

Gender

[ˈdʒɛndəʁ ˈmeɪnstriːmɪŋ]

Mainstreaming

Gender Mainstreaming in der Bundesverwaltung

Der Begriff

Gender Mainstreaming bezeichnet eine international erprobte Strategie in der Gleichstellungspolitik. Im Unterschied zur reinen Frauenförderung handelt es sich hier um einen ganzheitlichen Ansatz mit dem Ziel, die Gleichstellungsaspekte auf allen Ebenen langfristig, nachhaltig und umfassend zu verankern.

Jedes Projekt und jede Massnahme der Bundesverwaltung soll dank dieser Strategie Frauen und Männern gleichermaßen zugute kommen. Die Verantwortung dafür liegt bei den einzelnen Führungskräften.

Gender ist der englische Ausdruck für das soziale Geschlecht, womit die gesellschaftlichen und kulturell geprägten Rollen, Pflichten und Interessen gemeint sind. Mainstreaming bedeutet, etwas (z.B. die Gleichstellung) zum normalen und selbstverständlichen Handlungsmuster in einer Organisation zu machen.

Diese Fachstelle steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Eidgenössisches Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann
Schwarztorstrasse 51
3003 Bern

www.equality-office.ch

Herausgegeben von der Arbeitsgruppe «Folgearbeiten zur 4. UNO-Weltfrauenkonferenz», in der alle Departemente und die Bundeskanzlei vertreten sind.

Was heisst Gender Mainstreaming für den Alltag in der Bundesverwaltung?

Immer dabei

Bei jedem Vorhaben, jedem Entscheid müssen verschiedene Aspekte berücksichtigt werden. Die Gleichstellungsperspektive gehört immer dazu: Von der Planung bis zur Evaluation, im Budgetprozess ebenso wie bei der Erarbeitung von Erlassen und Leitbildern, bei Aus- und Weiterbildungsprogrammen ebenso wie bei Internetangeboten usw.

So funktioniert es im Alltag

Jedes Vorhaben wird in verschiedenen Arbeitsschritten realisiert. Bei jedem dieser Schritte sind die Gleichstellungsaspekte einzubeziehen.

1. Situation analysieren

Der Gender-Mainstreaming-Prozess beginnt mit der Analyse der Ausgangslage (Problemanalyse). Worin unterscheiden sich die Lebenslagen und Bedürfnisse von Frauen und Männern im Bereich, der vom Projekt betroffen ist? Wie wirken sich deren unterschiedliche Ressourcen auf die Zielerreichung aus? Mit welchen Hindernissen ist zu rechnen?

2. Ziele definieren

Im zweiten Schritt werden ein oder mehrere Gleichstellungsziele festgelegt, die im Rahmen des Vorhabens erreicht werden sollen. Bereits jetzt sollten klar messbare Kriterien definiert werden.

3. Lösungen entwickeln

Jetzt werden auf der Basis der Problemanalyse verschiedene Strategien entwickelt. Es wird aufgezeigt, wie Hindernisse überwunden oder umgangen und die unterschiedlichen Bedürfnisse möglichst gut berücksichtigt werden können. Bei jeder Strategie wird die Übereinstimmung mit den Zielvorgaben überprüft.

4. Die Realisation

Die Strategien, die aller Wahrscheinlichkeit nach am meisten zur Erreichung der Ziele beitragen, werden ausgewählt und umgesetzt.

5. Evaluation

Was hat der Gender-Mainstreaming-Ansatz gebracht? Nach Projektabschluss – bei längeren Projekten nach Abschluss einer Phase – werden die Auswirkungen überprüft und anhand der am Anfang definierten Kriterien mit den Zielvorgaben verglichen.

Zum Beispiel

Ort: Irgendein Bundesamt
Projekt: Internetauftritt einer Abteilung
Projektleitung: Herbert Netzer, stv. Abteilungsleiter

Herr Netzer will eine Internetseite erstellen, dank der seine Abteilung ihre Informationen und Dienstleistungen direkt den Bürgerinnen und Bürgern anbieten kann. Er weiss, dass viele Frauen das Internet vor allem im privaten Bereich anders nutzen als Männer. Aus der Potenzialstudie, die zum Guichet virtuel¹ durchgeführt wurde, ist ihm bekannt, dass Frauen die Webseiten der öffentlichen Hand seltener besuchen und dass sie sich dort für andere Themen interessieren als Männer (z.B. Bildung und Auslandsaufenthalte statt Finanzen und Verkehr). Darum beschliesst er, bei der Gestaltung der Webseite besonderes Augenmerk auf die Kundenfreundlichkeit zu legen und das Surfverhalten der Frauen besonders zu berücksichtigen.

Herr Netzer stellt eine Arbeitsgruppe (AG) zusammen, in der die verschiedenen Sektionen (Dienstleistungsangebote) vertreten sind. Die AG soll Kriterien erarbeiten, die es erlauben, mit dem Internetauftritt den unterschiedlichen Informationsbedürfnissen und Lebenssituationen von Frauen und Männern mit dem Internetauftritt gleichermaßen gerecht zu werden. Ihre Abklärungen ergeben, dass Frauen generell weniger Zeit im Internet verbringen und rascher aufgeben, wenn sie die gesuchte Information nicht gleich finden. Sie suchen in der Regel Antworten auf konkrete Fragen und sind nicht an allgemeinen Informationen interes-

siert. Die Webseite muss also eine klare Struktur ohne technische Spielereien und eine einfache intuitive Navigation aufweisen. Ausserdem soll die Seite durchgehend in einer geschlechtergerechten Sprache formuliert sein².

Herr Netzer lädt nun verschiedene Büros für Webdesign ein, Offerten einzureichen und gibt ihnen die Kriterien der AG bekannt.

Im Einverständnis mit der Arbeitsgruppe vergibt er den Auftrag an das Büro, das die Kriterien der AG visuell und technisch am überzeugendsten umsetzt. Die Struktur der Seite ist nüchtern, dafür aber sehr übersichtlich, und die Navigation führt die Benutzerinnen und Benutzer auf verschiedenen Wegen rasch und einfach zu der gewünschten Information. Zudem ist eine ausführliche Liste von Links auf Dienstleistungen ausserhalb der Verwaltung vorgesehen, die von Herrn Netzers Abteilung nicht abgedeckt werden können, aber vor allem für Frauen wichtig sind.

In der Produktionsphase wird die Seite mehrmals einem Testpublikum vorgestellt, das je zur Hälfte aus Frauen und Männern zusammengesetzt ist. Auf Grund der Reaktionen und Rückmeldungen der Testpersonen werden die inhaltliche und die grafische Gestaltung jeweils überarbeitet.

Herr Netzer und die Arbeitsgruppe sind mit dem Endprodukt zufrieden. Im letzten Test wurde die Webseite von Frauen und Männern gleichermaßen als sehr übersichtlich und informativ beurteilt. Ob die Seite in der Praxis den Informationsbedürfnissen und dem Surfverhalten beider Geschlechter gebührend Rechnung trägt, muss jedoch regelmässig überprüft werden.

Gleichstellung braucht Köpfchen...

Das Beispiel zeigt, dass Denken und Handeln à la Gender Mainstreaming kein Kinderspiel, aber auch nicht schwierig ist. Was es braucht, ist eine sorgfältige Planung, ein systematisches Vorgehen und

vor allem eine Portion Fachwissen über die Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern, über ihre Ursachen und über Wege zu deren Überwindung.

... und den Leitfaden

Der Leitfaden zeigt Schritt für Schritt auf, wie Gender Mainstreaming im Alltag der Bundesverwaltung erfolgreich umgesetzt wird. Dank Leitfragen, praktischen Tipps und Beispielen bietet er eine anschauliche Anleitung zur Umsetzung dieser Strategie. Er kann unter folgender Adresse bestellt oder direkt heruntergeladen werden: www.equality-office/d/s-publikationen.htm

Support bringt weiter

Sinnvollerweise werden Gender-Mainstreaming-Projekte in enger Zusammenarbeit zwischen Fachleuten der entsprechenden Verwaltungsabteilung und Gleichstellungsfachleuten geplant und durchgeführt.

Diese Fachstelle steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Eidgenössisches Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann
Schwarztorstrasse 51
3003 Bern
www.equality-office.ch

Für weitere Informationen:

Eine umfangreiche Linkliste zum Thema Gender Mainstreaming finden Sie unter www.equality.ch

¹ Gemeinschaftsprojekt von Bund, Kantonen und Gemeinden für Information und Kommunikation zwischen BürgerInnen und Behörden.

² Vgl. Leitfaden zur sprachlichen Gleichbehandlung, hrsg. von der Schweizerischen Bundeskanzlei, Bern 1996, www.bk.admin.ch.