



ANDREA SCHEUBER
Die Co-Präsidentin sagt, wieso das Kellertheater im Vogelsang die Urner Kultur belebt. Seite 25

ZENTRALSCHWEIZ

URI

NEUE LUZERNER ZEITUNG NEUE URNER ZEITUNG NEUE SCHWYZER ZEITUNG NEUE OBWALDNER ZEITUNG NEUE NIDWALDNER ZEITUNG NEUE ZUGER ZEITUNG

Berufswahl

Frauen erobern Männerbastionen

In Uri gibt es immer mehr Frauen, die bei der Berufswahl herkömmliche Muster verlassen. Mit einer Kampagne soll diese Tendenz nun verstärkt werden.

VON URS HANHART

Fabienne Tresch steht hoch konzentriert an einer zyklusgesteuerten Fräsmaschine. Sie stellt gerade eine Form her, die später zum Spritzen von Gummiteilen verwendet werden soll. In regelmässigen Abständen drückt sie auf den Stoppschalter, um zu kontrollieren, ob das Teil auch wirklich wie geplant entsteht. «Die Bedienung und Programmierung der Maschine ist ziemlich kompliziert. Manchmal muss man sie ein wenig überlisten», verrät die junge Göscherin.

Fabienne Tresch ist angehende Polymechanikerin im dritten Lehrjahr. Ihre Ausbildung absolviert sie bei der Dätwyler AG in Altdorf. Mit ihrer Berufswahl ist die 18-Jährige sehr zufrieden, wie sie betont: «Ich bin schon lange technisch interessiert. Deshalb wäre für mich ein typischer Frauenberuf nie in Frage gekommen.» Und: «Dass sonst hauptsächlich Männer diesen Job ausüben, war für mich nie ein Problem. Nur anfänglich brauchte es ein wenig Überwindung. Aber es hat sich gelohnt.»

Risiko: Weniger Lohn

Selbstbewusste Frauen wie Fabienne Tresch, die so genannte Männerberufe ergreifen und damit herkömmliche Muster sprengen, gibt es in Uri immer häufiger. Trotzdem ist ihr Anteil nach wie vor relativ gering. Das soll sich nun ändern: Mittels der gestern von der Bildungs- und Kulturdirektion Uri lancierten Kampagne «My Top Job» sollen Oberstufenschülerinnen motiviert werden, dem Beispiel von Tresch zu folgen.

«Junge Frauen haben beim Übergang von der obligatorischen Schule in die Berufslehre öfter Probleme als junge Männer. Dies weil sie aus einem viel engeren Spektrum von Berufen auswählen als ihre männlichen Kollegen und weil das Lehrstellenangebot in den traditionell



Die angehende Polymechanikerin Fabienne Tresch: Ihrem Beispiel sollen junge Frauen folgen.

BILD URS HANHART

von Frauen nachgefragten Jobs bedeutend kleiner ist als in den übrigen Berufsfeldern», erklärte Bildungsdirektor Josef Arnold. «Schulabgängerinnen, die ihre Berufswahl nach den traditionellen Mustern ausrichten, riskieren, dass sie im Berufsleben bedeutend weniger verdienen und häufiger arbeitslos werden. Oftmals haben sie auch geringere Karrierechancen.» Die Kampagne hat nicht das Ziel, Berufe gegeneinander auszuspielen. Vielmehr geht es darum, die mit der traditionellen Berufswahl junger Frauen verbundene Problematik aufzuzeigen

und die Zielgruppe dazu zu bewegen, sich mehr mit nicht frauenspezifischen Berufen zu befassen. Arnold erhofft sich ein verändertes Wahlverhalten. Frauen sollen sich häufiger für handwerkliche oder technische Berufe entscheiden.

Porträts mit Botschaften

Die Kampagne, die sich über anderthalb bis zwei Jahre erstrecken soll und möglicherweise von anderen Kantonen aufgegriffen wird, beinhaltet verschiedene Aktivitäten und Elemente. Im Zentrum stehen Plakate und Karten mit

Konterfeis von jungen Urnerinnen, die traditionelle Männerberufe ergriffen haben. Zufrieden lächelnd bringen die Porträtierten positive Botschaften rüber. «Meine Lehre hat Grips!, denn sie bietet mir top Weiterbildungsmöglichkeiten und Aufstiegschancen», lässt beispielsweise eine angehende Gipserin verlauten. Ausserdem werden im Rahmen der Kampagne verschiedene Infoveranstaltungen und Präsentationen abgehalten.

HINWEIS

► Mehr Infos: www.mytopjob.ch.

EXPRESS

- Die Bildungsdirektion hat gestern die Kampagne «My Top Job» lanciert.
- Ziel ist es, Schülerinnen auch nicht frauenspezifische Berufe aufzuzeigen.
- Laut Regierungsrat Josef Arnold geht es auch um ihre Karrierechancen.

Gebärmutterhalskrebs

Ärzte impfen kostenlos

Urner Mädchen können sich gratis gegen Gebärmutterhalskrebs impfen. Der Experte bedauert, dass Männer nicht einbezogen werden.

Jährlich erkranken in der Schweiz rund 320 Frauen an Gebärmutterhalskrebs. Rund 90 Frauen sterben sogar daran. «Zu viel», befand das Eidgenössische Departement des Innern unter Bundesrat Pascal Couchepin im vergangenen Jahr. Der Bund beauftragte deshalb die Kantone, ein gross angelegtes Impfprogramm zu lancieren. Anfangs August startete die Aktion auch im Kanton Uri. Der Altdorfer Gynäkologe Ernst-Josef Marty sagt: «Eine solches grosses Impfprogramm hat es in der Schweiz wohl noch nie gegeben.»

Nachfrage in Uri ist gross

Gegenwärtig liegen zwar noch keine Zahlen aus Uri vor, doch die Nachfrage ist laut Marty gross. Dies dürfte vor allem daran liegen, dass die Impfung für 11- bis 19-jährige Patientinnen kostenlos ist. Die Krankenkassen übernehmen alle Kosten ohne Selbstbehalt und ohne Anrechnung an die Franchise. «Vor allem die Mütter von jungen Frauen interessieren sich für die Imp-

fung ihrer Töchter», sagt Marty. «Praktisch täglich werde ich von Müttern angesprochen.» Die pubertierenden Mädchen würden sich weniger damit auseinandersetzen. «Ich spreche aber meine jungen Patientinnen bei den Kontrollkonsultationen auf die Impfung an», so Marty.

Bei allen Urner Ärzten

Die Prävention gegen Gebärmutterhalskrebs wird auch beim Schulunterricht in der Oberstufe thematisiert. «Leider wird in der Schule diese Impfung nicht durchgeführt», sagt Marty. Denn der Impfstoff muss dreimal innert sechs Monaten verabreicht werden. «Dies liegt heute während der Schulzeit wohl kaum drin.» Dafür können die Impfungen bei allen Urner Ärzten gemacht werden.

Geschlechtsverkehr als Ursache

Die Hauptursache für eine Erkrankung an Gebärmutterhalskrebs sind Humane Papilloma-Viren. Diese werden beim Geschlechtsverkehr oder durch engen Körperkontakt übertragen. Marty sagt: «Ich bedaure, dass die Männer bei dieser Aktion nicht gratis geimpft werden.» Denn die Männer seien schliesslich die eigentlichen Überträger. Marty glaubt, dass dies aber eine Frage der Finanzierung sei. ELIAS BRICKER

Zentralschweizer Neuunternehmer-Preis

Eventfabrik: Werber sind nominiert

Die Eventfabrik hat sich zu einer erfolgreichen Werbeagentur entwickelt. Jetzt hoffen die jungen Inhaber auf ein Urner Novum.

Zum 15. Mal verleiht das Luzerner Unternehmens-Beratungsbüro «Gewerbe-Treuhand» am kommenden Dienstag in Sursee den Zentralschweizer Neuunternehmer-Preis. Zu den Auswahlkriterien gehören Geschäftsidee, Strategie und Marketing-Konzept. Unter den sechs Nominierten ist auch die Altdorfer Design- und Werbeagentur Eventfabrik. Die Geschäftsinhaber Yves Herger (23) und Sämi Imholz (27) fühlen sich geehrt: «Es wäre cool, wenn eine Urner Firma diesen Preis gewinnen würde.» Denn bisher ging die mit 10 000 Franken dotierte Auszeichnung noch nie nach Uri.

Vom Veranstalter zum Werber

Die Nomination liegt auf der Hand: Denn aus der Eventfabrik, die sich anfänglich auf Veranstaltungen konzentrierte, ist innert drei Jahren eine ernst zu nehmende Werbeagentur geworden. «Heute macht die Organisation von Veranstaltungen nur noch einen kleinen Teil unserer Tätigkeit aus», sagt Sämi Imholz. Die Eventfabrik ist immer ausgelastet. So haben die beiden Inhaber etwa den Werbeauftritt der Tellspiele gestaltet. Den grössten Fisch haben sie bisher aber mit der Zürcher Burkhalter



Die beiden Urner Jungunternehmer, Yves Herger (links) und Sämi Imholz, führen die Design- und Werbeagentur Eventfabrik GmbH in Altdorf.

BILD ELIAS BRICKER

Gruppe, einem führenden Unternehmen in der Elektrotechnik, an Land gezogen. Für diese Firma, mit rund 3000 Mitarbeitern, führen sie alle grafischen Arbeiten aus.

Auf Kunde massgeschneidert

«Ein Firmenauftritt ist etwas sehr Persönliches», weiss Yves Herger. Die Eventfabrik lege Wert auf gute Beratungen, damit die Auftritte zur Identität der Kunden passen. Und Sämi Imholz sagt: «Unsere Stärke ist, dass wir zusammen mit unseren Partnern gesamte Firmen-

auftritte für Klein- und Grosskunden von A bis Z selbst umsetzen können.»

Neben der Design- und Werbeagentur betreiben Herger und Imholz auch eine eigene Kleidermarke: Walterli Clothing. «Sie ist unser Paradebeispiel, wie man eine Marke konzipiert», sagt Yves Herger. «Damit zeigen wir, wie man ein Urner Produkt vermarkten kann.» Mittlerweile beschäftigt die Firma in der Agentur und im Walterli-Freaks-Shop zwei Vollzeit- und diverse Teilzeitangestellte. Zudem schaffte sie heuer die erste Grafiker-Lehrstelle in Uri. ELIAS BRICKER