeeld!

7. Genderneutraal onderwijs

Wie succesvol wil zijn in het leven, moet straks kunnen functioneren in de kennismaatschappij. Kennis van ICT is daarbij onmisbaar. Het belang van ICT in en voor de kennismaatschappij leidt ertoe dat iedereen over een zekere kennis van en vaardigheid met ICT moet beschikken, zowel vrouwen als mannen.

De razendsnelle ontwikkeling van ICT de afgelopen decennia heeft ook grote gevolgen voor het onderwijs dat die ontwikkelingen naar de opleidingen tot moet vertalen. De wisselwerking tussen de markt en het onderwijs is voor beide belangrijk, met name in een dynamisch vakgebied als ICT. Het onderwijs moet voldoende mensen opleiden die voldoen aan de wensen van de arbeidsmarkt.

“ICT kennis wordt even belangrijk als leren lezen en schrijven. Tenminste als het onderwijs leerlingen wil voorbereiden op de wereld van morgen.”

Frank Vandenbroucke, Vlaams Minister van Werk, Onderwijs en Vorming

Aantrekkelijke ICT opleidingen

Enkel het informeren afstemmen op meisjes is noodzakelijk, maar niet voldoende. Het gaat niet alleen om de ‘verpakking’. En het is ook niet zo dat meisjes vaker kiezen voor ICT als ze beter geïnformeerd zijn. Omdat er nog weinig meisjes kiezen voor ICT, is de drempel voor hen hoger dan voor jongens.

Veel oorzaken in de onbalans liggen buiten het onderwijs zelf, maar het is de taak van elke opleiding om te zoeken naar manieren om de diversiteit te vergroten. Inhoud, vormgeving en cultuur van ICT opleidingen dienen aantrekkelijker te zijn, willen meisjes ervoor kiezen, willen ze de opleiding met succes doorlopen en uiteindelijk hun entree maken op de ICT arbeidsmarkt. Kortom de instroom van meer meisjes is belangrijk, maar ook de opleiding zelf en een succesvolle doorstroom naar de arbeidsmarkt.

Instroom

Er is extra aandacht nodig voor de manier waarop meisjes kennis maken met ICT en ICT functies. Ze dienen op keuzemomenten gericht begeleid te worden en in contact met rolmodellen gebracht te worden. Het is noodzakelijk om aan andere (ook niet-technische) aspecten van ICT een prominentere plek in de voorlichting te geven, en de onderwijskundige aanpak en inhouden van ICT opleidingen dienen genderinclusief herontworpen te worden.

Informatiebrochures

Goede voorlichting over de opleiding en concrete beroepsmogelijkheden is een must. Jongeren hebben vaak geen idee wat de opleiding precies inhoudt en welke diverse beroepsmogelijkheden een informaticaopleiding hen biedt. Ga daarvoor dieper in op de verschillende richtingen (en de verschillen daartussen), op de vereisten, op het lessenpakket en de vakinhouden. De nadruk mag niet liggen op de technische invulling van de opleiding. Jongeren zijn eerder te interesseren voor de toepassingmogelijkheden en het nut van ICT voor mens en samenleving. Let ook op dat foto's in voorlichtingmateriaal niet rolbevestigend en stereotiep zijn.

Rolmodellen

Het probleem van de ondervertegenwoordiging van meisjes binnen informaticaonderwijs houdt zichzelf in stand. Door het gebrek aan rolmodellen binnen de informaticasector hebben meisjes geen (of weinig) vrouwelijke voorbeelden. Dit tekort weerhoudt meisjes ervan om voor informatica te kiezen. Hierdoor kan het tekort niet aangevuld worden en blijven vrouwelijke rolmodellen een schaars fenomeen. **Meisjes hebben nood aan een vrouwelijke ‘Bill Gates’.**

Het lijkt is van cruciaal belang om meisjes (en jongens) al vroeg te laten zien wat een ICT loopbaan kan inhouden, of beter: hen dat te laten *ervaren* door een kijkje te nemen in de praktijk. Als meisjes bij zo'n kijkje in de praktijk kunnen praten met vrouwelijke rolmodellen, zullen zij zich gemakkelijker kunnen identificeren met werknemers in die sector.

Leerkrachten

Ook staan de voorlichters van de opleidingen soms nogal ver van de leerlingen af, vooral in leeftijd. Jongens maakt dat niet zoveel uit, want de voorlichter is meestal ook een man en bovendien kijken veel jongens bij hun oriëntatie vaak toch wel richting ICT. Bij meisjes echter creëert dit onnodig afstand. Sommige opleidingen betrekken daarom vrouwelijke studenten en (jonge) afgestudeerden bij de voorlichting en werving.

Opleiding

Wil men daadwerkelijk de instroom van meisjes verhogen, dan zijn ingrijpendere aanpassingen nodig, zoals het herontwerpen van opleidingen. Opleidingen zijn meestal aantrekkelijk en effectief als ze rekening houden met de wensen en kenmerken van verschillende type studenten. Als ICT opleidingen meer meisjes willen aantrekken zullen zij moeten nagaan wat deze doelgroep belangrijk vindt in een opleiding.

Vrouwelijke leerstijlen

Om (meer) meisjes te werven voor en te behouden in de ICT opleidingen, is een breed curriculum nodig, waarin communicatieve vaardigheden geïntegreerd zijn, waarin technische en fysieke kennis binnen een context wordt aangeboden en waar aandacht is voor creatieve toepassingen van ICT. Het is van essentieel belang dat de leerstof opgehangen wordt aan een zinvolle, maatschappelijke context. Geen eenzijdig technische thema's, maar geïntegreerd met sociaal maatschappelijke aspecten.

Inhoudelijke aspecten

Meisjes vinden andere aspecten belangrijk in een opleiding, bijvoorbeeld aandacht voor nut en relevantie, contextrijkheid van ICT problemen; brede, niet eenzijdig georiënteerde opleidingen; zicht op gebruik van ICT kennis in de beroepspraktijk; aandacht voor product én proces; aandacht voor communicatieve en persoonlijke vaardigheden; ...

Activerende onderwijsvormen

De essentie van activerende onderwijsvormen is dat leerlingen niet langer alleen klassikaal frontaal les krijgen, maar in teams werken aan projecten of cases uit de beroepspraktijk. Zo ontwikkelen ze hun persoonlijke professionele vaardigheden, zoals samenwerken, presenteren, ... en vergroten ze hun kennis onder leiding van docenten. Dit is niet alleen voor veel studenten een aantrekkelijke

manier van werken, maar bereidt de studenten ook beter voor op de beroepspraktijk (waardoor het onderwijssysteem vooral bij vrouwen op veel waardering kan rekenen).

Rolmodellen

Doordat meisjes weinig voorbeelden van andere vrouwen in ICT kennen, hebben zij vaak een vaag beroepsbeeld, waardoor zij – meer dan jongens – tijdens de opleiding vaker piekeren over hun toekomst. Daarom is het belangrijk om vrouwelijke (en mannelijke) studenten in contact te brengen met de beroepspraktijk. Daarbij kunnen oud-studenten, vooral vrouwen, worden ingeschakeld. Vrouwelijke docenten zijn tevens een rolmodel voor studenten.

Begeleiding

Voor sommigen kan extra ondersteuning op zijn plaats zijn om bijvoorbeeld vroegtijdige uitval te voorkomen. Deze ondersteuning moet niet expliciet worden 'geëtaled', want de meeste vrouwelijke studenten hebben er een hekel aan als op die manier hun uitzonderingspositie wordt bevestigd. Sommige onderwijsinstellingen bieden daarom mentorprogramma's aan, rolmodellen in de vorm van vrouwelijke studenten en docenten.

Studieomgeving

Een belangrijke reden om niet te kiezen voor een ICT opleiding is dat meisjes het vaak niet zien zitten om een aantal jaren door te brengen in een 'ongezellige mannenwereld'. Vaak ziet zo'n technische locatie er ouderwets, kaal en grijs uit: geen kleur, geen planten, geen decoraties, met niet meer gebruikte machines en apparaten als 'opsiering', tl-licht, enz.

Doorstroom & werving

Zelfs nog tijdens het laatste 'schakelmoment' – van ICT opleiding naar een eerste job – gaat vrouwelijk talent verloren voor de ICT wereld.

Barrières en valkuilen bij werkgevers

ICT bedrijven realiseren zich vaak niet dat (personeels)advertenties, folders, brochures en dergelijke meestal niet bepaald uitstralen dat vrouwen er welkom zijn. Advertenties geven over het algemeen wel een goed beeld van de kennis en ervaring die nodig is, maar niet van de nodige competenties. Personeelsadvertenties waarin zowel de technische als de niet-technische functie eisen worden vermeld, zijn interessant voor vrouwen én mannen. Arbeidsvoorwaarden die veel vrouwen aantrekkelijk vinden – zoals flexibele werktijden, mogelijkheden voor part time werk en kinderopvang – worden vaak niet vermeld, ook al zijn ze er soms wel.

Vrouwen worden daarnaast nog vaak als risico ervaren: mannen hebben het vertrouwen mee, vrouwen moeten bewijzen de baan aan te kunnen. De selectiecommissie bestaat meestal alleen uit mannen, wat de keuze meestal eerder op een mannelijke dan op een vrouwelijke sollicitant laat vallen (ons kiest ons).

Functies waarin vrouwen zich goed voelen

Vrouwen geven aan graag bij een groot bedrijf te werken, omdat dat hen meer persoonlijke ontwikkelingsperspectieven biedt. Een belangrijke factor voor deze voorkeur vormen de aantrekkelijke arbeidsvoorwaarden (flexibele werktijden, deeltijds werk,...). Daarnaast is er in een

groter bedrijf ook meer kans op een gevarieerd takenpakket. Ook vinden zij een plezierige sfeer belangrijker dan een hoog salaris.

Ondersteuning

Zolang vrouwen in de minderheid zijn in de sector is het goed hen extra ondersteuning te bieden in de persoon van een mentor of coach. Vrouwen die na hun ICT opleiding aan het werk gaan, moeten zich niet alleen inwerken in hun nieuwe, eerste functie maar ook in de ‘mannencultuur’ van het ICT bedrijfsleven. Werknemers leren de bedrijfscultuur meestal stukje bij beetje kennen door informele contacten op het werk. Voor een enkele vrouw in een mannenomgeving is dat lastig. Het informele circuit is daar meestal eveneens een mannenaangelegenheid waar vrouwen niet zo gemakkelijk bij betrokken raken.

8. Genderneutraal onderwijs

Aanbevelingen & Tips

e-gender opleidingsgids

e-gender focust zich niet enkel op de werkgevers en de werknemers uit de ICT sector, maar ook op de toeleiders. In het kader van het huidige project dient met name ook de vrouwvriendelijkheid van opleidingstrajecten onderzocht te worden.

In het kader van deze derde doelstelling gaat het e-gender project na of vrouwen zich aangetrokken voelen tot ICT opleidingen, of de cursussen aangepast zijn aan hun noden en of deze opleidingen hen voldoende voorbereiden op toekomstige tewerkstelling. Kortom e-gender spitst zich toe op instroom, opleiding en doorstroom.

Methodologie

De rode draad rond het onderzoek zijn vragen zoals

- Wat zijn de redenen voor meisjes om al dan niet aan deze opleidingen deel te nemen?
- Welke vaardigheden worden in de opleiding beklemtoond?
- Hoe kan de opleidingsvorm aansluiten op de verwachtingen van vrouwen (job en gezin)?
- Wat zijn de aandachtspunten voor de inrichters en lesgevers van deze opleidingen?

Er werd een instroom-, opleidings- en doorstroomanalyse verricht waarbij zowel de directe jonge doelgroep, de lesgevers als de arbeidsmarkt bevroegd werden. Hiertoe werd onder meer beroep gedaan op zowel de leerlingen en leerkrachten van E-Lab school (een 7^e jaar informatica en multimedia) als deze van ICT opleidingen binnen Syntra. Voor elke analyse werd eerst een bronnenonderzoek verricht en worden cijfergegevens geraadpleegd.

e-gender instroomanalyse

Binnen de instroomanalyse werd een onderzoek verricht naar de instroom gendermix van de afgelopen jaren, onderbouwd met interviews en focusmomenten met de betrokkenen. Alle vrouwelijke cursisten werden via een diepte interview bevroegd over hun motivaties en ervaringen. Leerlingen en hun leerkrachten werden bevroegd over de motivatie en ervaringen om een ICT opleiding te volgen, wat de verwachtingen zijn van de opleidingen én hoe er meer meisjes kunnen aangetrokken worden tot ICT opleidingen.

e-gender opleidingsanalyse

Voor de opleidingsanalyse richtte het onderzoek zich naar de ervaringen in de opleidingen, waarbij zowel jongens als meisjes bevroegd werden over lesvorm en lesinhouden op het einde van het tweede semester. De antwoorden van beide groepen werden met elkaar vergeleken om op die manier de belangrijkste factoren voor meisjes in een dergelijke opleiding te identificeren. De antwoorden werden ook vergeleken met de verwachtingen die naar voren kwamen uit de eerste enquête (instroomanalyse) zodat nagegaan kon worden waar jongeren aandacht aan hechten op vlak van inhoud en vorm van lesgeven.

e-gender doorstroomanalyse

Het onderzoek in deze laatste analyse richtte zich naar de doorstroom van jongeren naar de arbeidsmarkt. Het onderzoek omvat ervaringen van leerlingen en cursisten die een opleiding afgerond hebben en hoe de doorstroom naar de arbeidsmarkt verloopt. Er werd een vergelijking gemaakt tussen jongens en meisjes op vlak van sollicitaties, tewerkstelling, hoger onderwijs, ambities en teleurstellingen. Voor deze analyse werd een zeer bijzondere focusgroep bij elkaar gebracht, bestaande uit leerkrachten én werkgevers. Doel was om na te gaan welke verwachtingen zij van elkaar hebben en hoe de kloof tussen onderwijs en arbeidsmarkt samen gedicht kan worden door deze verwachtingen op elkaar af te stemmen.

De analyses werden uitgevoerd aan de hand van enquêtes en diepte-interviews, aangevuld met focusgroepen met leerlingen, met leerkrachten, én een focusgroep met leerkrachten en werkgevers samen. De bevindingen uit literatuur en het eigen onderzoek werden verzameld en verwerkt tot praktische aanbevelingen en tips in de **e-gender opleidingsgids**. Deze gids begeleid opleidingsverstrekkers bij het ontwikkelen van een genderneutraal en vrouwvriendelijk opleidingsaanbod.

De e-gender opleidingsgids

Jonge mensen kiezen niet vanzelfsprekend voor een studie of baan in de ICT sector. Het beeld dat jongeren nu hebben van ICT beroepen is eenzijdig en verwijst vooral naar computers, techniek, wiskundig en ingewikkeld. Dit spreekt een te eenzijdige doelgroep aan. De veelzijdigheid van ICT beroepen is voor jongeren helaas nog te onduidelijk. Onbekend maakt vaak onbeminde.

Het is hiervoor van belang dat er concrete acties worden uitgezet waarbij onderwijs en arbeidsmarkt de handen in elkaar slaan om jongeren te informeren over ICT beroepen en zo meer jongeren te motiveren voor een studie/job in de ICT sector.

We geven u hierbij kort een overzicht van enkele aandachtspunten voor het aantrekken, behouden en laten doorstromen van jongeren (specifiek meisjes) in ICT. Een meer volledig overzicht vindt u in de e-gender opleidingsgids.

e-gender instroomanalyse

Voor de instroom van meisjes in ICT opleidingen te verhogen en het imagoprobleem aan te pakken, is het noodzakelijk om op drie punten actie te ondernemen: *belangstelling wekken*, *interesse aanwakkeren* en *informeren*.

Belangstelling wekken

Veel meisjes kiezen niet voor een ICT opleiding. Het komt niet bij hen op, ook al omdat andere meisjes hier eveneens geen interesse voor hebben. Meisjes worden zelden gestimuleerd om eens te onderzoeken wat ICT hen te bieden heeft. Er is dus een potentieel aan meisjes die misschien wel voor ICT zouden kiezen als ze er serieus naar zouden kijken. Daarom is het belangrijk dat de belangstelling wordt gewekt bij meisjes.

Interesse aanwakkeren

Er zijn meisjes die geïnteresseerd zijn en actief op zoek gaan naar informatie over ICT opleidingen en/of beroepen en functies. Toch haakt ook een deel van deze meisjes op een gegeven moment af. Omdat er nog weinig meisjes kiezen voor ICT, is de drempel voor hen hoger dan voor jongens. Als meisjes met belangstelling beter ondersteund worden bij hun keuzeprocessen en betere, feitelijke informatie krijgen, kan de interesse warm gehouden en aangewakkerd worden.

Informereren

Van alle vrouwen die momenteel een ICT opleiding volgen kiest maar liefst een kleine helft hiervoor uit interesse! Dat interesse zo'n bepalende factor is om te kiezen voor een opleiding, is belangrijk voor de wervingscampagnes van scholen. Eens de interesse aangewakkerd is het makkelijker vrouwen te overtuigen.

Deze campagnes moeten best gevoerd worden via digitale media. Het internet wordt door vrouwen het meest geconsulteerd (46%), gevolgd door brochures (33%) en mond-op-mond reclame (18%). Voor mannen zijn deze drie media quasi even belangrijk. Meisjes vinden het erg belangrijk om goed geïnformeerd te zijn. Een brochure kan een aanzet zijn voor meisjes, een eerste kennismaking. Op het internet gaan ze dan op zoek naar meer concrete informatie.

Scholen kunnen hierop inspelen door hun website erg vrouwvriendelijk op te stellen en veel informatie te geven over de opleiding, de inhoud van de cursussen en de beroepsmogelijkheden nadien. Aandacht voor maatschappelijke relevantie en het in beeld brengen van vrouwelijke voorbeelden is erg belangrijk.

Naast de website is het zeker ook aan te raden om gebruik te maken van nieuwe media die door jongeren veelvuldig gebruikt worden. Je begeeft je zo rechtstreeks in de habitat van deze doelgroep via applicaties als MNS, MNS Space, You Tube,... en social network sites zoals Facebook, Hyves, LinkedIn,...

Het opstellen van een goede informatiebrochure is geen gemakkelijke opdracht. Het is vaak een eerste kennismaking met de opleiding. Ze moet zowel qua taal als qua look & feel aangepast zijn aan de leefwereld van de jongeren. De nadruk mag niet te veel liggen op de technische invulling, maar het is ook noodzakelijk om andere aspecten van ICT toe te lichten.

De directe omgeving van de jongere beslist 'onbewust' mee in de studiekeuze van de jongeren. Ouders en leerkrachten zijn een cruciale informatiebron. Het is dan ook van groot belang dat ook zij een goed zicht hebben op de beroepsmogelijkheden in de ICT sector. Doordat er zo weinig vrouwelijke rolmodellen zijn binnen deze sector voelen meisjes zich minder aangesproken. Tracht deze schaarste op te vangen door leerkrachten en ouders voldoende te informeren, en door studenten informatica en informatici aan het woord te laten.

e-gender opleidingsanalyse

Het informeren van meisjes is noodzakelijk, maar niet voldoende. Het gaat niet alleen om de verpakking. Ook de inhoud, vormgeving en cultuur van de opleidingen moet aantrekkelijk zijn, willen

meisjes ervoor kiezen, willen ze de opleiding met succes doorlopen en uiteindelijk hun entree maken op de arbeidsmarkt.

*“They have to walk in Shoes that don’t fit:
je kunt er een eind mee komen, maar het is niet comfortabel”*

Beleid

Om de instroom van meisjes te verhogen, is het noodzakelijk om de onderwijskundige aanpak en inhoud van ICT opleidingen genderinclusief te herontwerpen. Om dit te kunnen realiseren, moet ook het beleid hier klaar voor zijn. Het is belangrijk dat het beleid expliciet aandacht geeft aan meisjes en ICT, namelijk door een goed diversiteitplan op te stellen.

Herontwerp moet leiden tot een breder en meer gevarieerd ICT aanbod, waarin niet meer alleen puur ICT opleidingen zitten, maar ook opleidingen met elementen van andere disciplines, nieuwe aantrekkelijke opleidingsvarianten of geheel nieuwe opleidingen. Houd bij het herontwerpen rekening met de interesses en voorkeuren van een brede doelgroep van potentiële studenten, meisjes én jongens.

Lesinhoud

Zowel meisjes als jongens kiezen voor een ICT opleiding om een goede basiskennis te leren. Meisjes hopen op een nadrukkelijk praktisch gerichte opleiding met concrete voorbeelden uit het bedrijfsleven, aandacht voor nut en relevantie, contextrijkheid van ICT problemen,... Zij vinden het ook van essentieel belang dat de leerstof opgehangen wordt aan een zinvolle, maatschappelijke context. Geen eenzijdige thema’s, maar geïntegreerd met sociaal maatschappelijke aspecten.

Lesvorm

Om meer vrouwen te werven voor en te behouden in ICT opleidingen, is een breed curriculum nodig, waarin communicatieve vaardigheden geïntegreerd zijn, waarin technische en fysieke kennis binnen een context wordt aangeboden en waar aandacht is voor creatieve toepassingen van ICT.

Interactieve lessen – eerder dan klassikaal frontaal – zijn voor meisjes minstens even belangrijk en verweven met het praktische aspect van de opleiding. Ze willen in teams werken aan projecten uit het bedrijfsleven. Deze projecten dienen vanzelfsprekend genderinclusief te zijn, zowel aantrekkelijk voor meisjes als voor jongens. Houd bij alle taken rekening met voorkennis en levenssfeer van meisjes en jongens en zorg voor differentiatie in thema’s en neutrale contexten.

Meisjes en jongens hebben andere manieren van leren, andere leerstijlen. Meisjes koppelen nieuwe kennis aan bestaande kennis en hebben meer behoefte aan kapstokken dan jongens. Ze willen graag weten wat ze aan het doen zijn, ze willen het totaalpakket zien van wat ze leren. Het is dus belangrijk om de leerstof niet op te splitsen in afzonderlijke taken, maar aandacht te besteden aan overzicht en mentale modelvorming.

Rolmodellen

Meisjes hebben weinig voorbeelden van andere vrouwen in ICT, zij hebben daardoor een vaag beroepsbeeld. Ze piekeren dan ook vaker tijdens de opleiding over hun toekomst. Het is daarom belangrijk om jongeren in contact te brengen met de beroepspraktijk. Daarbij kunnen ook oud studenten (vrouwelijke!) ingeschakeld worden.

Ook leerkrachten zijn een rolmodel. Er zijn echter slechts weinig vrouwelijke ICT leerkrachten. Voor meisjes is dit belangrijk om een voorbeeld te hebben van een mogelijke toekomst voor zichzelf. Voor jongens is het noodzakelijk om vrouwelijke rolmodellen te hebben opdat ze zien dat ICT zowel voor mannen als voor vrouwen is. Leerkrachten kunnen daarenboven een gunstige invloed hebben op de beeldvorming rond ICT.

Begeleiding

Leerkrachten kunnen het verschil in ervaringsniveau van meisjes opvangen door hen extra te ondersteunen zonder dat dit al te nadrukkelijk gebeurt. Zorg ervoor dat meisjes deze achterstand kunnen inhalen of groepeer hen tijdens projecten in groepen met een meerderheid van meisjes zodat je hen extra begeleiding kan bieden. Zo kunnen meisjes en jongens elkaar helpen bij het werken aan hun opdracht.

Men mag meisjes zeker niet op een andere manier behandelen. Zo versterk je enkel hun uitzonderingspositie en gaan meisjes zich nog minder thuis voelen in de opleiding.

Studieomgeving

Een belangrijke reden om niet te kiezen voor een ICT opleiding is dat meisjes het vaak niet zien zitten om een aantal jaren door te brengen in een 'ongezellige mannenwereld'. Daarom is het belangrijk dat de school een cultuur en sfeer gaat creëren waar zowel jongens als meisjes zich thuis voelen. Ook een aantrekkelijk lokaal is een absolute must.

e-gender doorstroomanalyse

De ondervertegenwoordiging van meisjes in ICT opleidingen zet zich logischerwijze verder in de arbeidsmarkt. Dit komt enerzijds door het imago van de ICT sector als mannelijk en techneuten, een wereld van snelle jongens, van 'nerds' en 'freaks'. Dit imago vormt een remmende factor op de studiekeuze en meertewerkstelling van vrouwen.

Het aandeel vrouwen tewerkgesteld in de ICT sector blijft dalen al stijgt hun aantal gelukkig wel. Toch is deze stijging minder uitgesproken dan bij mannen. Het is met andere woorden aan onderwijssector en arbeidsmarkt om de handen in elkaar te slaan om de doorstroom van vrouwen naar de arbeidsmarkt zo optimaal mogelijk te doen verlopen.

Opvolging & ondersteuning

Zolang vrouwen sterk in de minderheid zijn in de ICT sector is het goed om hun extra ondersteuning te bieden door middel van een mentor of coach. Dit kunnen zowel personen zijn vanuit het onderwijs zelf, maar ook vanuit het bedrijf.

Onderwijs

ICT opleidingen, en in het bijzonder de leerkrachten, kunnen vrouwelijke studenten ondersteunen vanaf een half jaar voor het afstuderen tot en met hun eerste jaar op de arbeidsmarkt of zelfs langer. Ze kunnen hierbij focussen op de attitudevorming, motivatie en presentatie van de leerlingen door middel van sollicitatietrainingen.

Het kan interessant zijn om leerlingen op te volgen na het beëindigen van het schooljaar. Zo kan gevolgd worden hoe zij hun intrede maken op de arbeidsmarkt, welke hindernissen zij hierbij

ervaren, hoe de sollicitaties verlopen en hoe hun loopbaan verder verloopt. Deze gegevens kunnen daarna gebruikt worden voor innovatie van opleidingen.

Arbeidsmarkt

Het kan ook aangewezen zijn om vrouwen bij hun eerste functie in deze mannenwereld extra te ondersteunen. Dit kan door middel van een mentor of coach, maar ook door een online groep op te richten, bijvoorbeeld van afgestudeerde vrouwen van school X.

Vrouwvriendelijk bedrijf

Bedrijven realiseren zich vaak niet dat werving & selectie en arbeidsvoorwaarden niet bepaald uitstralen dat vrouwen er welkom zijn. Vrouwen voelen zich dan ook niet aangesproken.

Werving & selectie

Vacatures geven over het algemeen wel een beeld van de opleiding, kennis en ervaring die nodig zijn voor de vacatures, maar niet van de competenties die daarnaast van belang zijn. Advertenties waarin zowel technische als niet technische functie eisen worden vermeld, zijn interessant voor een brede doelgroep, mannen én vrouwen.

Arbeidsvoorwaarden en voorzieningen

Een bedrijf dat meer vrouwen wil binden kan diverse maatregelen nemen op het gebied van arbeidsvoorwaarden. De belangrijkste arbeidsvoorwaarden die de combinatie werk/privéleven vergemakkelijken en de diversiteit bevorderen zijn: flexibele arbeidsvoorwaarden, kinderopvang, telewerken, verlofregeling, gemakdiensten.

Regionale samenwerking

Bedrijven verlangen van het onderwijs dat zij praktisch gericht is op ICT, interesse opwekt bij scholieren voor ICT en studenten voorbereid op de arbeidsmarkt. Het onderwijs zoekt nieuwe mogelijkheden om studenten aan zich te binden en ze betrokken te houden. Via onderlinge samenwerking kunnen regionale bedrijven meedenken met het onderwijs. Zij zouden kunnen aangeven hoe het onderwijs kan voldoen aan hun verwachtingen en hier ook zelf actief aan meewerken. De regionale samenwerking kan ook een intensieve relatie bewerkstelligen voor concrete acties in en buiten de klas. Deze acties worden ingezet om de zichtbaarheid van ICT bedrijven en de diversiteit van de branche te laten zien en daarnaast een inhoudelijke koppeling van onderwijs aan bedrijfsleven plaatsvindt.

Promotie & resultaten e-gender opleidingsgids

De e-gender opleidingsgids werd verspreid in 400 oplagen naar alle Limburgse scholen in het secundair onderwijs en naar de bevoegde instanties van de overheid.

De e-gender opleidingsgids is tegelijk ook een werkinstrument. Bij elke doelstelling (instroom, opleiding en doorstroom) worden enkele werkfiches geleverd. Deze kunnen de scholen gebruiken wanneer zij brainstorms organiseren rond één van deze topics, of bij studiedagen voor leerkrachten in het kader van vorming en beleid.

Aangezien de e-gender opleidingsgids samen verspreid wordt met dit rapport is het eigenlijk nog te vroeg voor resultaten. Zoals steeds zijn we nu reeds overtuigd van de impact die deze gids zal

hebben. Niet alleen bundelen we heel wat informatie, we reiken ook massa's aanbevelingen en tips aan die scholen onmiddellijk kunnen integreren in hun wervings- en opleidingspakket.

Zoals men intussen van e-gender gewoon is, wachten we de resultaten van deze gids niet af om verdere initiatieven te nemen. Door het samenbrengen van werkgevers en opleidingsverstrekkers was het mogelijk om ook voor deze doelstelling van het project vooruit te kijken. De bijzondere focusgroep betekende een start om beide partijen vaker rond de tafel te brengen. Een platform is ontstaan! Er zal zelfs een testcase opgezet worden voor de doorstroom van korter geschoolden naar deze bedrijven!

9. Tot slot

Tot de komst van e-gender was er nog geen zogenaamde killer-oplossing voorhanden om meer vrouwen in de ICT sector tewerk te stellen. De doelstelling van het project was het genderbewustzijn in de ICT- en multimediasector aanakkeren. En dit voor een zeer bijzondere doelgroep: korter geschoolde dames. Kortom, e-gender ambieert de tewerkstelling, maar ook de opleiding van kortgeschoolde vrouwen in de ICT sector te verbeteren. Hiermee reiken we ook voor een stukje een oplossing aan voor het enorme personeelstekort in de sector.

Het e-gender project heeft getracht alle stakeholders ervan bewust te maken dat er wel degelijk gevarieerde jobkansen met een duurzaam karakter zijn voor kortgeschoolde vrouwen in de ICT sector. Bovendien is het e-gender project niet één van de vele sensibiliseringscampagnes rond vrouwen, maar werd er ook een concrete tool ontwikkeld: de e-gender matchingtool die breed inzetbaar is en op termijn dient te leiden naar een grotere tewerkstelling van kortgeschoolde vrouwen in de ICT sector.

Het project is roldoorbrekend omdat tegelijk minstens twee belangrijke knelpunten gecounterd worden: ten eerste het feit dat de ICT sector nog steeds een overwegend mannelijke sector is, ten tweede dat deze sector traditioneel overwegend hoger geschoolde (mannelijke) medewerkers werft. De e-gender matchingtool is dan ook ontwikkeld zowel voor de ICT sector (werkgevers) als voor kortgeschoolde vrouwen (werkzoekenden). Beiden resulteerden in een ludieke en frisse website, respectievelijk theskillsmatch.be en dothematch.be.

Kortom, kortgeschoolde vrouwen kunnen een gedeelte van het prangende personeeltekort in de ICT sector opvangen! Het is nu aan onderwijs en arbeidsmarkt om de handen in elkaar te slaan om samen te zoeken naar innovatieve oplossingen om de sector meer transparant te maken; om zo meer vrouwen aan te trekken, te binden en betrokken te houden. De ICT sector kleurt rooskleurig!

Bijlagen

Bijlage 1. Voorbeeld jobprofiel

Bijlage 2. Vragenlijst onderzoek

Bijlage 3. Criteriumgericht interview

Bijlage 1. Voorbeeld jobprofiel

Helpdesk / Technical support

Wie ben je?

Je voelt je goed in een vast stramien, waar je steeds een rustige en warme sfeer rond jezelf weet te creëren. Onder vrienden/collega's sta je bekend als uiterst betrouwbaar en plichtsbewust. Het doet je goed te weten dat mensen op je kunnen rekenen. In alle bescheidenheid weet je steeds heel spontaan een vrolijke glimlach vol begrip naar boven te toveren. Geen wonder dat mensen altijd weer beroep doen op jouw engelengeduld. Met je heldere denken en praktische ingesteldheid ga je recht op je doel af, door die nuchtere en praktische aanpak ben je tenslotte al eens te meer tot een goede oplossing gekomen.

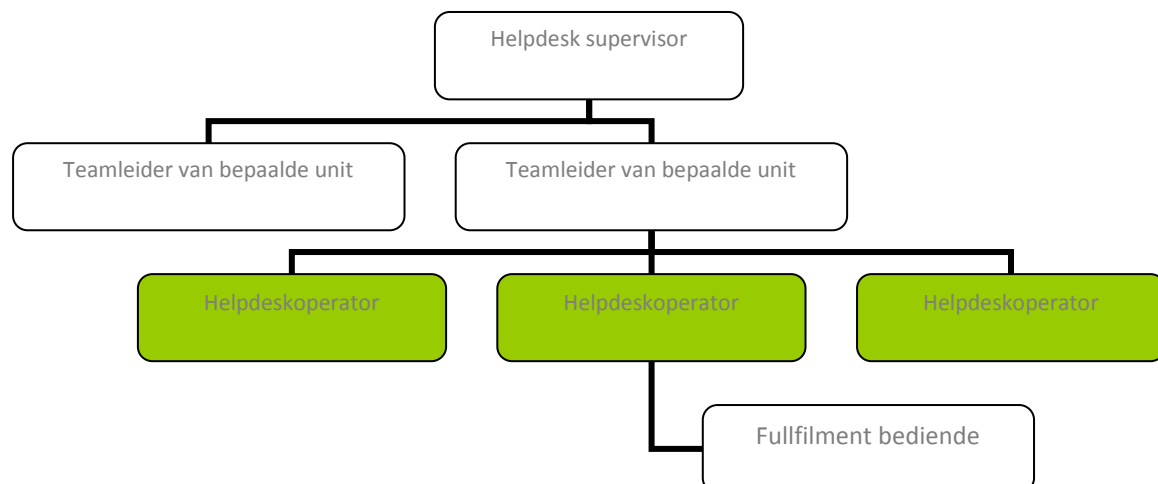
Waarmee is je werkdag gevuld?

Je krijgt dagelijks verschillende oproepen van klanten binnen. De ene klant vraagt om bijkomende technische vragen; de andere vraagt een onmiddellijke oplossing voor een technisch probleem. (bv. problemen met versturen van mails, computer start niet meer op, internetverbinding valt regelmatig uit, ...). Indien jouw oplossingen niet blijken te werken, schakel je door naar een collega die gespecialiseerd is in moeilijkere problemen.

De basisantwoorden van technische vragen en algemene verkoopsvoorwaarden van de producten/diensten vind je terug in de centrale database. Voor alle vragen geldt: als je niet direct een antwoord vindt, kan je altijd terugvallen op de database of je collega's.

Je moet natuurlijk niet continu telefonische oproepen beantwoorden: je wisselt dit af met het registreren van de vragen en incidentmeldingen in het centrale systeem van de helpdesk.

Organigram



Hoe ziet je werkomgeving eruit?

Een helpdesk herken je meteen: een grote, open kantoorruimte met verschillende werkplaatsen waar een drukke bedrijvigheid heerst. De medewerkers in een helpdesk zijn hoofdzakelijk bezig met telefoneren of mailen, allemaal tegelijk. Om niet teveel afgeleid te worden zijn er soms tussenschotten geplaatst, maar als je even opstaat zie je meteen al je collega's. Dus wees gerust: je zal je niet snel alleen voelen! Het nauwe contact met je collega's laat toe om snel een korte pauze in te laten vallen en gezellig een kopje koffie te drinken.

Wat zijn je werkinstrumenten?

Je krijgt dagelijks heel wat telefoons te beantwoorden... een individuele telefoon is onmisbaar. Je krijgt een headset: een koptelefoon met microfoontje waarin je de mensen kan toespreken. Op die manier heb je je handen vrij om snel en makkelijk informatie op te zoeken. Die informatie kan je raadplegen in de computer, verbonden met een netwerk. Er is een centrale database met FAQ vraag- en antwoordlijsten en ook scenario mogelijkheden voor het beantwoorden van vragen. Dit centrale systeem, ook een "server" genoemd, laat je toe om makkelijk met andere computers van de helpdesk te communiceren.

Je troeven op een rij...

Naast een stevige dosis IT kennis, beschik je nog over een aantal heel andere competenties. Volgende zijn essentieel:

- Klantvriendelijk
 - ✓ Je gaat na wat de klant wenst. Je doet dat door veel concrete vragen te stellen en ook door goed te luisteren.
 - ✓ Je toont begrip voor reacties en gedrag, vooral bij klachten.
- Communicatievaardig
 - ✓ Je kan het goed uitleggen: je spreekt duidelijk en je gebruikt eenvoudige woorden zodat iedereen je goed begrijpt.
 - ✓ Je vraagt of men je goed heeft begrepen, indien niet probeer je je nog concreter uit te drukken.
- Probleemoplossend
 - ✓ Je bijt je vast in een bepaald probleem: je wil er alles over te weten komen. Je wil zo snel mogelijk een goede oplossing vinden. Indien je een oplossing vindt, stel je deze voor; indien er geen oplossing is, meld je dit aan je collega die iets meer gespecialiseerd is.
 - ✓ Je probeert meerdere oplossingen uit te werken en kiest daaruit de meest werkbare. Je houdt daarbij rekening met een aantal factoren (beschikbare middelen, termijn, eisen van anderen, ...)

Bijkomende vaardigheden die je als helpdesk medewerker best bezit:

- Kwaliteitsgericht werken
 - ✓ Je wil écht 100% perfectie nastreven. Je vraagt daarom op eigen initiatief feedback aan je collega's en/of leidinggevende wat zij vinden van de kwaliteit van je werk.
 - ✓ Je zorgt ervoor dat je zo weinig mogelijk fouten maakt door zelf je werk na te kijken, of bij de minste twijfel, raad te vragen bij je collega's. Als je dan nog een foutje hebt gemaakt, noteer je deze en voorkom je op die manier om dezelfde fout opnieuw te maken.

- Specifieke expertise
 - ✓ je bezit een basiskennis van meest gebruikte Besturingsystemen (vb Windows) en applicaties (vb Office)
 - ✓ Je bezit kennis van klantgericht telefoneren
 - ✓ Je hebt een goede mondelinge talenkennis van minstens 2 talen

Je uitdaging

Je klanten worden op vlak van IT steeds kundiger en daardoor stellen ze meer hoge eisen. Om deze mensen een goede dienstverlening te kunnen geven, moet je ook zelf onderlegd zijn.

De uitdaging van een help desk is om je werk en privé te combineren: soms moet je ook 's avonds werken, maar het grote voordeel is dat je wel tijd hebt om naar de bank, apotheek, droogkuis, ... te gaan, allemaal diensten die enkel op zijn tijdens de kantooruren.

Wat staat er op je naamkaartje?

Helpdeskmedewerker
Helpdeskagent
Helpdeskoperator
Helpdesk support
IT support medewerker
Technical support operator
Teleconsulent
Service desk operator

Bijlage 3. Criteriumgericht interview

Stellingen m.b.t. randvoorwaarden

STUDIES

WERKERVARING

HUDIGE FUNCTIEOMSCHRIJVING

Flexibiliteit

Glijdende uren geven mij de mogelijkheid om de planning van werk/gezin beter op elkaar af te stemmen.

Werkregelingen buiten de kantooruren is voor workaholics.

Werkregelingen buiten de kantooruren geven de mogelijkheid te werken op de uren die beter liggen/passen voor de werknemer.

Combinatie thuis- en kantoorwerk is voor mensen die efficiënter hun tijd kunnen indelen.

Combinatie thuis- en kantoorwerk is voor mensen die willen profiteren om zoveel mogelijk privé aangelegenheden te regelen tijdens de werkuren.

Overuren

Als je geen overuren wilt werken, toont dit voor een ICT bedrijf al gauw dat je niet geëngageerd bent.

Af en toe eens wat langer blijven werken is de enige manier om promotie te maken.

Overuren zijn enkel interessant indien ze uitbetaald worden.

Bereikbaarheid

ICT bedrijven zijn enkel gelegen in grote steden.

Een goede bereikbaarheid van het bedrijf is voor mij troef, dit zou mijn keuze bepalen.

Kinderopvang

De voorziening van kinderopvang is voor mij een doorslaggevende factor om voor een werkgever te kiezen.

Kinderopvang is enkel te regelen als je deeltijds werkt.

Werkplek

Een werkplek met enkel computers, headsets en computerapparatuur is een cleane, ongezellige ruimte waar de ruimte enkel gevuld wordt met gezoem van IT apparatuur en telefonische gesprekken, maar waar er geen ruimte is voor een gezellige babbel.

De werkplek is ergonomisch ingericht en voorzien van recent materiaal, met je collega's in de onmiddellijke omgeving zodat je tussendoor al eens een praatje slaan.

Deeltijds/volijds

Als je deeltijds werkt toon je niet voldoende ambitie en kan je door groei naar een interessante job met meer verantwoordelijkheid vergeten.

In de ICT-sector is er geen mogelijkheid voor deeltijds werk.

Volijds werken is niet combineerbaar met de zorg voor mijn gezin/huishouden.

Als je volijds werkt blijf je gemakkelijker up-to-date.

Als je volijds werkt heb je meer kans op extra voordelen.

Bijscholing

Als je in de ICT sector je niet regelmatig bijschoolt, wordt je al snel weggegooid als een vod papier.

Gebruik maken van bijscholing is ideaal om zowel op persoonlijk als op professioneel vlak bij te leren en op te hoogte te blijven van de evolutie in de sector.

Bibliografie

Schriftelijke bronnen

Agoria, Jaarfolder Informatie- en communicatietechnologie 2006-2007. 2007.

van Berkel, M., van den Bogaard, J., Belemmeringen en kansen voor vrouwen in de ICT. Amstelveen, september 2003.

Booy, C., Joukes, G., Valkenburg, M., Startdocument Ict-STER. Gezamenlijke actie voor meisjes en ICT, HBO-I Stichting, 2005.

Brumagne, E., De Competentiespiegel. KAV Vrouw en Wereld, mei 2005.

Claeys, L., Michiels, M., Vrouw-zijn in de digitale samenleving. Literatuurstudie 'vrouwen, gender en informatie- en communicatietechnologieën', Antwerpen, 2003.

De Tremerie, A., Kemps, L. Hallo Adam, hier Eva. Comeva? Zeg wat je denkt. Leuven, Sanoma Magazines & Uitgeverij Van Halewyck nv, 2005.

Goffin, I., Van Haegendoren, M., Kiezen voor informatica: een vergelijking van informatiebrochures. Document van Vakgroep SEIN: Meisjes en informatica, 2004.

Goffin, I., Van Haegendoren, M., Meisjes & informatica: (G)een goede combinatie? Document van Vakgroep SEIN: Meisjes en informatica, 2004.

ICT~Office, Samenvatting Actieplan 'Nederland loopt warm voor een carrière in de ICT. April 2008.

Instituut voor de gelijkheid van vrouwen en mannen, Diversiteit: Een toegevoegde waarde. Brochure van het project Electronic@.

Instituut voor de gelijkheid van vrouwen en mannen, Kansen en beroepen. Brochure van het project Electronic@.

Instituut voor de gelijkheid van vrouwen en mannen, Rekrutering en plaatsing. Brochure van het project Electronic@.

Instituut voor de gelijkheid van vrouwen en mannen, Studie en vorming. Brochure van het project Electronic@.

Mertens, T., Goffin, I., Kuppens T., Best Practices voor het secundair onderwijs. Document van Vakgroep SEIN: Meisjes en informatica, 2005.

Provinciale Dienst Gelijke Kansen in samenwerking met de Werkgroep 'Arbeid' van Limburgse VrouwenRaad, Basisopleidingen computer in Limburg. Overzichtsbrochure van het project Gr@ce, 2003.

Snoeck, M., 'Waarom kiezen meisjes niet voor Informatica? Vrouwenraad, nr. 1 2002.

Valkenburg, M., *Kennisdocument genderinclusiviteit. Naar aantrekkelijke ICT opleidingen voor meisjes*, Amsterdam: HBO-I stichting, 2006.

Webster, J., *Women in IT Professions: Corporate structures, Masculine Cultures*. Work and Equality Research, London.

Audiovisuele en elektronische bronnen

<http://statbel.fgov.be>

<http://www.ada-online.be>

<http://www.competentiespiegel.be>

<http://www.ictoffice.nl>

<http://www.ictster.nl>

<http://www.meisjesinformatica.be>

<http://www.ond.vlaanderen.be/onderwijsstatistieken>

Colofon



e-gender is een initiatief van VZW E-lab Vlaanderen.

Samenstelling en redactie:

Veerle Stevens (project manager e-gender)

veerle@elab.be

Vormgeving en creatieve begeleiding:

Thomas Odeurs (communicatie manager e-gender), Vanessa de Sousa (grafisch vormgeefster)

Vanessa_desousa@telenet.be , thomas@elab.be

Druk:

Drukkerij Baillien – Maris

Uitgave:

Juli 2008

Verantwoordelijke uitgever:

Theo Veyfeyken

Secretaris E-Lab

