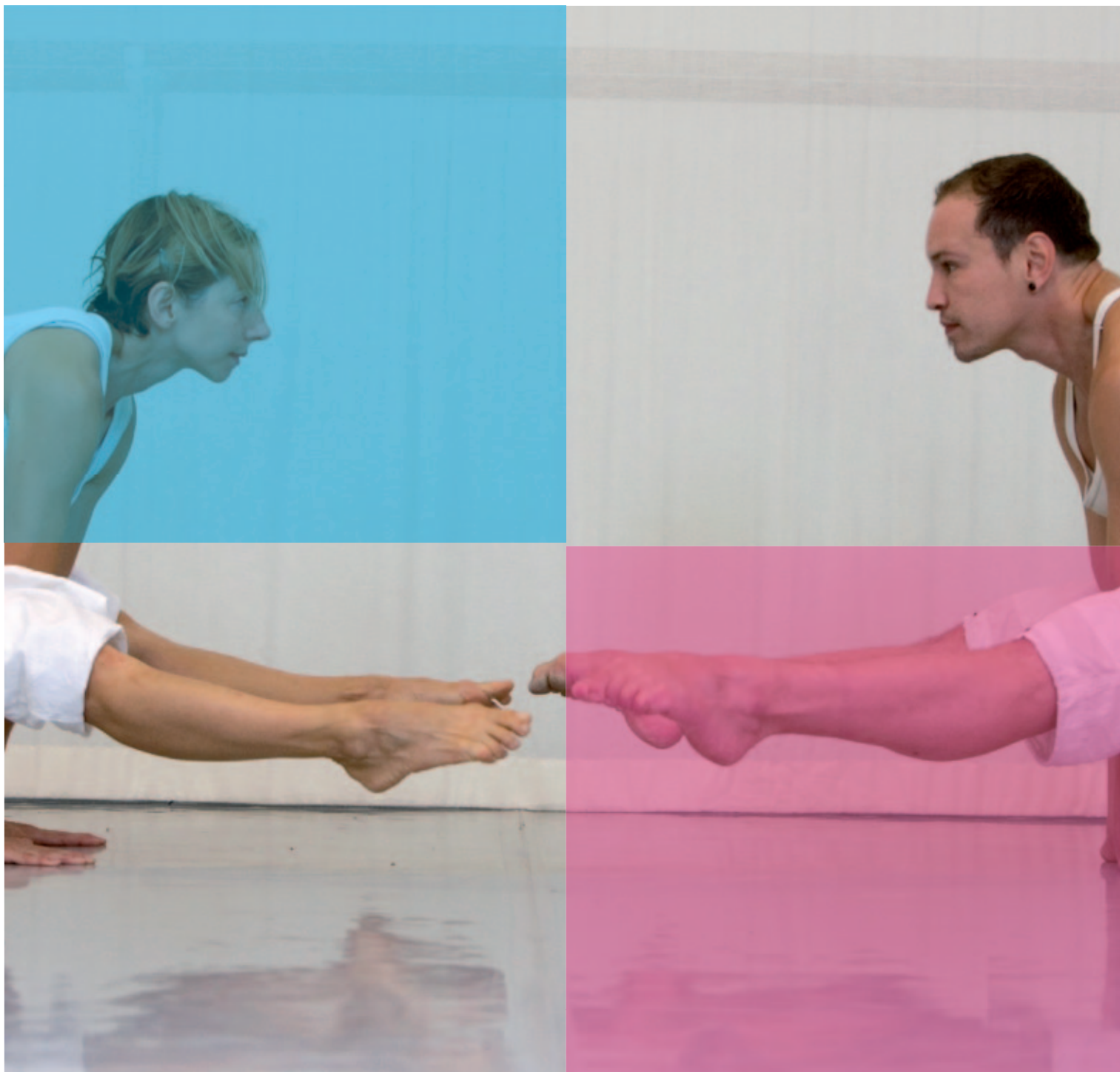


Genderbericht 2010



Bewegung im Gender-Prozess

Sechs Projekte zeigen wie es geht.

Amt für Gleichstellung von Frauen und Männern

Kontakt

Amt für Gleichstellung von Frauen und Männern
Markmannsgasse 7
50667 Köln

Ansprechpartnerin:
Petra Engel

Telefon 0221/221-2 26 44

Telefax 0221/221-2 64 62

petra.engel@stadt-koeln.de

Impressum



Stadt Köln

Der Oberbürgermeister

Dezernat I

Amt für Gleichstellung von Frauen und Männern
Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Gestaltung:

Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

www.stadt-koeln.de

13-Si/I-1/300/05.2011

Sehr geehrte Leserin,
sehr geehrter Leser,

haben Sie sich schon einmal gefragt, was wäre,

- wenn Köln vor 2000 Jahren von Frauen und Männern geplant und erbaut worden wäre,
- wenn Köln 2000 Jahre von Frauen und Männern regiert worden wäre?

Köln sähe bestimmt anders aus.

Seitdem die Stadt Köln Daten geschlechtsspezifisch auswertet, bestätigen sich Beobachtungen und Vermutungen. Frauen lesen mehr Bücher und folglich wird die Stadtbibliothek überwiegend von Frauen aufgesucht. Jungen und Männer sind risikobereiter und haben einen anderen Bewegungsdrang. Das belegen nicht nur die Analysen von Geschwindigkeitsüberschreitungen, sondern auch die Frequentierung von Außensportanlagen.

Auch die Führungskräftefortbildungen zu „Gender Mainstreaming“ zeigen, dass Frauen und Männer beispielsweise Parkanlagen, Generationenhäuser oder Spielplätze ganz unterschiedlich planen. So finden Frauen wichtig, dass es in Grünanlagen Toiletten, ausreichende Beleuchtung und Ruhezonen gibt, für Männer hingegen sind Bolz- und Parkplätze wichtig.

Die Unterschiede der Geschlechter müssen also bei dem kommunalpolitischen Handeln berücksichtigt werden. Es gilt, den Blickwinkel von Frauen und Männern in allen Bereichen einzunehmen und die Unterschiedlichkeit als Chance für ein zielorientiertes Handeln zu nutzen. Dabei geht es nicht darum, die Unterschiedlichkeit der Geschlechter aufzulösen, sondern diese zu nutzen und in die Betrachtung aller politischen und gesellschaftlichen Prozesse mit einzubeziehen.

An der Fortsetzung des Gender-Prozesses nach dem Pilotprojekt beim Ordnungs- und Verkehrsdienst haben sechs Ämter mit viel Engagement mitgewirkt und Gender-Methoden eingesetzt. Die ersten Erfolge sind bereits sichtbar und messbar. Fachliche Unterstützung zur Umsetzung erhielten sie durch das Amt für Gleichstellung von Frauen und Männern. Dort erfolgte auch die Koordination.

Mit diesem Bericht wird aufgezeigt, wie durch die Ergänzung beider Sichtweisen Ergebnisse optimiert und kommunales Handeln zielorientierter gestaltet werden können.

So schreitet der Prozess der Geschlechtergerechtigkeit voran. Denn Chancengleichheit und Gleichstellung dienen der Verwirklichung der Demokratie und des Grundgesetzes.

In diesem Sinne engagieren wir uns.

Ihr



A handwritten signature in black ink that reads "Jürgen Roters".

Jürgen Roters
Oberbürgermeister der Stadt Köln

Ihre



A handwritten signature in black ink that reads "Christine Kronenberg".

Christine Kronenberg
Gleichstellungsbeauftragte



1.	Freie Fahrt für Gender Mainstreaming Wie sich der Prozess entwickelt	Seite 4
2.	Wenn die Zeit knapp ist Für die Schnellleserin, den Schnellleser	Seite 6
3.	Von schnelleren Männern und besseren Frauen Wie Gender-Kompetenz vermittelt wurde	Seite 7
4.	Mit Gender in die Fläche Die Teilprojekte	Seite 9
4.1	Barcelona, Lille, Turku Wie gendern unsere Partnerstädte?	Seite 9
4.2	Warum Männer ihre Muskeln stärken und Frauen ihre Fitness Gender im Betrieblichen Gesundheitsmanagement	Seite 11
4.3	Mannsbilder und Frauensprüche Wie Gender die Qualität der Öffentlichkeitsarbeit verbessert	Seite 16
4.4	Schöner Otto, hässliche Henriette Wie das NS-Dokumentationszentrum die Gender-Strategie für die Didaktik nutzt	Seite 19
4.5	Familienfreundliche Kölner Gewerbegebiete Mit Gender zu einer zielgenauen Planung?	Seite 24
4.6	Wem passt der Schuh? Wie mit Gender die persönliche Schutzausrüstung angepasst wird	Seite 26
5.	Anhang Gender-Checkliste im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit	Seite 31

1. Freie Fahrt für Gender Mainstreaming

Wie sich der Prozess entwickelt

Hinter Gender Mainstreaming steht das Ziel, bei allen Entscheidungen, Vorhaben und Maßnahmen den unterschiedlichen Blickwinkel von Mädchen und Jungen, Frauen und Männern in allen Bereichen und auf allen Ebenen einzunehmen und zu berücksichtigen.

Wie sich der Prozess bei der Stadt Köln entwickelt hat, zeigen die wichtigsten Meilensteine:

Dezember 2003	Verankerung der Strategie Gender Mainstreaming im Leitbild Köln
Juni 2004	Beschluss des Hauptausschusses, ein Konzept zur Implementierung von Gender Mainstreaming bei der Stadt Köln vorzulegen.
Januar 2006	Mit dem Rahmenkonzept zur Umsetzung von Gender Mainstreaming werden die Weichen gestellt: <ul style="list-style-type: none"> - Geschlechterdifferenzierte Erhebung, Auswertung und Veröffentlichung von personenbezogenen Daten - Vermittlung von Gender-Kompetenz - Durchführung eines Pilotprojektes beim Ordnungs- und Verkehrsdienst
Dezember 2008	Erfolgreicher Abschluss des Pilotprojektes beim Ordnungs- und Verkehrsdienst. In den Teilprojekten Jugendschutz, Geschwindigkeitsüberschreitung und Arbeitszufriedenheit werden erstmalig geschlechterdifferenzierte Fakten ermittelt und Gender Mainstreaming praxisbezogen angewendet. Die Umsetzung der Maßnahmen ist noch nicht abgeschlossen.
April 2009	Der Stadtvorstand entscheidet, dass die Strategie Gender Mainstreaming durch weitere Projekte fortgeführt wird.
Mai 2009	Die Dezernate entwickeln potenzielle Projektvorschläge.
August 2009	Erster Austausch über Handlungsfelder zwischen dem Amt für Gleichstellung von Frauen und Männern, den Projektverantwortlichen, den jeweiligen Führungskräften und den Verantwortlichen aus den Dezernaten. Entscheidung über die Gender-Einsatzbereiche.
Oktober 2009	In folgenden kommunalen Handlungsfeldern werden Gender-Methoden eingesetzt: <ul style="list-style-type: none"> - Amt des Oberbürgermeisters Internationale Angelegenheiten - Personalamt Betriebliches Gesundheitsmanagement - Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Projekt Öffentlichkeitsarbeit - Museumsdienst Köln NS-Dokumentationszentrum - Amt für Wirtschaftsförderung Familienfreundliche Kölner Gewerbegebiete „Am Butzweilerhof“ - Arbeitssicherheitstechnische Dienst Persönliche Schutzausrüstung

November 2009	In einem zweitägigen Workshop wurde den Projektverantwortlichen Gender Mainstreaming-Instrumente und Methoden vermittelt, die einzelnen Projekte konkretisiert und Projektpläne erstellt. Die Leitung erfolgte durch einen externen Unternehmensberater und dem Amt für Gleichstellung von Frauen und Männern.
Dezember 2009 bis September 2010	Projektarbeit vor Ort. Vier Arbeitstreffen mit den Projektverantwortlichen.

Gender-Projektteam:



von links nach rechts: Dr. Uwe Korch, Petra Engel, Christiane Schmidt, Markus Jaschke, Tatjana Meyer, Barbara Kirschbaum, Uta Doberitz

Gesamtkoordinatorin:



Petra Engel
Amt für Gleichstellung von Frauen
und Männern
Telefon: 0221/221-2 26 44

2. Wenn die Zeit knapp ist Für die Schnellleserin und den Schnellleser

Die Vermittlung von Gender-Kompetenz ist fester Bestandteil der städtischen Führungskräftefortbildung. Fast 160 städtische Beschäftigte (88 Frauen, 70 Männer) haben an den Schulungen teilgenommen. Die hier aufgezeigten Geschlechterunterschiede sollen für die originäre Aufgabenerledigung und das eigene Führungsverhalten genutzt werden.

In der zweiten Phase zur praktischen Anwendung von Gender Mainstreaming standen bei den sechs konkreten Arbeitsbereichen Effizienz und Zielgenauigkeit im Vordergrund. Es wurden Gender-Aspekte analysiert und Maßnahmen aufgezeigt.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- Mit Kölner Partnerstädten soll ein Netzwerk zu Gender Mainstreaming zum best-practice-transfer aufgebaut werden. Einige Partnerstädte haben bereits Interesse signalisiert.
- Gesundheit hat ein Geschlecht. Rauchen hat für Männer andere gesundheitliche Folgen als für Frauen. Hierzu oder beispielsweise zum Herzinfarkt erfolgen durch das Betriebliche Gesundheitsmanagement geschlechtsspezifische Informationen im Intranet. Und auch die städtischen Gesundheitstage gestalten sich nach Gender-Aspekten.
- Ein Bild sagt mehr als tausend Worte und mit Sprache verändern wir Klischees.

So werben jetzt Feuerwehrfrauen und -männer für den Nachwuchs bei der Feuerwehr.

Für eine gendersensible Öffentlichkeitsarbeit sind das gewählte Bildmaterial und eine geschlechtergerechte Sprache elementar. Eine Gender-Checkliste unterstützt die Dienststellen bei der Erstellung von Broschüren, Flyern oder Plakaten.

- Wie reagiert ein Museum auf die unterschiedlichen Interessen junger Frauen und Männer?

Schüler interessierten sich für (Macht-)Strukturen und technische Details, Schülerinnen eher für die Dimensionen des sozialen Zusammenlebens. Schülerinnen waren in Diskussionen eher zurückhaltend und folgten dem Führungspersonal, Schüler setzten sich häufiger ab und entdeckten das Museum auf eigene Faust. Das waren einige der Erkenntnisse bei den Führungen im NS-Dokumentationszentrum.

Die Unterschiede gilt es in der pädagogischen Arbeit zu berücksichtigen. In Gender-Schulungen werden Freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die geschlechtsspezifischen Unterschiede sensibilisiert.

- „Bitte geben Sie die Mitarbeiterzahl Ihres Unternehmens an“!

Für das Gewerbegebiet Köln-Ossendorf will die Stadt das familienfreundliche Engagement von Unternehmen unterstützen. Dafür ist es wichtig zu wissen, wie viele weibliche und männliche Beschäftigte in den ansässigen Unternehmen arbeiten. Im Rahmen der Gender-Überprüfung fiel auf, dass der in diesem Zusammenhang verwendete Index-Fragebogen keinen ausreichenden Gender-Ansatz beinhaltet. Für die geplante zweite Frageunde werden Gender-Elemente aufgegriffen und in die Planung einbezogen.

- Einheitsgröße 9 für Schutzhandschuhe ist so effektiv wie Sommerreifen bei Glatteis. Das wird sich zukünftig ändern. Bei der Beschaffung der persönlichen Schutzausrüstung wird zukünftig darauf geachtet, dass spezifische Belange von Frauen und Männern berücksichtigt werden.

3. Von schnelleren Männern und besseren Frauen Wie Gender-Kompetenz vermittelt wurde

„Wer den Ball haben will, muss sich anbieten“, das ist im Gender-Seminar eine Empfehlung von Männern an Frauen, die sich beruflich entwickeln wollen. Frauen fragten hingegen „Warum ist der Redeanteil von Männern in Konferenzen höher?“

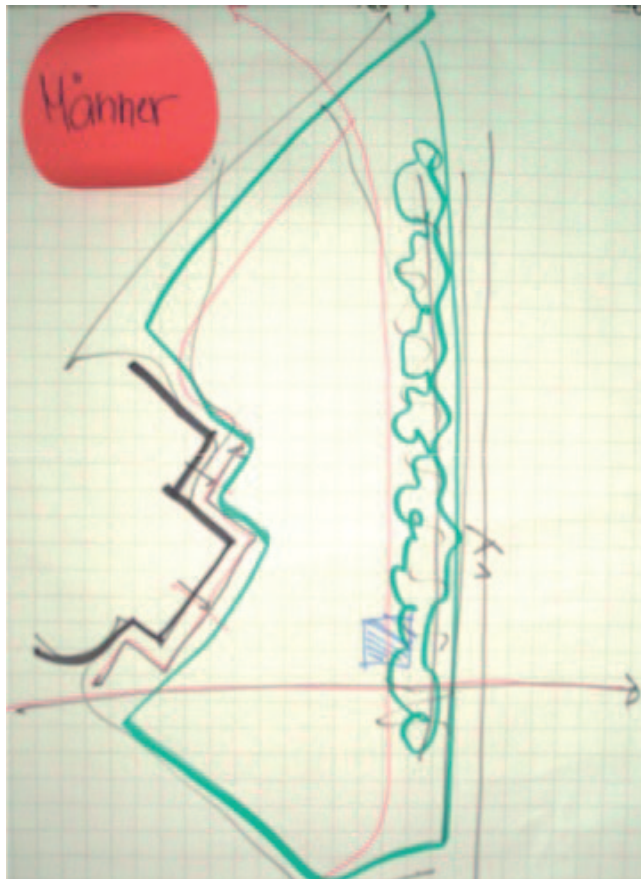
Gefragt wurde auch: „Warum gibt es so wenig Frauen bei der Feuerwehr und so wenig Männer in städtischen Kitas?“

Mit dem Titel „Männer und Frauen führen – Erfolgreiches Gender Mainstreaming in der Führung“ hat die Seminarreihe Ende 2007 entsprechend dem politischen Auftrag für Führungskräfte begonnen. Seitdem ist das Gender-Kompetenztraining fester Bestandteil der Personalentwicklung für Führungskräfte. Im Kern geht es bei dieser Fortbildung darum, Geschlechterunterschiede für die originäre Aufgabenerledigung und für das eigene Führungsverhalten zu nutzen.

Übungen im Seminar beleuchten Unterschiede bei Frauen und Männern.

Aufgabe: Planen Sie eine Grünanlage!

Ergebnis Männer:



Ergebnis: Frauen



Das Ergebnis zeigt, dass Frauen und Männer ihre Ideen nicht nur anders darstellen, sondern auch andere Ansprüche an die Gestaltung des öffentlichen Raumes haben. Für Männer sind Park-, Grill- und Bolzplätze wichtig, für Frauen dagegen Spiel- und Erholungsflächen sowie Bänke, Toiletten und eine ausreichende Beleuchtung.

Es gibt wenige Anlässe, bei denen alle so engagiert mitreden können, wie beim Geschlechterthema. „Meine Tochter kann..., mein Sohn ist da ganz anders“. Nahezu immer geht es um die Unterschiede und wie diese erkannt und genutzt werden!

Wirtschaftliche Unternehmen engagieren sich da bereits und haben sich auf Geschlechterunterschiede zum Beispiel bei ihren Werbekampagnen eingestellt. Für eine Handcreme würde man nie den Werbeblock in der Sportschau nutzen. Hier wirbt man für günstigste Autoversicherungen, für Bier und Motorsägen. Aber auch beim Autokauf weiß man um den weiblichen Einfluss.

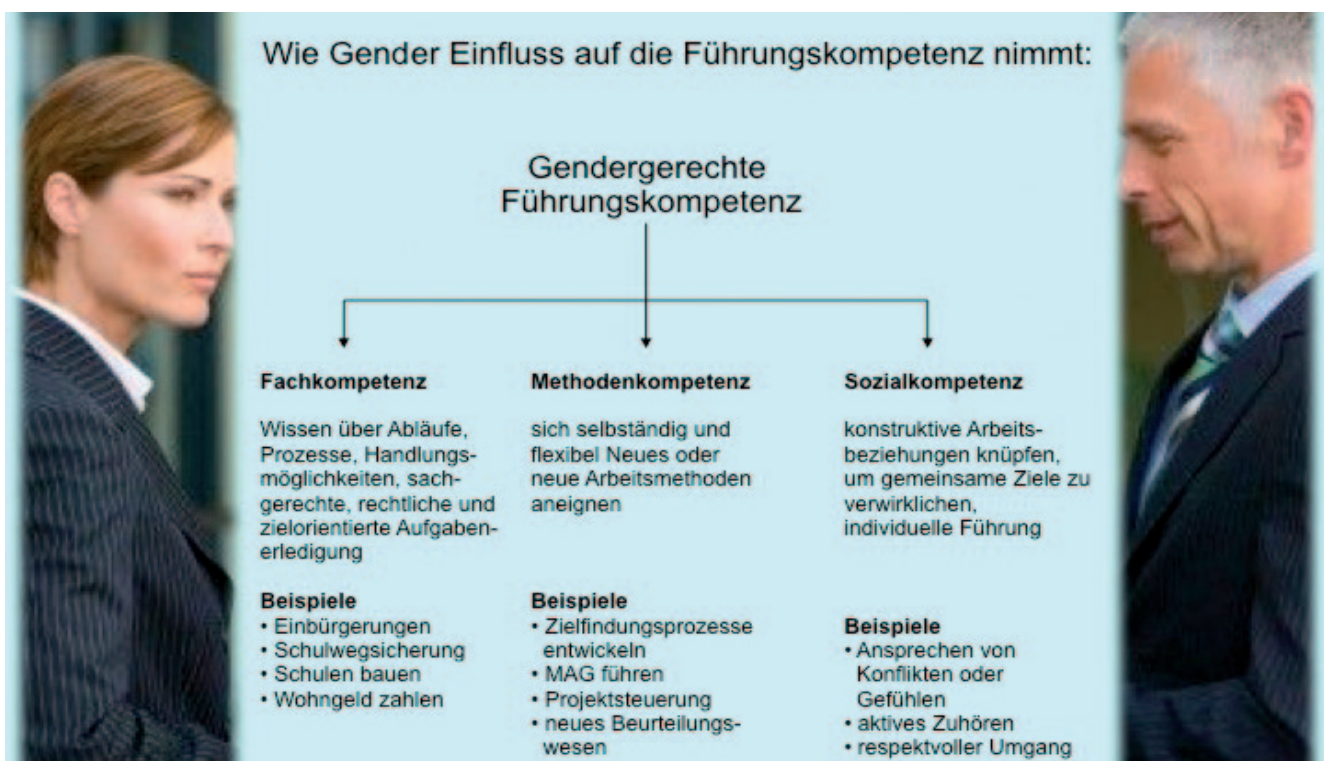
Und in der Kommunalverwaltung?

Im Seminar wird erkannt, dass Frauen und Männer andere Sportarten wählen und eine andere Gesundheitsvorsorge wahrnehmen, Jungen und Mädchen andere Spielgeräte mögen, Frauen mehr Bücher lesen und Männer risikobereiter sind. So zeigen Daten auf, dass mehr Kölnerinnen die Stadtbibliothek und Gesundheitskurse an der Volkshochschule nutzen und Kölner häufiger städtische Sportanlagen frequentieren.

Die Unterschiede der Geschlechter drücken sich in Bedürfnissen, Sichtweisen und Perspektiven, aber auch in Kompetenzen und in Potenzialen aus. Wichtige Aspekte für eine zielorientierte Personalführung!

Mögliche Gründe werden bearbeitet, Hintergründe durch entwicklungspsychologische Erklärungsansätze erläutert, Vorgehensweisen vorgestellt.

Als praxisnahe Möglichkeit wird entwickelt, mit Unterschieden effizient umzugehen und sie zu nutzen. Selbstredend, dass viele auch einen privaten Nutzen aus dem Seminar ziehen. Schließlich sind die Unterschiedsdiskussionen über „schneller und besser“ auch zu Hause alltäglich: Wenn Paul schneller läuft und Pauline eine bessere Handschrift hat oder wenn Papa schneller Auto fährt und Mama besser zuhören kann.



Und so können mit dem Wissen von Unterschieden individuelle Führungsaspekte sowie Fragestellungen, die die Qualität der täglichen Arbeit erhöhen, eingebracht werden. Werden mehr Schulwegunfälle von Mädchen oder Jungen verursacht?

Ist der städtische Internetauftritt auf Frauen und Männer ausgerichtet? Bekommen mehr Frauen oder mehr Männer Auszeichnungen für ehrenamtliche Tätigkeiten? Was passiert, wenn Väter zunehmend Elternzeit nehmen? Warum beobachten und bewerten Frauen und Männer bei Personalauswahlentscheidungen andere Dinge? Warum sind gerade in Krisensituationen gemischte Teams besser?



Christine Kronenberg



Marcus Schmitz, IGS Organisationsberatung GmbH

4. Mit Gender in die Fläche Die Teilprojekte

4.1 Barcelona, Lille, Turku Wie gendern unsere Partnerstädte?

Kurzvorstellung der Aufgabe des Bereiches

Das Büro für internationale Angelegenheiten im Amt des Oberbürgermeisters hat unter anderem die Aufgabe, die 23 Kölner Städtepartnerschaften zu pflegen, Stadtrat und -verwaltung über EU- Angelegenheiten und Fördermöglichkeiten zu beraten, EU-Projekte zu akquirieren und internationale Städtepartnerschaften zu betreuen.

Zielsetzung

Ziel ist die Etablierung eines Netzwerkes und der Erfahrungsaustausch (best-practice-transfer) zum Thema Gender Mainstreaming zwischen der Stadt Köln und Fachverwaltungen der europäischen Partnerstädte.

Die Projektidee

Der Begriff „Gender Mainstreaming“ bzw. Gleichstellungspolitik wurde erstmals 1985 im Rahmen der Weltfrauenkonferenz in Nairobi diskutiert. Bekannt wurde Gender Mainstreaming insbesondere dadurch, dass der Amsterdamer Vertrag 1997/99 das Konzept zum offiziellen Ziel der Gleichstellungspolitik der Europäischen Union machte. Infolgedessen wurden mehrere einschlägige Richtlinien erlassen.

Die Umsetzung des Gender Mainstreaming-Prozesses bleibt trotz seiner Festschreibung in der EU-Politik weiterhin nationale Aufgabe, so dass die Implementierung von Gender Mainstreaming international erhebliche Unterschiede aufzeigt.

Dem Amt des Oberbürgermeisters und dem Amt für Gleichstellung von Frauen und Männern ist es daher ein Anliegen, mit den entsprechenden Fachämtern in ausgesuchten europäischen Partnerstädten in Kontakt zu treten und die Umsetzung von Gender Mainstreaming in ihren jeweiligen Stadtverwaltungen und Städten zu analysieren und zu vergleichen. Projektziel ist dabei die langfristige und dauerhafte Etablierung eines Netzwerkes zu diesem Thema zwischen den Städten. Mit den aus diesem Projekt gewonnenen Erkenntnissen kann in den einzelnen Stadtverwaltungen und Städten eine größere Sensibilisierung für mehr Geschlechtergerechtigkeit geschaffen werden.

Maßnahmenplanung

Zur Zielerreichung wurde in enger Abstimmung mit dem Amt für Gleichstellung von Frauen und Männern im Rahmen des EU-Programms „Europa für die Bürgerinnen und Bürger 1.2 – Netzwerke zwischen Partnerstädten“ ein erster Entwurf für einen Antrag entwickelt. Die Kommission unterstützt die Entwicklung solcher Netzwerke, da diese eine wichtige Rolle bei der Schaffung einer strukturierten, intensiven und vielfältigen Zusammenarbeit spielen. Denn lokale Behörden sehen sich regelmäßig neuen Themen gegenüber und sind an der Umsetzung vielfältiger Politik beteiligt, die oftmals mit europäischen Politikbereichen in Zusammenhang stehen.

Geplant ist eine Veranstaltungsreihe in verschiedenen Partnerstädten mit Vorträgen, Gesprächen, Diskussionen und Workshops. Der Auftakt soll in Köln stattfinden.

Der Antrag wurde für eine inhaltliche Bewertung und Vorabprüfung bei der Kontaktstelle in Deutschland „Europa für die Bürgerinnen und Bürger“ der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V. in Bonn eingereicht.

Parallel wurden fünf der 23 Partnerstädte über das Vorhaben informiert und gebeten zu prüfen, ob ein Interesse besteht, sich an diesem EU-Projekt zu beteiligen.



Kattowitz



Turku



Lille



Lüttich



Barcelona

Erste Ergebnisse

Die Kontaktstelle für das Programm „Europa für die Bürgerinnen und Bürger“ hat die eingereichte Projektidee einer Überprüfung unterzogen. Dabei sei die Veranstaltungsreihe zu dem Thema „Gender Mainstreaming“ in den beteiligten Kommunen eindeutig förderwürdig. Einer näheren Erläuterung bedürfen die in mindestens drei Partnerstädten geplanten Veranstaltungen, die „inhaltlich verschieden sein sollen, auch wenn sie thematisch aufeinander aufbauen“.

Erste Rückmeldungen aus den fünf angefragten Partnerstädten haben gezeigt, dass die Resonanz auf die Anfrage eher zurückhaltend ist. Neben einer positiven Antwort aus der finnischen Partnerstadt Turku erfolgte leider eine Absage aus Lüttich (Belgien). Weitere Rückmeldungen stehen noch aus.

Ausblick, nächste Schritte

Entsprechend den ersten Ergebnissen wird der Antrag im Rahmen des Programms „Europa für Bürgerinnen und Bürgern“ überarbeitet. Anschließend tritt die Stadt Köln erneut in den Dialog mit den Verwaltungen der Partnerstädte.

Projektleiter:



Dr. Uwe Korch
Internationale Angelegenheiten
Telefon: 0221/221-2 18 20

4.2 Warum Männer ihre Muskeln stärken und Frauen ihre Fitness

Gender im Betrieblichen Gesundheitsmanagement

Kurzvorstellung der Aufgabe Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)

BGM ist Bestandteil eines innovativen Personalmanagements des Personalamtes. Aufgabe des BGM-Teams ist es, gesundheitsfördernde und präventive Maßnahmen sowie Gesundheitskonzepte für die städtischen Beschäftigten zu entwickeln und zu organisieren.

Das Betriebliche Gesundheitsmanagement umfasst drei Handlungsfelder

- Die arbeitsplatzorientierte Prävention, die insbesondere den Arbeitsschutz berücksichtigt.

- Bei der beschäftigungsorientierten Gesundheitsförderung wird die klassische Fürsorgepflicht großgeschrieben. Der Fokus liegt hierbei z. B. auf dem Betrieblichen Eingliederungsmanagement, das darauf abzielt, den Arbeitsplatz zu erhalten und die Arbeitsfähigkeit wieder herzustellen.
- Die dritte Säule beinhaltet die freiwillige Prävention, die das Gesundheitsbewusstsein der Beschäftigten durch individuelle Gesundheitsangebote fördert.

Gender-Gesundheit ist ein wichtiger Aspekt des BGM und Bestandteil der Dienstvereinbarung zum BGM.

Zielsetzung

Bereits vor dem offiziellen Start des Projektes wurde den Mitgliedern der Projektgruppe des BGM Gender-Kompetenz vermittelt. Hierbei ging es auch um geschlechtsspezifische Fragestellungen wie beispielsweise:

Was tun Sie für Ihre Gesundheit? Einige Antworten:

Frauen	Männer
achten auf gesunde Ernährung	versuchen, bewusst zu essen
betätigen sich regelmäßig sportlich	versuchen, regelmäßig Sport zu treiben
achten auf Entspannung	achten auf ihr Gewicht
lassen Gesundheitsvorsorgeuntersuchungen durchführen	rauchen weniger, trinken weniger Alkohol
achten darauf, viel frische Luft einzuatmen	haben sich vorgenommen einen Rückenkurs durchzuführen (als Reaktion auf bestehende Beschwerden, damit sie fit bleiben)

Lebensentwürfe und Bedürfnisse von Frauen und Männer sind unterschiedlich. Auch die Gesundheit hat ein Geschlecht. Nicht nur in ihrer Lebenserwartung, sondern auch in ihrem gesundheitsbezogenen Verhalten und in ihren Krankheitsprofilen unterscheiden sich Frauen und Männer.

Ziel ist die nachhaltige und sukzessive Integration von Gender Mainstreaming in das BGM.

Bestandsaufnahme und Analyse

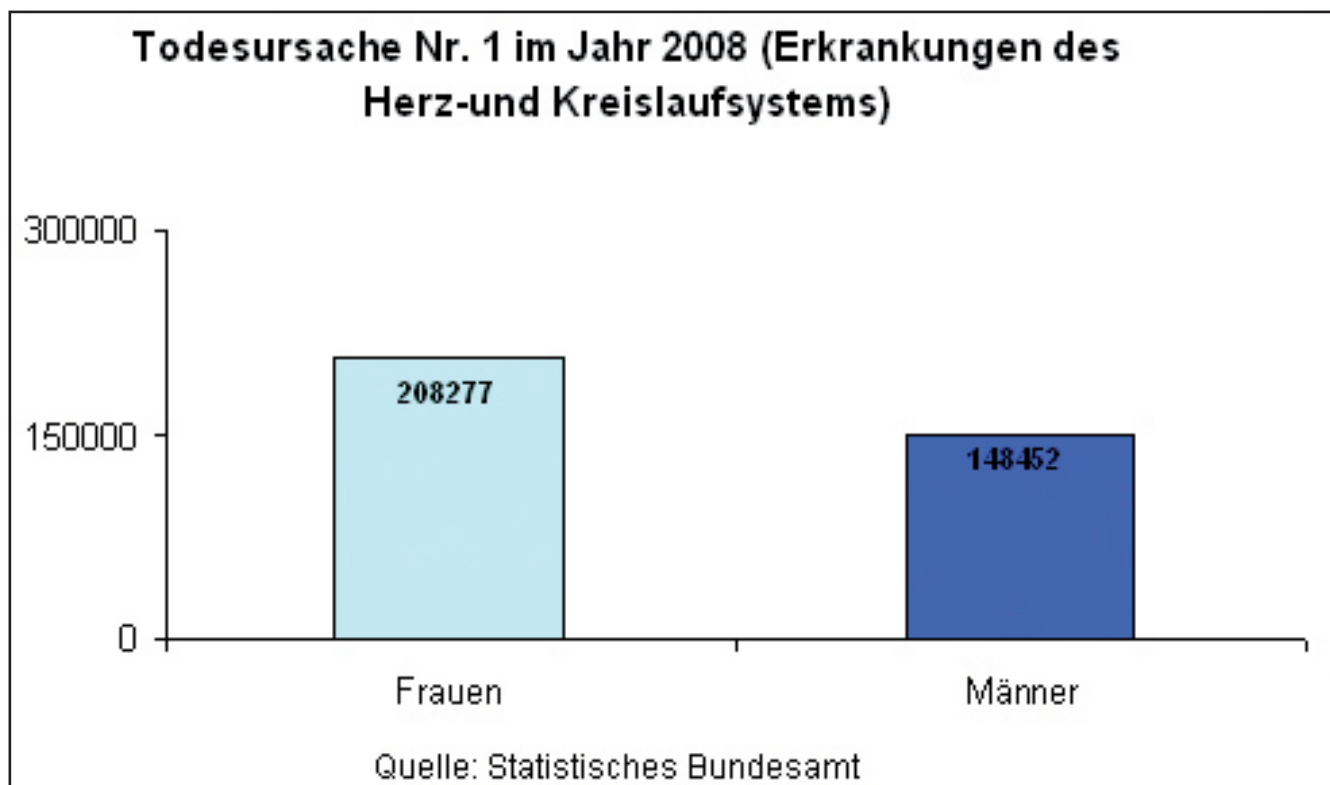
Gesundheitsberichte belegen die geschlechtsspezifischen Unterschiede. Zahlreiche Krankheiten treten bei Frauen anders auf und müssen anders behandelt werden als bei Männern. Dennoch werden die Unterschiede zwischen Frauen und Männern zu wenig in das Gesundheitswesen miteinbezogen.

Das Personalamt hat in einem ersten Schritt folgende Gesundheitsthemen beleuchtet:

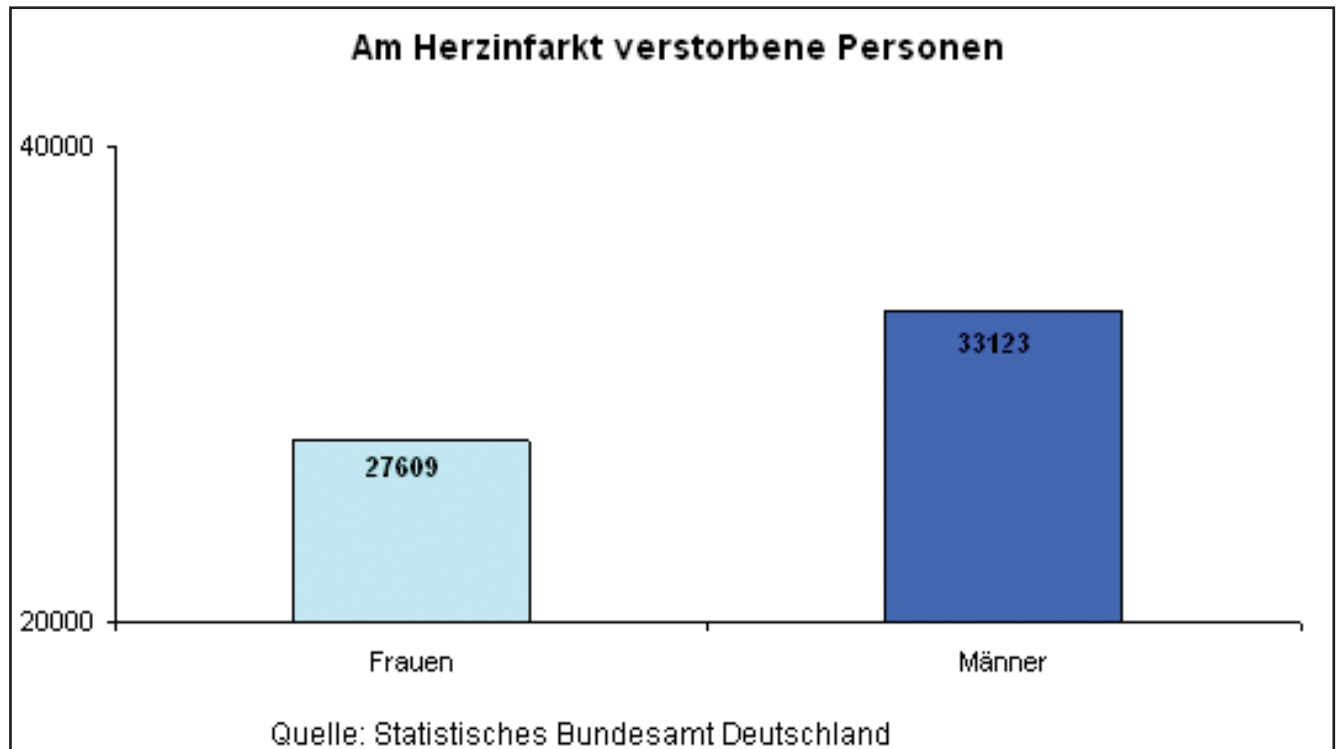
- Herzinfarkt
- Rauchen
- Sport

Herzinfarkt

Von 844.439 Verstorbenen in Deutschland im Jahr 2008 sind nach einer Veröffentlichung des Statistischen Bundesamtes Deutschland 356.729 Personen (42 %) an Erkrankungen des Herz- und Kreislaufsystems verstorben. Diese sind somit Todesursache Nr.1 für Frauen und Männer.



Eine Krankheit, die zu den Erkrankungen des Herz- und Kreislaufsystems zählt, ist der Herzinfarkt.



Wussten Sie, dass der Herzinfarkt auch für Frauen die häufigste Todesursache ist?

Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, dass das Bewusstsein für Symptome eines Herzinfarktes unter Gender-Aspekten geschärft wird.

Was sind die Symptome?

Neben den klassischen männlichen Erkennungszeichen, wie etwa Schmerzen im Brustraum, die in verschiedene Körperregionen ausstrahlen können, machen sich Herzinfarkte bei Frauen häufiger mit unspezifischen Symptomen bemerkbar. Hierzu zählen beispielsweise:

- Übelkeit
- Beschwerden im Oberbauch
- Starke Kurzatmigkeit

Die Symptome im Brustbereich treten ebenfalls oft anders auf. Männer haben starke Schmerzen, Frauen nehmen ein starkes Druck- oder Engegefühl wahr.

Somit vergeht kostbare Zeit und Hilfe kann erst spät in Anspruch genommen werden, weil Symptome falsch gedeutet werden. Auch wenn dem medizinischen Personal die unterschiedlichen Symptome zwischenzeitlich bekannt sind, ist es wichtig, die Beschäftigten hierfür zu sensibilisieren und Unterschiede aufzuzeigen.

Das Berliner Zentrum für Geschlechterforschung in der Medizin hat festgestellt, dass immer mehr jüngere Frauen vom Herzinfarkt betroffen sind, weil der natürliche Schutz durch die weiblichen Hormone durch die zunehmende Belastung (Mehrfachbelastung Familie/Beruf) wegfällt.

Stress wirkt sich bei Frauen dreimal so stark aus wie bei Männern. Mit einer Verhaltensänderung kann das Infarktrisiko erheblich reduziert werden. Hier setzt Gender Mainstreaming an.

Rauchen



Welche geschlechtsspezifischen Unterschiede ergeben sich?

Anhand der oben aufgeführten Statistik ist erkennbar, dass es in Deutschland ungefähr 22 Mio. Raucherinnen und Raucher gibt. Es wird deutlich, dass eindeutig mehr Männer rauchen als Frauen.

Das Rauchen birgt allerdings für Frauen ein deutlich höheres Risiko als für Männer, da nach einer aktuellen Veröffentlichung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung Frauen anfälliger für Gesundheitsschäden durch Rauchen sind. Danach reichen bei ihnen geringere Tabakmengen aus, um das Risiko für chronische Erkrankungen wie Herz-Kreislauferkrankungen oder Krebs zu erhöhen.

Sport

Nach Auswertungen der Betriebssportgemeinschaft der Stadt Köln nehmen Frauen und Männer in allen Altersstufen Sportangebote gleichermaßen in Anspruch.

Die Motive für das Sporttreiben und die ausgewählte Sportart beider Geschlechter sind jedoch recht unterschiedlich:

- Männer bevorzugen wettkampfbetonte und Mannschaftssportarten wie Hand- oder Fußball.
- Bei Frauen dominieren Individualsportarten wie Gymnastik, Laufen, Fitness.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass bei Männern der Sport zur Stärkung der Kondition und der Muskelkraft dienen soll. Mit ihm wird die individuelle Leistungsfähigkeit getestet.

Präventive Bewegungsprogramme werden dagegen überwiegend von Frauen frequentiert. Frauen treiben Sport, um sich fit zu halten, ihr Gewicht zu reduzieren oder zu halten und zu entspannen.

Körperlich aktiv sind beide Geschlechter, Männer sind allerdings weniger mit dem Motiv der Gesundheit unterwegs. Dieses Motiv gewinnt für sie erst mit zunehmendem Alter an Wichtigkeit.

Fazit

Die Untersuchung der oben aufgeführten Gesundheitsthemen macht deutlich, dass in keinem anderen Lebensbereich die Berücksichtigung der Andersartigkeit der Geschlechter so notwendig und lebenswichtig ist wie bei dem Thema Gesundheit.

Maßnahmen

Was wurde bereits umgesetzt:

Präventionsangebote

Beim Gesundheitstag „Herz- und Kreislauf“ im Oktober 2010 wurde darauf geachtet, dass der Geschlechterblick in die Vorträge einfließt. Geschlechtsspezifische Risiken und Bedürfnisse wurden aufgenommen und zusätzlich Broschüren mit geschlechtsbezogenen medizinischen Tipps der Deutschen Herzstiftung angeboten.

In Planung sind:

- Intranetveröffentlichungen

Geplant sind ausführliche Informationen über das Herzinfarktrisiko bei Frauen und Männern. Ziel ist es, die Beschäftigten über die unterschiedlichen Symptome aufzuklären und Verhaltensweisen aufzuzeigen, wie das Herzinfarktrisiko gesenkt werden kann. Dieses Wissen kann Leben retten, da Hilfe schneller in Anspruch genommen werden kann.

Weiterhin erfolgt eine Information zu den erhöhten Risiken für Frauen, aufgrund des Rauchens an chronischen Krankheiten oder an Krebs zu erkranken.

- Präventionsangebote

Um Männer auch für präventive Bewegungsprogramme zu gewinnen, schlägt das Personalamt der Betriebssportgemeinschaft und der Volkshochschule vor, in einem Pilotprojekt Programme, wie zum Beispiel Joga, Pilates oder Qigong, von Trainern nur für Männer anzubieten. Die Erfahrungen veröffentlicht das Personalamt im Intranet.





Ausblick

Es gibt noch viele geschlechtsspezifische Gesundheitsthemen, die publik gemacht werden können, wie zum Beispiel „typische Frauenkrankheiten“, unter denen auch Männer leiden können und die man ihnen so gar nicht zutraut. Dazu zählt etwa der Brustkrebs bei Männern, Osteoporose oder Depression.

Auch die Tatsache, dass nur circa ein Drittel der versicherten Männer die Untersuchungen zur Krebsfrüherkennung nutzen, ist ein Thema, das aufgegriffen werden soll.

Das Personalamt thematisiert daher künftig in regelmäßigen Abständen geschlechtsspezifische Themen im Intranet.

Im BGM werden geschlechtsspezifische Unterschiede aufgegriffen und bei Planungen von Gesundheitsprojekten und sonstigen Maßnahmen berücksichtigt.

Projektleiterin:



Tatjana Meyer
Personalamt
Telefon: 0221/221-2 34 16

¹Interne Auswertungen der Betriebssportgemeinschaft,

Kolip, Altgeld (Hrsg.): „Geschlechtergerechte Gesundheitsförderung und Prävention“, Juventa Verlag, Weinheim, München, 2006

Lehrmaterialien Fernstudium „Präventologie“ vom Berufsverband Deutscher Präventologen e. V.

4.3 Mannsbilder und Frauensprüche Wie Gender die Qualität der Öffentlichkeitsarbeit verbessert

Kurzzvorstellung der Aufgaben des Bereiches

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit dient neben der Informationspflicht der Imagepflege der Stadt Köln. Das Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist verantwortlich für die umfassende Information der Bevölkerung und die Information und Betreuung der Medien.

Bei der Konzeption und Durchführung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit arbeiten das Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und die jeweiligen Fachdienststellen eng zusammen. Dazu zählen insbesondere der Entwurf und die Herstellung von zum Beispiel Broschüren, Prospekten, Plakaten, Anzeigen, Filmen, Schildern und Fahnen. Die Fachdienststellen verantworten hierbei die fachlichen Inhalte. Das Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist für die redaktionelle und grafische Gestaltung und die Gesamtmaßnahme zuständig.

Zielsetzung

Im Rahmen des Projektes soll analysiert werden, inwieweit die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit die unterschiedlichen Lebenssituationen, Bedürfnisse und Interessen von Frauen und Männern innerhalb der verschiedenen Zielgruppen von vornherein widerspiegelt. Es gilt, den Blick für eine zielgruppenorientierte Planung zu schärfen und die Wirkkraft von Botschaften zu erhöhen.

Ziel ist es, die Printprodukte der Stadt Köln gendergerecht und damit zielgerichtet qualitätssteigernd zu verbessern.

Bestandsaufnahme und Analyse

Das Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit führte im Jahr 2009 insgesamt 613 Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit durch:

106 Faltblätter

46 Broschüren

30 Handzettel

163 Plakate

268 sonstige Projekte (zum Beispiel Anzeigen, Filme, Schilder, Banner)

Sämtliche Printprodukte wurden unter die „Gender-Lupe“ genommen mit dem Ergebnis, dass bei vielen Maßnahmen der Gender-Aspekt bereits berücksichtigt wird. Allerdings nicht bei allen und dies gilt es weiter zu optimieren.

Zu den Gender-Aspekten gehören beispielhaft:

- Ausgewogene Darstellung von Frauen und Männern
- Gleichwertige Darstellung von Leistungen und Eigenschaften von Frauen und Männern
- Geschlechtergerechte Sprache

Zwei Beispiele, die den Gender-Ansatz verdeutlichen sollen:

„Werden Sie Spielplatzpate!“



Mit dem Begriff „Pate“ werden männliche Wesen assoziiert. Bürgerinnen sind zwar mitgemeint, aber nicht ausdrücklich angesprochen.

Es mag übertrieben wirken, aber unbestritten bleibt, dass Sprache ein „Instrument zur Herstellung von Wirklichkeit“ ist. Frauen wollen nicht länger in männlichen Formulierungen „mitgemeint“ sein, sondern auch sprachlich in Erscheinung treten und sich aufgefordert fühlen, sich als Patin zu engagieren.

Sprache schafft Bewusstsein und ist wesentliches Ausdrucksmittel unserer Gesellschaft. Mit Formulierungen wie „Bereits 1840 schrieben Mathematiker die ersten Computerprogramme“ assoziieren wir Mannsbilder und vermuten erst gar nicht, dass Frauen daran beteiligt sein könnten. Dabei war es Lady Ada Lovelace, die 1840 das allererste Computerprogramm entwickelte. Notwendig für eine gleichstellungssensible Öffentlichkeitsarbeit ist, dass in der Ansprache der jeweiligen Zielgruppen genau differenziert wird. Hierbei sind besonders die sprachliche Gleichstellung der Geschlechter sowie die Auswahl von Bildmaterial entscheidend. Häufig werden – wenn auch unbeabsichtigt – mit Bildern Männern und Frauen stereotypisiert.

Mit:

„Übernehmen Sie eine Spielplatzpatenschaft!“ oder „Werden Sie Spielplatzpatin! – Werden Sie Spielplatzpatel!“ wären Frauen sichtbar geworden.

Im folgenden Beispiel wurde gezielt darauf geachtet, dass sowohl ältere Frauen und Männer dargestellt werden, damit sich beide Geschlechter angesprochen fühlen.

Der Oberbürgermeister

Stadt Köln

gesund & mobil im Alter




gesund & mobil im Alter
Aktionstage
29. und 30. September 2010
10 bis 17 Uhr, Eintritt frei!
Gürzenich Köln

Maßnahme

Damit Gender Mainstreaming in Zukunft regelmäßig und durchgängig in sämtlichen Printprodukten der Stadt Köln Berücksichtigung findet, wurde eine Gender Checkliste für den Bereich der Öffentlichkeitsarbeit erstellt. Diese soll den Beschäftigten im Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit als Hilfestellung dienen und sie bei ihrer Arbeit unterstützen.

Die Checkliste (die diesem Bericht angehängt ist) wird bis zum Jahresende 2010 im Rahmen eines Pilotprojektes bei geeigneten Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit erprobt.

Auch die Feuerwehr „gendet“.

Der Oberbürgermeister

Stadt Köln

Gemeinsam helfen. Jetzt bewerben!



**Gemeinsam helfen.
Jetzt bewerben!**
Berufsfeuerwehr – nicht nur Männersache!

Ausblick

Nach der Erprobungsphase wird zur Jahresmitte 2011 der Nutzen der Gender-Checkliste bewertet und ggf. Anpassungen vorgenommen.

Die erfolgreich beim Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erprobte Gender-Checkliste wird den Fachdienststellen zur konzeptionellen Planung von Veröffentlichungen zur Verfügung gestellt. So kann sicher gestellt werden, dass bereits bei der Vorauswahl der Inhalte und Bilder Gender Mainstreaming Berücksichtigung findet.

Projektleiterin:



Christiane Schmidt
Amt für Presse- und Öffentlich-
keitsarbeit
Telefon: 0221/221-2 60 80

4.4 Schöner Otto, hässliche Henriette Wie das NS-Dokumentationszentrum die Gender-Strategie für die Didaktik nutzt

Kurzvorstellung der Aufgabe des Bereiches

Das Projekt wurde durchgeführt vom Museumsdienst Köln für das NS-Dokumentationszentrum der Stadt Köln. Diese Einrichtung beherbergt gleichzeitig eine Forschungsstätte zum Thema Nationalsozialismus, ein Museum mit der Dauerausstellung „Köln im Nationalsozialismus“ und die Gedenkstätte „Gestapogefängnis“. Es ist in dieser Form einmalig und hat im Jahr über 50 Tausend Besucherinnen und Besucher, darunter viele Schulklassen, die zu Führungen ins Haus kommen. Die Schülerinnen und Schüler sind in der großen Mehrzahl zwischen 15 und 18 Jahren alt. Als die Auswahl der Ausstellungsexponate Mitte der neunziger Jahre des letzten Jahrhunderts diskutiert wurde, wurde der Geschlechteraspekt schon berücksichtigt. Was fehlte, war eine genauere Betrachtung des Vermittlungsbereichs. Somit erstreckt sich das hier vorgestellte Gender-Projekt auf den Bereich der Museums- und Gedenkstättenpädagogik.

Zielsetzung

Die besten Angebote nützen nichts, wenn sie nicht die Aufmerksamkeit der Schülerinnen und Schüler erreichen. Hierzu ist es nötig zu wissen, was diese Aufmerksamkeit fördert und – vielleicht noch wichtiger – was sie behindert!

Hieraus ergibt sich die Zielsetzung des Projektes:
Herauszufinden, ob

weibliche und männliche Jugendliche unterschiedliche Interessen haben, wenn sie das Museum und die Gedenkstätte besuchen

sie unterschiedliche Zugänge zur Thematik finden und

sie sich in den Führungen anders verhalten.

Aber auch die vermittelten Inhalte wurden überprüft:

- Geben sie den weiblichen und männlichen Jugendlichen Anregungen für eine bewusste Auseinandersetzung mit Männlichkeits- und Weiblichkeitsmustern?
- Erfahren sie diese Muster als historisch gewordene und damit veränderbare Rollenzuschreibung?
- Entwickeln sie ein Gefühl, ob ihre Individualität von Rollenzuweisungen eingeschränkt oder gestützt wird?

Bestandsaufnahme und Analyse

In ersten Beobachtungen wurde festgestellt, dass genderspezifische Faktoren bei Führungen für Schulklassen einen potenziellen „Störfall“ bei der Vermittlung darstellen (falsche Interpretation einzelner Schülerinnen und Schüler – Reaktionen durch die Freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter). Um gezielt herausfinden, ob Unterschiede in Verhalten, Interesse und Äußerungen auf Seiten der Schülerinnen und Schüler auffallen, aber auch, inwiefern solche Unterschiede in der Interaktion der Freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit den Schülerinnen und Schüler berücksichtigt werden können, wurde eine beobachtende Datenerfassung durchgeführt.

Zur Untersuchung wurden 10 geführte Besuchergruppen begleitet. Bei den Freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern handelte es sich in sieben Fällen um Frauen, in drei Fällen um Männer. Dieses Ungleichgewicht spiegelt allerdings nicht das reale Verhältnis wider. Von dem im Untersuchungszeitraum 25 Freien Beschäftigten waren 14 Frauen und 11 Männer.

Die beobachteten Schülergruppen deckten alle Schulformen der Sekundarstufe I und II ab, von der Förderschule bis zur gymnasialen Oberstufe. Es befanden sich auch zwei Gruppen junger Menschen aus einem Schulabbrecher-Programm darunter. Insgesamt setzten sich die 10 begleiteten Gruppen aus 58 weiblichen und 79 männlichen Jugendlichen im Alter von 13 bis ca. 19 Jahren zusammen.

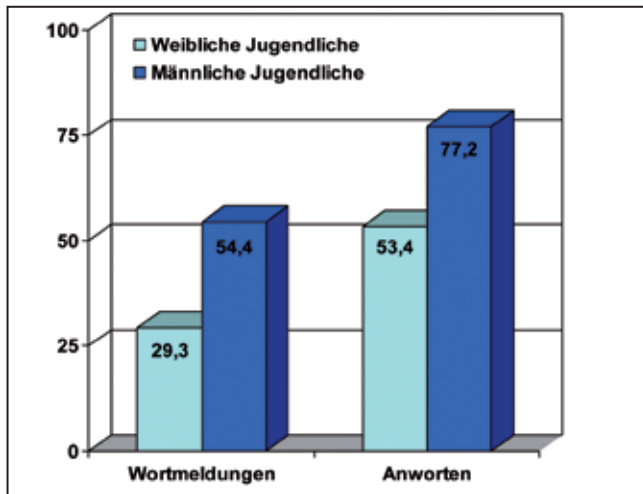
Das Hauptaugenmerk der beobachtenden Begleitung lag dabei auf folgenden Punkten:

Wie aktiv bringen sich weibliche und männliche Jugendliche verbal in die Führung ein? Äußern sie Ideen, fragen sie nach?

Welche thematischen Aspekte und welche Exponate wecken die Aufmerksamkeit der weiblichen und männlichen Jugendlichen? Schaffen sie es, Interesse und Desinteresse zu äußern, bzw. für sich selbst die optimalen Bedingungen für den Museumsbesuch zu schaffen?

Tatsächlich kristallisierten sich gravierende geschlechtsspezifische Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Jugendlichen heraus, die sich allerdings auch in geschlechtshomogenen Gruppen nicht aufweichten. Auch reine Mädchengruppen verhielten sich insgesamt ruhiger und passiver im Gegensatz zu Jungengruppen. Am eindrucksvollsten zeigt sich ein quantitativer Unterschied bei der Beobachtung der aktiven Teilnahme.

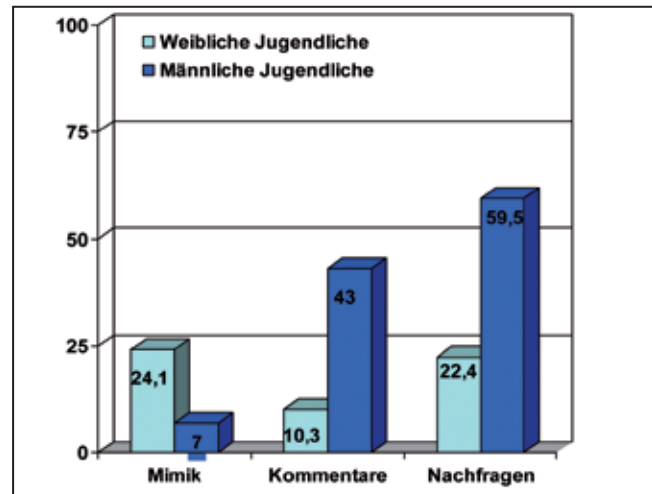
Verbale Interaktion



Die von den Freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gestellten Fragen bezogen sich vor allem auf assoziatives Wissen oder spontane Gedanken zu den betrachteten Exponaten. Hier meldeten sich junge Männer schneller und häufiger als junge Frauen und erhielten dadurch häufiger die Gelegenheit, sich zu äußern. Tatsächlich gab es aber in mindestens drei Gruppen einige wenige männliche Jugendliche, die sich sehr aktiv beteiligten – auch die vielen Beiträge dieser Einzelnen fließen in diese Statistik ein.

Es fiel auf, dass die Bereitschaft der jungen Frauen, sich zu äußern, in der zweiten Hälfte der Führung oft zunahm. Während sie – trotz Aufforderung – anfangs oft hinten stehen blieben, auch wenn dies bedeutete, dass sie nichts sehen konnten, suchten sie sich im Verlauf der Führung oft bessere Plätze.

Nachfragen oder Kommentare zu den vermittelten Inhalten wurden von jungen Männern generell direkt an das Führungspersonal gerichtet, während junge Frauen sich beim Raumwechsel mit ihren Fragen häufig an die Lehrerin/den Lehrer oder andere Mitschülerinnen oder Mitschüler wandten und nur in vier Fällen direkt an die Freie Mitarbeiterin oder den Freien Mitarbeiter. Es fiel auf, dass es auch häufig weibliche Jugendliche waren, die offene Fragen der männlichen Jugendlichen außer Hörweite des Führungspersonals zu klären wussten.



Auch inhaltlich ließen sich unterschiedliche Interessenschwerpunkte erkennen: Oft bezogen sich die Fragen der männlichen Jugendlichen auf konkrete Gegenstände oder auf deren Originalität. Gerade Hauptschüler versuchten, einen Bezug zur eigenen Lebenssituation herzustellen, zum Beispiel, indem die Zellengröße mit der eigenen Zimmergröße verglichen wurde oder indem Ähnlichkeiten zu Fotos von Nazi-Funktionären projiziert wurden.

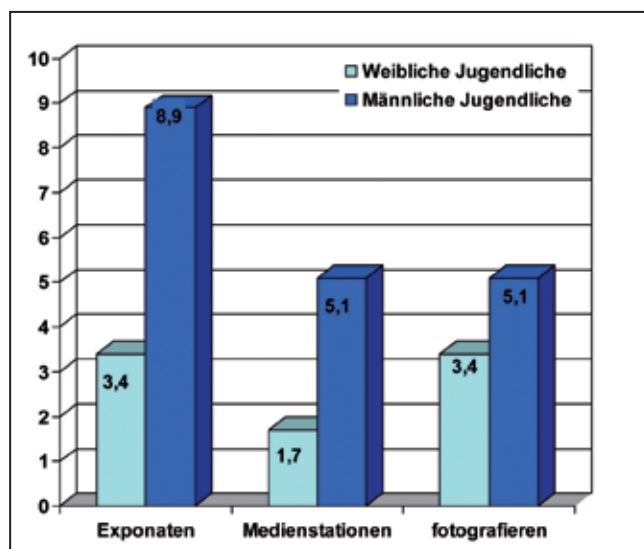
Bei weiblichen Jugendlichen dagegen standen häufiger Aspekte der sinnlichen Wahrnehmung im Vordergrund: Reaktionen auf den Geruch im ehemaligen Bunker und im Gefängnisstrakt, die bedrückende Atmosphäre auf den langen, engen Fluren und ihre eigene körperliche Reaktion hierauf („Mir wird schlecht!“, „Hier kriegt man ja Kopfweh!“, „Ist das eklig!“) wurden gelegentlich angesprochen. Solche Äußerungen waren aber eher selten: Interesse der jungen Frauen wurde vor allem durch häufig aufgebauten Blickkontakt mit der Führungskraft verdeutlicht, einzelne Fakten wurden vor allem durch Mimik statt durch Kommentare geäußert.

Festgestellt werden konnte zudem, dass sich Schülerinnen und Schüler der Fördergruppen insgesamt aktiver beteiligten als die anderer Schulformen.

Interesse an den Ausstellungsgegenständen

Hier sind die Unterschiede zwar weniger markant als in der verbalen Teilnahme, dennoch spiegelt sich tendenziell die größere Eigeninitiative von männlichen Jugendlichen auch hier wider.

Einige männliche Jugendliche wandten sich während des Vortrags anderen Exponaten zu: Vor allem Originalgegenstände aus der NS-Zeit, z. B. Objekte, die zum Schreiben in den Gefängniszellen benutzt wurden oder auch eine alte Schreibmaschine fanden ihre Aufmerksamkeit. Sie klickten Medienstationen an und fotografierten diese Objekte.



Weibliche Jugendliche dagegen verhielten sich, bis auf gelegentliches Tuscheln mit der Nachbarin, auch bei offensichtlichem Desinteresse an der Führung, unauffällig. Sie nahmen sich meist erst beim Wechsel in einen anderen Ausstellungsraum die Freiheit, einzelne Exponate, die ihr Interesse geweckt hatten, näher zu betrachten.

Inhaltlich bemühten sich die Freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die bekannten Einzelschicksale sowohl männlicher als auch weiblicher Personen zu vermitteln. Sie reagierten auf verbale Äußerungen jeglicher Art, mimische Kommentierung oder bestätigendes Nicken der weiblichen Jugendlichen wurden von ihnen jedoch in der Regel nicht beachtet.

Maßnahmenplanung

Darstellung von weiblichen und männlichen Vorbildern

Hauptklientel der Führungen sind Jugendliche in der Pubertät. In dieser Zeit ist es für die Heranwachsenden wichtig, ihre Individualität an den gesellschaftlich gängigen Rollenklischees zu messen und ihre eigene Persönlichkeit aufzubauen.



Widerstandskämpfer Otto Kropp.
Bildrechte: W.Kuchta / VVN – Bund der Antifaschisten Köln

Er könnte jungen männlichen Ausstellungsbesuchern als Vorbild angeboten werden.

Gegenwärtig vermissen junge Männer häufig männliche Vorbilder, die Stärke ausstrahlen. Hier ist darauf zu achten, wer im Rahmen des Besuchs im EL-DE-Haus als Vorbild angeboten wird.

Wenn vermieden werden soll, Stärke und Gewalt in eins zu setzen, muss den Widerstandskämpfern mehr Raum gegeben werden als den Gestapo-Beamten.



Henriette Ackermann, engagierte und mutige Frau im Kölner Rat, von den Nationalsozialisten mehrfach verhaftet und ins KZ gebracht. Diese Karikatur in der Ausstellung des NS-Dokumentationszentrums ist nicht gerade schmeichelhaft und spricht junge Frauen nicht an.

Für junge Frauen ist es auf dem Weg zur Entwicklung zur Frau wichtig, dass weibliche Vorbilder präsentiert werden. Neben Stärke spielt die Attraktivität für weibliche Jugendliche eine wichtige Rolle.

Diese Attraktivität sollte sich selbstverständlich nicht aufs rein Äußerliche beschränken. Aber es wäre unklug, diese Erkenntnis von 14 – 16jährigen Mädchen zu erwarten – besonders in einem gesellschaftlichen Umfeld, in dem körperliche Anmut als Zielvorstellung von Weiblichkeit massiv propagiert wird. Will man hier andere Frauenbilder etablieren, sollte dies in einer möglichst wenig abstoßenden Form geschehen.

Berücksichtigung der geschlechtsspezifischen Unterschiede in der pädagogischen Arbeit

Für die Interaktion zwischen Freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Jugendlichen in diesem Alter ergeben sich wichtige Hinweise aus der Gender-Analyse. Viele junge Männer befürchten unbewusst, dass sie besonderes beim Besuch der Gedenkstätte von starken Gefühlen überwältigt werden könnten. Da sie – pubertätsbedingt – häufig innere Unsicherheiten kaum aushalten, reagieren sie mit demonstrativer Stärke. Nur wenn diese spezifischen Befindlichkeiten der Jugendlichen den Freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bewusst sind, können sie dieses Verhalten richtig einordnen, nämlich als Schutzmechanismus und nicht als Provokation. Sanktionen wären hier also völlig fehl am Platz.

Bei den jungen Frauen in diesem Alter gibt es die Tendenz, sich in sich selbst oder eine kleinere Mädchengruppe zurückzuziehen. Sie agieren also nicht extrovertiert (s. Datenanalyse), sondern besprechen die Dinge untereinander. Das ist zu berücksichtigen und auch hier sind voreilige Sanktionen auf Grund vermuteten Desinteresses als Reaktion auf „Schwatzen“ zu vermeiden.

Meist richtet sich die Vorliebe der weiblichen Jugendlichen auf konkrete Personen, mit denen sie mitdenken und mitfühlen können. Bevorzugte Themen der männlichen Jugendlichen hingegen sind Abenteuer, Gefahr, Krieg usw.. Sie sprechen in der Regel nicht über ihre eigenen Befindlichkeiten und Gefühle, schon gar nicht vor anderen. Über die Spiegelung in historischen Personen können hier Zugänge geschaffen werden. Diese Chance sollte bewusst genutzt werden, denn dort, wo junge Männer sich mit sich selbst auseinandersetzen können, werden ihre gesellschaftlich übergangenen emotionalen Qualitäten frei – und dies gilt es, zu unterstützen.

Die Berücksichtigung der bisher oben beobachteten Gender-Einflüsse in der pädagogischen Arbeit hat zum Ziel, weibliche und männliche Jugendliche bei allen Unterschieden in der Arbeit gleichwertig zu betrachten. Dies bedeutet allerdings nicht, die beobachteten Unterschiede festzuschreiben, sondern für die jeweils spezifischen Herangehensweisen und Vorlieben zu sensibilisieren. So lassen sich Reaktionen vermeiden, die den Einzelnen nicht gerecht werden. Für die vermittelnden Personen gilt darüber hinaus, dass sie sich ihrer eigenen geschlechtsspezifischen Vorstellungen und Prägungen bewusst werden und darüber nachdenken, wie sich dies im erzieherischen Handeln auswirkt.

Bei der Auswahl der Exponate werden geschlechtsspezifische Belange berücksichtigt

Auf der Ebene der vermittelten Inhalte werden bei der Auswahl der Exponate in Zukunft die spezifischen Mädchen- und Jungenbelange bewusst berücksichtigt. So wird zum Beispiel darauf geachtet, dass Frauen nicht nur als Opfer, sondern auch als das NS-Regime aktiv unterstützende Menschen in den Blick genommen werden. Neben den Exponaten sind die Fragestellungen, die innerhalb einer Führung entwickelt werden, wichtig. Das können allgemeine Fragestellungen sein, z. B. wann und unter welchen Umständen sich die Geschlechtervorstellungen änderten und welche Zielsetzungen dahinter standen. Aber auch NS-spezifische Aspekte sollen aufgezeigt werden, z.B. mit welchen Maßnahmen im NS eine sogenannte „Deutsche Frau“ kreiert werden sollte und mit welchen Maßnahmen, Gesetzen und Verordnungen die anderen Frauen konfrontiert wurden, die nicht in diese Vorstellung passten. Das Gleiche gilt auch für Männer, die einem bestimmten Männerbild entsprechen sollten. Weiterhin ist es spannend, die Spuren der NS-Ideologie aufzuspüren, die heute noch in Erziehungsmodellen und Rollenzuschreibungen wirksam sind.

Weitere Schritte, die in der zukünftigen Vermittlungsarbeit angestrebt werden:

Bei der Rekrutierung neuer Freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im pädagogischen Bereich wird zukünftig darauf geachtet, dass das Geschlechterverhältnis sich angleicht.

Die Strategie Gender Mainstreaming wird im Rahmen von Fortbildungen der Freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausführlich vorgestellt und besprochen.

Ausblick

Die gewonnenen Erkenntnisse fließen in die Arbeit des NS-Dokumentationszentrum ein. Mit dem Ausbau der Datenerfassung in Kooperation mit der Universität Bochum wird es darüber hinaus möglich sein, vertiefte Analysen durchzuführen und auszuwerten.

Projektleiterin:



Barbara Kirschbaum
NS-Dokumentationszentrum
Telefon: 0221/221-2 65 67

4.5 Familienfreundliche Kölner Gewerbegebiete Mit Gender zu einer zielgenauen Planung?

Kurzvorstellung der Aufgaben des Bereiches

Das Amt für Wirtschaftsförderung profiliert Köln im Bereich des Standortmarketing national und international als progressiven Wirtschaftsraum und unterstützt mit seinem Unternehmens-Service die Ansiedlung, Erweiterung oder Verlagerung von Unternehmen bei allen Abstimmungsprozessen in der Verwaltung. Für die Beteiligung am Gender Mainstreaming-Prozess wurde das Projekt „Familienfreundliche Kölner Gewerbegebiete“ in der Abteilung Arbeitsmarktförderung ausgewählt. Dieses entwickelt Strategien und Projekte zur Stärkung des Arbeitsmarktes und widmet sich Themen wie z.B. Qualifizierung arbeitsloser Menschen und deren Eingliederung in den Arbeitsmarkt sowie Existenzgründung, Strukturwandel und Diversity.

Die Stadt Köln – in Kooperation mit dem Kölner Bündnis für Familien – verfolgt mit dem Projekt „Familienfreundliche Kölner Gewerbegebiete“ das Ziel, Unternehmen bei der Entwicklung des immer mehr an Bedeutung gewinnenden Standortfaktors „familienfreundliches Engagement“ zu unterstützen. Als einer der Gewinner des Wettbewerbs familie@unternehmen.nrw wird es vom 01.06.2009 bis 30.05.2011 im Rahmen des NRW/ EU-Gemeinschaftsprogramms Ziel 2 durchgeführt. Als Projektgebiet wurde das Gewerbegebiet Köln-Ossendorf mit seinen etwa 400 Unternehmen und rund 11.500 Beschäftigten ausgewählt.

Zielsetzung

Im Rahmen des Prozesses wird dieses Projekt „Familienfreundliche Kölner Gewerbegebiete“ daraufhin geprüft, inwieweit Gender-Ansätze aufgegriffen und umgesetzt werden. Ziel ist, dass zum einen von den Projektmitarbeiterinnen und -mitarbeitern in den Gesprächen mit den Geschäftsführungen und Personalverantwortlichen deutlich auf die unterschiedlichen Sichtweisen und Bedürfnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Firmen des Projektgebietes hingewiesen wird. Zum anderen sollen Anregungen und ggf. Verbesserungsvorschläge zur Umsetzung des Gender-Gedankens erarbeitet werden und in die Projektumsetzung einfließen.

Bestandsaufnahme und Analyse

Bei der Zusammensetzung des Projektteams wurde darauf geachtet, dass beide Geschlechter vertreten sind.

Die Öffentlichkeitsarbeit des Projekts (Flyer, Veranstaltungen und Zwischenberichte) wurde auf Gender-Aspekte hin untersucht. Es zeigt sich, dass auf die Ansprache und Darstellung beider Geschlechter geachtet wird.



Butzweiler Gespräche, Podiumsdiskussion zum Projektthema

Im Projekt „Familienfreundliche Kölner Gewerbegebiete“ bestand für das Projektteam die Notwendigkeit, die Ausgangslage zum Thema „Umgang mit Fragen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ zu klären. Außerdem war es notwendig, ein Instrument einzusetzen, mit dem die Nachhaltigkeit des Projekts evaluiert und dokumentiert werden kann. Für das erste Gespräch in den Unternehmen wurde daher als Gesprächsleitfaden und zur besseren Selbsteinschätzung der Personalverantwortlichen der ebenfalls aus EU-Mitteln geförderte Index-Fragebogen der berufundfamilie gGmbH – einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung – herangezogen. Hiermit wird den Unternehmen ein Instrument zur Verfügung gestellt, mit dem selbstständig Stärken und Entwicklungspotenziale der eigenen Personalpolitik in Bezug auf das Familienbewusstsein überprüft werden können. Der hieraus individuell ermittelte Indexwert bildet die drei wesentlichen Aspekte betrieblichen Familienbewusstseins ab:

- den Dialog zwischen Unternehmensführung und Beschäftigten,
- die Leistung der Betriebe in Form von familienbewussten Maßnahmen sowie
- eine familienbewusste Unternehmenskultur.

Zum Ende des Projekts werden diese Fragestellungen erneut mit den Unternehmen erörtert, die sich an der Erstbefragung mittels des Fragebogens beteiligt haben.

Im Rahmen des Gender Mainstreaming-Prozesses im Amt für Wirtschaftsförderung steht insbesondere die Ausgestaltung des Index-Fragebogens mit den damit zusammenhängenden Wirkungen im Fokus.

Index-Fragebogen

Der von berufundfamilie gGmbH zur Verfügung gestellte Index-Fragebogen lässt Gender-Fragen offen. Beispielsweise wird auf eine gendergerechte Sprache völlig verzichtet, wobei gerade diese in diesem thematischen Zusammenhang von größter Bedeutung ist. Stattdessen erscheint am Anfang ein Hinweis, dass trotz der gewählten männlichen Sprachform beide Geschlechter gemeint sind und sich angesprochen fühlen sollen. Dies hat nicht nur Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Fragestellung, sondern auch auf den Inhalt der Antwort. Es erfolgt z. B. keine Sensibilisierung der Geschäftsleitung oder der Personalverantwortlichen für die unterschiedlichen Bedarfe von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Dies gilt sowohl für die Aussagen, die mit einer Selbsteinschätzung beantwortet werden sollen (z. B.: Unserem Unternehmen liegen aktuelle Informationen über die Mitarbeiterbedürfnisse zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie vor.), als auch für die Fakten zum betrieblichen Familienbewusstsein:

- Bitte geben Sie die Mitarbeiterzahl Ihres Unternehmens an.
- Schätzen Sie bitte ab, wie viel Prozent Ihrer Mitarbeiter Familienpflichten wahrnehmen.
- Wie hoch ist der Anteil der Führungskräfte, die in Teilzeit arbeiten?

Bei der Auswertung der Antworten können im Ergebnis somit keine geschlechtsspezifischen Erkenntnisse gewonnen werden.

Maßnahmenplanung

Die Bestandsaufnahme zur Selbsteinschätzung über das Familienbewusstsein der Unternehmen im Projektgebiet ist abgeschlossen. Individuelle Beratungsaktivitäten und verbreitende Vernetzungsprozesse haben bereits begonnen. Die Unternehmerinnen und Unternehmer oder auch Personalverantwortlichen äußern den Wunsch nach einer Nachhaltigkeit des Projektes gerade vor Ort im Areal.

- Für die geplante zweite Fragerunde werden Gender-Aspekte besonders berücksichtigt. Es ist zu prüfen, ob die Fragen mündlich erweitert werden können und eine separate Auswertung erfolgen kann.
- Das Projektteam wird an einer Gender-Schulung teilnehmen.

Die Erkenntnisse zum Fragebogen werden dem Forschungszentrum Familienbewusste Personalpolitik (FFP), welches den Fragebogen im Auftrag der berufundfamilie gGmbH und mit Unterstützung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend entwickelt hat, mitgeteilt.

Projektleiterin:



Uta Doberitz
Amt für Wirtschaftsförderung
Telefon: 0221/221-2 55 07

4.6 Wem passt der Schuh?

Wie mit Gender die persönliche Schutzausrüstung angepasst wird

Kurzvorstellung der Aufgabe des Bereiches

Die zentrale Aufgabe des Arbeitssicherheitstechnischen Dienstes ist es, die Führungskräfte der Stadt Köln beim Arbeitsschutz, bei der Unfallverhütung sowie in allen Fragen der Arbeitssicherheit einschließlich der menschengerechten Gestaltung der Arbeitsplätze zu beraten und zu unterstützen.

Bei der Stadtverwaltung Köln ist der „Zentrale Einkauf“ für den Abschluss von dienststellenübergreifenden Rahmenverträgen zuständig. Aktuell werden dort ca. 150 Rahmenverträge betreut, die sowohl Artikel und Dienstleistungen des Allgemein- als auch des Fachbedarfs beinhalten.

Die zentral geschlossenen Rahmenverträge gewährleisten neben dem Primärziel der Wirtschaftlichkeit auch die Berücksichtigung und Einhaltung anderer zentraler Aspekte. Hierzu zählen u. a. die arbeitssicherheitstechnischen Belange und Vorschriften. Dies wird durch die Zusammenarbeit mit dem Arbeitsmedizinischen und Arbeitssicherheitstechnischen Dienst bei der Erstellung der Leistungsverzeichnisse gewährleistet.

Zielsetzung

Die persönliche Schutzausrüstung (PSA) ist so auszuwählen, dass sie sowohl Frauen als auch Männern einen ausreichenden Schutz für ihre Sicherheit und Gesundheit bietet, aber gleichzeitig auch individuell passt.

Ziel des Projektes ist eine gendergerechte Beschaffung der persönlichen Schutzausrüstung.

These

Die geschlechtsspezifischen Belange bei der Beschaffung der persönlichen Schutzausrüstung wurden in der Vergangenheit nicht ausreichend berücksichtigt.

Bestandsaufnahme und Analyse

Um konkrete Anhaltspunkte zu bekommen, wurden zwei Rahmenverträge aus dem Bereich des Arbeitsschutzes unter dem Geschlechteraspekt analysiert:

- Rahmenvertrag Nr. 17 „Lieferung von Dienst- und Schutzkleidung“
- Rahmenvertrag Nr. 20 „Lieferung von Schuttschuhen S 2 und S 3“

Diese Lieferverträge beinhalten ca. 12 Artikel mit vielen unterschiedlichen Artikelausführungen und -ergänzungen.

Folgende körperschutzbereichsbezogene Artikel wurden näher untersucht:

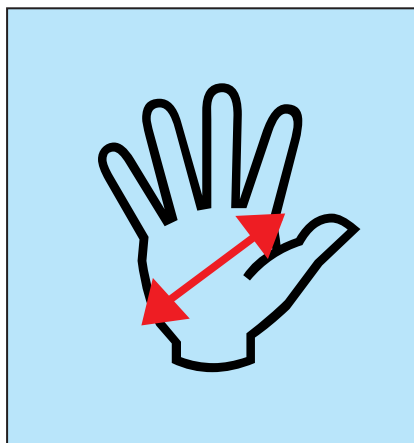
- Handschutz
- Kopfschutz
- Schnittschutz
- Fußschutz

Der Handschutz

Schutzhandschuhe sollen die Hände vor Schädigungen durch äußere Einwirkungen mechanischer, thermischer und chemischer Art sowie vor Mikroorganismen schützen.

Berechnung der Handschuhgröße

Die Handschuhgröße wird ermittelt, indem man den Handumfang (ohne Daumen) an der breitesten Stelle ausmisst. Das Maßband sollte die Hand dabei locker umschließen.



Bei der Auswertung der im Rahmenvertrag angebotenen Handschuhgrößen fällt auf, dass die kleinste Größe erst bei Gr.7 beginnt. Teilweise werden Schutzhandschuhe (Fünf-Finger-Handschuhe aus säurebeständigem Material) in der Einheitsgröße Gr.9 angeboten.

Nr.	Artikel (alle Artikel wie...)	Bemerkung/ Beschreibung	EN	Firma	Artikel-Nr.	Hersteller	Lieferzeit (Durch- schnitt)	Gr.
1.7	Petrotex- Handschuh	Fünf-Fingerhandschuhe aus öl-, benzin- u. säurebeständigem Material, mit Stulpe, 40 cm Länge, 9-10, Polychloropren mit Baumw.trikot Innenschicht schwarz	374		KCK 725		7-9 Tage	9
1.8	Schweißer- handschuhe	gefüttert, 35 cm lang, Leistungsstufe 1; DIN EN 407, Größen 7-11 AGKI			117387		5-7 Tage	7 8 9 10
1.9	Edmont Hycron	nitril-teilbeschichtet, Jerseyfutter, Sicherheitsstulpe, blau, 27,5 cm, Strickbund			27-607	Ansel	Lager	8 9 10
1.10	Einmal-hand- schuh	nicht gepudert, Vinyl, Karton à 100 Stück			610-2213			7 8 9 10

Quelle: Rahmenvertrag Nr.17



Hand und Sicherheitshandschuh

Viel zu groß – Einheitsgröße 9 für Frauenhände!

Die folgende Berechnungstabelle verdeutlicht die Größenunterschiede bei Handschuhen für Frauen und Männer:

Umfang in cm	15,5	16	16,5	17	18	19	20,5	22	23	24	26	27	29
Frauen	XS	XS	S	S	M	M*	L	L	XL	XL	-	-	-
Männer	-	-	-	-	-	S	S	M	M	L	L	XL	XXL
Größe	4,5	5	5,5	6	6,5	7	7,5	8	8,5	9	9,5	10	11

*Nur die Handschuhgrößen, die grau markiert sind, können zurzeit problemlos aus dem Rahmenvertrag beschafft werden.

Für männliche Beschäftigte besteht eine größere Auswahl an Handschuhgrößen in dem städtischen Rahmenvertrag als für Frauen. Ferner konnte im Beschreibungstext des Artikels kein Hinweis auf kleinere Handschuhgrößen gefunden werden.

Maßnahme:

In der nächsten Ausschreibung müssen unterschiedliche Handschuhgrößen von Frauen und Männern berücksichtigt werden.

Der Kopfschutz

Ein Industriehelm soll vor Verletzungen des Kopfes durch zum Beispiel herabfallende Gegenstände schützen. Nach § 2 der PSA-Benutzungsverordnung muss der Kopfschutz individuell anpassbar sein.

Im städtischen Rahmenvertrag werden Industrieschutzhelme angeboten, die auf den Kopfumfang individuell eingestellt werden können. Spezielle Industriehelme für Frauen werden nicht angeboten. Umso wichtiger ist es, dass die vorhandenen Einstellmöglichkeiten der Industriehelme im vollen Umfang ausgeschöpft werden.

Maßnahme:

Bei zukünftigen Ausschreibungen ist darauf zu achten, dass die angebotenen Industriehelme für Frauen und Männer geeignet sind und in verschiedenen Einstellmöglichkeiten angeboten werden.



Falsche Einstellung – und sie sieht nichts mehr.

Schnittschutz

Bei Arbeiten mit handgeführten Kettensägen ist unter anderem eine Schnittschutzkleidung in Form einer Hose vorgeschrieben. Diese Hose soll vor Verletzungen im Beinbereich schützen. An den am meisten gefährdeten Stellen ist zwischen den äußeren und inneren Hosenstoffen eine Schicht aus lose verwebten, sehr langen und reißfesten Fäden eingearbeitet. Diese Fäden sollen sich im Falle eines ungewollten Kontaktes mit der Kettensäge um das Antriebsrad wickeln. Die Maschine blockiert sekundenschnell. Ein Unfall wird verhindert. Die Schnittschutzhose gehört zu der persönlichen Schutzausrüstung und muss gemäß der PSA-Benutzungsverordnung den Beschäftigten passen.

Der Rahmenvertrag der Stadt Köln sieht sowohl Herren-Schnittschutzhosen als auch Damen-Schnittschutzhosen in unterschiedlichen Größen vor. Somit wird auf jeden Fall gewährleistet, dass auch die Mitarbeiterinnen mit kleineren Konfektionsgrößen (zum Beispiel Größe „S“ bzw. 36) für diese Tätigkeit passende persönliche Schutzausrüstung erhalten.

Maßnahme:

Es ist keine Änderung erforderlich.

Fußschutz

Zum Fußschutz zählen in erster Linie die Sicherheitsschuhe. Diese Schuhe sind mit Zehenschutzkappen ausgestattet. Zudem müssen sie zahlreiche sicherheitstechnische Anforderungen erfüllen. Sie dienen dazu, die Füße der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegen äußere Schäden zu schützen.

Die Akzeptanz der Sicherheitsschuhe hängt entscheidend von deren Passgenauigkeit ab. Die Mitarbeiterinnen der Stadt Köln meldeten in der Vergangenheit häufig folgende Probleme im Zusammenhang mit ihren Sicherheitsschuhen:

- Druckstellen an den Füßen wegen des zu harten Materials,
- schlechte Passform in Bezug auf die schmale weibliche Fersenform,
- keine passenden (kleineren) Schuhgrößen vorhanden.



Sicherheitsschuh

Um Schutzschuhe genau und leicht anzupassen, entwickelte die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) im Rahmen eines Forschungsprojektes ein Maßsystem (Mondopoint-System). Aus der Länge und größten Breite ergibt sich die Schuhweite. Sie ist entscheidend für einen passgenauen Schuh.

Bei der Analyse des bestehenden Rahmenvertrages Nr. 20 „Lieferung von Schutzschuhen“ stellte sich heraus, dass die ausgeschriebenen Sicherheitsschuhe erst mit der Schuhgröße 39 beginnen.

Die ausgeschriebenen Schuhbreiten beschränken sich lediglich auf drei Weiten: 10, 11 und 12. Die von der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) herausgegebenen Werte für schmale Füße (7, 8, und 9) werden in dieser Ausschreibung nicht berücksichtigt.

Die in der Vergangenheit beschafften Sicherheitsschuhe, vor allem bei kleinen Größen, entsprachen nicht den nötigen anatomischen Anforderungen.

Diese gendergerechten Anforderungen sind zwingend in den künftigen Ausschreibungen zu berücksichtigen.

Maßnahmen:

Im Fachhandel werden bereits spezielle „Frauen-Sicherheitsschuhe“ angeboten. Diese sollen, laut Hersteller, in enger Zusammenarbeit mit Fachärztinnen und Fachärzten für Orthopädie entwickelt worden sein. Die Anatomie des weiblichen Fußes wird hierbei besonders berücksichtigt.

Um herauszufinden, welche individuelle Schuhgröße und Schuhbreite unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben, ist die Vermessung der Füße erforderlich.

Die Vermessung könnte im Fachhandel erfolgen. Für größere Dienststellen bietet sich die Beschaffung eines entsprechenden Messgerätes an.

Im Leistungsverzeichnis der in 2010 ausgeschriebenen Vergabe für die Lieferung von Sicherheitsschuhen wurden ausdrücklich alle Firmen aufgefordert, ebenfalls Frauenschuhe anzubieten.

Ferner wurden Personen ausgesucht, die an einem Trageversuch der Sicherheitsschuhe teilnehmen werden. Bei der Auswahl der Personen wird strikt darauf geachtet, dass Frauen gleichermaßen an diesem Testverfahren teilnehmen.



Teilnehmerinnen der aktuellen Trageversuchsrunde bei -67- Amt für Landschaftspflege und Grünflächen

Ausblick, erste Schritte, Übertragbarkeit

- Der Arbeitssicherheitstechnische Dienst (V/4) wird künftig bei der Beratung der städtischen Führungskräfte stärker auf die Berücksichtigung der Gender-Aspekte achten.
- Der Arbeitssicherheitstechnische Dienst (V/4) hat sich bereits in Sondierungsgesprächen mit der Zentralen Vergabestelle (1000) darauf geeinigt, dass in den künftigen Ausschreibungen die spezifischen Belange von Frauen und Männer in Bezug auf die Ergonomie der persönlichen Schutzausrüstung besser berücksichtigt werden müssen.
- Diese Vorgehensweise kann ebenfalls auf andere städtische Ausschreibungen übertragen werden.

Projektleiter:



Markus Jaschke
Arbeitssicherheitstechnischer
Dienst- V/4
Telefon: 0221/221-9 81 77

5. Anhang

Gender-Checkliste im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit

Vorüberlegungen:

- **Welche Botschaft wird durch die beabsichtigte Maßnahme vermittelt?**
- Welche Zielgruppe erreiche ich durch die Botschaft?
Zum Beispiel: Frauen/Männer/Mädchen/Jungen/Jugendliche/Menschen mit Behinderungen/Seniorinnen und Senioren/alle Kölnerinnen und Kölner/Migrantinnen und Migranten?
- Welche Relevanz hat die Botschaft für Frauen, welche für Männer?
- Kann die Botschaft durch Gender Mainstreaming optimiert werden? Wie kann sie optimiert werden?
- Besteht durch Gender Mainstreaming die Möglichkeit die Zielgruppe positiv zu beeinflussen oder zu erweitern?

Prüfung der Maßnahme unter Gender-Gesichtspunkten:

- Sind Frauen und Männer ausgewogen vertreten?
(Fotos/Illustrationen/Interviews – Keine Klischees! Keine Sexualisierung in der Darstellung!)
ja ☐ nein ☐ Begründung:
- Werden Leistungen und Eigenschaften von Frauen und Männern gleichwertig dargestellt?
ja ☐ nein ☐ Begründung:
- Geschlechterstereotypen werden durch die Maßnahme weder bestärkt noch verfestigt?
ja ☐ nein ☐ Begründung:
- Ist das verwertete Zahlenmaterial zielgerichtet differenziert?
ja ☐ nein ☐ Begründung:
- Ist das Produkt in einer geschlechtersensiblen Sprache verfasst?
ja ☐ nein ☐ Begründung:
- Ist die Sprache kreativ und gendergerecht formuliert?
- Auf Eingangsmerkungen wie: „Zur besseren Lesbarkeit wird das generische Maskulin verwendet.“, oder „Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, im Folgenden Arbeitnehmer genannt.“, wurde verzichtet
- Klammern, zum Beispiel Arbeiter(innen), bitte vermeiden! Besser: Arbeiterinnen und Arbeiter
- auf Schrägstriche verzichten! Nicht: des/r Arbeiter/s/in, sondern der Arbeiterin und des Arbeiters
- geschlechtsneutrale Bezeichnungen verwenden! Zum Beispiel die Beschäftigten, die Angestellten, die Studierenden
- durch kreatives Formulieren, Personenbezeichnungen umgehen! Nicht: „Der Benutzer hat Folgendes zu beachten.“, sondern „Bitte beachten Sie....“ Umschreibungen mit Passivformen sind „erlaubt“!

ja ☐ nein ☐ Begründung:



