



# GENDER MAINSTREAMING

Eine Beschreibung



## **GENDER MAINSTREAMING**

### **Eine Beschreibung**

#### **Gewerkschaft GPA**

#### **GPA Bundesfrauen**

1030 Wien, Alfred-Dallinger-Platz 1

Telefon +43 (0)5 0301-21 401

Fax +43 (0)5 0301-71 401

[frauen@gpa.at](mailto:frauen@gpa.at)

[www.gpa.at/frauen](http://www.gpa.at/frauen)

Herausgeberin: GPA Bundesfrauen

Layout: Johannes Loibenböck, GPA-Marketing

Bilder: iStock, Pexels

Fehler und Änderungen vorbehalten.

ÖGB ZVR-Nr.: 576439352

Ausgabe: März 2021

1. Definition Gender Mainstreaming.....	4
2. Geschichte des Gender Mainstreaming.....	4
3. Was ist Gender Mainstreaming?.....	5
4. Stärken und Chancen der Gender Mainstreaming-Strategie.....	6
5. Die Frauenorganisation kann nicht ersetzt werden.....	6
5.1 Unterschied zwischen Frauenförderung und Gender Mainstreaming.....	6
5.2 Stärken der Frauenpolitik.....	7
5.3 Stärken des Gender Mainstreaming-Konzepts.....	7
6. Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für Umsetzung von Gender Mainstreaming.....	7
7. Planung und Umsetzung.....	8
8. Zuständigkeiten.....	10
9. Glossar.....	11
10. Quellen- und Literaturnachweis.....	13



### **1. DEFINITION GENDER MAINSTREAMING**

Das Wort kommt aus dem Englischen und setzt sich zusammen aus den Begriffen „Gender“ (das soziale Geschlecht) und „Mainstream“ (Wörtlich: Hauptrichtung). Gender Mainstreaming könnte frei übersetzt werden als „Geschlechter-Interessen-Check“. Das Festhalten an dem englischen Begriff hat den Vorteil, dass damit eine international entwickelte Strategie benannt und damit auch eine Verständigung auf internationaler Ebene möglich ist.

### **2. GESCHICHTE DES GENDER MAINSTREAMING**

Die Strategie des Gender Mainstreaming ist durch die Politik der Europäischen Union bekannt geworden. Die Wurzeln liegen in der weltweiten Frauenbewegung und ihrer Erfahrung in der Durchsetzung von Forderungen.

Gender Mainstreaming wurde 1995 auf der 4. UN-Weltfrauenkonferenz in Peking als durchsetzungskräftige Strategie gegenüber den nationalen Regierungen entwickelt. Die Regierungen verpflichteten sich in allen Politikfeldern nachzuprüfen, welche Auswirkungen ihre

Politik für die Situation der Frauen hat und in welcher Weise geplante Maßnahmen die spezifischen Lebenssituationen von Frauen in dem Sinne der in den Dokumenten verabschiedeten Zielsetzungen verbessern.<sup>1</sup>

Im Vierten Aktionsprogramm zur Chancengleichheit der EU 1995 wurde die Strategie beschrieben. Damit war der Anspruch formuliert, dass in der gesamten europäischen Politik die Geschlechterverhältnisse in jeder politischen Konzeption berücksichtigt werden. Im Amsterdamer Vertrag wurde dieses Prinzip zur Verpflichtung.

### **3. WAS IST GENDER MAINSTREAMING?**

In jeder Organisation werden ritualisierte Handlungsmuster und Denkformen praktiziert, welche die Geschlechterdifferenz verfestigen: Die Strukturen schließen meist nach wie vor Frauen aus, Verhaltensformen und Sitzungskultur bringen sie oft zum Schweigen.

Die reale Gleichstellung der Geschlechter kann nur erreicht werden, wenn sie in allen Politikbereichen angestrebt wird. Gender Mainstreaming zeigt Geschlechterdiskriminierung auf und benennt ihre Ursachen. Dafür werden Reorganisation, Verbesserung, Entwicklung und Evaluation von Entscheidungsprozessen in allen Politik- und Arbeitsbereichen benötigt. So wie die Frage nach den Kosten in allen Entscheidungsprozessen eine erhebliche Rolle spielt, sollte nun die Frage nach den Geschlechterverhältnissen Bedeutung gewinnen.

Die Geschlechterfrage ist ein wesentliches Kriterium bei der Lösung sozialer, wirtschaftlicher und umweltpolitischer Probleme. Die scheinbare Geschlechtsneutralität wird als solche erkannt und die Geschlechterbezüge werden deutlich gemacht. Dieser Prozess benötigt:

- Vielfältige Methoden zur spezifischen Analyse des Geschlechterverhältnisses in allen Sachfragen
- Sensibilisierung von politischen AkteuerInnen für Geschlechterproblematik
- Berücksichtigung der Geschlechterverhältnisse in der Politik- und in den Arbeitsprozessen
- Evaluierung von politischen Maßnahmen in ihren Auswirkungen auf das Geschlechterverhältnis

---

<sup>1</sup> vgl. Friedrich-Ebert-Stiftung 1996, <http://www.fes.de/fulltext/asfo/00802001.htm>

### **4. STÄRKEN UND CHANCEN DER GENDER MAINSTREAMING-STRATEGIE**

Durch die Unterscheidung von „Sex“ (das biologische Geschlecht) und „Gender“ (das soziale Geschlecht), wurde klar, dass die Geschlechterrollen in der Gesellschaft veränderlich und veränderbar sind. Gender Mainstreaming bedeutet, dass die Geschlechterfrage nicht als Nebenschauplatz oder Schönwetterprogramm verstanden werden soll, sondern in allen Politikbereichen und allen Disziplinen bearbeitet werden sollte. Denn hinter vielen angeblich geschlechtsneutralen Regelungen, Verfahren und Kriterien verbergen sich oftmals mittelbare Diskriminierungen. Vor allem diese mittelbaren Diskriminierungen will Gender Mainstreaming aufspüren, aufzeigen und verändern. Der Grund dafür: Politik, Gesellschaft und Arbeitsleben berücksichtigen selten verschiedene Bedürfnisse von Frauen und Männern, die sich oftmals in unterschiedlichen Lebenssituationen befinden.

### **5. DIE FRAUENORGANISATION KANN NICHT ERSETZT WERDEN**

Oft wird vorschnell Gender Mainstreaming als modernste Form gegenüber einer als veraltet angesehenen Frauenförderung gesehen. Gender Mainstreaming braucht jedoch die Unterstützung durch eine aktive Frauenpolitik und die Frauenquote. Eine starke Frauenstruktur ist die unverzichtbar treibende Kraft auf dem Weg zur tatsächlich gelebten Gleichstellung. Gender Mainstreaming und Frauenpolitik sind zwei unterschiedliche Strategien im Dienste ein und derselben Zielsetzung.

#### **5.1 Unterschied zwischen Frauenförderung und Gender Mainstreaming**

Der bisherige Zugang zur Förderung der Chancengleichheit war vor allem die spezifische Förderung von Frauen in besonderen Problemlagen. Dadurch wurde für Frauen zwar eine Reihe von Verbesserungen erzielt, gesamtgesellschaftlich betrachtet bestehen allerdings nach wie vor Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern. Diesen Ungleichheiten muss mit einer Bekämpfung der gesellschaftsstrukturellen Ursachen für Benachteiligung begegnet werden. Die Förderung der Chancengleichheit darf sich nicht auf frauenspezifische Maßnahmen alleine beschränken. Sie muss Querschnittsmaterie in allen politischen Aktivitäten sein. Die Verknüpfung der Stärken von Frauenförderung und Gender Mainstreaming ergibt eine wirkungsvolle Strategie in der Thematisierung und Durchsetzung gleichstellungspolitischer Interessen.

Gesellschaftskritische Geschlechtertheorien bieten Analyse und Erkenntnisse über die je vorhandenen Formen der Geschlechterhierarchie und Frauendiskriminierung. Sie nehmen die realen Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern ernst und analysieren ihre Ausprägungen, ohne sie jedoch festschreiben zu wollen. Im Gegenteil: Die genaue Analyse von Herrschaftsstrukturen und –mechanismen wird dazu genutzt, angemessene Veränderungsstrategien zu entwickeln. Eine Politik der Chancengleichheit wird dazu führen, dass das Geschlecht seine Funktion als Bewertungsmerkmal verliert.

Die GPA-djp hat mit der Verankerung der Chancengleichheit, der Quote und des Gender Mainstreamings eine wichtige Grundlage zur Verwirklichung unserer Vision von einer gerechten Welt und somit einer gerechten Verteilung von Arbeit, Einkommen und Reichtum geschaffen.

### **5.2 Stärken der Frauenpolitik:**

- Frauen können sich über Strategien und Anliegen beraten
- Frauen haben ein solidarisches Netzwerk und eine wichtige Organisationsplattform
- Frauenpolitik ist in ein umfassendes feministisches Konzept eingebettet

### **5.3 Stärken des Gender Mainstreaming-Konzepts:**

- Männer werden in die Analysekonzepte einbezogen, womit beide Geschlechter aktiv in Veränderungsprozesse eingreifen
- Die Geschlechterfrage erfährt eine selbstverständliche Behandlung nicht als Nebenschauplatz, sondern in allen Politikbereichen und allen Disziplinen

## **6. VORAUSSETZUNGEN UND RAHMENBEDINGUNGEN FÜR UMSETZUNG VON GENDER MAINSTREAMING**

Geschlecht ist eine relevante soziale Kategorie, mit der Analyse und Kontrolle von Entscheidungsprozessen erfolgt. Wer den Gender-Blickwinkel einnimmt, geht davon aus, dass die Lebensverhältnisse, auf die sich politische Entscheidungen beziehen, mit dem Geschlechterverhältnis zusammenhängen.

Immer noch sind die den Frauen zugeteilten Positionen und Merkmale weniger wert, unattraktiv und mit weniger Chancen versehen als die von Männern. Die Verteilung der bezahlten und unbezahlten Arbeit und die geschlechtsspezifische Zuweisung der Arbeitsformen ist eine der wesentlichen Mechanismen zur Herstellung und Aufrechterhaltung der Geschlechterverhältnisse.

Gender Mainstreaming rückt die Bedeutung der Geschlechterverhältnisse in den Vordergrund. Als eine Top-Down Strategie setzt sie die Veränderbarkeit und Durchlässigkeit von Institutionen voraus.

Ein wirksamer Gender Mainstreaming-Prozess erfordert Fach-, Prozess- oder Verfahrenswissen in allen Fachbereichen sowie Genderkompetenz. Genderkompetenz ist die Fähigkeit zum Umgang mit vielfältigen Erkenntnissen aus der Frauen- und Geschlechterforschung. Dazu gehört nicht nur die Präsenz von Erkenntnissen und die Fähigkeit Lücken zu finden, sondern auch Kompetenz im Umgang mit Geschlechterbeziehungen.

Ohne notwendige Ressourcen für die Arbeit an der Geschlechterfrage bleibt jedoch Gender Mainstreaming ein zahnloser „Papiertiger“.

## **7. PLANUNG UND UMSETZUNG**

Gender Mainstreaming ist ein komplexes Konzept, das sich wie ein roter Faden durch den gesamten politischen Prozess ziehen soll. Eine umfassende Analyse bietet den Ausgangspunkt bzw. die Basis für die Strategieentwicklung und Adaption.

Chancengleichheit sollte im Leitbild einer Organisation verankert sein, bevor ein Gender Mainstreaming-Konzept zur Anwendung kommt. Klare Kriterien für Gender Mainstreaming in der Organisation und eine starke Frauenstruktur sind unbedingt notwendig. Die Methoden des Gender Mainstreaming müssen für jede Organisation, deren Kultur und der Problematik entsprechend angemessen, entwickelt werden.

Programmplanung, Verwaltung und Umsetzung der Strategie benötigen bewährte Instrumente und Methoden, um Gender Mainstreaming zu erläutern, Ziele zu setzen sowie einzelne Schritte und Analyseverfahren vorzubereiten. Einige Methoden, die diesen Prozess erleichtern können:



### **GENDER IMPACT ASSESSMENT (GIA)**

Im Rahmen einer Gleichstellungsprüfung wird, eingebettet in einen theoretischen Rahmen, eine schrittweise Analyse potentieller Effekte von Politikvorschlägen auf die Geschlechter durchgeführt.

### **DIE 4-R-METHODE (REPRÄSENTATION, RESSOURCEN, REALITÄTEN, RECHTLICHE SITUATION)**

Diese Methode baut auf einer systematischen Analyse der Erfahrungen aus der Gleichstellungspolitik in Schweden auf, stützt sich aber auf Geschlechterforschung und -theorie ab. Die „4 R“ stehen für zwei quantitative (Repräsentation und Ressourcen) und eine qualitative (Realitäten, rechtliche Situation) Variablen.

### **LEITLINIE DER ILO (INTERNATIONAL LABOUR ORGANISATION)**

Die Leitlinie der ILO ist ein Fragenkatalog für Organisationen und Institutionen – vor einer zu treffenden Entscheidung – beim Screening des Vorschlags unter dem Aspekt der Chancengleichheit.

### **7 SCHRITTE ZUR UMSETZUNG<sup>2</sup>**

- 1. Definition der gleichstellungspolitischen Ziele.**  
Welcher Soll-Zustand wird durch das zu entscheidende Vorhaben angestrebt?  
**Voraussetzung:** Kenntnisse über Ist-Zustand, Zugrundelegung einschlägiger Rechtsnormen, Programme, Koordinierung mit allen betroffenen Bereichen.
- 2. Analyse der Probleme und der Betroffenen.**  
Welche sind die konkreten Hemmnisse auf dem Weg zu mehr Chancengleichheit? (diskriminierende Prinzipien, Verfahren, Instrumente). Welche Gruppen sind betroffen?  
**Voraussetzung:** Wissen über Gleichstellungsproblematik, Zuarbeit und Unterstützung, z.B. durch Gutachten, Materialien, Schulungen.
- 3. Entwicklung von Optionen**  
Welche Alternativen bestehen hinsichtlich der Realisierung?

---

<sup>2</sup> Nach: Dr. K. Tondorf

4. **Analyse der Optionen im Hinblick auf die voraussichtlichen Auswirkungen auf die Gleichstellung und Entwicklung eines Lösungsvorschlags.**  
Welche Option lässt den höchsten Zielerreichungsgrad erwarten?  
**Voraussetzung:** Analyse- und Bewertungskriterien
5. **Entscheidung**
6. **Umsetzung der getroffenen Entscheidung**
7. **Erfolgskontrolle und Evaluierung.**  
Wurde das Ziel erreicht? Ursachen für Nicht- oder Teilerreichung? Welche Maßnahmen sind notwendig?  
**Voraussetzung:** Daten über Zielerreichung, Berichtssystem, verpflichtende Ursachenanalyse.

## 8. ZUSTÄNDIGKEITEN

Die Verantwortung für den gesamten Gender Mainstreaming Prozess einer Organisation muss an der Spitze der Organisation angesiedelt werden (Top-Down Prozess). Ohne dass die Spitze die Veränderung von Entscheidungsprozessen im Sinne des Gender-Aspektes befürwortet und unterstützt, wird ein solcher Prozess nicht erfolgreich. Bereits aus der Definition von Gender Mainstreaming ergibt sich, dass die AkteurInnen, die Entscheidungsprozesse vorbereiten, durchführen und kontrollieren, diejenigen sind, die damit für die Anwendung des Gender Mainstreaming Prozesses zuständig sind. Alle, unabhängig vom Geschlecht, haben die Entscheidungsprozesse zu verändern und zu verbessern. Das bedeutet konkret, dass nun erstmals die Männer genauso in die Pflicht genommen werden.

Darüber hinaus unterstützen die Bundesfrauen die jeweiligen Organisationsbereiche mit dem Fachwissen für Geschlechterpolitik und stehen allen beratend für die konzeptionelle Arbeit zur Verfügung.



## 9. GLOSSAR

### 9.1 Gender

Das Englische unterscheidet zwischen „Sex“, dem biologischen Geschlecht und „Gender“, dem sozialen Geschlecht. Gender zeigt auf, dass die vorgefundenen Geschlechtsbilder und die Geschlechterrollen eine Geschichte haben und deshalb auch veränderlich sind. Oft werden soziale Unterschiede zwischen den Geschlechtern nachträglich naturalisiert, d.h. auf das biologische Geschlecht zurückgeführt. Dies verwischt die Tatsache, dass die jeweiligen Unterschiede nicht von Geburt an bestanden, sondern durch Sozialisation, das Erlernen von Normen und Werten des jeweiligen sozialen Umfeldes hervorgebracht werden.

### 9.2 Mainstreaming

Mainstreaming ist die Tätigkeitsform für das Wort „Mainstream“, das Hauptstrom und bedeutet Selbstverständlichkeit. Mainstreaming heißt, dass ein bestimmtes Handeln und Denken in den Hauptstrom der Politik und Gesellschaft, in Programme und Maßnahmen übernommen und zu einem selbstverständlichen Handlungsmuster wird. Mainstreaming heißt, den „Mainstream“ zu durchdringen und zu verändern.

### 9.3 Gender Mainstreaming

Das ist die bewusste Einbeziehung der geschlechtsspezifischen Sichtweise in alle politischen Prozesse, Entscheidungen und Maßnahmen sowie deren geschlechtsspezifischen Auswirkungen mit dem Ziel der Gleichstellung von Frauen und Männern in allen gesellschaftlichen Bereichen.

### 9.4 Gleichstellung

Frauen und Männer nehmen ohne Einschränkung durch Rollenmuster oder Geschlechterzuordnung gleichwertige Positionen in allen gesellschaftlichen Bereichen ein.

### 9.5 Chancengleichheit

Bedeutet gleiche Voraussetzungen, Möglichkeiten und Zugänge zur Partizipation beider Geschlechter in allen Bereichen der Gesellschaft.

### 9.6 Gleichbehandlung

Bedeutet, dass sich traditionell überlieferte geschlechtsspezifische Unterschiede nicht nachteilig auswirken und beide Geschlechter gleiche Behandlung erfahren.

### 9.7 Frauenförderung

Maßnahmen für Frauen, um Benachteiligungen am Arbeitsplatz, im Alltag, in der Gesellschaft zu beseitigen, zB. Frauenquote.

### 9.8 Gleichberechtigung

Gleichberechtigung bedeutet, dass Frauen und Männer das gleiche Recht zugestanden wird.

### 9.9 Positive Diskriminierung

Ein Instrument, mit dem die bewusste, gezielte Bevorzugung eines Geschlechtes erfolgt, um Gleichstellung zu erreichen.

## **10. QUELLEN- UND LITERATURNACHWEIS**

Gender Mainstreaming als Ansatz einer Politik der Gleichstellung am Arbeitsmarkt, AMS-info Nr. 27, Isabel Naylon und Friederike Weber

Friedrich Ebert Stiftung, Strategien der Frauen- und Geschlechterpolitik oder die vier Säulen: Quote, Normierung, Mainstreaming und autonome Praxis, Barbara Stiegler

Gendermainstreaming- eine Ergänzung der Frauenpolitik, Agentur für Gendermainstreaming, Zürich, Zita Küng

Fachseminardokumentation der Gewerkschaft öffentliche Dienste, Transport und Verkehr, Stuttgart, „Aufwertung von Frauentätigkeiten“, Clara Sahlberg, Berlin

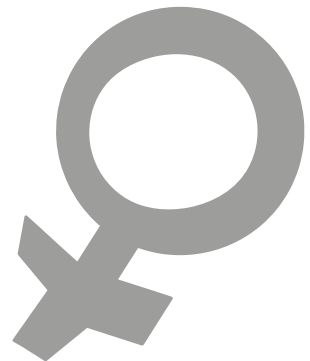
Zeitschrift für Frauenforschung, Herausgegeben vom Forschungsinstitut Frau und Gesellschaft, 16. Jahrgang, 1998, Heft 3

Europäische Kommission, Technisches Dokument 3, Mainstreaming von Chancengleichheit für Frauen und Männer in Strukturfonds-, programmen und – projekten, Dezember 1999

Ein Kind wird erwachsen – Mainstreaming Legal Gender Studies, Nikolaus Benke & Elisabeth Holzleithner

**ICH  
MACH  
MICH STARK**

**für ein besseres Leben!**



### **GPA Bundesfrauen**

#### **Kollegin Sandra Breiteneder**

1030 Wien, Alfred-Dallinger-Platz 1

eMail: [service@gpa.at](mailto:service@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301

### **GPA Wien**

#### **Kollegin Birgit Isepp**

1030 Wien, Alfred-Dallinger-Platz 1

eMail: [birgit.isepp@gpa.at](mailto:birgit.isepp@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301-21350

### **GPA Niederösterreich**

#### **Kollegin Gabriele Heider**

3100 St. Pölten, Gewerkschaftsplatz 1

eMail: [gabriele.heider@gpa.at](mailto:gabriele.heider@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301-22041

### **GPA Burgenland**

#### **Kollegin Liane Wiesinger**

7000 Eisenstadt, Wiener Straße 7

eMail: [burgenland@gpa.at](mailto:burgenland@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301-23000

### **GPA Steiermark**

#### **Kollegin Mag.<sup>a</sup> Verena Nussbaum**

8020 Graz, Karl-Morre-Straße 32

eMail: [verena.nussbaum@gpa.at](mailto:verena.nussbaum@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301-24303

### **GPA Kärnten**

#### **Kollegin Maria Pajnogac**

9020 Klagenfurt, Bahnhofstraße 44/4

eMail: [maria.pajnogac@gpa.at](mailto:maria.pajnogac@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301-25389

## **Service-Hotline:**

# **+43 (0)5 0301**

### **GPA Oberösterreich**

#### **Kollegin Sonja Platzer**

4020 Linz, Volksgartenstraße 40

eMail: [sonja.platzer@gpa.at](mailto:sonja.platzer@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301-26133

### **GPA Salzburg**

#### **Kollegin Tina Ruprecht**

5020 Salzburg, Markus-Sittikus-Straße 10

eMail: [tina.ruprecht@gpa.at](mailto:tina.ruprecht@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301-27021

### **GPA Tirol**

#### **Kollegin Mag.<sup>a</sup> Verena Zisler**

6020 Innsbruck, Südtiroler Platz 14-16

eMail: [verena.zisler@gpa.at](mailto:verena.zisler@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301-28106

### **GPA Vorarlberg**

#### **Kollegin Sabine Wittmann**

6900 Bregenz, Reutegasse 11

eMail: [vorarlberg@gpa.at](mailto:vorarlberg@gpa.at)

Telefon +43 (0)5 0301-29000



# FÜR FRAUEN DIE MEHR WOLLEN!



Für ein  
besseres Leben!



[www.gpa.at/frauen](http://www.gpa.at/frauen)

**gpa**  
MEINE  
GEWERKSCHAFT  
FRAUEN