



Gender Mainstreaming Strategie

Instrument zur Förderung der
Gleichstellung von Frauen und
Männern

Seminar Grüne Jugend 12. März 2011



Gender Mainstreaming

- GM fordert die Einbeziehung der Kategorie Geschlecht in alle Aufgaben und Verwaltungsabläufe der Stadt, um deren Wirkung auf Frauen und auf Männer überhaupt prüfen zu können.
- GM verlangt in der Umsetzung ein systematisches Vorgehen mit den Schritten:
 - Gesamtziele Förderung der Gleichstellung definieren,
 - geschlechtsdifferenzierte Ist-Analyse
 - Handlungsziele messbar beschreiben
 - Konzept entwickeln, Ressourceneinsatz planen, Umsetzungsschritte festlegen,
 - Controlling und Evaluierung der Ergebnisse, Weiterentwicklung
- GM setzt eine geschlechtsdifferenzierte Aufbereitung aller verfügbaren Daten und Informationen voraus.
- Ausgangspunkt ist eine Genderanalyse der Ist-Situation des Stands der Gleichstellung in einem Aufgabenbereich



GM-frauenpolitische Strategie

- Entwickelt durch Frauenbewegungen weltweit, beschlossen auf der Weltfrauenkonferenz in Peking
- Aufgabe ist die Veränderung der Geschlechterverhältnisse mit dem Ziel: Gleichstellung von Frauen und Männern
- Eine Strategie für Regierungen und öffentliche Einrichtungen und Verbände
- In der Privatwirtschaft Frauenförderung mit dem Ziel Gewinnoptimierung, methodisches Vorgehen teilweise ähnlich



GM, Gleichstellungspolitik Frauenförderung

- Das Ziel ist das gleiche, die Gleichstellung von Frauen und Männern
- Für die Zielerreichung strukturelle Reformmaßnahmen aufbauend auf der Analyse der Ist-Situation der Geschlechterverhältnisse erforderlich – also immer der Situation von Frauen und Männern
- Maßnahmen zur Förderung einzelner Frauen, wie Mentorin sinnvoll, aber keine Strukturveränderung
- Die Verpflichtung zu aktiver Beteiligung von Männern an gleichstellungspolitischen Reformen ergibt sich aus dem Grundgesetzauftrag
- Vorsicht beim Fokus auf Benachteiligung von Buben und Männern – Hintergrund dafür in der Regel männlich geprägte Strukturen – lenkt von der Benachteiligung von Frauen ab, Druck in Richtung Harmonisierung



Inhaltliche Schwerpunkte

- Personalwirtschaft im Zentrum der öffentlichen Debatte, deckt Handlungsnotwendigkeiten in anderen gesellschaftlichen Bereichen zu
- Das Ziel Gleichstellung erfordert die Benachteiligungen als Folge ungleicher Geschlechterverhältnisse in allen Bereichen der Gesellschaft aufzudecken und durch systematische Veränderungsmaßnahmen abzubauen



Instrumente

- **analytischen Instrumenten:**
z.B. Statistiken, Befragungen, Prognosen, wissenschaftliche Befunde, Checklisten mit Prüfkriterien für die ex-ante und die ex-post Bewertung
- **Instrumenten zur Sensibilisierung, Qualifizierung und Unterstützung:**
Seminare, Handbücher, Info-Pools, Einsatz mobiler ExpertInnen (“Flying Experts”), Gender-Mainstreaming-Beauftragte
- **Instrumenten zur institutionellen Verankerung:**
Beschlüsse, Leitlinien, Geschäftsordnungen, Steuerungsgruppen, Pilotprojekte, institutionalisierte Begleitung dieser Projekte usw.

Quelle: Karin Tondorf: Gender Mainstreaming –verbindliches Leitprinzip für Politik und Verwaltung



Institutionelle Verankerung

- Konzept: Top-Down-Strategie
 - Führungsaufgabe, Führungskraft übernimmt Verantwortung für den Reformprozess, gibt die Ziele vor, prüft die Ergebnisse
- Parlamentsbeschluss mit klaren Vorgaben für die Führungskräfte und terminierten Reformprozess, Beschluss zu Gesamtziel und jedes Jahr Beschlüsse zu den Jahreszielen
- Praxis entspricht selten dem Konzept, zu vage Beschlüsse, Umsetzung abhängig vom Stellenwert bei Top, Druck aus dem Parlament, Ausstattung der Gleichstellungseinheit, von für GM engagierten Beschäftigten
- Gute Pilotprojekte, schwierig der nächste Schritt: Durchsetzen von GM als verpflichtende Querschnittsaufgabe in der gesamten Verwaltung, selten Sanktionen bei Nichteinhaltung GM-Vorgaben
- Fortschritte, wenn Rahmenbedingungen relativ günstig (z.B. München, Nürnberg, Freiburg, Heidelberg, Berlin, Bremen, Hamm, Krefeld)



Beispiel – GM ohne klaren Handlungsauftrag Bayern

Geschlechtersensible Sichtweise als Strategie und Methode bedeutet:

- Tatsächliche Umsetzung der Chancengleichheit, die sich nicht beschränkt auf spezifische Fördermaßnahmen für Frauen zum Ausgleich von Diskriminierungen,
- sondern beide Geschlechter in den Fokus nimmt,
- und von vorneherein durch die fachlich zuständige Stelle bei jeder fachlichen Entscheidung in allen Bereichen berücksichtigt wird.

Sie beendet die bisherige Gleichstellungspolitik nicht, sondern ergänzt und erweitert sie (Doppelstrategie).

Mit den Ministerratsbeschlüssen vom 25.07. und 01.10.2002 wurde die geschlechtersensible Sichtweise rechtlich verankert und zu einem Leitprinzip für die Bayerische Verwaltung. Am 05.10.2004 hat der Ministerrat dieses Leitprinzip erneut bestätigt. Die in der Bayerischen Verfassung (Art. 118 Abs. 2 BV) als Ziel vorgegebene tatsächliche Durchsetzung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern soll durch die geschlechtersensible Sichtweise entscheidend voran gebracht werden.

Über die Umsetzung der geschlechtersensiblen Sichtweise wird entsprechend dem Ressortprinzip (Art. 51 Abs. 1 BV) in den jeweiligen Geschäftsbereichen entschieden.



Funktion von Einrichtungen zur Förderung der Gleichstellung

- Umsetzung von GM eine langfristige und schwierige Aufgabe, deshalb eine „Reformagentur“ in der jeweiligen Organisation notwendig, mit den Aufgaben:
 - Ist-Analysen voranbringen
 - Konzepte entwickeln
 - Maßnahmen initiieren und fachlich begleiten
 - Schulungsmaßnahmen konzipieren und umsetzen
 - Interne Koordination der GM-Aktivitäten
 - Unterstützung Multiplikatorinnen
 - Controlling und Kontrolle
 - Ombudsfrau/Mann
- Voraussetzung für Wirksamkeit
 - Ausstattung mit genügend Personal und Finanzen
 - Klare Aufgabenbeschreibung und Unterstützung durch TOP
 - Ausstattung mit Informations- und Mitwirkungsrechte
 - Fachliche Kompetenz



Analysemethoden

3R Methode Schweden

Sie ist besonders geeignet, gleichstellungspolitische Defizite zu erkennen und die Beteiligten zu sensibilisieren. Die "3R" stehen für die systematische Erhebung und Bewertung der

- **Repräsentation** von Frauen und Männern in Positionen, Entscheidungsgremien usw.
- **Ressourcenverteilung und -verwendung** (Geld, Zeit, Raum) zugunsten von Frauen und Männern;
- **Realitäten**, d.h. der Gegebenheiten im Hinblick auf Dienstleistungen, Lebenssituationen usw. und der diese Realität prägenden Normen und Wertvorstellungen. Die Prüffragen lauten:
 - Wie wirkt sich die Arbeit der Verwaltung auf die Menschen aus?
 - Wer erkennt sich darin wieder?
 - Wessen Bedürfnisse werden abgedeckt?

Quelle: Karin Tondorf a.a.O.



Gestaltung politischer Prozesse nach dem Prinzip des Gender Mainstreaming

1. Definition der gleichstellungspolitischen Ziele - Welcher Sollzustand wird durch das zu entscheidende Vorhaben angestrebt?
2. Analyse der Probleme und der Betroffenen
 - Welches sind die konkreten Hemmnisse auf dem Weg zu mehr Chancengleichheit? (diskriminierende Prinzipien, Verfahren, Instrumente...)
 - welche Gruppen sind bislang negativ betroffen
3. Entwicklung von Optionen
 - Welche Alternativen bestehen hinsichtlich der Realisierung des Vorhabens?
4. Analyse der Optionen im Hinblick auf die voraussichtlichen Auswirkungen auf die Gleichstellung und Entwicklung eines Lösungsvorschlags
 - Welche Option lässt den höchsten Zielerreichungsgrad erwarten?
5. Umsetzung der getroffenen Entscheidung
6. Erfolgskontrolle und Evaluation
 - Wurden die Ziele erreicht?
 - Welches sind die Ursachen für die Nicht- oder Teilzielerreichung?
 - Welche Maßnahmen sind notwendig

Quelle: Krell, G./Mückenberger, U./Tondorf, K. (2000), **WSI** Hans Böckler, in Anlehnung an Europarat (1998) Stiftung



In München – Verknüpfung mit Verwaltungsreform – Analyse Produkte

Aufgaben der Stadtverwaltung als Produkte definiert, die in Produktleistungen untergliedert werden können. Fragen:

- Warum bietet die Stadt das Produkt an? Was ist der Zweck des Produkts?
- Welche Ziele für welche Personengruppen sollen erreicht werden?
- Ist die Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern als verbindliche Zielvorgabe in die Zielsetzung integriert
- Welcher Bedarf von welcher Zielgruppen soll gedeckt werden? Welche Anliegen welcher Personengruppen (Geschlecht, Alter, Bildung, Migrationshintergrund und andere) sollten geregelt werden?
- Wie setzen sich die Zielgruppen zusammen? Welche Informationen über die Sozialstruktur und die Lebenslagen sind für die Gestaltung des Leistungsangebots wichtig?
- Wie hoch ist der Anteil der Frauen und der Anteil der Männer in der Zielgruppe? Unterscheiden sich, die Bedürfnisse in Hinblick auf das Geschlecht?
- Sind Informationen zu den Bedürfnissen, Interessen und Lebenslagen der jeweiligen Zielgruppen vorhanden und sind diese Daten geschlechtsdifferenziert aufgeschlüsselt?
- Wie ist der Stand der Gleichstellung aufbauend auf den Ergebnissen der Produktanalyse? Was ist zu tun?



Daten zu den Zielgruppen

Informationsquellen

- Amtliche Statistik, Bevölkerungsdaten aufgeschlüsselt nach: Geschlecht, Alter, Bildung, Familienstand, Religionszugehörigkeit, Wohnort, Erwerbstätigkeit, Schulbesuch, Staatsangehörigkeit
- Einschlägige Erhebungen, die vom Landkreis, von Gemeinden im Landkreis, in Bayern oder auf Bundesebene durchgeführt wurden
- Untersuchungen und Statistiken von Verbänden oder Einrichtungen wie die Wohlfahrtsverbände, die Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer, Sportvereine.
- Geschlechtsdifferenzierte statistische Auswertung von Daten aus personenbezogenen Verwaltungsakten (Beachten von Datenschutz)
- Berichte von Zuschussnehmern, wenn die Erfassung der Daten zu den Nutzerinnen und Nutzern der Projekte nach einem einheitlichen Raster erfolgt.
- Ergebnisse der Frauen- und Geschlechterforschung zu fast allen Aufgabenbereichen verfügbar, wie zur Stadtplanung, zum Wohnungsbau, zum Verkehrsverhalten, zu Bedürfnissen von Jugendlichen, zu Lebenslagen alter Frauen und Männer, und vielem mehr.
- Kundinnen- und Kundenbefragungen
- Sozialwissenschaftliche Untersuchungen zu einzelnen Zielgruppen



Ziele setzen

- Ziele sollen spezifisch und messbar sein, keine allgemeinen Absichtserklärungen, sondern konkrete, spezifische Ergebnisse einer Leistung für die Zielgruppen beschreiben. Die Definition von aussagekräftigen quantitativer wie qualitativer Indikatoren und Kennzahlen zur Prüfung der Zielerreichung ist eine anspruchsvolle Aufgabe.
- Realistische Ziele: was können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tatsächlich leisten, was ist mit den knappen personelle und finanzielle Ressourcen umsetzbar, wie groß ist der Handlungsspielraum im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben.
- Jedes Ziel muss eine Zeitplanung enthalten, wann die Maßnahme mit welchen Meilensteinen umgesetzt sein soll. Bei jedem Meilenstein und nach Abschluss der geplanten Maßnahme muss der Grad der Zielerreichung überprüft werden.
- Wenn die geplanten Ergebnisse nur teilweise realisiert werden konnten, sind die Gründe für die Abweichung zu analysieren, um das weitere Vorgehen zu planen. Das Ziel nur mit einem geänderten Zeitplan für das folgende Jahr fortzuschreiben, ist in der Regel nicht sinnvoll.



Gender Bewertung der Produktergebnisse – Information für Stadtrat und BürgerInnen

- Beispiel:
 - Positive Auswirkungen auf die Förderung der Gleichstellung der Geschlechter (2 Punkte)
 - Stabilisiert bereits erreichte Fortschritte in der Gleichstellung (1 Punkt)
 - Trägt nicht zur Gleichstellung bei (0 Punkte)
 - Negative Wirkung auf Gleichstellung (- 2 Punkte)
- Kurze schriftliche Begründung der Einstufung damit Stadtrat und Bürgerinnen und Bürger die Einstufung überprüfen können



Instrumente zur Sensibilisierung, Qualifizierung und Unterstützung des Reformprozesses

- Die Umsetzung der Gender Mainstreaming Strategie stellt an die Beschäftigten hohe Qualifikationsansprüche. Blockaden von Gender Mainstreaming können deshalb auch mit einer Überforderung der Beschäftigten zusammen hängen
- Die erfolgreiche Umsetzung der Gender Mainstreaming Strategie erfordert
 - Kenntnisse in strategischem Denken
 - Kenntnisse im Projektmanagement
 - Kenntnisse in der Zielgruppenanalyse und
 - Genderkompetenz



Analyse des Kenntnisstands der Beschäftigten Grundlage für Qualifizierungskonzept

- Sind die Beschäftigten für die Anforderung ihre Arbeit ergebnisorientiert auszurichten qualifiziert?
 - Haben sie Erfahrung und Übung in der Umsetzung einer ergebnisorientierten Planung ihrer Aufgaben?
 - Haben sie Erfahrung in der Analyse der Zielgruppen ihres Verwaltungshandelns
- Wie ist der Stand der Genderkompetenz der Beschäftigten?
 - Wie viele Beschäftigte verfügen über Genderkompetenz und wie vertieft sind die Kenntnisse?
 - Wie ist die Einstellung der Beschäftigten zur Umsetzung von Gender Mainstreaming
 - Unterstützt die Führungsebene Gender Mainstreaming?
- Welche Beschäftigte eignen sich als MultiplikatorInnen für die Umsetzung der Gender Mainstreaming Strategie?
- Welches Thema und welche Vorgehensweise eignen sich bei der Ist-Situation der Kompetenz der Beschäftigten für den Einstieg in Gender Mainstreaming?



Nicht auf Aktivitäten von oben warten

- Der Grundgesetzauftrag gilt für öffentliche Verwaltung, Gleichstellung muss nicht von oben angeordnet werden
- Abgeordnete können mit Unterstützung von Fachleuten und Bürgerinnen und Bürger können einzelne Aufgaben analysieren und Schieflagen aufdecken, die zu ändern sind
- Bürgerinnen und Bürger können bei einzelnen Aufgaben selbst aktiv werden



Produkt: Bereitstellen öffentlicher Spielflächen

Produktleistung: Erstellen eines Spielplatzes

- Ziele: Förderung von Spiel und Bewegung im Wohngebiet x
- Zielgruppe: Kinder im Alter von 6-10 Jahre
- Geschlechtsdifferenzierte Sicht: Mädchen und Buben unterschiedliche Interessen, z.B. Mädchen: Klettern, Balancieren, Schaukeln, Volleyball, Badminton, Rollschuh fahren; Buben: Fußball, Volleyball, Skateboard, Problem Dominanz Buben.
- Daten/Informationen: Sozialstruktur amtliche Statistik, Genderstudien, Weitere Informationen: Beteiligung der Zielgruppen an der Planung, geschlechtergetrennt, Expertinnen, z.B. Erzieherinnen Hort/Schulsprengel, Auswertung Erfahrungen mit anderen Spielplätzen
- Ergebnisorientierte Ziele: Der Spielplatz wird von mindestens 50% aller Kinder von 6 -10 Jahren im Einzugsbereich genutzt. Die Struktur der NutzerInnen entspricht der Sozialstruktur der Kinder im Einzugsbereich, Mädchen und Buben nutzen zu gleichen Anteilen den gesamten Spielbereich. Das Angebot an Spielgeräten und Flächen entspricht den Bedürfnissen und Interessen von Mädchen und Buben.
- Kennzahlen und Indikatoren sind einfach aus der Zieldefinition ableitbar.



Beispiele: Produkt Verkehrsüberwachung Produktleistung Parküberwachung

- Ziele: Gewährleisten der Sicherheit und Leichtigkeit des Straßenverkehrs insbesondere für schwächere Verkehrsteilnehmer
- Zielgruppen: FußgängerInnen, AutofahrerInnen, RadfahrerInnen,
- Geschlechtsdifferenzierte Betrachtung: Frauen gehen häufiger als Männer zu Fuß und nutzen das Fahrrad; schwächere Verkehrsteilnehmer Kinder und alte Menschen. Vollgeparkte Gehwege gefährden Kinder, Erhöhung Anforderung Begleitwege von Eltern, FußgängerInnen schwächste Gruppe
- Vorrangiges Ziel: die Sicherheit auf Gehsteigen ist gewährleistet
- Indikator: Rückgang der Anzeigen wegen Gehsteigparken und Parken an Straßenecken



Produkt: Wirtschaftsförderung

Produktleistung: Förderung von Existenzgründungen

- Ziele: Erhöhung der Zahl der Existenzgründungen zur Stärkung der Wirtschaftsstruktur und der Schaffung von Arbeitsplätzen
- Instrumente: Beratung, Gründungszentren, Unterstützung bei der Suche nach Betriebsräumen
- Geschlechtsdifferenzierte Sicht: Frauen gründen anders als Männer, andere Branchen, kleiner, Teilzeit, geschlechtsspezifische Beratung erfolgreich
- Daten zum Ist-Stand: geschlechtsdifferenzierte Statistiken Gewerbeamt, IHK, Forschungsergebnisse
- Ergebnisorientierte Ziele: die Zahl der Existenzgründungen von Frauen, die am Markt Bestand haben, sind von x auf y erhöht, der Frauenanteil an den Existenzgründungen ist von x % auf y % erhöht, das Gründungszentrum orientiert sich am Bedarf von Gründerinnen und Gründern
- Kennzahlen: Zahl und Struktur der Beratungsgespräche differenziert nach Geschlecht, steigende Nachfrage von Frauen Indikator für Gendersensibilität, Zahl realisierter und nicht realisierten Gründungen



Danke

Friedel Schreyögg