



## **Halbzeit-Tagung**

**1:0 für NRW: Gendern, so geht's .....in strukturpolitischen Projekten  
24. November 2004**

## **Gendern...so geht's weiter**

**Es gibt nichts Gutes, außer wir alle tun es!**

### **Dr. Konrad Hachmeyer-Isphording**

Phoenix, dortmund-project, Dortmund  
[www.phoenixdortmund.de](http://www.phoenixdortmund.de)

### **Dr. Ute Heinen**

Equal, Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Bonn  
[www.equal-de.de](http://www.equal-de.de)

### **Martin Henicke**

Verwaltungsbehörde Ziel 2 NRW, Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes  
Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf  
[www.ziel2-nrw.de](http://www.ziel2-nrw.de) und [www.mwme.nrw.de](http://www.mwme.nrw.de)

### **Myriana Marconi-Dybowski**

Innovation und Weiterbildung, November 2004: Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des  
Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf  
Aktuell: [www.mags.nrw.de](http://www.mags.nrw.de)

### **Renate Schmitt-Hofemann**

Chancengleichheit in Strukturpolitik, November 2004: Ministerium für Gesundheit, Soziales,  
Frauen und Familie des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf  
Aktuell: [www.mgffi.nrw.de](http://www.mgffi.nrw.de)

### **Bettina Vaupel**

Genderberatung Ziel 2, Zentrum Frau in Beruf und Technik, Castrop-Rauxel  
[www.zfbt.de](http://www.zfbt.de)

*Moderation: Angela Wegener, WDR, Wuppertal*

---

## **Gesprächsrunde: Es gibt nichts Gutes, außer wir alle tun es!**

Angela Wegener:

Willkommen zur zweiten Runde. Wir haben heute Morgen von Projekten gehört, die durch die Förderung des EU-Programms Ziel 2 verwirklicht werden können. Heute Nachmittag diskutieren hier die Förderer, die Entscheider, die Berater und andere Vertreter von Ministerien mit viel Erfahrung. Martin Henicke ist Abteilungsleiter im NRW-Ministerium für Wirtschaft und Arbeit und verantwortlich für alle Ziel 2-Projekte. Myriana Marconi-Dybowski ist im NRW-Ministerium Wirtschaft und Arbeit zuständig für das Programm „Innovation und Weiterbildung“. Renate Schmitt-Hofemann arbeitet im Ministerium Gesundheit, Soziales, Frauen und Familie und betreut den Bereich Strukturfondsförderung mit Blick auf die Chancengleichheit von Männern und Frauen. Dr. Ute Heinen ist im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit zuständig für ein bundesweites Förderprogramm, das schon seit 2002 im Bereich des Gender-Mainstreaming arbeitet. Equal nennt sich das Programm, das Projekte fördert, die Ungleichheiten auf dem Arbeitsmarkt abschaffen sollen. Bettina Vaupel vom Zentrum Frau in Beruf und Technik führt Genderberatungen im Zusammenhang mit Ziel 2 durch. Sie ist die Ansprechperson, die konkrete Hilfe anbietet und zeigt, dass man Gendern lernen kann, dass das nichts ist, was ange-



boren ist. Mit in der Runde sitzt Dr. Konrad Hachmeyer-Isphording, Projektleiter des Projektbüros Phoenix. Der geplante High-Tech-Gewerbepark in Dortmund, gefördert aus EU-Mitteln, könnte vielleicht auch ein Großprojekt mit Leuchtturmcharakter werden. Herr Hachmeyer, Sie sind die Schnittstelle zur Praxis, vielleicht erzählen Sie uns zunächst, was in Dortmund mit Phoenix geplant ist.

Dr. Konrad Hachmeyer-Isphording:

Ich hoffe, Schnittstelle zu sein, tut nicht weh, das hat ja etwas mit Schneiden zu tun. Manchmal sitzt man zwischen den Stühlen, aber ich guck mal, wie das ausgeht mit dieser Runde.

Phoenix ist einer der drei Zukunftsstandorte in NRW neben Zollverein und O-Vision in Oberhausen. Phoenix hat einen traurigen Anlass. 1998 ist das Hochofenwerk in Dortmund-Hörde geschlossen worden, im Jahre 2001 dann das Stahlwerk. Im Prinzip ist damit für Dortmund die „Flüssigphase“ in Stahl beendet gewesen. Flüssigphase beenden, heißt, dass in Dortmund kein Stahl mehr erzeugt wurde. In Dortmund gibt es nun eigentlich nur noch Stahlveredelung, Oberflächenbearbeitung, also eher die High-Tech-Variante von Stahlverarbeitung oder Stahlproduktion. Damit sind erhebliche Mengen an Arbeitsplätzen verloren gegangen, und wir als Kommune haben natürlich davor gestanden und uns gefragt, was wir denn nun machen. Riesige Flächen in der Größenordnung von etwa 200 Hektar sind in die Stadtentwicklung zurückgegeben worden. Aber Flächen haben viele. Nur Gewerbeflächen zu erzeugen, geht an der Zielstellung vorbei, wenn man als Region, als Standort wettbewerbsfähig bleiben oder werden will. Wir müssen über das Thema Flächen auch Inhalte und Qualitäten produzieren, einen Bezug zu den Standorten und zu Wettbewerbsvorteilen herstellen. Mit Phoenix wollen wir einen Zukunftsstandort realisieren. Phoenix ist zweimal so groß wie die Dortmunder Innenstadt und besteht aus den Teilflächen Phoenix West und Phoenix Ost. Ziel ist, dort ein Stück neues Dortmund abzubilden. Wir möchten auf der einen Seite neue, strukturell wirksame Arbeitsplätze schaffen und auf der anderen Seite mit diesem Projekt die neuen Qualitäten eines modernen Standortes befördern, nämlich alles was wir als „weiche Standortfaktoren“ bezeichnen. Wir wollen zeigen, dass man in Dortmund gut wohnen kann, dass wir landschaftliche und kulturelle Qualitäten haben. Moderne Arbeitsplätze mit modernen Lebensformen – das ist es, was wir mit Phoenix verbinden. Es ist ein Modellprojekt für das neue Dortmund.

Angela Wegener:

Herr Hachmeyer, in welchen Schwerpunkten konnten in Ihrem Projekt Gender-Aspekte eingebracht werden?

Dr. Konrad Hachmeyer-Isphording:

Wir müssen zwei Phasen der Projektentwicklung betrachten. Die Bauphase müssen wir bis zum Jahre 2007/2008 abschließen, das hat mit den strukturellen Rahmenbedingungen der Förderung zu tun. In der Zeit haben wir ca. 300 Mio. Euro zu verbauen. Das ist ein erheblicher Zeitdruck. In dieser Phase müssen wir bestimmte Genderaspekte berücksichtigen, was die Planung und die Infrastruktur angeht. Deswegen haben wir uns im Moment auf die städtebauliche Qualifizierung und auf die Freiflächen als Gender-Bereiche konzentriert. Aus meiner Sicht sind das die klassischen Bereiche des Gender-Planung. Wir wissen ja alle noch nicht so genau, was Gender eigentlich sein könnte. Ich für meine Person bin da auch unsicher. Ich stelle mich diesem Prozess und gucke, was dabei herauskommt. Wichtig ist für uns, dass wir neue und handfeste Ergebnisse haben, dass wir also über die Diskussionen zu einem vorzeigbaren Produkt kommen, was die Infrastruktur eines solchen Großstandortes angeht.

Die zweite Phase ist für mich mindestens gleich wichtig. Es geht ja nicht nur darum, bis zum Jahr 2007 eine Infrastruktur auf 200 Hektar zu legen. Die eigentliche Arbeit beginnt erst danach. Dann haben wir die Straßen und Kanäle gebaut, die Grundstücke vorbereitet, die Altlasten rausgeholt, den einen oder anderen Hochofen als Landmarke erhalten. Doch dann fängt eigentlich erst an, was wir für das neue Dortmund wollen. Wir wollen diese Flächen in Wert setzen. Das heißt, wir wollen Unternehmen dort ansiedeln, indem wir diesen Standort attraktiv für die Unternehmensentwicklung in Dortmund machen. Wir wollen Parzellen für Wohnungsbau veräußern. Hier spielen Gender-Aspekte meines



Ansicht nach eine ganz wesentliche Rolle. Was heißt das denn, einen Technologiepark zu haben? Wie funktioniert der denn? Er soll auch in fünf oder 15 Jahren noch ein hochwertiges Profil haben. Daher müssen wir uns nachhaltig um das Management dieses Technologieparks kümmern. Damit die Qualitätsstandards hoch bleiben. Damit dort Netzwerke entstehen, damit dort Marketing gemacht wird. Das sind Arbeitsfelder, die auch dem Gender-Prozess geöffnet werden sollten.

Angela Wegener:

Sie sehen das also im Sinne einer Kundenorientierung. Herr Hennicke, Sie sind im Ministerium verantwortlich für alles, was mit Ziel 2 zu tun hat. Wenn wir so ein Projekt wie Phoenix sehen, was wird an Ihrer Stelle entschieden?

Martin Hennicke:

Phoenix ist eins unserer Großprojekte. Wir haben nicht viel davon, Phoenix ist schon teuer genug. Das Land und die EU werden aus dem Ziel-2-Programm knapp 60 Mio Euro in Phoenix stecken. Die Gesamtkosten sind natürlich noch viel höher. Ein Vorhaben, das so groß ist, muss genau geprüft werden. Es hat vorher Projektprüfungen gegeben, auch externe durch Sachverständige. Das Projekt wurde der Kommission zur Prüfung vorgelegt. Dann hat es eine Billigung gegeben, und jetzt kann das Vorhaben in einzelnen Bauabschnitten realisiert werden. Es muss in einzelnen Bauabschnitte realisiert werden, denn ein großes Projekt kann man nicht in einem Zug umsetzen. Besonders wichtig ist für uns die Nachhaltigkeit: Dass die Vermarktung der Flächen gelingt, dass die Nachfrage auch tatsächlich vorhanden ist und dass Phoenix qualitativ so hochwertig ist, dass es auch noch in vielen, vielen Jahren Bestand hat, ansehnlich ist und die Gesamtentwicklung Dortmunds und darüber hinaus des Ruhrgebietes befördert. Wir wollen weg von der Monostrukturierung dieser Region, weg vom Übergewicht der Schwerindustrie, hin zu modernen Dienstleistungen. Dazu soll Phoenix einen Beitrag leisten.

Angela Wegener:

Frau Schmitt-Hofemann, Sie sind im Frauenministerium. Was ist Ihr Ziel bei der täglichen Arbeit?

Renate Schmitt-Hofemann:

Wir im Frauenministerium machen Lobbypolitik. Wir machen Lobbypolitik für Frauen. Die Situation von Frauen ist immer noch so, dass man damit nicht zufrieden sein kann. Ich will nur zwei Aspekte ansprechen. Frauen verdienen immer noch ein Viertel bis ein Drittel weniger als Männer, und die Frauenerwerbsbeteiligung ist in NRW und im Ziel 2-Gebiet immer noch deutlich niedriger als im Bundesdurchschnitt. Das sind harte Fakten, daran müssen wir uns orientieren. Wir wollen, dass bei den Maßnahmen, die wir mit anstoßen, etwas für Frauen herauskommt, und unter dem Aspekt sehen wir auch Gender-Mainstreaming. Wir finden es ganz wichtig und notwendig, dass die Prozesse angestoßen werden - das ist heute ja auch schon mehrfach angesprochen worden-, aber uns interessiert natürlich auch, was am Ende der Prozesse steht. Wir sind ganz konkret daran interessiert, dass bei allem, was hier getan wird, auch unter dem Label Gender, etwas für Frauen herauskommt.

Wir als Frauenministerium arbeiten dabei auf unterschiedliche Weise. Wir begleiten seit längerer Zeit die Strukturpolitik und arbeiten dabei sehr gut mit dem Wirtschaftsministerium zusammen. Wir waren an der Konzeption des operationellen Programms beteiligt - das ist die Grundlage für die gegenwärtigen Ziel 2-Förderungen - und haben seither den gesamten Prozess begleitet. Wir haben sehr schnell gemerkt, dass wir die ehrgeizigen frauenpolitischen Ziele des Ziel 2-Programms nicht ohne weiteres erfüllen können. In Köln, das ist die Stadt aus der ich komme, sagt man: Von nix kütt nix. Es passiert nichts von selbst. Das gilt auch für das Ziel 2 Programm. Wir haben gemerkt, dass wir etwas tun müssen, um der Zielerreichung ein Stück näher zu kommen. Eines der Ziele ist ganz konkret, dass Frauen an strukturellen Projekten, die aus dem Ziel 2-Programm gefördert werden, also an den Arbeitsplätzen, die damit gefördert werden, zu 40 Prozent beteiligt sein sollen. Davon sind wir noch ein gutes Stück entfernt. Wir haben uns überlegt, dass wir übergreifend arbeiten müssen. Deshalb haben wir einen Auftrag an das Zentrum Frau in Beruf und Technik erteilt, bei dem wir heute zu Gast sind, die-



ses Projekt übergreifend für die gesamte Projektlaufzeit zu begleiten. Die Begleitung besteht in Information, Beratung, Bündelung von Informationen, Schulungsveranstaltungen. Auch die heutige Veranstaltung findet im Rahmen dieses Projektes statt, dass eben aus Ziel 2-Mitteln gefördert wird und das wir angestoßen haben.

Angela Wegener:

Das ist ja das Angebot von Frau Vaupel. Vielleicht können Sie, Frau Vaupel uns sagen, was konkret das Zentrum Frau in Beruf und Technik anbietet. Ich habe es bereits ein bisschen salopp angekündigt: Gendern ist nicht angeboren, sondern das kann man bei Ihnen lernen.

Bettina Vaupel:

Ich muss gestehen, dass auch wir in den letzten vier Jahren viel dazugelernt haben, was Gendern angeht. Wir sind vor vier Jahren beauftragt worden, uns um Gender-Mainstreaming im Ziel 2-Programm zu kümmern. Genauso so sind wir auch angefangen. Wir wussten, es ist mehr als Frauenförderung, und wir mussten uns mit der Frage auseinandersetzen: Was bedeutet das auf der Programmebene? Das operationelle Programm war geschrieben. Dort waren die Ziele definiert. Mit dem Ziel 2-Programm sollen Arbeitsplätze geschaffen und gesichert werden, Existenzgründungen gefördert werden. Es gibt eine Quantifizierung: Mindestens 35 Prozent aller Existenzgründungen sollten durch Frauen erfolgen, und 40 Prozent aller gesicherten und neu geschaffenen Arbeitsplätze sollten Arbeitsplätze für Frauen sein, sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze. Das ist ein ehrgeiziges Ziel, gemessen an den durchschnittlichen Zahlen hier in der Region. Wir mussten uns überlegen, wie man das angeht. Die Umsetzung und Beratung dieses operationellen Programms verteilt sich auf vier oder fünf Ministerien, diverse zwischengeschaltete Stellen, die europäische Investitionsbank, die Hausbanken, die Kredite vergeben. Die Frauenpolitik in NRW ist ein sehr komplexes Konstrukt und hat eine lange Tradition. Wir waren erstmals vor die Frage gestellt, wie wir damit umgehen, mit Frauenförderung aber eben auch mit Gender-Mainstreaming. Bei Ziel 2 gab es zum ersten Mal die Möglichkeit, sich über den reinen Frauenfördertopf hinaus Gedanken zu machen, wo die genderrelevanten Aspekte all der anderen strukturpolitischen Projekte, die auf den ersten Blick nicht unbedingt etwas mit Geschlechterverhältnissen zu tun haben, liegen und wie eine Qualitätsverbesserung erreicht werden kann.

Wir haben in den ersten ein bis zwei Jahren erhebliche Informationsarbeit geleistet, sowohl für alle Beteiligten, alle Ministerien, als auch für die frauenpolitischen Akteurinnen vor Ort. Es war ein echter Lernprozess. Im Laufe der Jahre sind wir dazu gekommen, uns, was die Projektberatung angeht, zunächst einmal auf die Leuchtturmodelle zu stürzen. Es gibt mittlerweile weit über 2000 Projekte, die aus Ziel 2 gefördert werden. Wir sind jetzt an einem Punkt, an dem wir Projektträgern, wenn Sie daran Interesse haben, eine kurze Einführung anbieten, jeden zweiten Freitag im Monat: Was kann Gender in Projekten bedeuten, welche Analyseverfahren gibt es und welche Gender-Zielsetzungen, die ich für mein Projekt finden kann? Wir stellen dieses Angebot in den Raum und würden uns freuen, wenn es angenommen wird. Ich muss auch zugeben, wir haben vor dem Großprojekt Polypropylenleitung kapituliert sind, eine Pipeline, in der eine bestimmte Chemikalie über mehrere Kilometer hinweg transportiert wird. Dazu ist uns offen gestanden nicht fürchterlich viel eingefallen, das schien uns nicht so ergiebig.

Angela Wegener:

Frau Heinen, Sie arbeiten im Bundesministerium für das Förderprogramm Equal. Vielleicht skizzieren Sie kurz, was das für ein Programm ist?

Dr. Ute Heinen:

Equal wird als Gemeinschaftsinitiative in allen EU-Mitgliedsstaaten parallel umgesetzt. Es ist ein Programm, das dazu beitragen soll, Benachteiligungen am Arbeitsmarkt abzubauen, wie sie insbesondere in strukturellen Rahmenbedingungen bestehen, denen bestimmte Zielgruppen ausgesetzt sind. Die Zielgruppendefinition ist dabei völlig offen. Wir reden von Menschen mit Migrationshintergrund,



von Langzeitarbeitslosen, von jüngeren bildungsbenachteiligten Menschen, von älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern usw. Ein Themenschwerpunkt des Programms ist die Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit von Zielgruppen. Außerdem geht es um Existenzgründungen, um die Anpassungsfähigkeit von Beschäftigten und Unternehmen, die sich im Strukturwandel befinden. Es gibt den Förderbereich Chancengleichheit und den Förderbereich Asyl. Chancengleichheit tritt sowohl als einzelnes Förderthema auf als auch als Querschnittsthema bei Equal auf, denn alle Equal-Projekte sind gefordert, Gender-Mainstreaming in ihren Handlungsansätzen umzusetzen. Wir haben eine Online-Interessenbekundung. Dieses Computer-Programm beinhaltet eine Plausibilitätsprüfung, und wenn irgendwelche Fragen nicht ausgefüllt sind, ist der Antrag nicht absendbar. So zwingen wir jeden, den Genderaspekt einzubringen, unabhängig von der inhaltlichen Bewertung, die dann natürlich auch noch erfolgt.

Equal ist sehr stark auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Es sollen nicht nur einzelne Projekte gefördert werden. Equal versucht, Ergebnisse in der Praxis zu verbreiten und sie, soweit sie sich als sinnvoll erwiesen haben, in die Politik zu transferieren. So soll ein Beitrag zu notwendigen Strukturveränderungen geleistet werden. Das ist ein hehrer Anspruch. Wir stehen jetzt am Ende der ersten Förderrunde. Inwiefern uns das gelingt, wird sich zeigen. An einigen Stellen zeichnen sich schon sehr positive Ergebnisse ab. Das wird sicher nicht für jedes Projekt und jeden Ansatz so sein können. Das ist einerseits eine Frage der Qualität, andererseits eine von Angebot und Nachfrage. Denn letzten Endes bekomme ich nur das in den politischen Mainstream, wofür es von Seiten der Politik auch einen Bedarf gibt.

Equal hat eine starke Vernetzungsstruktur. Es werden keine Einzelprojekte gefördert, sondern Projektverbünde, so genannte Entwicklungspartnerschaften, die sich entweder auf eine Region oder auf einen Arbeitsmarktsektor konzentrieren. Auch dies ist ein Förderkriterium: Die Akteure, die zum Beispiel maßgeblich in einer Arbeitsmarktregion agieren, müssen in solch einer Entwicklungspartnerschaft zusammengefasst sein und eine Themenstellung von verschiedenen Blickwinkeln aus behandeln. Wir haben derzeit in der ersten Förderrunde 109 Entwicklungspartnerschaften, die etwa 1100 Teilprojekte umsetzen.

Angela Wegener:

Frau Marconi-Dybowski, Ihr Bereich im Ministerium ist Weiterbildung und Innovation. Auch Sie gucken natürlich auf den Genderaspekt.

Myriana Marconi-Dybowski:

Ich arbeite im Grundsatzreferat Aus- und Weiterbildung im Ministerium für Wirtschaft und Arbeit, bin dort für Öffentlichkeitsarbeit und Gender-Mainstreaming zuständig und vertrete heute hier sowohl die Kollegen, die das Programm „Innovation-Weiterbildung 2000“ ins Leben gerufen haben als auch das Landesinstitut für Qualifizierung. Ich bin die Verbindungsfrau zwischen beiden Institutionen und kann so auch über die Umsetzung berichten. Die Weiterbildungslandschaft in NRW stellt sich komplett neu auf. Wir sind seit 2000 von der allgemeinen Weiterbildung mit der beruflichen Weiterbildung zusammengeführt worden und werden jetzt noch innerhalb des Ministeriums in die Arbeitsmarktpolitik integriert. Da gibt es eine starke Verzahnung. Wir haben ungefähr 139 Volkshochschulen und 170 Aus- und Weiterbildungsstätten. Bisher sind die Gelder quasi immer von selbst geflossen, und die Einrichtungen haben gewartet, dass die Kundschaft kommt. Die Weiterbildungsbeteiligung soll steigen. Das passt mit in die wichtige Thematik, die auch EU-weit diskutiert wird: lebenslanges Lernen.

Damit Weiterbildung mehr ist als Ikebana und die Beschäftigungsfähigkeit und die Potenziale von Frauen und Männern stärkt, haben wir dieses Programm ins Leben gerufen. 42 Prozent der nordrhein-westfälischen Bevölkerung bilden sich weiter. Wir stellen fest, dass vor allem kleinere und mittlere Betriebe Schwierigkeiten mit der Weiterbildung haben, nicht die Großfirmen, die einen richtigen Weiterbildungsstab haben. Kleine und mittlere Firmen haben ein kleineres Budget, kleinere Mitarbeiterstämmen. Wie schaffen wir das, ein Klima zu verankern, um lebenslanges Lernen voranzubringen? Mit



dem Programm Weiterbildung–Innovation wollen wir nicht nur Angebotsförderung präsentieren – daher heißt es „Innovation“. Es geht nicht darum, eine schicke Maßnahme für Migranten oder eine andere Zielgruppe zu machen, und das war es dann. Das haben wir immer gehabt. Das Geld ist ausgegeben worden – und was ist mit der Nachhaltigkeit? Das muss sich ändern. Deswegen ist es unser Ziel, bei diesem Programm vorhandene Strukturen zu nutzen. Damit sind z. B. ganz praktisch Netzwerke gemeint, die die lernenden Regionen in NRW, davon haben wir zusammen mit dem Bund zwölf, haben. Damit ist gemeint, dass man Strukturen wie z. B. die Leitprojekte nutzt, die wir in der Aus- und Weiterbildung haben. Da ist zum Beispiel das Web-Kolleg mit Blended Learning, einem internetbasierten Lernen mit Präsenzphasen zu nennen. Oder die Suchmaschine Weiterbildung, die erstmals für die Nutzerinnen und Nutzer, für die Menschen draußen im Land, Transparenz zur Weiterbildung darstellt. Die Schwierigkeit ist, dass die Menschen, die wir erreichen wollen, Frauen und Männer, im Grunde genommen eine Lernberatung brauchen. Es müssten Bedarfe analysiert werden, und die kleinen und die mittleren Unternehmen müssten konkret wissen, was sie machen können, um sich auf dem Markt zu positionieren, und wie sie das Potenzial erkennen können.

Angela Wegener:

Ich möchte jetzt einsteigen in eine Diskussion, die wir heute Morgen schon angerissen haben. Wir haben gesagt, es muss nachhaltig sein, d. h. man muss die Erfolge überprüfen. Wie kann man so etwas überhaupt überprüfen, Herr Hennicke.

Martin Hennicke:

Es gibt ein hartes Kriterium, das ist hier schon mehrfach angesprochen worden: Es ist der Anteil der geschaffenen oder erhaltenen Frauenarbeitsplätze. Eines der Querschnittsziele des Ziel-2-Programms ist, dass 40 % der Arbeitsplätze durch Frauen besetzt werden. Das haben wir bisher nicht erreicht. Wir haben jetzt Halbzeit und sind bei etwa 30 %. Wir haben analysiert, woran es liegt. Es liegt zum einen an der Wirtschaftskrise, die nicht gerade gute Rahmenbedingungen für die Förderung von Frauen im Erwerbsleben gehabt hat, und es liegt ein bisschen daran, dass wir uns mit diesem Programm noch etwas zu stark auf kapitalintensive Investitionen konzentriert haben. Die übliche Investitionsförderung geht leider schwerpunktmäßig in Industriebetriebe und fördert dort tendenziell eher Industriearbeitsplätze, die durch Männer besetzt werden. Das ist nun mal so. Das heißt, wir wollen einen Strukturwandel hin zum tertiären Sektor, zu innovativen Dienstleistungsarbeitsplätzen. Das muss noch viel stärker forciert werden. Wir haben dann auch einige Konsequenzen daraus gezogen, d. h. wir steuern im Programm langsam um. Aber man muss auch zu unserer Rechtfertigung anführen, dass wir viele Vorhaben gehabt haben, wo Umweltsanierung und Infrastrukturmodernisierung angesagt waren. Denn das brauchte das Ruhrgebiet noch. Wir haben gerade von einem Beispiel aus Dortmund gehört, wo es um den Bereich der wettbewerbsfähigen, innovativen Arbeitsplätze im Dienstleistungsbereich geht, in Forschung und Entwicklung. Da wo gut qualifizierte Frauen hingehören und auch hinwollen. Das ist vielleicht noch ein bisschen unterbelichtet gewesen, das wollen wir aber steigern.

Angela Wegener:

Frau Schmitt-Hofemann, wie kann man aus Ihrer Sicht überprüfen, ob in Großprojekten Gender-Mainstreaming berücksichtigt wird?

Renate Schmitt-Hofemann:

Es ist in der Tat sehr schwierig. Die Prozesse sind angestoßen und laufen weiter. Es ist natürlich in unser aller Interesse, dass die Mittel, die da eingesetzt werden, auch Frauen zugute kommen, dass sie ihnen auch nachhaltig zugute kommen. Man wird sich noch mehr Gedanken darüber machen müssen, auch für die nächste Förderphase und für das neue Programm ab 2007, wie man diese Dinge besser in den Griff bekommen kann.

Angela Wegener:

Wie machen Sie es denn bisher?



Renate Schmitt-Hofemann:

Zunächst ist erhoben worden, was die Unternehmen planen. Im Zusammenhang mit den Förderanträgen erhalten wir bzw. das Wirtschaftsministerium die Informationen, wie viele neue Arbeitsplätze mit den Fördermitteln eingerichtet werden sollen. Nach einer gewissen Zeit wird nachgefasst, dann wird also geprüft, wie viele Arbeitsplätze dort tatsächlich entstanden sind. Gibt es da Übereinstimmungen? Waren die Prognosen zu optimistisch, waren sie zu pessimistisch?

Angela Wegener:

Frau Heinen, wie überprüfen Sie die Nachhaltigkeit? Wie schauen Sie, ob in den Projekten richtig gendert wurde?

Dr. Ute Heinen:

Man muss unterscheiden zwischen Kriterien, die man tatsächlich messen kann, und Lernprozessen oder Bewusstseinsbildung. Darüber ist eben schon viel gesprochen worden. Wir bewegen uns bei Equal auf der Modellebene, jedes Modellprogramm hat eine Evaluation. Bei Equal ist es so, dass auch die einzelnen Entwicklungspartnerschaften eine Evaluation haben, und die Evaluation ist natürlich beauftragt zu sehen, wie Gender-Mainstreaming in der jeweiligen Projektarbeit umgesetzt worden ist. Das kann ich tun, indem ich das Verhältnis von Maßnahmeteilnehmerinnen und -teilnehmern überprüfe. Oder indem ich schaue, ob Maßnahmen auf die Bedürfnisse von Männern und Frauen zugeschnitten sind. Hat sich die Entwicklungspartnerschaft bei der Projektentwicklung darüber Gedanken gemacht, dass es da gegebenenfalls unterschiedliche Anforderungen oder unterschiedliche Sichtweisen oder Wirkungen geben könnte? Das kann ich mir auf der Projektebene durchaus angucken. Ich kann mir auch angucken, wie das Verhältnis von Männern und Frauen in der Entwicklungspartnerschaft auf der strukturellen Ebene ist. Ist da eine Gleichgewichtigkeit gegeben oder ist es so wie immer, dass die Koordinatoren männlich sind und die Frauen erst sehr viel später dazukommen? Dies alles sind Kriterien, die ich aufstellen und messen kann. Schwieriger ist es zu fragen, wie Gender-Mainstreaming-Prozesse umgesetzt worden sind. Da habe ich natürlich sehr viel größere Probleme. Da können wir uns die Jahresberichte der Projekte sehr gründlich ansehen. Ob da zum Beispiel drin steht, dass eine Gendergruppe eingerichtet wurde.

Angela Wegener:

Ein Stammtisch oder so etwas?

Dr. Ute Heinen:

Die Damen treffen sich regelmäßig. Das ist natürlich schon der Anlass für den Projektberater oder die Projektberaterin, sich mit den Jeweiligen in Verbindung zu setzen und zu sagen: Na ja, da scheint doch etwas aus dem Ruder zu laufen. Auf der anderen Seite ein positives Ergebnis: Wir geben zur Öffentlichkeitsarbeit von Equal regelmäßige Newsletter heraus. Die Entwicklungspartnerschaften sind gefordert, von sich aus Beiträge einzureichen. Wir bekommen zu jedem Thema auch Genderbeiträge. Das zeigt, dass da im Lernprozess Gender-Mainstreaming durchaus etwas in Bewegung gekommen ist. Etwas, was ich nicht in der dritten Stelle hinterm Komma messen kann, was aber als Indikator für mich durchaus ein sehr positives Ergebnis ist.

Angela Wegener:

Frau Vaupel, Sie bieten solche Trainings an. Nützt es, Gendern verpflichtend zu machen? Geht das?

Bettina Vaupel:

Das ist eine sehr gute Frage. Die Trainings sind nicht verpflichtend, die Teilnahme daran ist nicht verpflichtend. Die Programmumsetzung bei Ziel 2 unterscheidet sich von der des Equal-Programms. In dem Moment, wo jemand Ziel 2-Gelder beantragt und das Fördervolumen über 100.000 Euro liegt, muss der Projektträger acht Fragen beantworten, die Indizien geben sollen, ob dieses Projekt eine Genderorientierung hat oder nicht. Zu diesen Fragen gehört zum Beispiel: Sind bei der Projektentwicklung oder der Projektdurchführung Frauen tätig gewesen? Auf Basis der Antworten sollen im Ide-



allfall die Entscheider sagen können, ob bei diesem Projekt Chancengleichheit im Mittelpunkt steht, Chancengleichheit gefördert wird oder Chancengleichheit nicht berührt ist. Fachfrauen und Fachmänner können sich stundenlang darüber Gedanken machen, ob es so etwas wie Neutralität überhaupt gibt. Was abgefragt wird, wird auch im Monitoring erhoben. Das heißt, man kann ohne Probleme zum Ziel-2-Programm sagen, wie viel Prozent aller Projekte in den jeweiligen Förderschwerpunkten auf Chancengleichheit ausgerichtet sind oder nicht. Das passiert alles auf der Programmbegleitungsebene.

Wir haben diejenigen, die Projektanträge beurteilen sollen, das Angebot gemacht, sich zu informieren, was Genderfragen bei Projektanfragen sein könnten. Wie kann man bei einem Projektantrag beurteilen, ob dort Genderfragen berücksichtigt sind? Wie gehe ich mit Kunden und Kundinnen um? Wieso beantragen bei mir immer Frauen Projekte und bei meinem Kollegen immer nur männlich orientierte Institutionen? Zu diesen Themen haben wir Workshops angeboten. Das Ergebnis war, wie zu erwarten: Es sind die Gutwilligen gekommen. Die, die ohnehin schon für das Thema sensibilisiert waren, und alle anderen haben wir nicht erreicht. Wir haben z. T. telefonische Nachfassaktionen gemacht und gesagt: „Wir bieten hier einen Workshop für Förderreferate an, und wir haben noch keine Anmeldung von Ihnen.“ Dann kam: „Ja wieso, da habe ich doch nichts mit zu tun. Ich sitze doch hier im Umweltamt.“ Das ist zumindest im Moment erst einmal relativ weit weg von der täglichen Arbeit. Wenn nichts anderes kommt als ein Angebot von einer kleinen Institution in Castrop-Rauxel, scheint das ganz weit weg. Da stürzen sich nicht alle mit Begeisterung darauf.

Angela Wegener:

Das heißt, Sie erreichen nicht diejenigen, die Sie erreichen wollen?

Bettina Vaupel:

Ich denke, wir haben schon eine sehr gute Unterstützung, was die Programmebene angeht. Man könnte sich immer noch mehr wünschen, man könnte immer noch mehr machen, mehr verpflichten, mehr informieren. Ich denke, wir haben in den vier Jahren viel erreicht. Die zweite Frage ist aber, wie kommen Projektträger an das Gender-Know-how, also das Wissen, das sie brauchen, um die Auswirkungen auf beide Geschlechter beurteilen zu können? Da fangen wir gerade an. Der Leitfaden, den Sie in Ihren Unterlagen haben, ist auch ein Beitrag dazu, Unterstützung anzubieten.

Martin Hennicke:

Ich muss mal ein bisschen provozieren. Ich finde das richtig, was wir da machen. Gleichstellung ist ein Querschnittsziel, und das wird auch zukünftig so sein. Aber, ich erlebe natürlich ständig, und das merkt man ja auch an den Diskussionen hier, dass das mit dem Gendern schwer zu packen ist, und dass es enorme Probleme bereitet, jemandem darzustellen, was das ist, und vor allem, wie man es misst. Ich hätte es gern ein bisschen handfester. Um es handfester zu machen, muss man, glaube ich, stärker einzelne Instrumente diskutieren. Hier ist gerade das Beispiel Gründungsförderung angesprochen worden. 30 Prozent der Gründer sind Frauen, mehr ist es nicht, im Ruhrgebiet unter Umständen sogar noch ein bisschen weniger. Da muss man sich überlegen, welche Instrumente man braucht, um bei der Gründungsförderung bei Frauen das Defizit zu tilgen. Da könnte ich mir schon einiges vorstellen. Wir fördern seit langer Zeit erfolgreich die Einrichtung „Frau & Beruf“ im Ruhrgebiet. Warum kann die sich beispielsweise nicht noch stärker um das Thema Existenzgründung kümmern? Brauchen wir da noch mehr Beratungsbedarf oder Beratungsprogramme? Oder ich schaue mir den Weiterbildungsmarkt an, der neu strukturiert wird. Auch da würde ich mir wünschen, dass man noch ein bisschen mehr Wert auf die Weiterbildungsbeteiligung von Frauen legt. Ich hätte gerne handfeste Instrumente, und ich sage das, weil wir gute Aussichten haben, auch nach 2006 weiterhin in den Genuss von Strukturfondsmitteln zu kommen. Das heißt, wir sind jetzt in einer Phase, in der wir uns überlegen müssen, wie ein Anschlussprogramm an das derzeitige Ziel-2-Programm aussehen könnte. Das ist ein Zeitfenster. Wir haben dieses und das nächste Jahr, in dem wir konzeptionell darüber diskutieren können. Dann steht das Anschlussprogramm, und dann kann man nicht mehr viel verändern.



Meine Bitte auch an Sie: Machen Sie uns Vorschläge, was man machen könnte. Die Chance ist relativ gut im Moment.

Zwischenfrage aus dem Publikum:

Wir reden darüber zu messen, welche Ergebnisse wir im Bereich Gender erreicht haben. Wir reden darüber, dass hinterher im Ergebnis geschaut wird, wie viele Arbeitsplätze für Frauen entstanden sind, ob die Ziele definiert sind. Aber was ist mit den ganzen Rahmenprojektentwicklungen selber? Wir hören von Herrn Hachmeyer, dass 300 Millionen Euro ausgegeben werden und nicht überlegt wird, ob man steuern kann, dass von dem 300 Mio-Kuchen z. B. ganz gezielt ein gewisser Anteil Frauen zugute kommt. Zum Beispiel könnte man bei Ausschreibungen oder bei der Vergabe von Mitteln berücksichtigen, dass die entsprechenden Firmen über weibliche Mitarbeiter verfügen etc. Wo sind denn da die Ansätze, direkt zu fördern? Und nicht erst über den Umweg, ein Projekt zu realisieren und dann zu gucken, ob es wirkt. Da wäre doch eine Stelle früher eine Möglichkeit. In der Realisierungsphase fehlt mir das Gendern. Ich arbeite im Projekt Phoenix und kann wirklich nicht sehen, wo es gendert ist.

Renate Schmitt-Hofemann:

Was Sie gerade angesprochen haben, sollte aus unserer Sicht auch so sein. Heute Morgen hat Frau Humpert über ihre Aktivitäten auf Zollverein berichtet. Wir haben seinerzeit zusammen mit dem Wirtschaftsministerium den Gender-Auftrag erteilt. Wir springen hier auf einen Zug auf, der bereits in Bewegung geraten ist. Das gilt für die Begleitung des gesamten Ziel-2-Programms. Da wird man jetzt sehen müssen, was konkret machbar ist. Man wird angesichts des riesigen Volumens nicht jede Einzelheit gendern können. Man muss schauen, welche Felder in nächster Zeit anstehen und wo es sich lohnt, genauer hinzugucken und Teilaspekte des Projektes Phoenix unter Genderaspekten zu konzipieren und abzuwickeln.

Angela Wegener:

Herr Hachmeyer, vielleicht können Sie aus Ihrer Sicht auch kurz noch was dazu sagen, denn das Problem liegt ja dann darin, dass Sie im Prinzip, ich sag das mal so salopp, mitten in den Planungen sind und jetzt auch irgendwie noch mit Gender beschäftigt werden und, das war ja jetzt auch die Forderung aus dem Publikum, vielleicht auch im Hinblick auf das weitere Förderprogramm, was kommt. Warum kann man da nicht mal von vornherein etwas machen. Wie ist das in Ihrer täglichen Arbeit, Herr Hachmeyer.

Dr. Konrad Hachmeyer-Isphording:

Vielleicht ist das eben zu wenig übergekommen. Wir haben zwei Phasen, wenn wir solche Projekte entwickeln. Das eine ist die Bauphase. Da kann man sich schon fragen, was ein Kanalbau, der 15 Mio. Euro verschlingt, mit Gender zu tun hat. Wir haben sicher eine ganze Menge im Bereich von Genderplanung zu tun, wo es auch um die städtebauliche Qualifizierung geht. Man wird am Ort nachher nicht mehr sehen, das ist Gender und das ist nicht Gender. Das wird sich verlieren, und das ist im Sinne der Durchsetzung der Genderaspekte ganz gut. Wir sollten weniger über Gender sprechen als vielmehr über Kundenorientierung. Wenn wir mit unseren Standorten für Phoenix auf die Immobilienmesse nach München fahren und sagen, „wir haben hier einen Standort mit ein bisschen Gender“, dann sagen uns alle: „Und was soll das sein?“ Das ist kein Kriterium, das wir in einen Wettbewerb für die Region um Standorte einbringen können, im Moment zumindest noch nicht. Wir müssen weniger über Chancengleichheit sprechen. Das ist politisch gewollt, das ist gesellschaftlich richtig, aber es ist eine Grundvoraussetzung. Stattdessen müssen wir deutlicher das Stichwort Kundenorientierung herausstellen. Standorte wie für Phoenix sind wissensorientierte Standorte, keine Standorte der Großindustrie mehr. Das Kapital ist nicht mehr in der großen Infrastruktur, den großen Maschinen gebunden, sondern in den Köpfen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

Wenn der Standort auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen abgestellt ist, dann habe ich einen Standortvorteil. Dann habe ich eine Kundenorientierung, und die kann ich verkaufen. Die kann ich als Mehrwert darstellen, die macht die Sache interessant. Chancengleichheit zu verkaufen –



das verliert sich. Das ist eine gesellschaftliche Basis. Aber einen Standort zu verkaufen, der kundenorientiert ist, der Zugänge zu den Arbeitsmärkten und zu qualifizierten Arbeitskräften hat, das funktioniert. Da ist ein Mehrwert vermittelbar.

Angela Wegener:

Wir haben heute Morgen schon mehrfach die Schwierigkeit angesprochen, den Begriff „Gender“ zu verkaufen. Kundenorientierung ist vielleicht gar kein schlechtes Stichwort.

Zwischenfrage aus dem Publikum:

Wenn die Problematik die Begrifflichkeit ist, sollten Sie vielleicht die Kundenorientierung um die Kundinnenorientierung bereichern, dann kommt es wieder hin.

Zwischenfrage aus dem Publikum:

Ich wollte das Beispiel der Hattinger Hütte ansprechen. Die Hattinger Hütte hat eine ähnliche Dimension wie Phoenix und ist auch ursprünglich eine Männerdomäne. Auf dem Terrain der Hattinger Hütte ist heute das Franziska-Anneke-Zentrum, ein Zentrum für Frauenqualifizierung und die Schaffung von Frauenarbeitsplätzen. Frauen sind die Hälfte des Himmels, auch im Ruhrgebiet zum Zeitpunkt des Strukturwandels, wenn die alte Montanindustrie nicht mehr bestimmend sein kann und an Arbeitsplätzen nichts mehr hergibt. Insofern finde ich es sehr wichtig, dass das mit Phoenix so aufgeworfen wird. Ich bin freie Mitarbeiterin im Forschungsinstitut für Arbeit, Bildung, Partizipation in Recklinghausen und nehme zugleich am „Start-to-grow-Wettbewerb“ für alle Branchen teil. Vor drei Wochen stand ich erstmals in der Phoenixhalle und habe festgestellt, dass auch dort beim Gründungswettbewerb für alle Branchen die Frauen nicht die Mehrheit sind. Die Existenzgründerinnen noch einmal gezielt zu fördern, finde ich auf jeden Fall von Nöten.

Angela Wegener:

Frau Marconi-Dybowski, Sie haben sich gerade noch zu dem Thema gemeldet.

Myriana Marconi-Dybowski:

Während dieser Loopingschleife um Phoenix hatte ich die ganze Zeit im Kopf, was Sie eben gesagt haben: Strukturwandel findet statt. Das ist genau der Punkt, wo wir mit der Weiterbildung und Qualifizierung einsteigen müssen. Viele männliche Berufe, zum Beispiel im Bergbau, werden immer rarer. Die Umorientierung hin zu Dienstleistungsberufen ist auch deshalb so schwer, weil viele Männer – überspitzt gesagt – nicht in pflegerische Berufe rein wollen, weil sie sich eben nicht mit einer Tätigkeit als Florence Nightingale identifizieren können. Das hat etwas mit Frauen- und Männerbildern zu tun. Und die inneren Frauen- und Männerbilder haben etwas mit Bildung zu tun. Daran kann man mit Weiterentwicklung arbeiten.

Ich möchte den Kreis schließen zu unserem Innovationsprogramm. Wir sind natürlich genauso angezogen wie die anderen, mit dem hehren Ziel Gender-Mainstreaming zu beachten. Wir schreiben ein paar Zeilen rein, und alles wird gut. Von 131 Projekten wurden 31 bewilligt. Vier beschäftigen sich in unterschiedlichster Qualität mit dem Thema Gender-Mainstreaming. Es gibt Lernerfahrungen, die wir auf den verschiedenen Ebenen machen. Eine ist die Erfahrung, wie wir bei den Projektantragstellern anstoßen können, dass sie Gender-Mainstreaming umsetzen. Und die andere ist, dass wir als lernende Institutionen, auch als Ministerien, ein Stück überlegen, wie wir das stärker überprüfen können. Nach dem wir festgestellt haben, dass sich nur vier mit Gender-Mainstreaming beschäftigen, wollen wir für 2005 Gender-Mainstreaming nicht mehr als weiches, sondern als härteres Prüfkriterium in das Verfahren aufnehmen. Wir wollen ganz konkret Beratungsaufgaben machen, mit einer Checkliste für die Auswahlkommission und für die Projektteilnehmer. Was heißt denn Gender-Mainstreaming? Das sollen die Antragsteller konkret herunterbrechen. Frau Vaupel sagte, dass ein Support nötig ist, um Gender zu sensibilisieren. Den wollen wir vom Landesinstitut leisten. Wir wollen dort die Projekte vorstellen, mit Gender-Trainern einen Pool an Experten zur Verfügung stellen, so dass die Projekte diese drei Jahre auch durchhalten und genau wissen, ob sie noch auf der Spur mit dem sind, was sie mit



Gender-Mainstreaming machen wollten. Für die nächste Runde wird es noch stärker. Das sind die Instrumentarien, die wir als Land bereitstellen können.

Ein Beispiel. Ein Projekt nimmt sich der Tatsache an, dass Frauen und Männer unterschiedliche Zugänge zu Bildung haben. Wir wissen von der Bildungsforschung, dass Männer mehr an „Hardcore-Bildung“ interessiert sind, EDV und solch faktische Sachen, während Frauen mehr kommunikative Weiterbildungsinhalte nutzen. Zudem ist bei Frauen, die als Berufstätige mehr Lebenszeit für die Familie aufbringen, die Zeit für Weiterbildung noch geringer. Man muss also genauer hingucken, wie die Lebensumstände von Frauen und Männern sind, die Kinder betreuen. Da wird es spannend, wenn wir beide Geschlechter in den Blick nehmen. Wie viel Zeit haben Berufstätige mit Kindern, sich weiter zu qualifizieren? Es gibt ein Projekt, das nennt sich „Lernvertrauensleute für Frauen“. Die befassen sich damit, wie viel Zeit, wie viele Ressourcen jemand hat, und dann einen entsprechenden Karrierepfad zu planen.

Ein anderer Punkt ist die zukünftige Personalentwicklung kleiner und mittlerer Unternehmen im Medien- und Druckbereich. Da gibt es einen hohen Anpassungsdruck an neue Technologien, aber oft nur ein geringes Budget, das zu leisten. Man betrachtet die Kompetenzprofile von Frauen und Männern. Unterscheiden die sich? Wo muss bei dem einen oder der anderen etwas aufbereitet werden, wo liegen die Potenziale? So kann ich als Firma meine Personalentwicklung besser planen. Und auch Frauen haben langfristig bessere Chancen, in Führungspositionen zu kommen, und die Branche zu bereichern.

Angela Wegener:

In der Diskussion kommen wir immer wieder auf das Thema Frauenförderung, statt auf Gender-Mainstreaming zu sprechen. Zu diesem Thema möchten Sie, Frau Schmitt-Hofemann, etwas sagen?

Renate Schmitt-Hofemann:

Ich hatte mich zu Beginn bereits als Lobbyistin geoutet. Wir sind schon daran interessiert, dass Frauen besser teilhaben an gesellschaftlichen Prozessen, an Arbeitsplätzen, an Einkommen usw. Das gilt nach wie vor, mit und ohne Gender-Mainstreaming. Ich wollte aber noch einen anderen Aspekt aufgreifen, der hier gerade angesprochen worden ist, das Stichwort heißt Mehrwert. Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass es uns nur gelingen wird, eine breite Akzeptanz für Gender-Mainstreaming zu erreichen, wenn es gelingt zu verdeutlichen, dass die Umsetzung dieses Prinzips zu einem Mehrwert führt. Und unsere Aufgabe, die wir daran interessiert sind, diesen Prozess weiter zu treiben, muss es sein, ihn zu verdeutlichen. Deshalb bin auch ich immer sehr an konkreten Ergebnissen interessiert, an Projekten, wo dies gelungen ist, auch wenn es nur ansatzweise gelungen ist. Das perfekt gegenderte Projekt ist mir bisher noch nicht bekannt. Es gibt eine Reihe von Versuchen, wir befinden uns gegenwärtig immer noch in einem Versuchsstadium. Wir sprechen seit einigen Jahren über Gender-Mainstreaming, aber immer noch bewegen wir uns auf Neuland und haben immer noch nicht ausreichend gesichertes Wissen über die praktische Umsetzung. Wir kennen theoretische Konzepte. Aber in dem Moment, in dem wir nach guten Beispielen fragen, wird es schon verdammt eng. Wir haben in den letzten zwei Jahren nach guten Beispielen gesucht und auch einige gefunden. Aber es ist nicht so einfach. Deshalb meine ich, darf man die Hürden nicht zu hoch hängen. Wenn man diesen Prozess begleiten will und wenn man ihn für richtig hält, muss man schauen, wo er denn schon gelungen ist und wie wir anderen, die auch auf den Feldern tätig sind, anhand guter Beispiele zeigen können, wie es gehen kann. So bringt es allen etwas. Ich glaube letztendlich nicht, dass man auf dem Feld viel erreichen können wird, indem man alles verpflichtend und verbindlich macht. Ein höherer Grad an Verbindlichkeit wäre an bestimmten Stellen schon schön. Aber ich glaube letztendlich – und das ist jetzt meine persönliche Meinung, dass man dafür werben muss, dass dieses Vorhaben, diese Idee, allen etwas bringt. Und da komme ich auch direkt wieder zurück zu meiner Lobbyecke: Wenn an Projekten, an gesellschaftlichen Vorhaben, an Prozessen in Unternehmen Frauen stärker beteiligt sind, werden die Projekte unterm Strich besser werden.



Angela Wegener:

Ich möchte noch einmal darüber sprechen, dass Gendern nicht überall verständlich ist. Ich gehe einmal von verschiedenen Öffentlichkeiten aus. Im Medienbereich sagt man, dass es drei Arten von Öffentlichkeit gibt. Einmal die Kernöffentlichkeit, also Sie hier, die alle wissen, was Gendern und Gender-Mainstreaming ist. Dann gibt es die Fachöffentlichkeit, das sind die, die sich darüber hinaus noch dafür interessieren. Vielleicht die Projektträger, mit denen Frau Vaupel Kontakt hat. Und dann gibt es natürlich die breite Öffentlichkeit, alle anderen. Wenn wir eine Straßenumfrage machen würden, was Gendern ist, versteht es kein Mensch. Gendern ist ja auch ein Bewusstseinsprozess. Wie kann der denn Ihrer Meinung nach in die breite Öffentlichkeit kommen? Oder ist das gar nicht notwendig, reicht es, wenn wir uns in diesem Kreis darüber unterhalten? Frau Vaupel, Sie machen die Beratungen. Die Kernöffentlichkeit haben Sie, die Fachöffentlichkeit vielleicht auch, aber wie steht es um die breite Öffentlichkeit?

Bettina Vaupel:

Ich denke, dass man die breite Öffentlichkeit eigentlich schon hat. Sie weiß es nur nicht. In dem Moment, wo man auf diesem Planeten geboren wird, ist man mit fast hundertprozentiger Wahrscheinlichkeit entweder ein Mann oder eine Frau. Egal in welchem Land ich dann auf diesem Planeten großgezogen werde, werde ich irgendwann lernen, dass bestimmte Rollenerwartungen an mich herangetragen werden. Die können weltweit sehr unterschiedlich sein, aber sie unterscheiden sich nach Geschlechtern. Wenn ich mir die BRD angucke, wird relativ schnell klar, welche Art von Tätigkeit von Frauen nach wie vor erwartet wird, nämlich vor allen Dingen auch ein Großteil an Familien-, Betreuungs- und Lebensmanagementpflichten. Viele Frauen leben dieses Lebensmuster mit zunehmender Unzufriedenheit. An Männer wird die Erwartung herangetragen, dass sie ihr Leben lang arbeiten und Geld verdienen werden, wenn sie nicht über ein hohes Einkommen oder ein Vermögen aus anderen Quellen verfügen. Und nach Möglichkeit sollte das, was da verdient wird, reichen, um Frau und Kinder mit ernähren zu können. Das ist nach wie vor das allbestimmende Modell. Das mag in einigen Großstädten anders aussehen, aber sobald man sich in ländliche Gegenden begibt, wird es gelebt. Das sind Rollenmuster, die mag ich mögen oder nicht mögen. Sie bestimmen aber, welche Ausbildung ich wähle, ob ich da ein Exot bin, ob ich als Mann auf die Idee komme, Erzieher zu werden oder nicht. Ob ich als Frau auf die Idee komme, Raketen bauen zu wollen. Ich werde mich dort als Exot oder Exotin erleben. Gender-Mainstreaming heißt nichts anderes, als dass Mädchen und Jungen, Männer und Frauen – ich glaube, dazu kann man nie zu jung und nie zu alt sein – sich bewusster darüber werden, was diese Rollenzuschreibungen für sie bedeuten. Das kann perfekt sein, weil es hundertprozentig dem entspricht, was ich möchte. Oder es kann extrem störend werden. Es geht in erster Linie um diese Bewusstseinswerdung, so wie Frau Hövelmann das heute Morgen bereits beschrieben hat.

Angela Wegener:

Also gibt es Gender-Mainstreaming bereits, nur noch kein gutes Marketing dafür.

Bettina Vaupel:

Ja. Unten lagen auch die Prospekte, wie das idealtypische Kinderspielzeug im Jahr 2004 für Mädchen aussehen soll. Das waren halt die Prinzessinnenkleider, und der Junge hat den Baukran bekommen. Es wird uns tagtäglich vorgeführt, es wird reproduziert, wir werden darauf hingetrimmt, ob wir wollen oder nicht. Vielleicht sollte man sich wirklich mal gute Marketingstrategien überlegen.

Angela Wegener:

Frau Marconi-Dybowski, wie schaffen wir es aus Ihrer Sicht, den Bewusstseinsprozess anzukurbeln?

Myriana Marconi-Dybowski:

Wir müssen in die breite Bevölkerung reingehen. Das fängt in der Ausbildung schon an, dass man Interesse für unterschiedliche Berufswege eröffnet und das Bewusstsein für Jungen- und Mädchenverhalten verändert. Ich hatte mir drei Schritte überlegt, wenn ich jetzt losmüsste, was ich machen



würde. Als Erstes würde ich bei uns auf der Internetseite des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit das Thema Gender weiterhin platzieren. Daran arbeite ich.

Als Nächstes kann ich mir vorstellen, zu jedem Thema, mit dem wir in der Weiterbildung unterwegs sind, eine Pressemitteilung zu machen: Weiterbildungsangebote mit Kinderbetreuung usw. Oder ich würde versuchen, deutlich zu machen, dass Weiterbildung auch Zukunftssicherung ist. Viele Frauen suchen sich Berufe wie Arzthelferin oder Frisörin aus und erkennen erst sehr viel später, dass sie nicht viel verdienen und dass sie, wenn sie dann ein Kind haben, möglicherweise sich selbst und das Kind gar nicht davon ernähren können. Solche Fragen stellt sich eine junge Frau gar nicht. Schon im Zuge der Kompetenzbilanzierung mit jungen Menschen kann man sagen: Du musst auch gucken, dass du das Geld verdienst, mit dem du dich und deine Kinder durchbringst! Außerdem würde ich mehr an Vorbildern für Frauen und Männer in untypischen Berufen arbeiten. Aber anders als bisher. Wir machen das immer gerne in Hochglanzpapier, das sind dann diese Vorbilder, von denen wir gar nicht wissen, wie es denen wirklich geht, und noch weniger wissen wir über die Abbrüche. Wir sollten den Mut haben, die Widerstände zu benennen, die diese Menschen haben, wenn sie diese Pionierarbeit machen. Wir sollten ein Stück Empowerment leisten und ihnen sagen: Die Widerstände gibt es, mit den Vorurteilen oder mit dem Raumklima habt ihr zu rechnen, haltet durch!

Und dann sollten wir den Mädchen und auch Jungen erwachsene Personen als Coach an die Seite geben, so dass dieses hehre Ziel auch erreichbar ist. In amerikanischen Studien lese ich, dass Frauen und Männer in untypischen Berufen oft Widerstände haben und vom Umfeld bestraft werden, weil sie sich atypisch verhalten. Da gehört ein verdammt dickes Fell dazu. Woher kommt das? Da sind wir dann wieder bei Weiterbildung und Empowerment usw. Das müssen wir auch schon den ganz jungen Menschen sagen. Frauen und Männern. Denn wenn ein Mann einen Beruf machen möchte, der sonst feminin besetzt ist, ist das ja in Ordnung. Der muss das dann auch durchhalten und will nicht als Weichei gelten.

Angela Wegener:

Wenn Gendern einen Mehrwert hat, Herr Hennicke, wie wollen Sie ihn publik machen?

Martin Hennicke:

Ich habe die Befürchtung, dass der Begriff Gendern den Kreis der großen Öffentlichkeit nicht unbedingt erreichen wird. Die Frage ist, ob man ihn übersetzen kann oder muss. Ich fange mal bei mir an. Der Begriff Innovation spielt eine riesige Rolle in der Diskussion um die Zukunftsfähigkeit eines Standortes, und Innovation wird besetzt mit Technik. Im Ruhrgebiet haben wir seit 15 Jahren Technik, Forschung und Entwicklung gefördert. Das Ergebnis ist, dass unser Forschungs- und Entwicklungsaufwand in den Unternehmen meilenweit dem deutschen und europäischen Durchschnitt hinterherhinkt. Das heißt, wir haben irgendetwas bei der Innovationspolitik falsch gemacht. Wir haben einfach nicht darauf geachtet, dass Innovation nicht Forschung und Entwicklung im engeren Sinne ist, sondern Innovation etwas mit Umfeldbedingungen zu tun hat. Es geht um organisatorische, um soziale Innovation neben dem Technischen, und es geht um vieles, was Lust auf Neues ausmacht. Es geht um Neugier, um Aufgeschlossenheit, um Risikobereitschaft. Es geht um Kommunikation, um Sensibilität, um Toleranz, um Vielfalt. Das macht die Innovationsfähigkeit einer Gesellschaft aus. Und wenn ich mir diese hat sehr viel mit Querschnittsqualifikationen zu tun, und es hat sehr viel mit einem modernen Frauenbild zu tun, finde ich. Das muss man einfach sehen. Innovationen haben große Chancen, wenn man die Frauen beachtet, das muss man bloß mal vermitteln.

Angela Wegener:

Frau Heinen, wie öffentlich sollte Gendern sein? Reicht es, wenn die Entscheider es tun oder sollte es überall im Bewusstsein sein?

Dr. Ute Heinen:



Wenn wir die Gleichstellung der Geschlechter als selbstverständliches Ziel des Zusammenlebens in einer Gesellschaft annehmen, dann muss so etwas wie Gender-Mainstreaming natürlich in der Praxis und auf jeder Ebene verankert sein. Das zu realisieren, ist ein relativ langwieriger Lernprozess. Denn das Bewusstsein ist wenig ausgeprägt, dass es einen Unterschied ausmacht, ob man Dinge aus Frauen- oder Männersicht betrachtet. Vielleicht wäre die erste Vermittlungsebene tatsächlich die der Sprache. Bislang wird üblicherweise die männliche Sprache genutzt. Hier dieser Fachkreiszerkel hat natürlich gelernt, beide Formen zu benutzen, die männliche und die weibliche. Aber auf der Straße ist es anders. Auch in den Medien ist es in der Regel anders. Das hat zum Teil damit zu tun, dass Sprache sehr sperrig wird, wenn man in der Berichterstattung immer beide Formen nimmt. Nichtsdestotrotz wird es sehr wichtig sein, so etwas zu tun, um das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass es einen Unterschied geben mag. Gendern müsste auch in der Erziehung eine große Rolle spielen. Vielleicht kann ich an das anknüpfen, was Frau Hövelmann heute Morgen gesagt hat, und ganz kurz ein Equal-Projekt skizzieren, was in diese Richtung geht. Es geht da um den Berufswahlprozess von Jungen und Mädchen. Das Projekt geht davon aus, dass man gerade in der Lehrerbildung sehr viel dafür tun muss, dass die Gründe klar werden, die dafür maßgeblich sind, dass Jungen oder Mädchen sich in der einen oder anderen Weise entscheiden, um diesen Prozess auch etwas zielgerichteter begleiten zu können. Auf der anderen Seite setzt das Projekt bei den Schülern an. Die Schüler sollen sich bewusst darüber werden, wie ihr Rollenverständnis ist. Sie machen das über Rollenspiele, die in Zusammenarbeit mit einem Frankfurter Theater durchgeführt werden – eine Sache, die den Schülern sehr viel Spaß macht und wobei sie eine Menge lernen. Das ist nur ein Beispiel. Natürlich ist das nicht die Lösung für alle Gender-Mainstreaming-Fragen. Aber es gibt Ansätze, das Thema in der Breite zu diskutieren und zu verankern. Ich denke, es gehört tatsächlich in die breite Öffentlichkeit.

Angela Wegener:

Frau Schmitt-Hofemann, Sie haben gesagt, wofür Sie eintreten. Wie sieht das aus Ihrer Sicht mit der breiten Öffentlichkeit aus?

Renate Schmitt-Hofemann:

Das Thema gehört grundsätzlich in die breite Öffentlichkeit. Ich denke, da besteht ein Konsens hier im Raum. Die Frage ist, wie wir das Ganze vor dem strukturpolitischen Hintergrund anpacken. Und da sind wir bisher – das mag ein Mangel sein – allenfalls an eine interessierte Fachöffentlichkeit herangetreten. Ich nehme mal als Beispiel den Dienstleistungswettbewerb Ruhrgebiet. Das ist auch ein Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Wir wollen damit interessante Projekte fördern und initiieren. Wir wollen etwas tun, um die Dienstleistungsmentalität im Ruhrgebiet zu stärken. Wir wollen Gründer und Gründerinnen stärken. Aber wir machen natürlich auch Öffentlichkeitsarbeit. Ich bin mir darüber im Klaren, dass wir damit nur eine interessierte Fachöffentlichkeit erreichen. Das finde ich an der Stelle aber gar nicht so schlimm, denn man kann nicht immer alles gleichzeitig tun. Da haben wir einen Schwerpunkt gesetzt, und wir haben uns für einen Bereich entschieden, in dem Frauen bereits sehr gut vertreten sind. Aber wenn man sich die Qualität der Arbeitsplätze im Dienstleistungsbereich anschaut, finden wir auch dort Frauen eher auf den unteren Etagen. Trotzdem sehen wir dort gute Möglichkeiten, ganz gezielt die Beteiligung von Frauen auf allen Hierarchieebenen zu erhöhen. Denn es ist natürlich einfacher in einem Feld, das sowohl von den Frauen selbst als auch von den Unternehmen, die Frauen beschäftigen, nicht negativ besetzt ist. Bisher hatten wir eine gute Resonanz. Aber wie gesagt, es ist eine beschränkte Fachöffentlichkeit. Wir hoffen, dass aus diesem Wettbewerb einige gute Beispiele hervorgehen – von Projektvorschlägen, von Unternehmen, von Geschäftsideen, die wir vorzeigen können und mit denen wir beispielhaft dokumentieren können, wie man es machen kann. Das ist ein Weg in Richtung auf mehr Chancengleichheit von Männern und Frauen, mehr Gender-Mainstreaming.

Angela Wegener:

Herr Hachmeyer, wie bringen Sie den Aspekt Gender unter, wenn Sie mit Entscheidern, mit anderen Projektentwicklern, mit anderen wichtigen Menschen zusammensitzen?



Dr. Konrad Hachmeyer-Isphording:

Ein Stichwort ist eben schon gefallen. Auf den Phoenix-Flächen wird schon gelebt und gearbeitet. Wir führen dort Veranstaltungen durch, wir führen Businessplanwettbewerbe durch. Bei all diesen Aktivitäten versuchen wir, nach und nach auch Genderaspekte zu integrieren. Wir haben eine Studie in Auftrag gegeben, die uns auf die Sprünge helfen soll, wie wir den Anteil der Frauen unter den Teilnehmern an den Businessplanwettbewerben erhöhen können. Es sind viele kleine Dinge. Wir führen diese Veranstaltungen auf einem Gelände durch, das heute noch etwas unwirtlich aussieht. Wir haben festgestellt, dass es nicht ganz einfach ist, abends um 10 Uhr dort wegzukommen. In der Zwischenzeit haben wir einen Shuttle organisiert, so dass man abends noch sicher und sauber die Fläche verlassen kann. Es wäre auch mein Wunsch, das Thema Gender nicht immer unter dem Begriff Gender zu diskutieren. Es gibt Beispiele, wo wir vielleicht im Nachhinein denken, dass das ja auch Gender war, sozusagen beiläufig. Wenn wir einen Technologiepark Phoenix realisieren wollen, wären wir vor 15 Jahren von vorgegebenen Arbeitszeitstrukturen ausgegangen: Da fährt man morgens um 8 Uhr in diesen Technologiepark rein und verlässt ihn wieder um 17 Uhr. Die gesamte Infrastruktur würde auf dieses klassische Arbeitszeitmodell abgestellt. Wir wissen heute, dass diese Arbeitszeiten sich verändert haben, dass daraus quasi ein 18- oder 20-Stunden-Betrieb geworden ist. Die Menschen, die dort arbeiten, kommen mal um 8, kommen mal um 11 Uhr. Die Infrastruktur muss sich darauf einstellen. Ich muss einkaufen können, ich muss Kinderbetreuungsmöglichkeiten, Erholungs- und Freizeitmöglichkeiten haben. Das ist alles eine Qualität eines Technologieparks, und ich würde sagen, das ist in höchstem Maße Gender. So können wir dieses Thema stärker in einer breiten Öffentlichkeit verankern. Das würde ich mir wünschen.

Angela Wegener:

Für mich hat sich vieles in dieser Diskussion herauskristallisiert. Einige Punkte möchte ich noch einmal nennen. Gendern macht man nicht mal eben, das ist ein langer Bewusstseinsprozess, an dem wir alle beteiligt sind und an den wir denken sollten, wenn wir hier herausgehen. Gendern ist auch nichts Angeborenes, sondern es gibt eine Genderkompetenz, die man lernen kann. Das Angebot besteht. Vielleicht sagt man irgendwann mal in einem Atemzug, wenn es z. B. um eine Stellenbesetzung geht: Der ist nicht nur fachkompetent, der ist auch sozialkompetent, und er ist genderkompetent. Das wäre ja schön. Sie auf dem Podium möchte ich nicht entlassen, bevor Sie nicht auch einen Satz vervollständigen. Ich bitte Sie darum, in die Zukunft zu blicken: Genderkompetent im Jahre 2024 bin ich, wenn ... Oder Genderkompetenz in 20 Jahren ist erreicht, wenn ... Frau Vaupel, jetzt müssen Sie beginnen.

Bettina Vaupel:

Genderkompetenz wird für mich in 20 Jahren erreicht sein, wenn jeder Mann und jede Frau, die hier bei uns lebt und arbeitet, etwas über Geschlecht und die Geschlechterrollen weiß, sie annimmt, darüber lächeln kann, dass es sich fast überholt hat bis auf den kleinen biologischen Unterschied. Und wenn festgestellt wird, dass es möglich ist, das Individuum zu sehen und sich vom Geschlechterklischee zu trennen. Dass man sich wirklich wahrhaft gleichwertig begegnet.

Myriana Marconi-Dybowski:

... wenn meine Tochter und mein Sohn dann ohne hängende Zunge virtuos zwischen Beruf und Familie pendeln und noch Zeit haben für Weiterbildung.

Martin Hennicke:

Ich bin da sehr optimistisch. Wir werden 2024 in der Wissensgesellschaft leben, von der wir heute immer reden, und diese Wissensgesellschaft ist, glaube ich, dem Gender-Gedanken sehr viel mehr zugetan, als dass wir das heute noch vermuten.

Dr. Ute Heinen:

Genderkompetenz in 20 Jahren ist erreicht, wenn es kein Thema mehr für Modellprojekte ist.



Renate Schmitt-Hofemann:

Genderkompetenz in 20 Jahren ist erreicht, wenn meine Nachfolgerin eine Ressortbesprechung betritt, das Thema Gender dort anspricht und von den Kollegen nicht mehr mitleidig belächelt wird.

Dr. Konrad Hachmeyer-Isphording:

Genderkompetenz in 20 Jahren wäre sicherlich erreicht, wenn wir zurückblicken würden auf den 24. November 2004 und dann denken würden: Was waren wir damals doch noch naiv, wie schwer haben wir uns damals getan, und wie selbstverständlich kommt es uns heute über die Lippen.

Angela Wegener:

Sehr schön. Ich danke Ihnen allen hier auf dem Podium für die interessanten Einblicke. Ich glaube, wenn wir all das, was wir hier gehört haben, sacken lassen, verarbeiten und mit raustragen in die Gespräche, die wir vielleicht künftig führen werden, sind wir auf jeden Fall einen Schritt weiter. Mir hat es viel Spaß gemacht, und ich hoffe, ich habe ein bisschen an Genderkompetenz gewonnen. Ansonsten gehe ich zu Frau Vaupel und lasse es mir noch beibringen. Herzlichen Dank!