

Vielfältig, kooperativ und offen?

Beispiele für die Gestaltung der Zukunftsfähigkeit in den Natur- und Umweltschutzverbänden



Ein Wort zur Begrüßung ...

Die etwas ruhigere Zeit zwischen den Jahren eignet sich für Viele dazu, einen Rückblick auf das Erreichte zu werfen und die Planung von neuem in Angriff zu nehmen. Auch unser Projekt folgt diesem Brauch und bietet mit dem vorliegenden Jahres-Abschluss-Newsletter eine kleine Auswahl an Beispielen von durchgeführten Aktivitäten.

Wir stellen selbstverständlich auch im neuen Jahr weiterhin vielfältige Angebote unserer Beratungsdienstleistungen zur Verfügung!

Womit wir schon bei der mittelfristigen Zukunftsplanung wären: die Ergebnisse des bisherigen Prozesses zur Initialisierung von Gender Mainstreaming in den Mitgliedsverbänden des DNR sollen im Rahmen einer **Zukunftskonferenz** am **17.03.06** vorgestellt und diskutiert werden. Zielsetzung ist dabei, verbindliche Rahmenbedingungen zu schaffen und gezielte Planungsschritte zu formulieren, die eine weitere Fortführung des begonnenen Prozesses in den Verbänden gewährleisten. Die Einladungen zur Teilnahme erhalten Sie Anfang des Jahres.

Mit vielen guten Wünschen für 2006!

Karin Fischer
Dr. Christine Katz
Marion Mayer
Anja Thiem
Juliane Grüning
Helga Inden-Heinrich

Gender Mainstreaming (geht) auf Reisen

Ein Beispiel aus der Praxis für einen Organisationsentwicklungsprozess **Seite 2-3**

Mit Blick über den Tellerrand:

Geschlechtergerechte Öffentlichkeitsarbeit und gendersensible Mediengestaltung **Seite 3**

Aktion Gesichter & Argumente für Geschlechtergerechtigkeit im Natur- und Umweltschutz **Seite 4**

Kontakt:

Deutscher Naturschutzring:
Helga Inden-Heinrich (stellvertr. Generalsekretärin)
Juliane Grüning
E-Mail: helga.inden-heinrich@dnr.de,
juliane.gruening@dnr.de

Universität Lüneburg:
Karin Fischer M. A., Dr. Christine Katz, Dipl.
Soz.Päd./Soz.Arb. Marion Mayer und Anja Thiem, M. A.
E-Mail: gendergreen@uni-lueneburg.de

Gender Mainstreaming (geht) auf Reisen

Ein Beispiel aus der Praxis für einen Organisationsentwicklungsprozess

Die Naturfreundejugend legt als eigenverantwortlich arbeitender Kinder- und Jugendverband der Naturfreunde Deutschlands e.V. viel Wert auf Partizipation: ein Schwerpunkt, der auch im Leitbild verankert ist. Hierzu bietet sie Kindern und Jugendlichen vielfältige praktische Möglichkeiten, sich zu engagieren und zu beteiligen, insbesondere auch auf Reisen und Freizeiten. Die vielschichtigen Geschlechteraspekte in diesem Feld hat der Verband herausgearbeitet und Gender Mainstreaming als Querschnittsthema mit aufgegriffen. Was das in der Praxis bedeutet und wie das Thema strukturell verankert werden kann, damit auch auf Reisen und bei Freizeiten Chancengleichheit der Geschlechter berücksichtigt werden kann – sich Mädchen und Jungen, Frauen und Männer von den Aktivitäten angesprochen und rundherum wohl fühlen können – wird im folgenden Artikel beispielhaft verdeutlicht. Darüber hinaus wird über einen Gender-Workshop berichtet, den das Gender Greenstreaming-Team mit der Bundesleitung der Naturfreundejugend Deutschlands durchgeführt hat, weil der Verband den bereits begonnenen Gender-Mainstreaming-Prozess als Bestandteil seiner Organisationsentwicklung weiterhin aktiv gestalten möchte.

Seit mehr als zwei Jahren befindet sich die Naturfreundejugend (NFJD) in einem Prozess, Gender Mainstreaming (GM) als Strategie und Leitprinzip in ihrer Arbeit umzusetzen. Dies betrifft sowohl die strukturelle Ebene des Verbandes als auch die fachlichen Inhalte.

Gender Mainstreaming als durchgängiges Prinzip auf Reisen und Freizeiten in der NFJD

Ein Ergebnis des NFJ-Projektes „Qualitätsentwicklung und Gender Mainstreaming bei Kinder- und Jugendreisen“ war die Vorlage für den Leitbildbeschluss, den der Bundesausschuss Ende 2002 einstimmig verabschiedet hat und der seitdem den Reisen, Freizeiten und Jugendaustauschmaßnahmen des Verbandes zugrunde liegt. Übergreifendes Ziel ist dabei, die hohe Qualität dieser Aktivitäten zu sichern und die Auswirkungen auf Frauen/Mädchen und Männer/Jungen von der Planung über die Durchführung bis hin zur Evaluation zu berücksichtigen.

Für die Umsetzung in die Praxis hat der Verband Arbeitshilfen entwickelt, wie z. B. das „Checkheft für Teamer/innen von Reisen und Freizeiten“ und die „Bausteine für Kinder- und Jugendreisen“. Die Checklisten dienen der Selbstüberprüfung wichtiger Kriterien insbesondere in der Planungsphase, während die Bausteine Anregungen z. B. in Form von Übungen geben, wie ein Bewusstsein für GM und die Auseinandersetzung mit Geschlechterrollen im Rahmen einer Teamer/innenschulung erreicht werden kann.

Bei der Checkliste zum Gender Mainstreaming werden die einzelnen Maßnahmen zusätzlich begründet, indem aufgezählt wird, worin die geschlechtsspezifische Dimension in den jeweiligen Aspekten liegt.

Beispiele aus der GM-Checkliste für Teamer/innen von Reisen und Freizeiten bei der NFJD:

1) Team

- Die Werbung für Teamerinnen und Teamer spricht Frauen und Männer gleichermaßen an.

Warum eigentlich? Eine Ausschreibung „Wir suchen Teamer für eine Kajaktour“ wird eher Männer ansprechen, eine Ausschreibung „Wir suchen Teamerinnen und Teamer für Ferien mit Kindern“ eher Frauen.

- Teamer/innen sind gendergeschult / die Veranstaltung ermöglicht eine gender-Schulung.

Warum eigentlich? Rollenzuweisungen geschehen unbewusst. Gendergeschulte Teamer/innen sind sensibel für die Rollenzuweisung von Mädchen und Jungen und können diese überwinden helfen.

2) Ausschreibung

- Die Ausschreibungen sprechen Mädchen und Jungen gleichermaßen an und sind in einer geschlechtsneutralen Sprache verfasst.

Warum eigentlich? Psychologen/innen baten eine Gruppe ihre „Lieblingssportler“, Lieblingsschauspieler“, etc. aufzuschreiben. Diese Gruppe nannte fast nur Männer. Eine andere Gruppe fragten sie nach ihren „Lieblingsschauspielern und -schauspielerinnen“ etc. Diese Gruppe nannte fast gleich viele Männer und Frauen.

3) Ort

- Der Ort ist für Jungen und Mädchen gleichermaßen attraktiv.

Warum eigentlich? Ein rustikales Zeltlager mit Donnerbalken bringt für Mädchen einige Hindernisse mit sich. Sie sind meist eher auf sanitäre Anlagen angewiesen als Jungen. Dies sollte bei der Platzgestaltung beachtet werden.

4) Programm

- Das Programm ist für Jungen und Mädchen gleichermaßen attraktiv und es werden Programmpunkte nur für Mädchen und nur für Jungen angeboten, um Geschlechterrollen zu überwinden.

Warum eigentlich? Mädchen verhalten sich in geschlechtergemischten Gruppen anders als unter sich. Während Jungen in gemischten Gruppen eher aufdrehen, halten sich Mädchen zurück. In Jungen- und Mädchengruppen erproben Jungen und Mädchen auch untypische Verhaltensweisen.

Gender Greenstreaming und Organisationsentwicklung: ein Workshop mit der NFJD

Zur Wiederaufnahme und Weiterführung des begonnenen GM-Prozesses haben Bundesleitung und Bundesgeschäftsstelle Mitte November einen Workshop mit uns, dem Gender-Greenstreaming-Team durchgeführt. Dabei ging es neben einer persönlichen Gendersensibilisierung anhand praktischer Übungen darum, eine konkrete Umsetzungsmethode anzuwenden, die die Genderaspekte auf den verschiedenen Arbeitsebenen und -inhalten sichtbar macht, um die weitere Organisationsentwicklung der NFJD zu unterstützen.

Hierfür haben wir die Teilnehmer/innen im Rahmen des Workshops zunächst gefragt, wie normalerweise ein Entscheidungsprozess für eine Maßnahme (wie z. B. ein Projekt, eine Reise oder eine Veranstaltung) abläuft. Dieser wurde von den Teilnehmenden anhand einer verbandsspezifischen Veranstaltung erläutert. Die vielen einzelnen Schritte – einen Handlungsbedarf sehen, Ziele bestimmen, Absprachen mit anderen Beteiligten und weiteren Entscheidungsebenen, die Durchführung der Veranstaltung einschließlich ihrer Reflektion im Anschluss – wurden im ersten Arbeitsschritt schriftlich festgehalten. Danach folgte eine Prozessschrittanalyse: Mit Hilfe des **4-Schritte-Modells** (vgl. www.gem.or.at 2001) haben wir dann diese beschriebenen Entscheidungs-, Planungs- und Durchführungsschritte auf ihre geschlechtsspezifischen Aspekte hin überprüft. Dazu haben die Teilnehmenden Leitfragen bekommen mit der Aufgabe, sie auf die einzelnen Prozessschritte bezogen zu beantworten.

Eine voll geschriebene, viel verzweigte und bunte Metaplanwand verdeutlichte im Ergebnis, wo die Möglichkeiten liegen, die unterschiedlichen Bedürfnisse und Interessen von Frauen/Mädchen und Männern/Jungen als Zielgruppe wahrzunehmen und zu berücksichtigen.

Dadurch wurde ebenfalls sichtbar, wie die ausgewählte NFJD-Veranstaltung noch erfolgreicher geplant und gestaltet werden kann. Zum Abschluss des Workshops wurde die Methode als praxisfähig beurteilt und die für eine tatsächliche Verstetigung im Verband erforderlichen Maßnahmen dargelegt.

Auszüge aus dem 4-Schritte-Modell

Die konkrete Umsetzung des **4-Schritte-Modells** in die Praxis einer Organisationsentwicklung würde bedeuten, dass bei allen Planungs- und Arbeitsschritten folgende Leitfragen zur Seite gestellt werden:

1) **Analyse**, z. B.

- Wer ist/sind die Zielgruppe/n der geplanten Maßnahme (Projekt, Kampagne, Reise etc.)?
- Gibt es unterschiedliche Bedürfnisse und/oder Probleme bei Männern/Jungen und Frauen/Mädchen der Zielgruppe/n? Welche?

2) **Ziele**, z. B.

- Was heißt Chancengleichheit in dem betreffenden Themenbereich, wo soll es hingehen (Leitziel)?
- Können Teilziele (z.B. in Form von Chancengleichheitskriterien) für die Umsetzung / Durchführung benannt werden?

3) **Umsetzung**, z. B.

- Wie wird sichergestellt, dass Frauen und Männer, Mädchen und Jungen gleichermaßen vom Projekt profitieren?
- Wie wird vermieden, dass durch die Maßnahme geschlechtsspezifische Ungleichheiten reproduziert werden?

4) **Evaluierung**, z. B.

- Werden alle Daten geschlechtsspezifisch erhoben und dokumentiert?
- Fließen die Ergebnisse aus dieser Maßnahme in Planung und Durchführung des nächsten Projektes, einer Kampagne, Reise etc. mit ein?

Mit Hilfe dieser Matrix geht Gender Mainstreaming in die Routine der Verbandsarbeit über und trägt so dazu bei, die Qualität der Organisation zu verbessern.

Mit Blick über den Tellerrand: Geschlechtergerechte Öffentlichkeitsarbeit und gendersensible Mediengestaltung

„Enten legen ihre Eier in aller Stille. Hühner gackern. Und die Folge? Kaum ein Mensch kauft Enteneier, alle Welt verlangt Hühnereier!“: Tue Gutes und rede darüber. Das ist die Grundlage der Öffentlichkeitsarbeit für Natur- und Umweltschutz. Nur: kommt das auch bei allen Zielgruppen so an, wie die Verbände es kommunizieren? Der Blick durch die Gender-Brille hilft auch bei der Mediengestaltung, den Horizont zu erweitern.

Das Modul „Umwelt und Natur ge(nder)lesen, ge(nder)hört, ge(nder)sehen?“ soll den DNR-Mitgliedsverbänden dabei helfen, ein Bewusstsein für geschlechtergerechte Öffentlichkeitsarbeit und gendersensible Mediengestaltung zu entwickeln.

Was sind die Funktionen von Öffentlichkeitsarbeit? Welche Teilöffentlichkeiten kann ich mit welchen Mitteln und zu welchem Zweck ansprechen? Wer nutzt welche Medien? Von einem Plädoyer für dialog-orientierte „Public Relations“ bis hin zu

Erkenntnissen der modernen Gehirnforschung reicht der Strauß der Chancen von Gendersensibilität. Im Modul werden Fakten zur Mediennutzung, zur Präsenz von Frauen und Männern in Radio und Fernsehen sowie zur sprachlichen Gestaltung von Medien in einem weiten Bogen zusammengeführt. Die Sprache ist dabei eines der wichtigsten „Instrumente“, um eigene Anliegen und Geschlechtergerechtigkeit zu transportieren. Der Schluß von ökologischer zu geschlechter-orientierter Sprachkritik fällt dabei nicht schwer: bei beiden geht es um die Unterdrückung von Vielfalt. Wer denkt schon bei dem Wort „Ackerrandstreifen“ an Hirtentäschel und Vogelmiere?

Und warum sollten weibliche Vereinsmitglieder sich bei der Anrede „lieber Leser“ angesprochen und mitgemeint fühlen? Ein „genderkompetenter“ (im Gegensatz zum „genderignoranten“) Blick ist notwendig bei der Erreichung neuer Zielgruppen und neuer Medien. Eine Checkliste hilft, dieses Ziel nicht aus den Augen zu verlieren.

Das Gender Greenstreaming Team bietet das Modul „Umwelt und Natur ge(nder)lesen, ge(nder)hört, ge(nder)sehen?“ in Form von Seminareinheiten bzw. Workshops an. Der jeweilige Zeitumfang erfolgt in Absprache mit den interessierten Verbänden und orientiert sich an deren Bedarf.

Gesichter und Argumente für Geschlechtergerechtigkeit

Im Verlauf unseres Projektes sind wir auf viele spannende und Erfolg versprechende Ansätze und Projekte gestoßen, die zeigen, dass Geschlechtergerechtigkeit im Natur- und Umweltschutz praktiziert und gelebt wird. Wir haben deshalb eine Aktion gestartet und gezielt Männer in den Natur- und Umweltschutzverbänden nach den Gründen gefragt, die sie dazu bewegen sich mit Geschlechteraspekten im Umweltbereich auseinander zu setzen. Erhalten haben wir vielfältige Argumente, in denen deutlich wird, dass Gender Mainstreaming und Geschlechtergerechtigkeit keine „Frauen-Themen“ sind und sein dürfen. Eine kleine Auswahl finden Sie hier:

<p>"Ich finde die Geschlechterfrage im Natur- und Umweltschutz wichtig,</p>  <p>denn wenn technokratische Lösungen nicht weiter führen, kann die Geschlechterfrage ein Schlüssel sein, den ganzen Menschen und seine Lebensumstände in den Blick zu nehmen.</p> <p>Das kommt Frauen, Männern und der Umwelt gleichermäßen zugute."</p> <p>Ansgar Drücker, Geschäftsführer der Naturfreundejugend</p> <p>Eine Aktion des DNR-Projektes Gender Greenstreaming – Geschlechtergerechtigkeit im Natur- und Umweltschutz </p>	<p>"Für mich ist Geschlechtergerechtigkeit im Naturschutz essentiell,</p> <p>weil nachhaltige Entwicklung sonst Utopie bleibt."</p>  <p>Klaus Hübner, Landesbund für Vogelschutz, Bayern</p> <p>Eine Aktion des DNR-Projektes Gender Greenstreaming – Geschlechtergerechtigkeit im Natur- und Umweltschutz </p>
<p>"Für mich ist Geschlechtergerechtigkeit im Umweltschutz wichtig,</p>  <p>weil es in der Szene schon genug Hirsche gibt. "</p> <p>Daniel Unsöld, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND), Friends of the Earth Germany. Berlin</p> <p>Eine Aktion des DNR-Projektes Gender Greenstreaming – Geschlechtergerechtigkeit im Natur- und Umweltschutz </p>	<p>"Ich finde die Geschlechterfrage im Natur- und Umweltschutz wichtig,</p>  <p>weil die Art und Weise wie Menschen wahrnehmen, denken und handeln auch etwas mit ihrer geschlechtsspezifischen Sozialisation zu tun hat, es folglich immer mehrere Möglichkeiten gibt."</p> <p>Dipl. Pol. Rasmus Grobe Bewegungsakademie</p> <p>Eine Aktion des DNR-Projektes Gender Greenstreaming – Geschlechtergerechtigkeit im Natur- und Umweltschutz </p>

+++ Newsticker +++

Der Deutsche Alpenverein (DAV) hat seine diesjährige Alpinismustagung unter das Motto: „Mut zum Mitmachen – Frauen und Männer auf neuen Wegen im DAV“ gestellt. Die Tagung fand vom 18.-20. November in Bad Boll statt. Rund 100 Teilnehmer/innen diskutierten die Zukunftsfähigkeit der Verbände durch Gender Mainstreaming. Ergebnisse im Internet (www.alpenverein.de) oder bei Markus Eckert, Tel. 089 / 1400320