



IMAG GMB

Gender Mainstreaming

Newsletter 07/September 2012



› GeM – Gender Mainstreaming im
Österreichischen Bundesheer



› Gender Award Werbung 2012



› Arbeitsklima Index

GeM – Gender Mainstreaming im Österreichischen Bundesheer

Lediglich zwei Prozent der Soldaten und Soldatinnen sowie 13 Prozent aller Zivilbediensteten des Bundesministeriums für Landesverteidigung und Sport (BMLVS)/Österreichischen Bundesheeres (ÖBH) sind weiblich – strukturelle Änderungen sollen diesem Umstand entgegenwirken und für mehr Gender&Diversity im Ressort sorgen. Dies ist exakt die Aufgabe, für die GeM eingesetzt wurde und seither proaktiv an einer Verbesserung dieses Umstandes arbeitet. Vor allem die schwierige Ausgangssituation mit einer Kombination von weiblichen und männlichen Zivilbediensteten und Militärpersonen sowie der Verwendung von Soldaten und Soldatinnen im Ausland stellt eine besondere Herausforderung für GeM dar.

Aufgrund der Bundesverfassung sind alle Ressortangehörigen verpflichtet, ihr Handeln und Tun

unter der Prämisse der Gleichstellung durchzuführen. Die Erfahrung hat jedoch gezeigt, dass dies im Ressort noch nicht zum durchgängigen Prinzip gehört. An diesem Ausgangspunkt setzt GeM an, um weitreichende Veränderungen zu erzielen. Durch die im Jahr 2010 durchgeführte Etablierung von GeM auf der höchsten militärischen Ebene wurde innerhalb des Ressorts ein ganz konkretes Zeichen für den Stellenwert der Gleichstellung in der militärischen Aufgabenerfüllung und für alle Ressortangehörigen gesetzt. Damit wurde ein interner Neustart durchgeführt, der das Thema »Gender Mainstreaming« neu beleben und darauf aufbauend die verfassungsmäßige Gleichstellung von Männern und Frauen durch die Veränderung von Struktur- und Rahmenbedingungen vorantreiben soll.



GeM-Jahrestagung (mit den Teilen des Teams Gender Mainstreaming)

Bei der Erreichung dieses Ziels wird die Gender Mainstreaming-Beauftragte von freiwilligen Mitarbeitenden des Ressorts unterstützt. Das Team Gender Mainstreaming (GeM) weist eine größtmögliche Diversität auf und besteht sowohl aus Zivilbediensteten als auch Militärpersonen, die in unterschiedlichen Funktionen und Positionen tätig sind. Dies garantiert, dass die Produkte und Tätigkeiten von GeM auf die Heterogenität bzw. Vielfalt von Männern und Frauen abzielen.

GeM-Leitbild

GeM verfolgt in seiner Tätigkeit das Leitbild, dass die Schaffung von gender- und diversitygerechten Arbeitsbedingungen für alle Mitarbeitenden essentiell sind, damit diese ihre Aufgaben im Sinne der Gleichstellung effizient und effektiv erfüllen. So werden dem Metaziel »Implementierung und Bewirtschaftung von GeM« vier Hauptziele zugeordnet:

1. Etablierung einer positiven Grundeinstellung für die Gleichwertigkeit und Vielfalt der Ressortangehörigen durch die Schaffung von nachhaltigen Maßnahmen und Initiativen zur Sensibilisierung;
2. Sichtbarmachung von androzentristischen kollektiven Denkweisen und Diskursen;
3. Schaffung von konkreten und nachhaltigen Gleichstellungsmaßnahmen in den Struktur- und Rahmenbedingungen des Ressorts;
4. Sichtbarmachung des Nutzens von Geschlechter- und Diversitätsgerechtigkeit für Dienstgeber und -nehmende im Dienstbetrieb und in der Aufgabenerfüllung.

Arbeitsschwerpunkte 2010-2012

In diesem Sinne wurden in den vergangenen Jahren durch die GeM-Beauftragte zahlreiche Gespräche und Interventionen durchgeführt sowie Stellungnahmen und proaktive Vorschläge erarbeitet. Mit Unterstützung des Teams GeM und den fachlich zuständigen Dienststellen werden vielfäl-

tige Aktionen und Projekte - von Personalentwicklungsmaßnahmen über budgetäre und strukturelle bis hin zu bewusstseinsbildenden Maßnahmen - entwickelt und umgesetzt. Grundsätzlich haben sich bei der Bearbeitung vier Hauptfelder bzw. Schwerpunkte herauskristallisiert:

- »Grundlagen«
- »Militärische Aufgabenerfüllung«
- »Gesundheitsförderung und Leistungsfähigkeit«
- »Unternehmenskultur«

Nachstehend werden exemplarisch einige Tätigkeiten, Projekte und Aktionen dargestellt, in denen GeM umgesetzt oder implementiert wurde.

Grundlagen

Dieser weite Bereich fasst die Grundlagen von GeM im BMLVS. Dies inkludiert somit eine weite Bandbreite von Aktionen und Projekten, wie beispielsweise einen Grundsatzterlass sowie die Arbeit an einer Anlage »Gender Mainstreaming« zum Militärstrategischen Konzept, und unter anderem auch:

- Gender Index: Dies beschreibt die derzeitige Erarbeitung einer »Gender Statistik« für das Ressort. Diese soll neben den Bereichen des vom BKA erstellten »Gender Index Österreich 2011« diversifizierende ressortspezifische Informationen liefern. Das Ziel ist eine standardisierte Automatisierung von Abfragen.
- Haushaltsrechtsreform: Das ab 1.1.2013 geltende Bundeshaushaltsgesetz sieht die Einführung einer wirkungsorientierten Haushaltsführung vor. Aufgrund der Monitoring-Agenda für Gender Budgeting ist GeM in eine Arbeitsgruppe für die ressortinterne Bearbeitung der Haushaltsrechtsreform eingebunden und für die Einbringung des Gleichstellungswirkungszieles und die Begutachtung der Ressourcen-, Ziel- und Leistungspläne zuständig. Der Schwerpunkt liegt hier – wie im Leitbild verankert – auf der Herstellung von gender- und diversitygerechten Arbeitsvoraussetzungen und im Rahmen der militärischen Aufgabenerfüllung an der Umsetzung der Ziele der Resolution 1325 »Frauen, Frieden und Sicherheit« des Sicherheitsrats der Vereinten Nationen (UNSCR-1325).

Militärische Aufgabenerfüllung

Dieser Bereich befasst sich derzeit schwerpunktmäßig mit der Umsetzung des Nationalen Aktionsplans zur Umsetzung der UNSCR-1325.

- Ausbildung zum Gender Field Adviser (GFA): Das Österreichische Bundesheer verfügt derzeit über neun ausgebildete Gender Field Adviser (Gender Berater), die in SCHWEDEN ausgebildet wurden. Aufgrund der festgelegten Zuständigkeit für Genderangelegenheiten erfolgt durch GeM eine Prioritätenreihung der Kandidaten und Kandidatinnen zur GFA-Ausbildung.
- Entsendung eines Gender Advisers: Erstmals wurde im Jahre 2011 eine Milizsoldatin als Gender Adviser in den KOSOVO entsandt. Durch GeM erfolgte im Vorfeld die Begleitung und Auswahl der erforderlichen Fachausbildung als Ergänzung zur allgemeinen Einsatzvorbereitung.
- GeM-Einsatzmodul: Ab Herbst 2012 wird das 4-stündige Modul in die Einsatzvorbereitung für einen Auslandseinsatz integriert (Schwerpunkt ist auch hierbei die UNSCR-1325).
- Partnershipgoal (PG) »Gender Perspectives«: Im Rahmen der Partnerschaft für den Frieden/NATO hat das BMLVS das PG angenommen und GeM mit der Bearbeitung betraut. Die Ziele referieren ebenfalls auf die UNSCR-1325.

Gesundheitsförderung und Leistungsfähigkeit

Ziel ist einerseits die Etablierung einer gender- und diversitygerechten betrieblichen Gesundheitsförderung und andererseits die Erforschung der Leistungsfähigkeit von Soldatinnen unabhängig von den bekannten Leistungsparametern der Soldaten.

- Gender Medizin: Seitens GeM erfolgte die Initiative, in den Bereich der Gender Medizin einzusteigen. Dazu wurden Kontakte mit der Medizinischen Universität Wien/Gender Medicine und der Österreichischen Gesellschaft für gendersensible Medizin (ÖGGSM) aufgebaut. Die Erkenntnisse aus diesem Bereich sollen sowohl in die militärische Aufgabenerfüllung als auch in die betriebli-

che Gesundheitsförderung einfließen. Derzeit werden die Fähigkeiten von Frauen nur an den vorhandenen Parametern von Männern beachtet. Die Erforschung der Leistungsfähigkeiten von Frauen wird Erkenntnis über ebendiese ergeben, die dann in weiterer Folge in die Anforderungen für Funktionen integriert werden können und einen positiven Einfluss auf die Aufgabenerfüllung haben.

- »Cardio-Studie«: In Kooperation mit der Arbeitsmedizin und in Zusammenarbeit mit dem ÖGGSM ist GeM an der Durchführung einer Erhebung zu kardiovaskulären Risikofaktoren im Sinne einer geschlechtergerechten Prävention zur Herzgesundheit beteiligt. Dies hat für das BMLVS vor allem hinsichtlich der militärischen Aufgabenerfüllung, der Funktion als Sportministerium sowie der betrieblichen Gesundheitsförderung Relevanz.
- »Gesunder Mittagstisch«: In enger Zusammenarbeit mit dem ernährungswissenschaftlichen Bereich der Heereslogistikschule wurden gender- und diversitygerechte Salatrezepte in einem Pilotprojekt eingeführt. Durch die positive Beurteilung der Verpflegungsteilnehmenden ist eine Fortsetzung geplant.



Unternehmenskultur

Die Unternehmenskultur ist einer der wichtigsten Faktoren für einen erfolgreichen Prozess der Implementierung von GeM. Zu den Initiativen zählen unter anderem:

- GeM-Basismodul: Seit dem Frühjahr 2012 wird in allen militärischen und zivilen Grundausbildungen das 4-stündige Basismodul durch GeM unterrichtet.

- Anti Mobbing-Initiative: Das BMLVS entwickelte eine »Standardisierte Interventionskette«, um betroffenen Personen eine einfache Inanspruchnahme verschiedener Unterstützungsleistungen zu ermöglichen. Diese inkludiert auch die Anwendung und Durchführung von Sanktionsmaßnahmen. Den Ausgangspunkt dieser Kette bildet die anonyme Kontaktaufnahme der betroffenen Personen oder eines Mitarbeitenden mit der Helpline, wo anschließend gemeinsam über das weitere Vorgehen entschieden wird.
- PROMENTEE – Mentoringprogramm für Personen mit besonderen Bedürfnissen (PMBB): Basierend auf einer durchgeführten Vorstudie wird ab 2013 der Start dieses Programmes erfolgen. Ziel ist es, die Integration von PMBB zu verbessern und Karrierechancen zu eröffnen.
- »ProKiBe« - Kinderbetreuung im Bundesheer: An alle Ressortangehörigen wurden Fragebögen hinsichtlich der Kinderbetreuung versandt und 3.146 (82% Männer, 18% Frauen) wurden gültig retourniert. 67% würden demnach das Angebot einer betrieblich unterstützten Kinderbetreuung nützen. Dabei ist der Bedarf vor allem für Ferienbetreuung (39%) und Kinderstätte (26%) gegeben. Seit einigen Jahren wird bedarfsentsprechende Kinderbetreuung in den Sommerferien angeboten.



Ausblick

In den vergangenen Jahren wurde damit begonnen, einen Grundstock für GeM im BMLVS/ÖBH zu legen. Dies ist gelungen und bildet den Ausgangspunkt für eine notwendige weitere strukturelle Verankerung von GeM im Ressort, um die Gleichstellung aller Personen zu garantieren und die Vielfältigkeit der Bediensteten zielführend zu nutzen. In den kommenden Jahren wird noch viel Arbeit zu leisten sein, um eine strukturelle Gleichstellung zu erreichen, aber sie wird sich sukzessive einstellen. Der Weg den GeM und das Ressort eingeschlagen haben, muss zielstrebig weitergeführt werden um nachhaltigen Erfolg zu garantieren.

Gender Award Werbung 2012

Am 26. September 2012 fand in der Wiener Stadthalle erstmalig die feierliche Preisverleihung zum »Gender Award Werbung« im Rahmen der österreichischen Medientage statt. Der neue Preis hat das Ziel, geschlechtersensible Werbeproduktionen aus Österreich auszuzeichnen und damit das gesellschaftliche Bewusstsein für gleichstellungsorientierte und diskriminierungsfreie Werbung zu erhöhen.

Am Talk »Wie viel Gender braucht die Werbung?« nahmen Bundesministerin Gabriele Heinisch-Hosek, der kaufmännische Direktor des ORF Richard Grasl, der Präsident des Verbandes österreichischer Zeitungen Hans Gasser, der Präsident des österreichischen Werberates Michael Straberger sowie die Präsidentin des Creativ Clubs Austria Gerda Reichl-Schebesta teil.

Im Anschluss verliehen Bundesministerin Gabriele Heinisch-Hosek, Direktor Richard Grasl und Präsident Gasser den 1. Gender Award Werbung 2012. Mit dem Preis wurde die Werbeagentur **McCann Erickson Wien** für die **AMA-TV-Kampagne »Reifenpanne«** honoriert. Der TV-Spot beschäftigt sich mit dem Thema Gleichstellung sowie mit dem Bestreben, Frauen in einem gleichstellungsorientierten Kontext sichtbar zu machen und hat somit Vorbildwirkung für künftige Werbesujets in Österreich.

Stereotype & Werbung

Geschlechterrollen einer Gesellschaft werden durch Werbung geprägt. Die starke Präsenz der Werbung in der Öffentlichkeit fixiert gesellschaftliche Klischees. Werbung versucht einerseits einen Idealzustand zu zeigen und zementiert andererseits gesellschaftliche Zuschreibungen – auch in Bezug auf das Geschlecht.

Der Mann, wie ihn die Werbung darstellt, ist ein Typ, der beruflich erfolgreich ist, Macht ausübt und bewundert wird. Bei der Wahl der Testimo-



nials bedienen sich Unternehmen noch vielfach traditioneller Rollenstereotype: Frauen empfehlen Salatöle, Hautcremen, Naschereien für Kinder und andere Produkte, die der Familienharmonie dienen. Männer hingegen loben technische Artikel und generell Dinge, die den gesellschaftlichen Status sichern beziehungsweise erhöhen.

Die Beseitigung von Geschlechterrollenklischees in der Werbung ist daher ein wichtiger Schritt für eine gleichgestellte Gesellschaft. Gleichstellungspolitik bedeutet das Aufbrechen festgefahrener Rollenbilder, um Diskriminierungen abzubauen, auch und speziell im Bereich der Werbung.

Geschlechtersensible Werbung steuert zielgerichtet gegen verfestigte Rollenstereotype, indem sie einen breiten gesellschaftlichen Diskurs über diskriminierungsfreie, egalitäre Rollenmodelle in Gang setzt. Ziel ist es, Sexismus und Stereotypen im gesamten Medienbereich nachhaltig entgegen zu steuern.

Weitere Informationen unter:

[Gender Award Werbung](#)

[Fotos zur Verleihung](#)

Arbeitsklima Index



Foto: (© Kaarsten - Fotolia.com)

Der Österreichische Arbeitsklima Index ist ein Maßstab für den wirtschaftlichen und sozialen Wandel aus der Sicht der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Er untersucht deren Einschätzung hinsichtlich Gesellschaft, Betrieb, Arbeit und Erwartungen. Im Gegensatz zu üblichen Kennzahlen der wirtschaftlichen Entwicklung erfasst der Arbeitsklima Index die subjektive Dimension und erweitert das Wissen über wirtschaftliche Entwicklungen und ihre Folgen für die Gesellschaft.

Die Berechnung des Arbeitsklima Index beruht auf vierteljährlichen Umfragen unter österreichischen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern.

Die aktuelle Auswertung des Österreichischen Arbeitsklima Index mit dem Schwerpunkt Frauen zeigt, dass sich 42 Prozent der österreichischen Arbeitnehmerinnen vor allem beim Einkommen als benachteiligt einschätzen. Trotz Verbesserungen in den letzten Jahren sind laut Arbeitsklima Index September 2012 nur 15 Prozent der befragten Frauen mit dem Kinderbetreuungsangebot sehr zufrieden.

Weitere Ergebnisse und Hintergrundinformationen unter:

www.arbeitsklima.at

Impressum

Medieninhaberin und Herausgeberin: Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst im Bundeskanzleramt Österreich
Minoritenplatz 3, 1014 Wien

Text und Gesamtumsetzung: Abteilung II/1 – Gleichstellungspolitische Grundsatz- und Rechtsangelegenheiten
Grafische Gestaltung: BKA I ARGE Grafik

Rückmeldungen: Ihre Überlegungen zum vorliegenden Newsletter übermitteln Sie bitte an karin.maurer@bka.gv.at.

Abonnement des Newsletters

Sollten Sie noch nicht auf unserer VerteilerInnenliste stehen, können Sie unseren Newsletter gerne per E-Mail über die Adresse bettina.heimbucher@bka.gv.at bestellen.

Wenn Sie unsere Zusendung nicht erhalten möchten, senden Sie bitte ein E-Mail an bettina.heimbucher@bka.gv.at.