



**Vereinte
Dienstleistungs-
gewerkschaft**



Gender Mainstreaming und Diversity in Veränderungsprozessen

Innovations - Kongress 5. bis 7. April 2005, Bremen

Forum 5 (5. April 2005)

Menschen machen Innovationen möglich durch neue
Leitbilder

Joachim H. Klett, ver.di - Bundesverwaltung, Bereichsleiter Genderpolitik / Gendertrainer

**Stell dir vor,
du wachst morgen früh auf und bist
eine Person im anderen
Geschlecht.
Sonst hat sich nichts verändert.
Du gehst zur Arbeit.**

**Wie erlebst du jetzt deinen
Arbeitsplatz, deine Arbeitswelt?**

30 Sekunden nachdenken!

- Sie gehen morgen früh im anderen Geschlecht zur Arbeit - was ändert sich für Sie?





X

?

y



Was hat das alles mit **Geschlecht** zu tun?

- wenig / kaum etwas mit dem biologischen Geschlecht
- viel mit dem sozialen Geschlecht
- Rollen, Bilder, Klischees prägen das Bild von dem, was wir für „normal“ halten und bestimmen unseren Alltag

Dagegen:

- Gender Mainstreaming als handlungsleitendes Prinzip und
- Diversity als Managementkonzept

Zur Erinnerung:

- Vielfalt und Kreativität ist die Voraussetzung von Innovation - von guter Veränderung
- wir befinden uns laufend auf der Suche nach Instrumenten die Kreativität und Vielfalt unterstützen und fördern
- in Betrieben, Verwaltungen und Organisationen stehen dem häufig alte, starre Strukturen entgegen

Praktische Umsetzung im Prozess

Integration genderspezifischer Themenschwerpunkte in

- Analyse (Genderprüfung)
- Maßnahmenentwicklung

Umsetzung

- im Projektverlauf
 - in der Linienverantwortung
- ...einbezogen in das Umsetzungsmanagement von beschlossenen Veränderungsmaßnahmen

Gender im Veränderungsprozess – methodische Leitfragen der Genderprüfung - oder der zweite Blick

- Welche Wirkungen sollen mit den vorgeschlagenen Maßnahmen erreicht werden? Was sind die Ziele des angestrebten Veränderungsprozesses?
- Wie weit berücksichtigen die Analysen und die vorgeschlagenen Lösungen die unterschiedlichen Ausgangslagen und Interessen von Frauen und Männern in den untersuchten Bereichen?

methodische Leitfragen der Genderprüfung - oder der zweite Blick

- Welche geschlechterpolitischen (Teil-) Ziele werden angestrebt? Welchen Beitrag soll die Maßnahme zur Förderung geschlechterdemokratischer Verhältnisse leisten?
- Welche nicht-intendierten Folgen für Männer und Frauen könnten mit der vorgeschlagenen Maßnahme zusammenhängen?

methodische Leitfragen der Genderprüfung - oder der zweite Blick

- **Welche Beteiligungsstrukturen und –prozesse sind erforderlich bei Durchführung der Maßnahme, um geschlechtergerechten Entscheidungen näher zu kommen?**
- **Welche zusätzlichen Informationen, Daten und Analysen benötigen wir, um Lösungswege zu finden, die zu mehr Geschlechtergerechtigkeit bzw. –demokratie beitragen**

methodische Leitfragen der Genderprüfung - oder der zweite Blick

- **Welche Schlussfolgerungen ziehen wir aus der Beantwortung dieser Fragen für den weiteren Prozess der Entscheidungsfindung? Was bleibt zu tun?**

Beispielhafte Fragestellung

- Kommunikation und Zusammenarbeit
 - Wird bei der Besetzung von Gremien, Projekten etc. eine ausgewogene Geschlechterverteilung in der Besetzung und Arbeitsteilung angestrebt
 - Wie ist der Sprachgebrauch gestaltet – mündlich und schriftlich
 - Wie finden geschlechterdifferente Betrachtungen im Berichtswesen Berücksichtigung (Statistiken, Veröffentlichungen)

Beispielhafte Fragestellung

- Sind in der Arbeit von Frauen und Männern die Kommunikationsanteile unterschiedlich verteilt – als Kommunikationsaufgabe in der Arbeit und für die Arbeit
- Ist der Zugang zu allen Positionen und Hierarchieebenen gleichberechtigt – auch bei informellen Netzwerken
- Wird in den Ziel- und Meinungsfindungsprozessen eine gleichberechtigte Beteiligung unterstützt und gelebt

Diskrepanz zwischen drinnen und draußen

- Ökonomie zwingt zu differenzierter Zielgruppen- und Lebenslagenorientierung im „Marktverhalten“
- Veränderungsprozesse bieten die Chance diese „Marktsensibilität“ auch auf die inneren Verhältnisse anzuwenden

Ökonomische Vorteile (nach Prof. Dr. Gertraude Krell)

- ☆ Das Beschäftigungsstruktur - Argument
- 🕒 Das Kosten - Argument
- 🕒 Das Kreativitäts - und Problemlösungsargument
- 🕒 Das Personalmarketing - Argument
- 🕒 Das Marketing - Argument
- 🕒 Das Systemflexibilitäts - Argument
- 🕒 Das Modernisierungs - Argument

Gender Mainstreaming und Diversity sind

- multi - funktional und
- international



Ohne Maßnahmenkosten kein Zusatznutzen

- Einbringen von Gender-Aspekten braucht Zeit und Sensibilität
- Dinge, die wir verändern wollen, müssen wir kennen (andocken an die konkrete Praxis in den Betrieben und Verwaltungen)
- konkrete Ziele für Prozess(Schritte) formulieren
- Transparenz herstellen
- Kompetenzen entwickeln und dadurch Handlungsfähigkeit erweitern

ver.di macht Betriebsräte und Personalräte fit für Gender

- wir bieten ...
 - Unterstützung
 - Qualifizierung
 - Handlungshilfen
 - Imagezuwachs



**Vereinte
Dienstleistungs-
gewerkschaft**

mehr unter: www.gender.verdi.de