

Buchinger / Fuxjäger / Gschwandtner /  
Lengauer / Prochazkova / Schmid



# Qualitäts- entwicklung Gender Mainstreaming

**Band 3 – Märkte**  
**Wien, Mai 2007**



Gefördert aus den Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit im Rahmen der europäischen Gemeinschaftsinitiative EQUAL.



## **Impressum:**

### **Herausgeberin:**

EQUAL-Entwicklungspartnerschaft  
Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming

### **AutorInnen:**

Birgit Buchinger, Renate Fuxjäger, Ulrike  
Gschwandtner, Sonja Lengauer, Lucie  
Prochazkova, Tom Schmid

### **Für den Inhalt verantwortlich:**

Die AutorInnen

### **Redaktion und Lektorat:**

Roberta Rastl, Julia Schweiger,  
Neda Motamedi-Shad, Tanja Maria Bürg

### **Entwurf und Layout:**

Andrea Klar, [www.creation-one.com](http://www.creation-one.com)

### **Druck:**

Druckerei F. Berger & Söhne GmbH, Horn

Wien, 2007

Dieses Produkt wurde im Rahmen der  
EQUAL-Entwicklungspartnerschaft Qualitäts-  
entwicklung Gender Mainstreaming erstellt  
und ist aus den Mitteln des Europäischen  
Sozialfonds und des Bundesministerium für  
Wirtschaft und Arbeit gefördert

### **Zitierhinweis:**

EQUAL-Entwicklungspartnerschaft QE GM  
(Hg.), Qualitätsentwicklung Gender  
Mainstreaming, Band 3: Märkte

3/Mai 2007

ISBN: 978-3-9502136-2-1

# Qualitäts- entwicklung Gender Mainstreaming

Publikationsreihe der EQUAL  
Entwicklungspartnerschaft QE-GM

**Band 3 – Märkte**  
**Wien, Mai 2007**

**AutorInnen:**

Birgit Buchinger

Renate Fuxjäger

Ulrike Gschwandtner

Sonja Lengauer

Lucie Prochazkova

Tom Schmid

**Bestellhinweis:**

[pr@abzaustria.at](mailto:pr@abzaustria.at)

[www.abzaustria.at](http://www.abzaustria.at)

Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming

Publikationsreihe der EQUAL

Entwicklungspartnerschaft QE-GM

Band 3 – Märkte

Mai 2007

# Inhalt

Vorwort	6
Einleitung	8
Birgit Buchinger / Ulrike Gschwandtner: <b>Heterogenität als Strukturmerkmal – Der Gender Markt</b>	<b>11</b>
Sonja Lengauer / Lucie Prochazkova / Tom Schmid: <b>Der Markt rund um Gender Mainstreaming Die Besonderheiten der Nachfrageseite</b>	<b>25</b>
Sonja Lengauer / Lucie Prochazkova: <b>Die zwei Gesichter der öffentlichen Beauftragung</b>	<b>35</b>
Renate Fuxjäger: <b>Kompetenzen und Qualitätsentwicklung von BeraterInnen und TrainerInnen für Gender Mainstreaming</b>	<b>45</b>
Kurzporträts der AutorInnen	65

# Vorwort

Die vorliegende Broschüre ist der dritte Band einer Broschürenreihe, die im Rahmen der Entwicklungspartnerschaft Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming: Konzepte, Umsetzung, Evaluation entstanden ist.

Ziel der Entwicklungspartnerschaft war es einerseits, theoretisch fundierte Qualitätsmerkmale für die Einführung und Überprüfung von Gender Mainstreaming und andererseits für die Verhandlung von Geschlechtergerechtigkeit sowie die Überprüfung der Zielerreichung zu entwickeln und zu implementieren.

Folgende Fragestellungen waren für die Arbeit in der Entwicklungspartnerschaft leitend:

- ▶ Was sind "intelligente" Qualitätskriterien für die Implementierung von Gender Mainstreaming und gleichstellungsorientierten Maßnahmen in Institutionen und Organisationen?
- ▶ Wie kann bestehende Ungleichheit und der Fortschritt von Gleichstellung in Institutionen und Organisationen beschreibbar gemacht werden?
- ▶ Wie kann Gender Mainstreaming auf hohem qualitativem Niveau implementiert werden?

AkteurInnen aus öffentlichen Organisationen, der Sozialwirtschaft und Unternehmen leisteten in fünf Teilprojekten Theoriearbeit, konzipierten und setzten Pilot- und Fortbildungsprojekte um.

Mittels Überprüfung von gängigen Gender Mainstreaming Konzepten sowie deren Umsetzung und der Evaluierung der Zielerreichung wurden Merkmale für qualitativvolles und systematisches Vorgehen erarbeitet, um die Umsetzung von Gender Mainstreaming auf unterschiedlichen Ebenen zu optimieren. Dabei

bestätigte sich durchgehend der der Entwicklungspartnerschaft zugrunde liegende Ansatz, dass erfolgreiches und nachhaltiges Gender Mainstreaming sowohl gendertheoretischer als auch systemtheoretischer Fundierung bedarf.

Die Arbeitsschwerpunkte in den Teilprojekten waren:

- ▶ Die Konkretisierung und Ausdifferenzierung geschlechtertheoretischer Perspektiven innerhalb der Strategie Gender Mainstreaming.
- ▶ Die Überprüfung, Adaptierung und Verbreitung von Qualitätssystemen und Kennzahlensystemen, die zur Messbarkeit von Gender Mainstreaming und Gleichstellung dienen.
- ▶ Die Erstellung von Konzepten, welche Gleichstellungsorientierung in Prozessen der Beauftragung durch öffentliche Institutionen ermöglichen und forcieren.
- ▶ Die Weiterentwicklung vorhandener Qualitätsmanagement-Systeme und Abläufe in der Organisationsentwicklung durch das Einbeziehen der Kategorie Geschlecht und von Gleichstellungszielen.
- ▶ Die Ausarbeitung von Lernkonzepten und Fortbildungen für die Vermittlung von Gender Mainstreaming. Der Fokus richtet sich nicht nur auf die zu vermittelnden Kompetenzen, sondern auch auf die Gestaltung der Prozesse des Lernens.
- ▶ Die Entwicklung von Qualitätsstandards in der Gender Mainstreaming Beratung und im Gender Training gemeinsam mit Gender BeraterInnen und TrainerInnen im Rahmen eines BeraterInnendiskurses und Etablierung dieser Qualitätsstandards in einer geeigneten Vernetzungsstruktur.

Einen zentralen Stellenwert innerhalb der Entwicklungspartnerschaft nahm die kontinuierliche Rückbin-

derung der theoretischen Arbeit an die Umsetzungspraxis von Gender Mainstreaming in Unternehmen und öffentlichen Institutionen ein. Neben einigen Pilot- und Fortbildungsprojekten erfolgte diese Rückbindung der theoretischen Arbeit durch die so genannten Plattformen - vierteljährlich stattfindende EP-interne Workshops, zu denen VertreterInnen strategischer Partnerorganisationen, die mit der Umsetzung von Gleichstellungsmaßnahmen in ihren Organisationen betraut waren, eingeladen wurden. Die Plattformen ermöglichten einen intensiven Austausch und eine breite Vernetzung mit Gender Mainstreaming ExpertInnen aus dem In- und Ausland und lieferten den TeilnehmerInnen Unterstützung, Feedback und neue Impulse für ihre Arbeit auf diesem Gebiet.

Im Rahmen einer nationalen Vernetzung wurden in Zusammenarbeit mit zwei weiteren österreichischen Entwicklungspartnerschaften (karenz und karriere, Pop Up Gem) Kriterien für die Gleichstellungswirksamkeit arbeitsmarktpolitischer Förderinstrumente entwickelt. Zentrale Themen hierbei waren Kinderbetreuungsbeihilfe, Elternteilzeitrecht und GründerInnenprogramme.

In Kooperation mit Partnerorganisationen aus Deutschland, der Slowakei, den Niederlanden, Portugal und Polen - in der so genannten Transnationalen Kooperation - wurden gemeinsam Maßnahmen und Strategien auf europäischem Niveau entwickelt, mit dem Ziel, die in den Entwicklungspartnerschaften der teilnehmenden Länder erarbeiteten Produkte am europäischen Markt zu platzieren. Auf der Abschlusskonferenz der Transnationalen Kooperation, die im April 2007 in Wien und Bratislava stattfand, wurden die Ergebnisse dieser Zusammenarbeit, so zum Beispiel ein Online-Wissensmanagement-System zu

Gender Mainstreaming und Diversity Management sowie ein Leitfaden für Gender Mainstreaming im Vergabewesen, präsentiert.

Insgesamt beteiligten sich an der Entwicklungspartnerschaft Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming: Konzepte, Umsetzung, Evaluation über 30 nationale und internationale Partnerorganisationen, denen an dieser Stelle herzlich gedankt werden soll. Überflüssig zu erwähnen, dass ohne das große Engagement und dem unermüdlichen Einsatz der operativen und strategischen PartnerInnen weder die Entwicklungspartnerschaft noch die vorliegende Broschürenreihe realisiert werden hätte können.

Die Entwicklungspartnerschaft war ein 2-jähriges EU-Projekt (01.07.2005 - 30.06.2007) im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative EQUAL, welches zur Hälfte aus EU-Mitteln und zur Hälfte aus Mitteln des österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit finanziert wurde. Koordiniert wurde das Projekt vom abz\*austria - kompetent für frauen und wirtschaft. Die inhaltliche Verantwortung lag bei den Beratungsunternehmen abzwien.akademie und ARCO - Consulting.

# Einleitung

Der vorliegende Band entfaltet eine komplexe Lagebestimmung des österreichischen „Gender Marktes“, jenes Marktes, auf dem Gendertrainings und Genderberatungen eigenständig, als Bestandteile komplexerer Produkte bzw. Dienstleistungen oder integrierte Produkte gehandelt werden. Im Freilegen der Spezifika dieses jungen und dynamischen Marktes und in der Auseinandersetzung mit dem Begriff „Gender-Kompetenz“ soll sich das Verständnis für Qualität von Gender Mainstreaming-Prozessen schärfen und liegt ein wesentlicher Schritt in Richtung Neugestaltung dieses Marktes.

Birgit Buchinger und Ulrike Gschwandtner bringen mit „Heterogenität als Strukturmerkmal“ das zentrale Ergebnis ihrer qualitativen Studie über AnbieterInnen, Strukturen und Standards des Gender Marktes (Band 1 dieser Schriftenreihe) zum Ausdruck. In einem multimethodischen Vorgehen, mit Webrecherche und qualitativen ExpertInneninterviews als Kernelemente, identifizieren sie Heterogenität in genderspezifischer Dienstleistungen sowohl hinsichtlich Inhalten, Zielen, didaktischen und methodischen Zugängen als auch in Bezug auf Qualitätsauffassungen. Des Weiteren zeigen sie, dass Begriffe wie „Gleichstellung“, „Geschlechtergerechtigkeit“ oder „Chancengleichheit“ meist ohne analytisch klare Trennung der zugehörigen Konstrukte benutzt werden.

In ihrem Beitrag zeichnen die Autorinnen jene Faktoren nach, welche für die Verortung der Angebote bestimmend sind und die sie konstatieren lassen, dass es für potentielle KundInnen von Gender Dienstleistungen nicht leicht sei, sich am „Gender Markt“ (im Internet) zu orientieren.

Sonja Lengauer, Lucie Prochazkova und Tom Schmid fokussieren auf „Die Besonderheiten der Nachfrage-

seite“, welche sich überwiegend aus Körperschaften des öffentlichen Rechts konstituiert. Das erarbeitete Grundproblem eines asymmetrischen „Gender Marktes“, auf dem die Regulationsmöglichkeiten der Nachfrageseite aus inhaltlichen, vergaberechtlichen und Qualifikationsmöglichkeiten beschränkt sind, wird im Text strukturiert ausgeführt. Anhand der derzeit vorherrschenden einseitigen Definitionsmacht von Qualität von Gender Mainstreaming auf Angebotsseite und der erheblichen Preisfestsetzungsmacht auf Nachfrageseite, wird hohe Transparenz als nicht ausreichend entlarvt, um am „Gender Markt“ ein Gleichgewicht von Qualität und Preis herzustellen.

Trotz oder vielmehr in Bezugnahme auf die Schwächen des „Gender Marktes“ zeigen die AutorInnen Wege, um Qualitätssicherung von Gender Mainstreaming in den Vergabeprozess zu implementieren.

Sonja Lengauer und Lucie Prochazkova präsentieren „Die zwei Gesichter der Öffentlichen Beauftragung“ – Förderung und Vergabe – und wechseln damit vom „Gender Markt“ an sich zur Beauftragung als einer Tätigkeit auf diesem Markt. Ihre Analyse dieser Strategien beinhaltet die Darstellung des Förderwesens am Beispiel des Fonds Soziales Wien, der wesentlichen Aspekte des Bundesvergabegesetzes 2006 sowie die Betrachtung des Zusammenspiels von Vergabe, Qualitätssicherung und Gender Mainstreaming.

Obwohl beide Beauftragungsmodelle grundsätzlich als verbesserungswürdig angesehen werden, gelingt es den Autorinnen ebenso, die Vorteile darin aufzuzeigen – mit Verweis darauf, dass Modelle nur so wirkungsvoll und unumgänglich sein können, wie die Intention der Menschen, die sich dieser Modelle bedienen.

Renate Fuxjäger begibt sich mit ihrem Beitrag „Kompetenzen und Qualitätsentwicklung von BeraterInnen



und TrainerInnen für Gender Mainstreaming“ in das durch die kritische Reflexion des „Gender Marktes“ und der Modelle der Beauftragung frei gewordene Feld der Diskussion um neue Zugänge zur Ausdrückbarkeit von Qualität. Der sich auch in der Marktanalyse von Birgit Buchinger und Ulrike Gschwandtner zeigenden unscharfen und inkonsistenten Existenz des Kompetenzkonzepts im Gender Mainstreaming wird eine inhaltliche Konkretisierung und Weiterentwicklung zugeführt. In Vorstellung eines von der Autorin entwickelten Kompetenzmodells für Beratung und Training im Bereich Gender Mainstreaming (auf Basis von Erpenbeck & Heyse) wird „Gender Kompetenz“ und deren Verhältnis zu anderen Kompetenzen charakterisiert. Das Potential dieses Beitrags liegt in der Anwendung des Kompetenzkonzepts im Prozess des BeraterInnendiskurses, ein im Rahmen der Entwicklungspartnerschaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“ als Workshop-Reihe initiiertes Austausch erfahrener BeraterInnen und TrainerInnen.

Das in diesem Band gesammelte Wissen verweist auf die hohe Verantwortung der AnbieterInnen für die Implementierung und Aufrechterhaltung von Qualität in Gender Mainstreaming Dienstleistungen und bietet Anknüpfungspunkte für das Überdenken von Begrifflichkeiten und für Überlegungen zu Strategien, um Qualität sichtbar zu machen.

In Anerkennung der Relativität von Qualität werden Vorschläge für Instrumente zur Bestimmung und Sicherung der Qualität (wie beispielsweise Fach- und Berufsgesetze, ein anerkanntes Gütesiegel oder eine Liste anerkannter Gender Mainstreaming DienstleisterInnen) erbracht. Diese werden in den weiteren Bänden der Schriftenreihe zur Ausformung gelangen. Die Strategie eines im Konsens von AnbieterInnen, NachfragerInnen und betroffenen Personen zu gestaltendes Entscheidens über Qualität wird mit auf den Weg gegeben.

Tanja Maria Bürg



# Heterogenität als Strukturmerkmal - Der Gender Markt

Birgit Buchinger / Ulrike Gschwandtner

<b>1. Einleitend</b>	<b>12</b>
<b>2. Zur methodischen Anlage der Marktanalyse</b>	<b>12</b>
<b>3. Die zentralen Ergebnisse</b>	<b>13</b>
2.1 Die webbasierte Marktanalyse	13
2.2 Die qualitative Marktanalyse	15
<b>4. Zusammenfassende Diskussion der Ergebnisse</b>	<b>22</b>
<b>5. Literatur</b>	<b>23</b>

# Heterogenität als Strukturmerkmal – Der Gender

Birgit Buchinger / Ulrike Gschwandtner

## 1. Einleitend

Dieser Beitrag basiert auf der Untersuchung „Der Gender Markt. Eine qualitative Studie zu AnbieterInnen, Strukturen und Standards“ (Buchinger & Gschwandtner 2006), die im Rahmen der EQUAL-Entwicklungspartnerschaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“ durchgeführt worden ist. Diese seit Jänner 2006 vorliegende Marktanalyse bietet einen Überblick über in Österreich angebotene Gender und Gender Mainstreaming Dienstleistungen. Konkret wird der Status quo bezüglich transparenter Qualitätskriterien, Zielgruppen, methodischer und didaktischer Zugänge sowie Erfahrungen und Evaluierungsstandards verschiedener AnbieterInnen dargestellt und diskutiert. Im Rahmen der Untersuchung kam ein Methodenmix zur Anwendung: Literatur- und Dokumentenrecherche und -aufbereitung, webbasierte Recherche in insgesamt 54 Websites, qualitative ExpertInneninterviews (themenzentrierte Auswertung) sowie Rückkoppelungs- und Reflexionsschleifen. Einer interessierten (auch wissenschaftlichen) Fachöffentlichkeit im deutschsprachigen Raum wird mit dieser Marktanalyse ein kompakter Überblick über den gegenwärtigen Stand genderspezifischer Angebote und Dienstleistungen in Österreich gegeben.

## 2. Zur methodischen Anlage der Marktanalyse

Die Untersuchung wurde in zwei aufeinander folgenden methodischen Schritten durchgeführt. In einem ersten Erhebungsschritt wurde im Sommer 2005 eine ausgedehnte, siebenwöchige Webrecherche nach AnbieterInnen von Gender und Gender Mainstreaming Dienstleistungen durchgeführt. Von den gefundenen 87 AnbieterInnen wurde letztlich 54 AnbieterInnen in Österreich in die Auswertung einbezogen. Die Kriterien für die Auswahl waren: Existenz einer eigenen Website sowie aktuelle Angebote zu Gender Dienstleistungen im Netz. Die Websites wurden auf Basis von 28 Fragenkomplexen ausgewertet.

In einem zweiten Erhebungsschritt, der von Oktober bis Dezember 2005 dauerte, wurden leitfadengestützte qualitative Interviews mit ausgewählten 19 AnbieterInnen von genderspezifischen Dienstleistungen durchgeführt. Mit diesen Interviews wurde das Ziel verfolgt, eine vertiefende Auseinandersetzung mit dem Status Quo bezüglich Qualitätskriterien, Zielgruppen, methodischer und didaktischer Zugänge sowie Erfahrungen und Evaluierungsstandards der verschiedenen AnbieterInnen von Gender Dienstleistungen zu führen.

Die Arbeit zur Marktanalyse wurde von intensiver Literaturarbeit sowie von kontinuierlichen Rückkoppelungsschleifen mit der gesamten EQUAL-Entwicklungspartnerschaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“ begleitet. Die diesbezüglichen Diskussionsergebnisse wurden jeweils in die weitere Arbeit zur Marktanalyse eingearbeitet.

## 3. Die zentralen Ergebnisse

### 2.1 Die webbasierte Marktanalyse

Die webbasierte Marktanalyse, bei der 54 Websites ausgewertet wurden, bietet einen vielfältigen Einblick in die Heterogenität von Angeboten, Inhalten und Strukturen der im Netz angebotenen Dienstleistungen rund um Gender und Gender Mainstreaming. Diese Heterogenität hat jedoch zur Konsequenz, dass sich für potentielle KundInnen ein eher uneinheitliches Bild der Angebote bietet. Auswahl- und Entscheidungsprozesse für die Inanspruchnahme konkreter Dienstleistungen im Gender Bereich erfordern so eine gewisse Ausdauer und Beharrlichkeit.

Die Auswertung der Websites zeigt unterschiedliche Ergebnisse. Dies betrifft sowohl den Aufbau der Websites, die dort angebotenen Informationen und Serviceleistungen (etwa Downloads) als auch die Aktualität. Mehr als 50 Prozent der AnbieterInnen haben veraltete Informationen im Netz, was sowohl aus der Perspektive der KundInnenfreundlichkeit als auch der Marktpräsenz keine optimale Situation darstellt.

#### 2.1.1 Organisationsstrukturen

Die Organisationsstruktur der AnbieterInnen ist überwiegend privatwirtschaftlich oder vereinsförmig. 85 Prozent der AnbieterInnen sind in einer dieser beiden Strukturen organisiert, die große Mehrheit hat einen Standort in Österreich. Die Leitung der Einrichtungen liegt – so aus den Websites ersichtlich – mehrheitlich bei Frauen. Die Einrichtungen selbst sind vom Personalstand her gesehen eher klein. Von jenen Einrichtungen, die auf ihrer Website Angaben zu Beschäftigten machen, haben 65 Prozent bis maximal zehn MitarbeiterInnen. Nur drei AnbieterInnen beschäftigen laut Website mehr als 50 Personen.

Insgesamt ist es für potentielle KundInnen von Gender Dienstleistungen nicht einfach, sich im Netz ein Bild über Angebote, Qualitätsstandards, Qualitätssicherung oder Methoden der AnbieterInnen zu machen. Ein erster Indikator – Angaben über die konkrete Qualifizierung der MitarbeiterInnen – findet sich auf rund 35 Prozent der Websites. Ein weiterer Anhaltspunkt für KundInnen könnte sein, ob AnbieterInnen innerhalb ihrer Einrichtung selbst Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter durchführen. Dies ist laut Websites bei insgesamt acht AnbieterInnen der Fall. Darüber hinaus könnte auch die jeweilige politisch-inhaltliche Verortung der AnbieterInnen einen Hinweis auf Herangehensweise oder Selbstverständnis geben. Informationen dieser Art finden sich auf insgesamt 43 Prozent der Websites, hier sind vor allem frauen- beziehungsweise genderpolitische Bezüge hervorzuheben.

#### 2.1.2 Gender Dienstleistungen allgemein

Nur bei 28 Prozent der Websites, die nach konkreten Angeboten zu Gender und Gender Mainstreaming ausgewertet wurden, finden sich diese auf der Startseite. Für potentielle KundInnen erfordert das Auffinden der Angebote so in vielen Fällen ein gewisses Ausmaß an Zeit und Interesse.

#### 2.1.3 Gender Kompetenz

Ein zentraler Aspekt der webbasierten Marktanalyse widmet sich der Frage, ob, und wenn ja, wie Gender Kompetenz als Kernkompetenz auf den Websites der AnbieterInnen dargestellt wird. Insgesamt 44 Prozent der AnbieterInnen bezeichnen auf ihrer Website Gender Kompetenz als ihre Kernkompetenz. Dies kann dahingehend interpretiert werden, dass nur ein Teil der AnbieterInnen Gender Dienstleistungen als zentrale, geschäftsbestimmende Angebote vorsehen. Bei vielen Einrichtungen hingegen ist das Gender Ange-

bot eines unter verschiedenen Angeboten. Der Begriff Gender Kompetenz wird auf keiner Website definiert.

Bei der Herleitung des jeweiligen Gender Verständnisses fällt die Bedeutung von formalen Definitionen auf. Diese werden auf Basis einer Bezugnahme auf Gesetze, Richtlinien oder auf andere schriftliche Dokumente – etwa der Europäischen Kommission – von fast der Hälfte der AnbieterInnen genannt. Weniger häufig finden sich Bezüge zu geschlechtertheoretischen Zugängen oder zur Geschichte von Gender Mainstreaming. Die vielen unterschiedlichen Herleitungen des Gender Verständnisses unterstreichen das Bild der Heterogenität des Marktes.

#### 2.1.4 Bewerbung der konkreten Angebote

Der Bereich der Angebotsstruktur zu den Themen Gender und Gender Mainstreaming kann durch die Marktanalyse sehr gut beschrieben werden, nutzen die AnbieterInnen das Netz doch intensiv für die Bewerbung der Angebote. Insgesamt wurden bei der Auswertung 288 verschiedene, auf den Websites zu findende Angebote einbezogen. Die meisten AnbieterInnen bieten eine Palette von unterschiedlichen Dienstleistungen an, lediglich zehn AnbieterInnen haben nur ein konkretes genderspezifisches Angebot. Die Verteilung der verschiedenen Angebote zeigt, dass die häufigsten Nennungen auf Trainings, Workshops und Seminare sowie auf Beratungen fallen. Die häufigsten Themen der Angebote sind die Bereiche Arbeit und Wirtschaft, gefolgt von Themen wie Berufsbildung und Gesundheit oder Psychologie. Vor allem der Überhang an Wirtschafts- und Arbeitsmarktthemen bei den Angeboten ist überraschend, gilt doch oftmals die Annahme, Gender Mainstreaming hätte die Betriebe noch nicht erreicht. Hier könnten sich auch die Bemühungen – etwa des Arbeitsmarktservice – widerspiegeln, Förderungen an Gender Mainstreaming Aktivitäten zu knüpfen.

#### 2.1.5 Hinweise auf Qualitätssicherung

Rund 52 Prozent der untersuchten Websites geben einen Überblick über methodische und didaktische Zugänge, nur wenige führen dies jedoch bei einzelnen Angeboten genauer aus.

Ein wichtiger Aspekt der webbasierten Marktanalyse widmete sich der Frage, welche weiteren Indikatoren für qualitätsgesichertes Arbeiten auf den Websites der

AnbieterInnen gefunden werden konnten. Einen – eher niederschweligen – Indikator stellt die Verwendung einer geschlechtergerechten Sprache dar, 70 Prozent der AnbieterInnen verwenden diese. Als ein anderer Indikator für Qualität kann die Arbeit mit konkreten Zielformulierungen herangezogen werden, hierzu finden sich Angaben auf 41 Prozent der ausgewerteten Websites. Je rund 17 Prozent definieren eigene Qualitätsstandards für Gender Mainstreaming oder verweisen auf die Evaluierung ihrer genderspezifischen Angebote. Aufgrund der unterschiedlichen Angaben auf den Websites wird ersichtlich, dass es am Gender Markt noch keine allgemein gültigen Qualitätsstandards für Gender Angebote gibt. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass lediglich acht Einrichtungen auf ihren Websites angeben, selbst genderspezifische Zertifizierungen zu vergeben. Allerdings geben die Websites keine genauen Informationen darüber, an welche Kriterien die Zertifizierungen gebunden sind.

Ein Indikator für die Qualität der Dienstleistungen am Gender Markt kann auch in den Servicefunktionen der Websites gesehen werden - etwa ob genderrelevante Downloads zu Verfügung gestellt werden. Bei 65 Prozent der untersuchten Websites besteht diese Möglichkeit nicht und bei denjenigen Websites, die Informationen anbieten, sind diese meist von allgemeiner Natur. Dies kann verschieden interpretiert werden: Einerseits könnte es bedeuten, dass Checklisten oder Leitfäden Teil des spezifischen Know-hows sind und deshalb nicht einer breiten Masse von InteressentInnen gratis zur Verfügung gestellt werden. Andererseits haben es sich wiederum (teilweise von der öffentlichen Hand geförderte) Internetportale (wie die Website der GeM-Koordinationsstelle oder jene des deutschen Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) zur Aufgabe gemacht, genau diese Servicefunktion anzubieten. Eine weitere Interpretationsmöglichkeit wäre, dass der technische und ökonomische Aufwand für die Etablierung eines umfassenden Download-Bereichs auf Websites mit erheblichen Kosten verbunden ist und deshalb eher größere Einrichtungen diese Servicefunktion bieten können.

Die Frage der Preisgestaltung wird nur selten über die Website kommuniziert. Nur neun AnbieterInnen geben hierzu konkrete Informationen. Interessant ist weiters, dass nur elf AnbieterInnen auf ihren Websites

konkrete genderspezifische Referenzen oder Referenzprojekte darstellen. Aus der Sicht potentieller KundInnen stellt sich hier die Frage, wie die konkrete Entscheidung für die Kontaktaufnahme mit einer Einrichtung fallen kann, wenn aus dem Netz relativ wenige Informationen über bereits absolvierte Aufträge zu finden sind.

### 2.1.6 Zielgruppen

Zum Schluss wurde noch erhoben, welche Auskünfte die Websites über die jeweiligen Zielgruppen und Organisationen, die mit den Angeboten angesprochen werden sollen, geben können. Hier kann festgehalten werden, dass sich die meisten Angebote an die Zielgruppen weibliche und männliche Beschäftigte sowie an spezifische Berufsgruppen wenden. Nur ein Angebot richtet sich an die Zielgruppe Männer.

Die Organisationen betreffend kann festgehalten werden, dass sich die meisten Angebote – so die Angaben der Websites – an öffentliche Einrichtungen wie Verwaltungen, Schulen, Universitäten oder Krankenhäuser sowie an Einrichtungen der Privatwirtschaft richten. Politische Parteien sowie die Politik allgemein sind Zielgruppen, die kaum auf Websites angesprochen werden.

Insgesamt ist es für potentielle NachfragerInnen von Gender Dienstleistungen – so die Ergebnisse der webbasierten Marktanalyse – nicht leicht, sich am Gender Markt im Internet zu orientieren. Die Angebote sind schwer auffindbar, sie sind vielfältig, werden verschieden benannt, es gibt keinen einheitlichen Methodenkanon und Qualitätsstandards werden unterschiedlich verstanden. Die Preisgestaltung wird kaum über das Medium Netz kommuniziert.

## 2.2 Die qualitative Marktanalyse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der qualitativen Interviews mit befragten Gender ExpertInnen zusammengefasst.

### 2.2.1 Allgemeine Charakteristika des Gender Marktes Große Heterogenität

Auch die qualitative Marktanalyse verdeutlicht die große Heterogenität des Gender Marktes in unterschiedlichsten Bereichen. Die Heterogenität zeigt sich bei der Organisationsform, bei der Frage der politischen Verortung, des gendertheoretischen

Bezugsrahmens sowie des Gender Verständnisses der einzelnen AnbieterInnen. Darüber hinaus wird sie auch bei der Einschätzung der Zielvorstellungen von Gender Mainstreaming, der Frage nach der Notwendigkeit allgemein gültiger Standards und einer zu schaffenden Vernetzungsstruktur von AnbieterInnen genderspezifischer Dienstleistungen sichtbar. Deutlich wird weiters, wie die webbasierte Marktanalyse ebenfalls belegt hat, dass es keine durchgehende Verwendung einer geschlechtergerechten Sprache gibt. Andererseits zeigt sich, dass es sehr viele unterschiedliche Verwendungen von Begriffen gibt, wobei die Grenzziehungen zwischen den einzelnen Begriffen und Begriffssystemen sehr oft unklar bleiben. Verwiesen sei hier etwa auf Begriffe wie „Gleichstellung“, „Geschlechtergerechtigkeit“ oder „Chancengleichheit“.

### Vernetzungen

Die befragten AnbieterInnen sind auf unterschiedlichen Ebenen stark vernetzt: Neben der Fachebene, etwa Berufsverbände oder genderspezifische Vernetzungsstrukturen, trifft dies auch auf die politische Ebene zu, etwa in feministischen oder männerpolitischen Zusammenhängen. Die InterviewpartnerInnen heben insbesondere Vernetzungen auf nationaler sowie auf internationaler Ebene hervor.

### Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

Die befragten AnbieterInnen betreiben unterschiedlich intensiv Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Während einige keine bis wenige diesbezügliche Aktivitäten nennen (hierbei handelt es sich überwiegend um EinzelunternehmerInnen), verweisen andere befragte ExpertInnen auf sehr intensive und auch strategisch geplante Öffentlichkeitsarbeit, wobei hier unter anderem der jeweiligen Website eine große Bedeutung beigemessen wird. Diese Bewertung überrascht insbesondere vor dem Hintergrund der Ergebnisse der webbasierten Marktanalyse.

Auch die Ergebnisse hinsichtlich der Kontakte zu JournalistInnen weisen große Unterschiede auf. Einige wenige befragte ExpertInnen verfolgen dies systematisch, die Mehrheit anlassbezogen. Deutlich wird, dass wegen mangelnder Zeit oder Personalressourcen die meisten der befragten ExpertInnen weniger Zeit für diese Form der Öffentlichkeitsarbeit haben, als sie es sich wünschen würden.

2.2.2 Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen  
Bezüglich der Einschätzung gesellschaftspolitischer Rahmenbedingungen für die Umsetzung von Geschlechtergerechtigkeit wurden verschiedene förderliche und hemmende Faktoren benannt. Der durch die Europäische Union forcierten Gender Mainstreaming Strategie wird seitens der InterviewpartnerInnen allgemein größte Bedeutung beigemessen, sie kann als förderliche Rahmenbedingung identifiziert werden. Dadurch wurde der politische Diskurs zur Förderung der Gleichstellung zwischen den Geschlechtern in Österreich vorangetrieben. Darüber hinaus wurden vor allem durch die genderspezifischen Vorgaben bei Programmschwerpunkten innerhalb des Europäischen Sozialfonds, etwa durch die EQUAL-Programme, konkrete Umsetzungsmaßnahmen initiiert.

Als wichtiger Vorreiter in Österreich wird das Arbeitsmarktservice Österreich hervorgehoben. Es hat durch seine strikt verfolgte Strategie der Implementierung von Gender Mainstreaming bei den arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen eine nicht zu unterschätzende Initialfunktion eingenommen und war somit für längere Zeit beispielgebend.

So förderlich die Rolle des Arbeitsmarktservice zu Beginn der Umsetzungsaktivitäten von Gender Mainstreaming gewesen ist, so hemmend wird mittlerweile die Rolle dieser Einrichtung gerade im Bereich der qualitätsgesicherten Arbeit im Bereich von Gender Mainstreaming seitens verschiedener InterviewpartnerInnen hervorgehoben. Neben dem Preisdruck im Trainingsbereich wird kritisiert, dass der vom Arbeitsmarktservice geforderte genderspezifische Praxisnachweis für TrainerInnen lediglich die Teilnahme an sechs Stunden Gender Training umfasst.

Als weitere hemmende Faktoren für die Umsetzung von Gender Mainstreaming werden das Fehlen einer umfassend gleichstellungsorientierten Gesellschaftspolitik in Österreich, die staatliche Sparpolitik etwa im Bildungs- oder im Sozialbereich sowie schwache normative Grundlagen, wie das Fehlen von Sanktionsmöglichkeiten, dies vor allem in der Privatwirtschaft, beschrieben.

Vor diesem gesellschaftspolitischen Hintergrund und dem in Bezug auf die Gender Thematik unterschiedlichen Wissensstand – etwa bei AnbieterInnen und

KundInnen – sei es umso problematischer, dass sich die Medien dem Thema Gender Mainstreaming gegenüber eher ignorant verhalten und auch überwiegend keine geschlechtergerechte Sprache verwenden.

### 2.2.3 Beweggründe für die Entwicklung von Gender Angeboten

Die meisten Einrichtungen datieren den Beginn der konkreten Entwicklung von genderspezifischen Dienstleistungsangeboten auf die Zeit ab dem Jahr 2000. Die Motivation zur Entwicklung dieser Angebote rund um Gender und Gender Mainstreaming ist eher divers. Für einige Interviewpartnerinnen – ausschließlich Frauen – war dieser Prozess mehr oder weniger ein fließendes Kontinuum zwischen der Entwicklung frauenspezifischer Angebote, etwa im Bereich arbeitsmarktpolitischer Maßnahmen, bis hin zur Entwicklung genderspezifischer Angebote. Andere Befragte führen aus, dass die Entwicklung genderspezifischer Angebote überwiegend über die Nachfrage des Marktes angeregt wurde. In vielen Fällen wird hierbei auf Ausschreibungen im Bereich der EQUAL-Programme verwiesen. Einige InterviewpartnerInnen definieren ihr Interesse an der Entwicklung genderspezifischer Dienstleistungen zuallererst als politisches, die Nachfrage am Markt hat diese Bestrebungen unterstützt.

Unabhängig davon, worin nun die jeweilige Motivation zur Entwicklung genderspezifischer Angebote liegt, kann festgehalten werden, dass alle InterviewpartnerInnen spezifische persönliche Betroffenheiten in Bezug auf die Gender Thematik nennen.

Schließlich wurden einige AnbieterInnen aufgrund der steigenden Nachfrage des Marktes zum ersten Mal dazu motiviert, sich überhaupt mit der Geschlechterthematik auseinanderzusetzen und in der Folge geschlechtsspezifische Produkte zu entwickeln.

Es kann zusammengefasst werden, dass alle genderspezifischen Dienstleistungsangebote, die letztlich auch verkauft werden konnten, ausschließlich auf Nachfrage hin entwickelt worden sind. Die einzige Ausnahme stellen diesbezüglich Lehrgänge dar. Anzumerken ist, dass alle Produkte – so die InterviewpartnerInnen - permanent weiter entwickelt werden.



#### 2.2.4 Gender Kompetenz

Die InterviewpartnerInnen haben verschiedene Wege verfolgt, um sich unterschiedliche Formen der Gender Kompetenz anzueignen. Teilweise war die Auseinandersetzung mit Geschlechterfragen – dies etwa im Bereich der Frauenforschung, der feministischen Forschung, der Gender oder Cultural Studies – ein wichtiger Aspekt im Rahmen der jeweiligen universitären Ausbildungen. Eine wesentliche Bedeutung wird von vielen InterviewpartnerInnen der laufenden Qualifizierung, dem „learning on the job“, beigemessen.

In Hinblick auf die laufende persönliche Qualifizierung wird von verschiedenen InterviewpartnerInnen auf die große Bedeutung wissenschaftlicher Studien sowie diverser Veranstaltungen, etwa Tagungen, Ringvorlesungen oder Diskussionsrunden, hingewiesen. Diese Aktivitäten werden nicht nur von den InterviewpartnerInnen persönlich verfolgt, sondern sind teilweise in ihren jeweiligen Organisationen als Qualitätssicherungsmaßnahmen verankert. Deutlich wird jedoch weiters, dass viele InterviewpartnerInnen oftmals nur wenig Zeit haben, um sich mit neuen Diskursen und wissenschaftlichen Ergebnissen rund um die Gender Thematik auseinanderzusetzen.

In Bezug auf betriebliche Maßnahmen zur Sicherung der Gender Kompetenz ist ein wesentlicher Unterschied zwischen größeren Einrichtungen, die dies betriebsintern anbieten können, und insbesondere EinzelunternehmerInnen festzuhalten.

#### 2.2.5 Geschlechtertheoretischer Bezugsrahmen

In Hinblick auf die inhaltlich–theoretische Positionierung der Befragten beziehungsweise darauf, welche Theorien sie zur Anwendung bringen, kann wiederum eine große Heterogenität festgestellt werden. Während sich einige theoretisch auf der normativen Ebene positionieren, fühlen sich andere eher differenztheoretischen, dekonstruktivistischen, post-strukturalistischen Zugängen verbunden. Insgesamt gehen nur wenige InterviewpartnerInnen auf Männlichkeitenforschungen ein. In der praktischen Arbeit kommt es – so die InterviewpartnerInnen – meist zu einer Mischung verschiedener Theoriezugänge, diese Strategie wird bewusst verfolgt.

In Bezug auf Angebote wie Fortbildungsmaßnahmen oder Gender Trainings weisen einige Interviewpart-

nerInnen auf die große Bedeutung von Lerntheorien – etwa geschlechtersensible Didaktik und erwachsenengerechtes Lernen – hin.

Wesentlich ist einigen InterviewpartnerInnen, auch in der praktischen Arbeit immer wieder auf die Wurzeln dessen zu verweisen, was unter dem Begriff des Gender Wissens zusammengefasst wird - nämlich die Frauenforschung und die feministische Wissenschaft. Deutlich wird schließlich, dass die Quellenprofessionen von zentraler Bedeutung dafür sind, wie sich die einzelnen InterviewpartnerInnen theoretisch verorten und wie sie praktisch arbeiten. Die Ursprungsqualifikationen beziehungsweise die beruflichen Spezialisierungen der InterviewpartnerInnen sind sehr breit gestreut und reichen von SystemikerInnen und GruppendynamikerInnen über WissenschaftlerInnen (etwa Technik, Mathematik, Sozialwissenschaften, Betriebswirtschaft) bis hin zu UnternehmensberaterInnen, OrganisationsentwicklerInnen oder PädagogInnen. Die in den Interviews betonte große Bedeutung der Quellenprofessionen für theoretische Zugänge und praktische Arbeit der AnbieterInnen bildet sich jedoch auf den Websites nicht ab.

#### Sex und Gender

Das Verhältnis von Sex und Gender in der alltäglichen Arbeit wird auf verschiedenen Ebenen thematisiert. So gibt es hinsichtlich der TrainerInnenbesetzung bei Gender Trainings oder auch der Beratung von Unternehmen, wenn mehr als eine Person engagiert wird, unterschiedliche Sichtweisen. Einige InterviewpartnerInnen betonen, dass diese Teams unbedingt gemischtgeschlechtlich gebildet werden sollten. Demgegenüber finden andere InterviewpartnerInnen, die prinzipielle Forderung nach gemischtgeschlechtlichen Teams sei eine biologistische Herangehensweise und demnach problematisch bzw. abzulehnen. Einen breiten Raum nimmt im Rahmen vieler Interviews die Frage ein, wie in der praktischen Arbeit Rollenstereotypisierungen und Frau-Mann-Polarisierungen aufgehoben beziehungsweise vermieden werden und Theorien zu Mehrgeschlechtlichkeit praktisch vermittelt werden können. Hier sehen viele InterviewpartnerInnen Grenzen in der Umsetzungsarbeit.

Bedeutsam sei, dass es nicht nur darum gehe, wie Geschlechter mit bestimmten Rollenstereotypen in Verbindung gebracht werden, sondern dass die

Perspektive auch auf die inhaltliche Dimension zu richten ist. Eine Interviewpartnerin sieht vor allem im Queer Kontext eine sinnvolle Weiterentwicklung der Theorie jenseits der Zweigeschlechtlichkeit. Interessant ist, dass die Transgender Thematik ebenso wie sexuelle Orientierungen im Rahmen der Interviews kaum angesprochen worden sind.

Um auf Basis der vielfältigen Erfahrungen, die bislang im Bereich des Vermeidens von Rollenstereotypisierungen gemacht worden sind, die Theorie weiter entwickeln zu können, müsste vermehrt Grundlagenforschung betrieben werden, so die InterviewpartnerInnen.

#### Zum Verständnis von Gender Mainstreaming

Auch in Hinblick auf das Verständnis von Gender Mainstreaming und von Zielformulierungen zeigt sich eine große Heterogenität zwischen den verschiedenen AnbieterInnen von genderspezifischen Dienstleistungen. Einige InterviewpartnerInnen erläutern ihre diesbezüglichen Vorstellungen im Rahmen des Interviews nicht; Gender Mainstreaming sei ein Geschäftsfeld, ein Markt, auf dem man eben auch operiere.

Es werden verschiedene Ziele von Gender Mainstreaming benannt, etwa die Förderung der Gleichstellung der Geschlechter oder die Herstellung der Geschlechtergerechtigkeit. Was unter den einzelnen Begrifflichkeiten jeweils verstanden wird, unterscheidet sich mannigfaltig und wird von den InterviewpartnerInnen teilweise auch nicht näher ausgeführt.

Die Unterschiede des jeweiligen Verständnisses werden auch auf der sprachlichen Ebene deutlich, sie korrespondieren mit verschiedenen Vorstellungen der Inhaltsdimensionen des Verständnisses von Gleichstellung. So lehnen einige InterviewpartnerInnen für sich nicht nur den Begriff der Gleichstellung, sondern auch jenen der Gleichbehandlung ab.

Während einige InterviewpartnerInnen Gender Mainstreaming als politische Strategie verstehen, die

im Rahmen ihrer Umsetzung auf grundlegende Transformations- und Kulturveränderungsprozesse abzielt, setzen andere eher auf der individuellen Ebene an, wobei sie Empowerment und Bewusstwerdung verfolgen. Wieder andere sehen in Gender Mainstreaming eine Modernisierungsstrategie, die keine Transformationsaspekte beinhaltet. Einige ExpertInnen gehen im Rahmen der Interviews auf die vielfach in der wissenschaftlichen Literatur oder von Feministinnen formulierte Kritik ein, dass Gender Mainstreaming eine neoliberale Strategie sei.

Eine Interviewpartnerin hat für sich einen pragmatischen Umgang entwickelt: In Zusammenhang mit Gender Mainstreaming verwendet diese Expertin den Begriff der Frauenförderung oftmals nicht, um Widerstände von Männern zu vermeiden. Die Vermittlung der Doppelstrategie Gender Mainstreaming und Frauenförderung sowie das Verhältnis zwischen den beiden erachten demgegenüber andere InterviewpartnerInnen als explizit wichtig.

Im Rahmen der Interviews wird verschiedentlich Kritik daran geübt, dass durch ein falsches Verständnis von Gender Mainstreaming bewusst frauenpolitische Aktivitäten beschnitten beziehungsweise beendet worden sind und werden. Die Vermittlung der Entstehungsgeschichte von Gender Mainstreaming in der Entwicklungspolitik, beziehungsweise insgesamt die Einbettung in eine historische Perspektive, ist für viele befragte ExpertInnen wesentlich dafür, um diese Strategie verstehen zu können.

#### Zum Verhältnis von Gender und Diversity

Welche Positionen die befragten Gender ExpertInnen gegenüber verschiedenen Diversity Ansätzen einnehmen, war ein wichtiges Thema im Rahmen der Interviews.<sup>1</sup> Das Thema Diversity wird seitens der befragten ExpertInnen sehr unterschiedlich behandelt. Für einige AnbieterInnen von Gender Dienstleistungen ist es kein Thema, sie verfügen auch über keine Diversity Kompetenz. Andere InterviewpartnerInnen bezeichnen Diversity als wesentlichen Fokus ihrer Arbeit. Die Gender Kategorie wird von diesen ExpertInnen als

<sup>1</sup> Im Gegensatz zur politischen Strategie des Gender Mainstreaming, das zur Herstellung von Geschlechtergerechtigkeit den Fokus auf Veränderungen von Systemen und Strukturen richtet,

ist Diversity Management ein Managementkonzept und kein politisches. Bei Diversity Management geht es nicht vorrangig um Gleichstellung, sondern um die bessere Nutzung der Human

wichtige Querschnittsmaterie verstanden. Viele InterviewpartnerInnen sind schließlich davon überzeugt, dass es im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen – etwa eine geänderte Nachfrage am Markt unter anderem wegen geänderter Richtlinien und gesetzlicher Grundlagen – ein wesentliches Ziel darstellt, Gender und Diversity Ansätze theoretisch zu verknüpfen und für die berufliche Praxis anwendbare Konzepte zu entwickeln. Insgesamt bietet rund ein Drittel der Befragten Dienstleistungen rund um Diversity an. Anzumerken ist hierbei, dass bei der webbasierten Marktanalyse nur vier der 54 ausgewerteten Websites einen Hinweis auf Diversity Kompetenz gegeben haben.

Einige InterviewpartnerInnen bezeichnen sich selbst – auch beim Außenauftritt und beim Marketing – explizit als Diversity ExpertInnen, die Gender Kompetenz wird hier als Teil der Diversity Kompetenz verstanden. Sie äußern sich sehr kritisch dazu, dass Gender ExpertInnen auch Diversity Dienstleistungen anbieten, ohne über die – ihrer Meinung nach – dafür notwendige Kompetenz zu verfügen.

Die Frage, ob Gender Kompetenz auch dazu befähige, Diversity Themen aufzugreifen, wird ambivalent diskutiert. Vor allem in der Komplexität und Vielschichtigkeit, die den Diversity Dimensionen selbst inhärent seien, liege hierfür ein wesentlicher Grund. Eine wichtige Erfahrung ist jene, dass es oftmals leichter sei, zu Diversity Themen in Organisationen zu arbeiten als zu genderspezifischen. Dies hängt unter anderem damit zusammen, dass meist zumindest eine Diversitätskomponente im Leben der teilnehmenden Personen eine Rolle gespielt hat und sie mit verschiedenen Ausschlussverfahren konfrontiert worden sind. Vor allen Dingen Männer seien mit Diversity Ansätzen leichter zu gewinnen. Einige InterviewpartnerInnen verweisen darauf, dass eine Konkurrenz zwischen den beiden Strategien wahrzunehmen ist.

Weitere ExpertInnen formulieren die Befürchtung, dass frauenpolitische und gleichstellungspolitische Dimensionen zwischen den Geschlechtern durch

Diversity Konzepte in den Hintergrund gerückt werden könnten, wiewohl sie es befürworten, verschiedene Diversitäten aktiver in Gender Prozessen zu berücksichtigen.

## 2.2.6 Zur Praxis der AnbieterInnen

### Voraussetzungen und Rahmenbedingungen

Die InterviewpartnerInnen sind einstimmig der Überzeugung, dass es zuallererst ein Commitment der Führungsebene – dies sowohl im Bereich der Verwaltung als auch auf betrieblicher Ebene – geben muss, um genderspezifische Maßnahmen durchführen zu können. Oftmals stellt die Überzeugungsarbeit der Leitungsebene einen der schwierigsten Prozessschritte dar. Unterstützend hierbei sei, wenn diesbezüglich Druck sowohl von außerhalb der jeweiligen Organisation – etwa durch Auflagen und Richtlinien – als auch von der Basis der Organisation – etwa von Mitarbeitenden – ausgeübt wird. Auf diese Erfahrung haben viele InterviewpartnerInnen dadurch reagiert, dass sie in den Projektanfangsphasen die Informations- und Sensibilisierungsarbeit sowie die Thematisierung des Nutzens für das Unternehmen mit der Leitungsebene als Schwerpunkt für das Contracting etabliert haben. Eine Interviewpartnerin weist darauf hin, dass besonders in Beratungs- oder Entwicklungsprozessen Workshops oder Seminare zur Vermittlung von Gender Kompetenz für alle beteiligten AkteurInnen wesentlich sind. Die Grundqualifizierung aller beteiligten AkteurInnen scheitert teilweise jedoch an mangelnden Ressourcen.

Unterstützend ist, wenn in den diversen Einrichtungen, in denen Gender Projekte durchgeführt werden, engagierte Einzelpersonen mit Gender Kompetenz beteiligt sind. Diesen Personen kann eine wichtige MittlerInnenrolle, aber auch die Funktion von BeschleunigerInnen des Prozesses beikommen.

Die Bereitschaft aller AkteurInnen – von der Leitungsebene bis hin zu VertreterInnen der Betriebsratskörperschaften sowie Mitarbeitenden – sich mit Geschlechterkonstruktionen und Rollenbildern ausein-

---

Ressourcen. Das Ziel von Diversity Management ist, Unterschiede wie etwa Alter, Behinderungen, Herkünfte, sexuelle Orientierungen oder religiöse Zugehörigkeiten wahrzunehmen und diese Vielfalt für

Unternehmen ökonomisch und sozial zu nützen.

anderzusetzen, wird als weitere notwendige Voraussetzung für Umsetzungsprozesse von Gender Mainstreaming definiert. Diese Auseinandersetzung muss sowohl selbstreflexiv als auch bezogen auf die jeweilige Organisation und deren Strukturen passieren.

Da es bei genderspezifischen Fragen oftmals auch um heikle, tabuisierte Themen geht, sind die vereinbarten Arbeitsweisen von großer Bedeutung. Dies ist vor dem Hintergrund zu bedenken, dass alle Personen gerade beim Geschlechterthema über vielfältige Vorerfahrungen verfügen, aber auch Phantasien und im Unbewussten tief verankerte Überzeugungen und Bilder haben. Die Arbeit müsse auf allgemeinen, wissenschaftlichen Erkenntnissen zur Gender Thematik und auf klaren betrieblichen Daten und Fakten basieren. Wesentlich sei weiters, dass dieses Grundverständnis des Zugangs auch von den beteiligten AkteurInnen geteilt werde.

Schließlich sei noch hervorzuheben, dass AuftraggeberInnen verschiedener Gender Mainstreaming Projekte ein Verständnis davon haben oder entwickeln, dass sie sich auf einen Prozess einlassen, der qualitativ gesichert zu steuern ist und im Rahmen dessen Ziele zu formulieren und auch zu überprüfen sind.

#### Zum methodischen Vorgehen

Die befragten ExpertInnen messen der Qualitätssicherung ihrer Arbeit überwiegend größtes Augenmerk bei. Hierzu zählt auch, dass Fragen des methodischen und didaktischen Settings, des Projektmanagements, aber auch die Überprüfung der Wirksamkeit von methodischen Mitteln große Aufmerksamkeit beimessen wird. Auch Dokumentationen sowie die Entwicklung von Monitoringsystemen sind hierbei wichtige Standards.

Der Wissenstransfer wird ebenso wichtig erachtet wie das in Prozessen gemeinsam generierte Wissen über Gender Fragen. Gerade bei Aspekten, die entweder nicht leicht verständlich sind – etwa theoretische Ableitungen zur Dekonstruktion der Geschlechter –, oder bei Tabuthemen, wie etwa sexuelle Orientierungen, Sexismus, sei ein sorgsam geplantes Vorgehen bei der Wissensvermittlung wichtig. Auch die Bereitstellung von Raum und Zeit für Auseinandersetzung und Reflexion sei von Bedeutung.

Hilfreich werden in der Umsetzungsarbeit Instrumente erlebt, die anschaulich verschiedene Inhaltsdimensionen vermitteln helfen und diese auch erfahrbar beziehungsweise erspürbar, machen. Aufgrund von Rahmenbedingungen sei es jedoch oftmals nicht möglich, wichtige Aspekte des Gender Themas anzusprechen und zu bearbeiten. So seien in den vom Arbeitsmarktservice geforderten Gender Trainings, die auf wenige Einheiten beschränkt sind, nur grundlegende Basisinformationen vermittelbar.

Prinzipiell erachten die befragten ExpertInnen die Überprüfung der längerfristigen Wirksamkeit ihrer Arbeit als wesentlich, welche über verschiedene Instrumente und Methoden realisiert wird.

Evaluierungen, die von vielen Befragten als wichtige Qualitätssicherungsmethoden erachtet werden, können in der gewünschten Form aufgrund mangelnder Ressourcen nicht immer durchgeführt werden.

#### Zertifizierungen

Vorausschickend sei angemerkt, dass die befragten ExpertInnen unter dem Begriff der Zertifizierung Unterschiedliches verstehen. Einige InterviewpartnerInnen berichten, dass sie diverse Angebote, etwa Gender Trainings oder Lehrgänge, zertifizieren. Bei einigen bedeutet dies, dass die TeilnehmerInnen eine einfache Teilnahmebestätigung ausgestellt bekommen, auf der Eckdaten wie der Name der Veranstaltung oder die Dauer vermerkt sind. Bei anderen AnbieterInnen wiederum beinhalten die Zertifizierungen neben Erfüllung der Anwesenheitspflicht genauere Angaben zu inhaltlichen und methodischen Aspekten der Ausbildung.

Einige InterviewpartnerInnen berichten über vielfältige betriebsinterne Diskussionen rund um Zertifizierungen, die sich mehr oder weniger zentral darum drehen, was und unter welchem Titel zertifiziert werden soll. Mit dem Zertifizierungsthema sei man mitten in der Diskussion rund um Qualität. Diese Debatte sei nicht nur in Österreich, sondern international noch nicht abgeschlossen.

#### 2.2.7 Zur Frage von allgemein gültigen Qualitätsstandards

Die Frage, ob die Entwicklung allgemein gültiger Qualitätsstandards für den Bereich genderspezifischer

scher Dienstleistungen als wünschenswert erachtet wird, wurde von den befragten ExpertInnen kontrolliert, jedoch mit großem Engagement diskutiert.

Es wurden verschiedene Qualitätsdimensionen definiert, die laut Überzeugung der befragten ExpertInnen für die Umsetzung von Gender Mainstreaming als sinnvoll und notwendig erachtet werden. Neben Qualitätsstandards die eigene Arbeit betreffend wurde in verschiedenen Zusammenhängen auch auf die seitens auftragsvergebender Stellen notwendigen Standards eingegangen. In Bezug auf qualitätsgesicherte Arbeit im Gender Bereich könnte es jedoch auch genügen, jene Standards, die seitens verschiedener Berufsverbände bereits formuliert worden sind, einzuhalten.

Unterschiedliche Positionen ließen sich schließlich in Bezug auf die Frage, wie und vor allem von wem allgemein gültige Standards entwickelt werden können, identifizieren. Einige InterviewpartnerInnen formulieren so in Bezug auf Entwicklung allgemein gültiger Qualitätsstandards für die Arbeit am Gender Markt verschiedene Befürchtungen: Diese Standards dürften nicht auf der Ebene eines Minimalkonsensus formuliert werden, vielmehr müssten Aspekte wie der Bezug zur Machtanalyse, das Eingehen auf strukturelle Benachteiligungen ebenso Teil dieser Standards sein wie auch die Berücksichtigung anderer sozialer Merkmale im Sinne von Diversity.

Für einige InterviewpartnerInnen ist der Zeitpunkt noch zu früh, um allgemein gültige Qualitätsstandards zu entwickeln. Wenn zu schnell Standards festgelegt werden, versperre man sich gewisse Wege, weiter zu probieren und Erfahrungen zu sammeln. Es müsste noch viel mehr an Austausch geben, auch internationale Erfahrungen mit der Umsetzung von Gender Mainstreaming müssten erst in Österreich rezipiert und diskutiert werden, bevor man in den Festlegungsprozess eintrete.

Vor dem Hintergrund der Komplexität und Diversität des Gender Marktes wird von einigen InterviewpartnerInnen angezweifelt, ob es überhaupt möglich sei, Qualitätsstandards zu formulieren, die für alle Angebote und auch alle AnbieterInnen zutreffend sind.

## 2.2.8 Einschätzungen einer Vernetzungsstruktur für Gender DienstleisterInnen

Bei den Interviews im Rahmen der Marktanalyse ging es auch wesentlich darum, welche Positionen die befragten ExpertInnen bezüglich einer zu schaffenden Vernetzungsstruktur (etwa einem Dachverband) von AnbieterInnen genderspezifischer Dienstleistungen einnehmen.

Ebenso wie bei allen anderen Fragen schätzen die befragten ExpertInnen die Sinnhaftigkeit und Notwendigkeit einer eventuell zu schaffenden Vernetzungsstruktur sehr unterschiedlich ein. Während einige InterviewpartnerInnen dieser Idee sehr viel abgewinnen können und vielfältige Erwartungen formulieren, verweisen andere wiederum auf die möglichen Hindernisse und Schwierigkeiten, die mit einer solchen Struktur verbunden sein können. Die jeweiligen Positionen stehen in enger Verbindung mit den unterschiedlichen Sichtweisen hinsichtlich der zu entwickelnden, allgemein gültigen Qualitätsstandards für den Gender Markt. Insbesondere die Fragen der Ein- und Ausschlussmechanismen und der Definitionsmacht wurden angesprochen.

Im Rahmen der Interviews werden unterschiedliche Aufgaben- und Zuständigkeitsbereiche formuliert, die diese Struktur übernehmen könnte. Die diesbezüglichen Vorstellungen reichen von Austausch und konkreten Serviceleistungen bis hin zu klaren politischen Positionierungen und Interessenvertretungspolitik.

Vor dem Hintergrund der verschiedenen Erwartungen wird betont, dass eine Vernetzungsstruktur mit entsprechenden Ressourcen ausgestattet sein müsse. Nur dann sei gewährleistet, dass sie all die möglichen Funktionen und Aufgaben, die sinnvoll erscheinen, übernehmen und ausführen könne.

Eine Vernetzungsstruktur könne weiters nur dann funktionieren, wenn die verschiedenen Voraussetzungen, die eine solche Struktur erfüllen müsste, gegeben sein würden. Als wesentliches Moment wäre die Frage von Macht- und Entscheidungsstrukturen innerhalb einer Vernetzungsstruktur zu klären.

## 4. Zusammenfassende Diskussion der Ergebnisse

Eine zusammenfassende Bewertung der Ergebnisse zeigt die heterogene Struktur des Marktes, insbesondere auf Seiten der AnbieterInnen. Wie die jeweiligen AkteurInnen am Gender Markt ihre Angebote verorten, hängt von individuellen Sichtweisen (etwa Zugehörigkeit zu einer feministischen Community), von der strukturellen Ebene (etwa Organisationsform als profitorientierte Firma) und von den politischen Rahmenbedingungen (etwa Forcieren des Diversity Diskurses aufgrund der Antidiskriminierungsrichtlinie) ab. Der jeweiligen politischen Verortung (im weitesten Sinn) der AnbieterInnen kommt hierbei eine zentrale Rolle zu. So etwa können als wichtige Einflussfaktoren für die politische Verortung die jeweilige Positionierung zur Diversity Thematik, das Verhältnis zu feministischen Positionen und theoretischen Zugängen oder die jeweilige sozialpolitische Positionierung identifiziert werden. Dasselbe trifft auf das Verhältnis zu Wissenschaft und theoriegeleiteter Herangehensweise zu.

Vor allem die Ergebnisse der Interviews zeigen auf, wie groß und vielfältig die jeweiligen Rollenverständnisse der AnbieterInnen sind. Diese reichen vom Selbstverständnis des eigenen Tuns als politisches Subjekt in einem Transformationsprozess der Geschlechterverhältnisse bis hin zur/zum BegleiterIn von Organisationen in einem geschlechtsspezifischen Organisationsentwicklungsprozess. Der Ideologiefunktion des eigenen Tuns kommt – in der Zusammenschau – ein zentraler Stellenwert zu.

Ein weiteres Resultat der Erhebungen am Gender Markt sind auch Grundlagen für die Diskussionen um jene Kompetenzerfordernisse, die AnbieterInnen von Gender Dienstleistungen mitbringen sollten, um ihre Tätigkeit optimal ausführen zu können. Der Begriff der „Gender Kompetenz“ - wie dies auch Blickhäuser & von Barga (2006, S.12) diskutieren - wird vielfach genannt, jedoch in den Interviews und auf den Websites wenig konkretisiert. Blickhäuser & von

Barga gehen davon aus, dass Gender Kompetenz neben umfassender Reflexionsfähigkeit, Wissen und Kenntnissen vor allem die Fähigkeit zum Perspektivenwechsel und eine Transferfähigkeit (etwa Richtung Arbeitsplatz) benötigen.

Weiters werden die Fachkompetenzen der jeweiligen AnbieterInnen zunehmend wichtiger (spezifisches Fachwissen etwa zu Raumordnung, Universitätsstrukturen, Verwaltungswissen). Zu groß ist inzwischen das Angebot an Gender DienstleisterInnen mit Fachkompetenzen, um – aus Perspektive der NachfragerInnen – auf AnbieterInnen ohne Fachkompetenz zurückgreifen zu wollen. In diesem Zusammenhang wird klar, warum eine wesentliche Kompetenz auch ein fundiertes Kultur- und Organisationswissen darstellt. Darüber hinaus formulieren die InterviewpartnerInnen auch Prozess- und Reflexionskompetenz (etwa in Bezug auf eigenes Rollenhandeln und –verständnis, in Bezug auf das eigene Eingeschriebensein in Geschlechterverhältnisse) als weitere Anforderungen an Gender Dienstleistungen.

Die Überschneidungen des so genannten Gender Marktes zu anderen Märkten (etwa zu Beratungsmarkt, Trainingsmarkt, Evaluierungsmarkt) sind vielfältig. Ob dieser Markt durch eindeutige, überprüfbare Standards und Qualitätskriterien klarer strukturierbar wird, muss offen bleiben (vgl. hierzu auch Buchinger & Gschwandner 2006b, S. 235–249). Ebenfalls unklar, weil nicht strukturiert und transparent, bleiben Fragen der Preisgestaltung. Weiters wäre es interessant zu wissen – dies konnte im Rahmen dieser Untersuchung nicht behandelt werden – welche Bedeutung die Sex/Gender Dimension auf Seiten der AnbieterInnen und auf Seiten der NachfragerInnen hat. Die Intensität, mit der Männer am Gender Markt nachgefragt werden (Diskussion zu gemischtgeschlechtlichen Tandems etwa bei TrainerInnen) lassen aber Tendenzen in Richtung „Biologisierung“ des Marktes und „Männerbonus“ vermuten.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> vgl. hierzu das „Gender-Manifest“, das ein Plädoyer für eine kritisch reflektierende Praxis in der genderorientierten Bildung und

Beratung darstellt. Zugriff am 17.12.2006 unter: [www.gender.de/mainstreaming/GenderManifest01\\_2006.pdf](http://www.gender.de/mainstreaming/GenderManifest01_2006.pdf)

## 5. Literatur

**Blickhäuser**, Angelika; **von Barga**n, Henning (2006). *Mehr Qualität durch Gender-Kompetenz. Ein Wegweiser für Training und Beratung im Gender Mainstreaming*. Frankfurt am Main: Ulrike Helmer Verlag

**Buchinger**, Birgit; **Gschwandtner**, Ulrike (2006). *Der Gender Markt. Eine qualitative Studie zu AnbieterInnen, Strukturen und Standards*. EQUAL Entwicklungspartnerschaft Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming (Hrsg.). Band 1. Wien

**Buchinger**, Birgit; **Gschwandtner**, Ulrike (2006b). *Gendern heißt ändern! Standards und Qualitätskriterien für Gender Mainstreaming-Prozesse*. In: L. Gubitzer & S. Schunter-Kleemann (Hrsg.): *Gender Mainstreaming – Durchbruch der Frauenpolitik oder deren Ende?* (S. 235-249). Frankfurt am Main et al.: Peter Lang Verlag.





# Der Markt rund um Gender Mainstreaming Die Besonderheiten der Nachfrageseite

Sonja Lengauer / Lucie Prochazkova / Tom Schmid

<b>1. „Gender-Markt“ – eine begriffliche Klärung</b>	<b>26</b>
<b>2. Öffentliche Beauftragung von „Qualität“ durch Vergabe</b>	<b>26</b>
<b>3. Marktverzerrungen auf diesem Markt</b>	<b>27</b>
Nachfrageseite dieses Marktes	28
Angebotsseite dieses Marktes	29
<b>4. Qualität am Markt der Gender Mainstreaming Dienstleistungen?</b>	<b>30</b>
<b>5. Förderungen und direkte Beauftragungen</b>	<b>30</b>
<b>6. Allgemeine Schlussfolgerung</b>	<b>31</b>
<b>7. Literatur</b>	<b>33</b>

# Der Markt rund um Gender Mainstreaming.

Sonja Lengauer / Lucie Prochazkova / Tom Schmid

## 1. „Gender-Markt“ – eine begriffliche Klärung

In Anknüpfung an die webbasierte Marktanalyse von Buchinger und Gschwandtner (2006) verstehen wir „Gender-Markt“ als jenen Markt, auf dem Gendertrainings und Genderberatungen entweder als eigenständige Produkte (Dienstleistungen), als Bestandteile komplexerer Produkte (Dienstleistungen) oder als integrierte (gemainstreamte) Produkte gehandelt werden. Hauptsächliche AkteurInnen auf diesem Markt sind auf der AnbieterInnenseite Nonprofit-Organisationen und marktorientierte Organisationen (Buchinger & Gschwandtner, insbes. S. 27ff).

In dieser webbasierten Analyse des österreichischen Gender-Marktes wurden 2005 87 österreichische und 17 ausländische AnbieterInnen ausgemacht. Die Seite der Nachfrage wird überwiegend von der Öffentlichen Hand (Bund, Länder, Gemeinden, Selbstverwaltungskörperschaften) geprägt, daneben lassen sich hier vereinzelt marktorientierte Betriebe (z.B. Konzerne) finden. Der Austausch auf diesem Markt wird daher vor allem durch das Vergaberecht und die vielfältigen Bestimmungen des Förderwesens bestimmt, zu einem geringen Teil auch durch direkte Beauftragung (z.B. durch Konzerne).

Unsere bisherige Arbeit lässt erkennen, dass der Gender-Markt komplex zu sein scheint. Das gilt sowohl für den Gegenstand dieses Marktes (Gender Mainstreaming als Produkt und als Produktbestandteil) als auch für das Austauschverhältnis zwischen Angebot und Nachfrage. Es handelt sich offensichtlich um einen asymmetrischen Markt. Wir gehen daher von der Hypothese aus, dass die Regulationsmöglichkeiten auf der Nachfrageseite (v. a. der Öffent-

lichen Hand) aus inhaltlichen und vergaberechtlichen Gründen sowie aus Qualifikationsgründen nicht so groß sind, wie ursprünglich vermutet. Die Definition und Entwicklung von Qualität scheint auf der Angebotsseite eher möglich zu sein. Dieses asymmetrische Verhältnis des Gender-Marktes wird im Folgenden näher betrachtet.

## 2. Öffentliche Beauftragung von „Qualität“ durch Vergabe

Der so von uns definierte Markt hat mehrere Dimensionen. Neben dem Markt der direkten Aufträge und dem Fördermarkt bekommt der Markt der Beauftragungen durch Vergabe eine immer größere Bedeutung. Es handelt sich um jenes Marktsegment, welches durch das Vergaberecht 2006 (BVerG 2006) reguliert wird (siehe Kropik et al 2006, Lengauer et al 2006).

Das Vergaberecht konstituiert diesen Markt in wesentlichen Bereichen neu. Bevor wir der Frage nachgehen, wie „Qualität“ in diesen Markt kommt bzw. kommen kann, sollen die Besonderheiten des Vergabewesens näher dargestellt werden. Für diesen Markt ist wesentlich die Unterscheidung, ob es sich bei den Angeboten um (1) eigenständige Produkte, z.B. Gender Mainstreaming Beratungen oder Gender Mainstreaming Trainings, handelt oder (2) ob es Bestandteile anderer Produkte sind, z.B. Gender Mainstreaming als (zusätzliches) Kriterium oder (3) als zu bewertende Querschnittsmaterie irgendeines Angebotes. Jeder der drei Varianten dieses Marktes erfordert ein unterschiedliches Herangehen auf der AuftraggeberInnenseite in Bezug auf Ausschreibung, Beurteilung und Bewertung.

# Die Besonderheiten der Nachfrageseite.

Dafür sieht das Vergaberecht prinzipiell drei Instrumente (Näheres dazu im Beitrag von Lengauer und Prochazkova in diesem Band) vor:

- ▶ **Eignungskriterium:** Das betreffende Kriterium muss (in dem definierten Mindestausmaß) vorhanden sein, sonst kommt es zum Ausschluss des Angebotes.
- ▶ **Zuschlagskriterium:** Die Qualität des Kriteriums bewirkt im Gesamtangebot eine gewisse Punktezahl, die die Reihung des Angebotes beeinflusst.
- ▶ **Auftragsformulierung:** Nachgefragter Gegenstand des ausgeschriebenen Auftrages

Das Ziel, das uns in diesem Zusammenhang beschäftigt, ist die, nach den Möglichkeiten der nachfragenden Seite (der öffentlichen Beauftragung also), bestmögliche Qualität des jeweiligen Angebotes einkaufen zu können.

Bei direkten GM-Aktivitäten (z.B. Gendertrainings) kann die Entscheidung für Qualität sowohl als Eignungskriterium als auch als Zuschlagskriterium wirksam werden. Hier kann qualitätsgesichertes Gender Mainstreaming nachfrageseitig relativ leicht implementiert werden. Handelt es sich bei Gender Mainstreaming in einem Auftrag nur um einen Bestandteil eines komplexeren/umfassenderen Auftrages, so eignet sich das Eignungs- bzw. Ausschlusskriterium nur in jenen (seltenen) Fällen, in denen das Fehlen von Gender Mainstreaming die Ausführung des gesamten Auftrages aus sachlichen Kriterien gefährden würde. Das Eignungskriterium kann in der Regel leicht in anderen Bereichen unterlaufen werden, insbesondere wenn alle AnbieterInnen in diesem Kriterium relativ ähnlich sind. Dann könnte der Preis das entscheidende Argument für einen Zuschlag sein. Hier scheint

Qualitätssicherung durch die Vergabe auf Nachfrageseite schwer implementierbar zu sein.

Diese Schlussfolgerung erfordert ein neues (Be-)Denken dieses Gender-Marktes aus Sicht der Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung. Eine mögliche neue Dimension in dieser Debatte könnte sein, Gender Mainstreaming als tatsächliche Querschnittsmaterie zu bewerten. Das hieße, Gender Mainstreaming wäre nicht als eigener „GM-Teil“ im Angebot zu erkennen/bewerten, sondern es wäre das Vorhandensein/Fehlen einer geschlechterbezogenen Sichtweise in allen politischen Konzepten auf allen Ebenen mit dem Ziel, dass die Chancengleichheit von Frauen und Männern in allen Politikbereichen und bei allen politischen Maßnahmen berücksichtigt wird (vgl. Europaratsdefinition, Naylor & Weber 2000, S. 6) zu bewerten. Bei dieser Sichtweise wäre Gender Mainstreaming als Eignungskriterium zulässig.

## 3. Marktverzerrungen auf diesem Markt

„Markt“ ist ein Mechanismus, mit dessen Hilfe KäuferInnen und VerkäuferInnen miteinander in Beziehung treten, um Preis und Menge einer Ware oder Dienstleistung zu ermitteln (siehe Samuelson & Nordhaus 2005, S. 51). Märkte bewirken über Nachfrage und Angebot, also über Preise und Mengen, Gleichgewichtszustände. „Gleichgewichtspreise und Gleichgewichtsmengen stellen sich dort ein, wo die freiwillig angebotene der freiwillig nachgefragten Menge entspricht. Auf einem vollkommenen Markt tritt dieses Gleichgewicht im Punkt der Überschneidung von Angebots- und Nachfragekurve ein.

Zum Gleichgewichtspreis gibt es weder einen Überhang noch eine Fehlmenge (Samuelson & Nordhaus 2005, S. 92). Im „vollkommenen Markt“ finden also alle Angebote ihre Nachfrage zu einem am Markt „gerecht“ erzeugten Preis. Ein „vollkommener Markt“ setzt allerdings voraus, dass auf diesem Markt kein/e AnbieterIn und kein/e NachfragerIn stark genug ist, um den Marktpreis zu beeinflussen. Das erfordert, dass sich eine große Zahl von KäuferInnen und VerkäuferInnen gegenüber stehen und dass die von den VerkäuferInnen angebotenen Produkte homogen (nicht unterscheidbar) sind. Angebot und Nachfrage müssen gleichwertig sein. Am „vollkommenen Markt“ muss volle Marktinformation herrschen, das heißt, alle MarktteilnehmerInnen müssen einen vollständigen Überblick über das gesamte Angebot und die gesamte Nachfrage haben. Und alle MarktteilnehmerInnen müssen rationell agieren und sich darauf verlassen können, dass alle anderen MarktteilnehmerInnen ebenfalls rationell agieren. Nur wenn diese Bedingungen vorherrschen, kommt es zu einer Gleichgewichtssituation, der Markt wird durch einen „Gleichgewichtspreis“ geräumt.

Soweit die übliche Markttheorie (siehe z.B. Samuelson & Nordhaus 2005, Senf 2004). Es gilt nun darzustellen, ob der von uns definierte „Gender-Markt“ ein vollkommener Markt ist und wenn nicht, welche Effekte die vorgefundenen Marktverzerrungen auf Qualität und Preis des Angebotes haben.

Gender Mainstreaming Trainings und Gender Mainstreaming-Bestandteile anderer Angebote werden von den AnbieterInnen sehr oft bedarfsbezogen entwickelt konkrete Inhalte und Qualitäten des Angebotes werden hier festgelegt (vgl. Buchinger & Gschwandner 2006). EntscheidungsträgerInnen öffentlicher Nachfrage (z.B. Gender Mainstreaming-Verantwortliche in Bundes- und Landstellen) sind oft eben von jenen AnbieterInnen auf diesem Markt ausgebildet worden<sup>1</sup>, über deren Beauftragung sie mit zu entscheiden haben. Somit entsteht beim Angebot sehr oft eine einseitige Definitionsmacht von Qualität von Gender Mainstreaming (Wissens-Vorsprung und Wissensbil-

dung der AnbieterInnen). Es handelt sich hier also nicht um einen Gleichgewichtsmarkt, sondern um einen asymmetrischen Markt, bei dem die AnbieterInnen Kompetenzvorsprünge beim Wissen über Gender Mainstreaming gegenüber den NachfragerInnen<sup>2</sup> haben (könnten). Dem ist aber entgegen zu halten, dass es sich auf der Nachfrageseite in weiten Teilen um ein Quasi-Monopol handelt, weil viele der auf diesem Markt gehandelten Dienstleistungen (fast) nur von der Öffentlichen Hand nachgefragt werden.

Wir halten allerdings fest, dass es sich hier um einen Ist-Befund handelt, von dem nicht anzunehmen ist, dass er in Zukunft bestehen wird. Vielmehr ist für die nächsten Jahre ein Angleichen<sup>3</sup> des Wissensstandes von Nachfrage- und Angebotsseite zu erwarten. Überdies möchten wir betonen, dass es sich hier um exemplarische Erkenntnisse handelt, die nicht automatisch auf den gesamten hier darzustellenden Markt anwendbar sind. Wir meinen dennoch, mit dem exemplarischen Aufzeigen dieses Marktungleichgewichtes einen Beitrag zur Beantwortung der Frage zu leisten: „Wie ist Qualität in ‚Gender Mainstreaming-Angebote‘ zu integrieren und wie kann dies auf der Nachfrageseite überprüft werden?“

Um diese Marktasymmetrie kategorial beschreiben zu können, wollen wir diesen Markt (bzw. die Teile dieses Marktes, in denen diese Marktasymmetrie zu beobachten ist) nun von der Nachfrageseite und der Angebotsseite betrachten.

### **Nachfrageseite dieses Marktes**

Hier scheint das Wissen über Qualitätskriterien von Gender Mainstreaming in einigen nachfragenden Organisationen (noch) nicht systematisch aufgebaut zu sein. Zu bedenken ist, dass sich prinzipiell alle öffentlichen Stellen des Bundes, der Länder, der Gemeinden, der Sozialversicherungsträger usw. sowohl am Bundesvergabegesetz 2006 als auch an den Prinzipien der Querschnittsmaterie Gender Mainstreaming orientieren müssen. An den entscheidenden Stellen – und die sind in der Regel, da es sich bei Gender Mainstreaming um eine Top-Down-

<sup>1</sup> So unsere Schlussfolgerung aufgrund von Diskussionen mit strategischen PartnerInnen der Entwicklungspartnerschaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“.

<sup>2</sup> Beim Fachwissen über den Gesamthalt der nachgefragten Produkte/Dienstleistungen (z.B. Arbeitsmarktkurse) ist das Wissen

Strategie handelt, in den Organisationshierarchien weit oben angesiedelt (entweder in hohen Leitungsebenen oder in Stabsstellen, die hohen Leitungsebenen zugeordnet sind) – sitzen jedoch nicht in allen nachfragenden Einrichtungen Personen, die systematisiertes Wissen über Gender Mainstreaming haben. Viele EntscheidungsträgerInnen, die dieses Wissen erworben haben, sind, wie bereits erwähnt, in einer jener Organisation (bzw. „Schule“) ausgebildet worden, die sich nun als „AnbieterInnen“ auf diesem Markt um entsprechende Aufträge bemüht. Neben den Grenzen, die durch die vorhandenen Ressourcen (Volumen der zu vergebenden Aufträge) gesetzt werden, bestimmt daher oft das persönliche Engagement und die bereits vorhandene Qualifikation jener, die für die Formulierung der Interessensbekundung (Ausschreibung) zuständig sind, die Qualitätsvorstellungen des nachzufragenden Produktes.

Unzureichend klar entwickelte und formulierte Vorstellungen über die Qualität, aber auch zu detailliert formulierte Erwartungen führen letztlich zu einer beschränkten Transparenz in der Beauftragung. Wenn sich also keine klar hierarchisierenden Qualitätsunterschiede im Angebot ermitteln lassen, erfolgt die Vergabe im Ausschreibungsverfahren letztendlich über den Preis, auch wenn nominal der Preis nur eine geringe Gewichtung in den Zuschlagskriterien hat. Außer bei „reinen Gender Mainstreaming-Aufträgen“ (wie z.B. einem Gender Training) ist daher Qualität über Zuschlagskriterium in der Regel nicht zu steuern. Wenn Mängel (d.h. Punkteabzug) bei Gender Mainstreaming Kriterien durch Punktezuschlag bei anderen Kriterien (und/oder dem Preis) kompensiert werden können, erfolgt der Zuschlag trotz der Betonung von Gender Mainstreaming in der Ausschreibung dann entweder über andere Kriterien oder über den Preis.

Das Eignungskriterium (Ausschlusskriterium) scheint bei Aufträgen, bei denen Gender Mainstreaming nur einen Teil des Auftrages umfasst, kaum anwendbar, da ein Ausschluss wegen mangelhafter Gender Mainstreaming- Bestandteile über den Gesamtzusammen-

hang des Auftrages kaum zu rechtfertigen sein wird. Mangels bislang fehlender Judikatur erscheint diese Frage im Vergabeprozess jedoch noch nicht endgültig entschieden.

Es scheint also schwer zu sein, Qualität von Gender Mainstreaming in öffentlich ausgeschriebenen Vorhaben tatsächlich durch die beauftragenden Stellen durchsetzen zu können. Diese Unschärfe kann im Interesse der Durchsetzung von Gleichstellungsstrategien möglicherweise auch wünschenswert sein, denn im Thema Gender Mainstreaming schwingt immer auch symbolische Politik (Meyer 1992) mit. Gender Mainstreaming könnte von einer Politik eingefordert werden, die mit Gender Mainstreaming von Gleichstellung ablenken will (siehe Schunter-Kleemann 2001). Auf der anderen Seite könnte Gender Mainstreaming von Verantwortlichen in niedrigeren Entscheidungsebenen an vorgesetzten Stellen „vorbei“ geordert werden, um Gleichstellungsziele auch dort voran zu treiben, wo das oberste Leitziel mit tatsächlicher Gleichstellung wenig gemeinsam hat (siehe z.B. ZSI/SFS 2001).

#### **Angebotsseite dieses Marktes**

Auf der Angebotsseite dieses Marktes ist das Wissen über Qualität und Qualitätsbestimmung von Gender Mainstreaming in der Regel vorhanden, wie auch die Studie von Birgit Buchinger und Ulrike Gschwandner (2006) eindrucksvoll zeigt. Allerdings ist kaum transparent, wie viel davon in die Angebote eingebracht wird. Hier ist oft ein Interessenskonflikt zwischen „Qualität“ und „Auftrag“ zu vermuten. Das (berechtigte) Verkaufsinteresse erfordert (insbesondere in Situationen der AnbieterInnenkonkurrenz) eine (Selbst-) Beschränkung der Ausformulierung des Angebotes, die in Widerspruch zu den eigenen Qualitätsansprüchen stehen könnte.

Ein von AnbieterInnen dominierter Markt verhindert (nach der Theorie des vollkommenen Marktes, siehe Samuelson & Nordhaus 2005) einen Interessensausgleich und ein „mittleres Qualitätsniveau“ durch Ausgleich von Angebot und Nachfrage am Markt.

wiederum anders verteilt, möglicherweise handelt es sich hier um eine Marktschiefe in umgekehrter Richtung.

<sup>3</sup> Nicht zuletzt leisten Projekte wie die Equal Entwicklungspartner-schaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“ einen wertvollen Beitrag bei der Angleichung dieses Wissensstandes.

Wenn man vermutet, dass es auch auf der Angebotsseite des Marktes „hidden agenda“ gibt, muss dies aber im Interesse der Durchsetzung von Gleichstellungsstrategie mit hoher Qualität nicht unbedingt negativ sein. Man muss allerdings genau betrachten, welche tatsächlichen Outcome-Effekte auf diesem unvollständigen Markt entstehen.

#### 4. Qualität am Markt der Gender Mainstreaming Dienstleistungen?

Prinzipiell ist es (auch unter Berücksichtigung der eben dargestellten Schwächen des Gender-Marktes in der öffentlichen Beauftragung) möglich, qualitätsvolles Gender Mainstreaming<sup>4</sup> auf zwei Wegen in den Vergabeprozess zu implementieren: durch Eignungskriterien oder durch Zuschlagskriterien.

Ein Beispiel für Qualitätssicherung durch Eignungskriterien ist der im Modul 2 der EQUAL-Partnerschaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“ diskutierte Ansatz der Kärntner Frauen- und Gleichstellungsbeauftragten Helga Graftschaffer, vom Gleichstellungsgebot der Österreichischen Bundesverfassung auszugehen. Im Art. 7 des B-VG heißt es: „Alle Bundesbürger sind vor dem Gesetz gleich. Vorrechte der Geburt, des Geschlechtes, des Standes, der Klasse und des Bekenntnisses sind ausgeschlossen.“ Auf Grundlage dieses Gleichbehandlungsgebotes, das für das gesamte Verwaltungshandeln in Österreich verpflichtend gilt, so die Argumentation, sind alle Angebote auszuschließen, die diesem Gleichbehandlungsgebot nicht (sichtbar) Folge leisten. Dem ist die vergaberechtliche Argumentation entgegen zu halten, dass Eignungskriterien nur in engem Zusammenhang mit dem Gegenstand der Ausschreibung anzuwenden seien<sup>5</sup>.

Als Beispiel für die Anwendung der Zuschlagskriterien zur Qualitätssicherung von Gender Mainstreaming im Vergabeverfahren kann das „GM-Vergabetool“ des

Wiener ArbeitnehmerInnen-Förderungsfonds (WAFF) dienen, das ebenfalls im Rahmen des Moduls 2 der EQUAL-Entwicklungspartnerschaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“ entwickelt wurde (siehe Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming 2006). Mit Hilfe dieses Tools sollen alle Ausschreibungen des WAFF Zuschlagskriterien aus dem Bereich Gender Mainstreaming erhalten. Zumindest 10% der höchstmöglichen Punktezahl im Vergabeverfahren sollen durch die Zuschlagskriterien aus dem Gender Mainstreaming-Bereich vergeben werden; mit dem Preis können maximal 30% der zu vergebenden Punkte erreicht werden. Die Kriterien für qualitätsgesichertes Gender Mainstreaming, die in diesem Vergabetool enthalten sind, wurden in einem umfassenden Diskussionsprozess in den Jahren 2005 und 2006 durch WAFF und SFS erarbeitet. Eine praktische Überprüfung steht zu Redaktionsschluss dieses Beitrages<sup>6</sup> allerdings noch aus.

Eine nachfrageseitige Qualitätssicherung von Gender Mainstreaming im Vergabeverfahren auf Grundlage des BVergG 2006 scheint prinzipiell möglich, wenngleich die tatsächliche Reichweite der hier angestrebten Qualitätssicherung (außer bei ausschließlich Gender Mainstreaming bezogenen Aufträgen/Ausschreibungen) doch eher gering sein dürfte. Unsere bisherigen Erfahrungen<sup>7</sup> deuten darauf hin, dass Qualitätskriterien im Vergabeverfahren nahezu immer durch den billigeren Preis unterlaufen werden können.

#### 5. Förderungen und direkte Beauftragungen

Auf den anderen beiden Märkten, dem Fördermarkt und dem Markt der freien Beauftragung, scheint die Qualitätssicherung von Gender Mainstreaming als Auftrag oder Auftragsbestandteil prinzipiell ähnlich zu sein. Die Regulierungskonsequenzen in diesen beiden Teilmärkten müssen aber noch näher analysiert und diskutiert werden.

<sup>4</sup> Es ist nicht Gegenstand dieses Aufsatzes zu bestimmen, was qualitätsvolles Gender Mainstreaming ist, dazu siehe andere Beiträge dieser Schriftenreihe.

<sup>5</sup> So lange es hier noch keine klärende Judikatur gibt, muss die Frage offen gehalten werden.

<sup>6</sup> Februar 2007

Bei der so genannten „freien Beauftragung“ werden Gender Mainstreaming-Dienstleistungen (Beratungen, Trainings etc.) direkt eingekauft. Ein vollkommener Markt (bezogen auf Qualität und Preis von Gender Mainstreaming-Dienstleistungen) entsteht auch hier nur dann, wenn es ein Wissensgleichgewicht über Qualität und Reichweite des jeweiligen Angebotes auf der Angebots- und der Nachfrageseite gibt. Auf Grund der hohen Qualifikation auf der Angebotsseite (siehe Buchinger & Gschwandtner 2006) scheint das in der Regel nicht der Fall zu sein.

Im Bereich der Beauftragung der Öffentlichen Hand durch Förderungen dürfte es ein ähnliches Wissensgefälle wie im Bereich der Vergabe geben. Durch die Besonderheiten der Kameralistik (Budgetpragmatik, keine überjährigen Förderungen, keine Umschichtungen zwischen Personal- und Sachkosten, erschwerte Rücklagenbildung auf Angebotsseite etc.<sup>8</sup>) scheint hier die Gestaltungsmacht auf der Nachfrageseite deutlich höher zu sein als im Vergabebereich. Hier kommt den Rechnungshöfen (Bundesrechnungshof, Landesrechnungshöfe, Kontrollämter) bzw. den Verfassungsdiensten der einzelnen beauftragenden Stellen eine große Rolle bei der Qualitäts- und Preiskontrolle der Beauftragungen zu.

## 6. Allgemeine Schlussfolgerung

Der „Gender-Markt“, wie wir ihn eingangs definiert haben, scheint kein „idealer Markt“ zu sein. In der Regel steht hier ein für die VerkäuferInnen klares Angebot einer für die KäuferInnen diffusen Nachfrage gegenüber. Eine relative Wissensdominanz findet sich auf der Angebotsseite, während Wissen auf der Nachfrageseite (derzeit noch) relativ zufällig vorhanden sein dürfte: Es kommt stark darauf an, ob und wie weit sich die an der Entscheidung beteiligten Personen für Gender Mainstreaming als Gleichstellungsstrategie interessieren und wie weit sie sich in diesem Themenbereich (bereits) qualifiziert haben.

Auf der anderen Seite besteht eine erhebliche Preisfestsetzungsmacht auf der Nachfrageseite, sowohl im Vergabewesen als auch im Förderwesen (hier legt der Fördergeber/die Fördergeberin den Preis, die Höhe der Förderung bzw. Subvention de facto einseitig fest). Am ehesten preis- und qualitätsorientierte Austauschverhältnisse dürfte es am Markt der direkten Käufe geben<sup>9</sup>.

Daraus entstehen neue Fragen:

- ▶ Wie ist eine angebotsseitige Marktbestimmung mit dem (Geist des) Vergaberecht(es) vereinbar?
- ▶ Wie kommen die NachfragerInnen zu einer geforderten Qualität?

Eine noch kaum diskutierte Marktverzerrung besteht im Problem der Kollusion<sup>10</sup>. Denn beim Markt der Gender-Mainstreaming-Dienstleistungen handelt es sich letztendlich um keinen Selbstzweck, der zwischen nachfragenden öffentlichen Stellen und anbietenden Organisationen abzuhandeln ist, sondern um die Durchsetzung der Gleichstellung von Dritten, nämlich von Frauen und Männern (z.B. am Arbeitsmarkt). Ein kollusives Verhältnis bestünde auf diesem Markt, wenn sich ein Zustand einstellen würde, in dem AnbieterInnen und NachfragerInnen Qualität als ihren Interessenskompromiss vereinbaren würden, ohne die begünstigten Personen dieses Prozesses in die Entscheidung einzubinden.

Wenn es sich also um einen nicht-kollusiven Markt handeln soll, ist festzulegen bzw. zu klären, wie die Interessen der direkt bzw. indirekt durch Gender Mainstreaming-Dienstleistungen betroffenen (begünstigten) Personen Einzug in die Qualitätsdebatte finden. Diskurse um Demokratie, Partizipation und Gerechtigkeit sind daher aus dem Entscheidungsprozess, wie sich Qualität am Gender-Markt durchsetzen kann, nicht auszublenden. Die Frage, ob die Qualitätsdebatte überhaupt unter Ausblendung der Betroffenen durchgeführt werden kann, ist also eine eminent politische Frage im Gender Mainstreaming Diskurs um (öffentliche) Beauftragung.

<sup>7</sup> Auch in der EQUAL-Entwicklungspartnerschaft „Donau – Quality in Inclusion“, siehe [www.donau-quality.at](http://www.donau-quality.at)

<sup>8</sup> Zu den Problemen im „Fördermarkt“ siehe exemplarisch Mayrhofer et al. 2004

<sup>9</sup> Allerdings liegen für diesen Markt in Österreich noch kaum Erfahrungswerte vor.

<sup>10</sup> Juristischer Fachbegriff für einen Zustand, bei dem sich zwei auf Kosten eines/einer Dritten einigen.

### **Zusammenfassend ist festzuhalten:**

Wenn die Qualitätsentwicklung im Vergabemarkt auf Nachfrageseite systematisch durch (1) Wissensgefälle und (2) durch geringes „Gewicht“ von Gender Mainstreaming im Gesamtauftrag (außer bei „reinen“ GM-Aufträgen) beschränkt wäre und darüber hinaus Qualitätsentwicklung auf AnbieterInnenseite durch deren Interessen beschränkt ist, stellt sich die Frage nach einer externen Marktregulierung. Diese könnte etwa durch den Gesetzgeber, durch eine KonsumentenInnenvertretung bzw. eine umfassende politische Vertretung der Gleichstellungsinteressen oder durch extern (durch die Wissenschaft?) bestimmtes state of the art hergestellt werden.

Hypothetisch würde sich auch die Frage stellen, ob genügend hohe Markttransparenz ausreichend sei, um am Markt automatisch (im Sinne der invisible hand von Adam Smith, siehe Smith 2006) ein Gleichgewicht von Qualität und Preis herzustellen. Sowohl die

Kritik an der reinen Markttheorie (siehe z.B. Senf 2004, Rothschild 2004, Kuczynski 1960) als auch unsere bisherigen Ausführungen legen den Schluss nahe, dass sich diese Erwartungen an den „Gender-Markt“ wohl nicht erfüllen werden.

Vor den gegebenen Bedingungen wird deutlich, dass der Seite der AnbieterInnen auf diesem konkreten österreichischen „Gender-Markt“ eine hohe Verantwortung für die Implementierung und Aufrechterhaltung von Qualität in Gender Mainstreaming Dienstleistungen zukommt. Eine Verantwortung, die weitere Schritte (etwa die Entwicklung eines anerkannten Gütesiegels oder einer Liste anerkannter Gender Mainstreaming DienstleisterInnen<sup>11</sup> etc.) erfordern könnte. Letztendlich ist ein gleichberechtigter Dialog zwischen AnbieterInnen, NachfragerInnen und den Begünstigten (NutzerInnen) eine notwendige Strategie, um kollusive Qualitätsentwicklung auf Kosten derer, für die Gender Mainstreaming als Strategie der Gleichstellung entwickelt wurde, zu verhindern.

---

<sup>11</sup> Wie etwa die Listen der anerkannten SupervisorInnen



## 7. Literatur

**Anastasiadis, Maria; Essl, Günter; Riesenfelder, Andreas; Schmid, Tom; Wetzel, Petra** (2003): *Der Dritte Sektor in Wien – Zukunftsmarkt der Beschäftigung*. (Forschungsbericht im Rahmen des Equalprojektes „Der 3. Sektor in Wien: Bestandsaufnahme und Weiterentwicklung eines beschäftigungsintensiven Wirtschaftsbereiches) Wien

**Anastasiadis, Maria** (2006): *Die Zukunft der Arbeit und ihr Ende?* München: Mering.

**Buchinger, Birgit; Gschwandtner, Ulrike** (2006): *Der Gender Markt. Eine qualitative Studie zu AnbieterInnen, Strukturen und Standards*. Salzburg-Wien.

**Kropik, Andreas; Mille, Annemarie; Sachs, Michael** (2006): *Das Vergaberecht in Österreich. Aktuell: Das neue Bundesvergabegesetz 2006*. Wien.

**Kuczynski, Jürgen** (1960): *Zur Geschichte der bürgerlichen politischen Ökonomie*. Berlin.

**Lengauer, Sonja; Meusburger, Martina; Pantucek, Gertraud; Prochazkova, Lucie; Rogy, Andrea; Schmid, Tom; Veitschegger, Margareta** (2006): *Vergaberecht für soziale Dienstleistungen. Diskussionsgrundlage*. (unter Zusammenarbeit mit RA Astrid Edlinger) St. Pölten-Wien.

**Mayrhofer, Marlene; Pallas, Bettina; Schmid, Tom** (2004): *Finanzierung der Kärntner Sozialwirtschaft. Ausgangslage*. Wien-Klagenfurt: Celovec.

**Mayer, Karl Ulrich** (Hrsg.) (2001): *Die beste aller Welten? Marktliberalismus versus Wohlfahrtsstaat*. Frankfurt/Main-New York.

**Meyer, Thomas** (1992): *Die Inszenierung des Scheins. Essay-Montage*. Frankfurt/Main.

**Nayon, Isabel; Weber, Friederike** (2000): *Gender Mainstreaming als Ansatz einer Politik der Gleichstellung am Arbeitsmarkt. AMS Report*. Wien.

**Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming – Entwicklungspartnerschaft im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative EQUAL** (2006): *WAFF – GM-Vergabebtool* (bearbeitet von SFS und WAFF). Wien. Unveröffentlichtes Manuskript.

**Rothschild, Kurt W.** (2004): *Die politischen Visionen großer Ökonomen*. Bern-Göttingen.

**Samuelson, Paul A.; Nordhaus, William D.** (2005): *Volkswirtschaftslehre*. Landsberg am Lech.

**Schunter-Kleemann, Susanne** (2001): *Gender Mainstreaming. Neoliberale Horizonte eines neuen Gleichstellungs-Konzeptes*. In: *Kurswechsel 2/2001* (S. 15-25). Wien.

**Senf, Bernd** (2004): *Die blinden Flecken der Ökonomie – Wirtschaftstheorien in der Krise*. München.

**Smith, Adam** (2006): *Der Wohlstand der Nationen. Eine Untersuchung seiner Natur und seiner Ursachen*. München.

**Zentrum für Soziale Innovation (ZSI); Sozialökonomische Forschungsstelle (SFS)** (2001): *Gender Mainstreaming in der Wiener Arbeitsmarktpolitik* (Forschungsbericht im Auftrag des AMS Wien). Wien.



# Die zwei Gesichter der Öffentlichen Beauftragung

Sonja Lengauer / Lucie Prochazkova

<b>1. Einleitung</b>	<b>36</b>
<b>2. Förderung</b>	<b>36</b>
Fonds Soziales Wien – Die Organisation	36
Betriebliche Eckdaten	37
Förderwesen des FSW	37
Förderung versus Vergabe	37
<b>3. Vergabe</b>	<b>38</b>
Das Vergabeverfahren – der Weg zum Zuschlag	39
Verfahrensarten	39
Das Angebot	40
Qualität und das Bundesvergabegesetz 2006	40
BilligstbieterInnen versus BestbieterInnenprinzip	41
Vertragsgestaltung	41
Gender Mainstreaming und das Bundesvergabegesetz 2006	42
<b>4. Fazit</b>	<b>42</b>
<b>5. Literatur</b>	<b>43</b>

# Die zwei Gesichter der Öffentlichen Beauftragung

Sonja Lengauer / Lucie Prochazkova

## 1. Einleitung

Der vorliegende Artikel behandelt die zwei „Gesichter“ der öffentlichen Beauftragung in Österreich im Sinne der Begriffe Förderung und Vergabe. Einerseits kann die öffentliche Hand Förderungen vergeben und so Leistungen für sich „einkaufen“, andererseits kann und muss sie Leistungen gemäß dem Bundesvergabe-gesetz 2006 ausschreiben und dem/der GewinnerIn des Vergabeprozesses „vergeben“. Aufgrund verschiedenster Entwicklungen sind öffentliche AuftraggeberInnen sogar zunehmend dazu verpflichtet, Leistungen zu vergeben. Das bedeutet, dass nach bestimmten Kriterien AuftragnehmerInnen gefunden werden müssen, welche die entsprechenden Leistungen erbringen. Dabei müssen sich die ausschreibende Stelle und die potenziellen AuftragnehmerInnen sehr genau an die Richtlinien des Vergabeprozesses halten. Über diesen wird unter den gelegten Angeboten das beste ermittelt, welches somit den Wettbewerb um die Leistung gewinnt.

Der Vergabeprozess ist stark formalisiert. Das Bundesvergabe-gesetz regelt die jeweils einzuhaltenden Schritte und Wege der Vergabe sehr genau. Dieser Text gibt zuerst am Beispiel des Fonds Soziales Wien Einblick in öffentliche Beauftragung über die „Schiene“ der Förderung. Nach dieser exemplarischen Darlegung des Förderungswesens in Österreich werden einige der zu beachtenden Aspekte des Bundesvergabe-gesetzes 2006 angeführt. Abschließend wird das mögliche Zusammenspiel von Vergabe, Qualitätssicherung und Gender Mainstreaming betrachtet.

## 2. Förderung

Förderung war – und ist zum Teil immer noch – eine in Österreich bewährte Praxis, die auch zahlreiche Probleme nach sich zieht. Diese sind vor allem auf kameralistische Prinzipien, denen das Förderwesen folgt, zurückzuführen (vgl. Anastasiadis, Mayrhofer, Schmid 2005, S.26).

Nichts desto trotz gibt es in Österreich zahlreiche Beispiele für Förderung. Eines davon stellt der Fonds Soziales Wien dar. Im Folgenden soll zuerst näher auf die Organisation des Fonds und im Anschluss daran auf seine Förderpraxis eingegangen werden.

### Fonds Soziales Wien – Die Organisation

Der Fonds Soziales Wien (im Folgenden FSW genannt) ist das Instrument der Stadt Wien, welches sich der sozial gerechten Umverteilung der Steuergelder und der Umsetzung der Wiener Sozialpolitik widmet. Er ist der Träger der Wiener Sozial- und Behindertenhilfe. Seine Tätigkeit begann er im Jahr 2004, wo ihm (mit 1. Juli) die Aufgabenbereiche der ehemaligen Magistratsabteilung 47 „Pflege und Betreuung“ und Teile der ehemaligen Magistratsabteilung 12 „Wien Sozial“ übertragen wurden .

Zentrale Aufgabe des Fonds Soziales Wien ist es, über die Finanzierung von rund 300 Einrichtungen und Vereinen die Qualität der Leistungen des Wiener Sozialsystems zu sichern und weiter auszubauen, den sozialen Hilfe- und Betreuungsauftrag zu erfüllen sowie soziale Sicherheit zu vermitteln.

<sup>1</sup> vgl. dazu die Präsentation von Zsuzsanna Eidlitz im Rahmen des 2. Vergabe-Round-Table der EQUAL EntwicklungspartnerInnen-

schaft „Donau – Quality in Inclusion“ am 11.12.2006

Die Aufgaben des FSW wurden von der Stadt Wien definiert und in der Fondssatzung festgeschrieben. Dazu gehören:

- ▶ die Verbesserung der Gesundheit und des Gesundheitsbewusstseins der Wiener Bevölkerung,
- ▶ die Unterstützung bedürftiger Menschen in sozialen Grundbedürfnissen wie Wohnen und Arbeit sowie
- ▶ die medizinische, psychische und soziale Beratung, Behandlung und Betreuung.

### **Betriebliche Eckdaten**

Der FSW fördert und vermittelt Betreuungsleistungen von über 300 Trägerorganisationen mit einem Gesamtaufwand für Leistungsförderungen von 705 Mio. Euro. Einen Teil dotiert die Stadt Wien, der andere Teil besteht aus Erlösen von Kostenbeiträgen. Am stärksten wird der Bereich Pflege (stationär sowie ambulant) gefördert. Zu weiteren Bereichen zählen die Wohnungslosenhilfe, Grundversorgung und AsylwerberInnen, Behindertenhilfe, Sucht und Drogen sowie Frauen- und Gesundheitsprogramme.

Der FSW wurde nach dem Wiener Stiftungs- und Fondsgesetz errichtet, seine Gründerin ist die Stadt Wien. Er wird unter anderem aus öffentlichen Mitteln finanziert und durch das Kontrollamt der Stadt Wien und den Rechnungshof der Republik Österreich kontrolliert.

### **Förderwesen des FSW**

Unter Förderung wird ein Zuschuss zu den Kosten anerkannter Einrichtungen für eine geförderte Maßnahme verstanden. Dieser deckt die Differenz zwi-

schen den Kosten der Maßnahmen und der Eigenleistung der KlientInnen (Kostenbeitrag der KlientInnen, der nach Einkommen und Pflegegeld berechnet wird).

Seit 1. Jänner 2006 wurden diverse Förderrichtlinien des FSW in Kraft gesetzt. Einerseits handelt es sich hier um allgemeine und spezifische Förderrichtlinien für die einzelnen Leistungsbereiche, andererseits aber auch um ergänzende Richtlinien. Grundlage dieser Förderrichtlinien ist die Satzung des FSW.

Die allgemeinen und spezifischen Förderrichtlinien sind die verbindlichen Richtlinien zur Inanspruchnahme von personenbezogenen Förderungen (Subjektförderungen) sowie von Objekt- und Projektförderungen. Dabei wird unter Subjektförderung die Förderung von Maßnahmen für Einzelpersonen verstanden, wohingegen Objektförderung die Förderung des Betriebes von Einrichtungen meint. Unter Projektförderung wird die Förderung zeitlich befristeter und/oder einmaliger Vorhaben verstanden.

Die Einrichtungen, an welche die Förderung ausbezahlt wird, müssen anerkannt und in einer Liste erfasst sein. Diese Einrichtungen erfüllen bestimmte Pflichten wie zum Beispiel die Einhaltung aller anzuwendenden rechtlichen Bestimmungen, Dokumentations- und Anzeigepflichten sowie die Ermöglichung der Kontrolle durch den Rechnungshof und das Kontrollamt.

### **Förderung versus Vergabe**

Die Einrichtung des Fonds Soziales Wien ermöglicht es, Förderungen zu erteilen und das Modell der

<sup>2</sup> vgl. [http://www.fsw.at/Ueber\\_Uns/index.htm](http://www.fsw.at/Ueber_Uns/index.htm). Zugriff am 13.02.2007

<sup>3</sup> laut Budgetentwurf 2006

<sup>4</sup> laut Budgetentwurf 2006

Förderung zu leben. Aus Sicht des FSW (vgl. Eidlitz 2006, Folie 9) bietet dies mehrere Vorteile im Vergleich zu der Alternative der Vergabe: Der Mensch steht im Mittelpunkt und der/die Einzelne verfügt über Wahlfreiheit und Privatautonomie. Außerdem wird der Wettbewerb belebt und gefördert. Auch die Möglichkeit der "Anerkennung" von Einrichtungen in Form eines Qualitätsgütesiegels gilt als Vorteil. Darüber hinaus wird der Markt durch den Zufriedenheitsgrad der KlientInnen geregelt.

Nachdem nun exemplarisch das Modell der Förderung dargestellt wurde, soll im zweiten Teil dieses Artikels das vergebende Gesicht der öffentlichen Beauftragung näher betrachtet werden. Es wird auf Grundlagen des Bundesvergabegesetz 2006 eingegangen und abschließend erste Möglichkeiten der Qualitätssicherung und der Implementierung von Gender Mainstreaming über die Vergabe diskutiert werden.

### 3. Vergabe<sup>5</sup>

Das Bundesvergabegesetz 1993 wurde in Österreich in Vorbereitung auf den EU-Beitritt beschlossen, welches bis zum Jahr 2002 durch ein Bundesvergabegesetz (BVerG) und neun Landesvergabegesetze geregelt war. Da dies eine unklare Rechtslage darstellte, wurde 2002 das Bundesvergabegesetz (BVerG 2002) beschlossen. 2005 fand eine umfassende Novellierung statt, wodurch am 1. Februar 2006 das neue(st) Bundesvergabegesetz (BVerG 2006) in Kraft trat.

Die Systematik des neuen Gesetzes folgt verstärkt dem Ablauf eines Vergabeverfahrens. Es wurden auch neue Vergabeverfahren implementiert (z.B. wettbewerblicher Dialog). Gleichzeitig wird das Rechtsschutzverfahren vereinfacht und beschleunigt (vgl. Lengauer et al 2006, S.3).

#### Das BVerG 2006

Laut dem Bundesvergabegesetz 2006 besteht Ausschreibungspflicht, wenn ein öffentlicher Auftraggeber (§ 3 Abs 1<sup>6</sup>) einen öffentlichen Auftrag vergibt und kein Ausnahmetatbestand vorliegt (siehe insbes. § 10 BVerG). Unter öffentlichen Auftraggebern sind Bund, Länder, Gemeinden und Gemeindeverbände zu verstehen. Außerdem Einrichtungen, die mit dem Zweck, im Allgemeininteresse liegende Aufgaben zu erfüllen, gegründet wurden, die nicht gewerblicher Art und teilrechtsfähig sind, sowie in welchen ein Beherrschungsverhältnis in finanzieller oder organisatorischer Hinsicht durch einen öffentlichen Auftraggeber im Sinne des BVerG vorliegt. Vom BVerG betroffen sind auch Verbände von öffentlichen AuftraggeberInnen.

Darüber hinaus können – unter bestimmten Voraussetzungen – Einrichtungen zur Anwendung des BVerG verpflichtet sein, ohne öffentliche AuftraggeberInnen zu sein (siehe dazu Kropik et al 2006, S.155f).

Ein öffentlicher Auftrag ist dann als ein solcher anzusehen, wenn ein Beschaffungsvorgang über einen entgeltlichen Liefer-, Bau- oder Dienstleistungsauftrag vorliegt.

Über die vorangestellten Regelungen hinaus wird über Schwellenwerte definiert, welcher Typus einer Ausschreibung zum Tragen kommt. Schwellenwerte sind auch ausschlaggebend für den Ablauf des Verfahrens, da nach geschätztem Auftragsvolumen eine Ausschreibung im Oberschwellen- oder im Unterschwellenbereich angesiedelt wird. Prinzipiell behandelt das Bundesvergabegesetz beide Bereiche gleich, wobei es im Unterschwellenbereich einige Vereinfachungen und Erleichterungen gibt. Unterschiede zwischen einem Vergabeverfahren im Oberschwellen- und Unterschwellenbereich sind nach BVerG 2006 leicht nachvollziehbar (vgl. Kropik et al 2006, S.24).

Die Schwellenwerte für Liefer- und Dienstleistungsaufträge liegen

<sup>5</sup> Als Grundlage dieses Textes diente das 2006 erschienene Buch „Das Vergaberecht in Österreich“ von Andreas Kropik, Annemarie Mille und Michael Sachs sowie der im Rahmen des Modul 1 der Equal-EntwicklungspartnerInnenenschaft „Donau – Quality in Inclusion“ entstandene Text „Vergaberecht für soziale Dienstleis-

tungen. Diskussionsgrundlage.“ Dieser wurde in Kooperation von Modul 1 und Mag.<sup>a</sup> RA<sup>n</sup> Astrid Edlinger erstellt. Eine weitere zentrale Quelle ist die Präsentation des Bundesvergabegesetz 2006 durch Mag.<sup>a</sup> RA<sup>n</sup> Astrid Edlinger auf der 5. Plattform der EntwicklungspartnerInenschaft „Qualitätsentwicklung Gender Main-

- ▶ bei öffentlichen Auftraggebern nach Anhang V BVergG (zentrale öffentliche Auftraggeber) bei einem geschätzten Auftragswert von  $\geq \text{€ } 137.000,-$  exkl. USt
- ▶ bei sonstigen öffentlichen Auftraggebern bei einem geschätzten Auftragswert von  $\geq \text{€ } 211.000,-$  exkl. USt
- ▶ und bei Bauaufträgen bei einem geschätzten Auftragswert von  $\geq \text{€ } 5,278.000,-$  exkl. USt. (vgl. Edlinger 2006)

Relevant in diesem Zusammenhang sind auch die gesetzlichen Regelungen bezüglich der Gesamt- oder Teilvergabe (vgl. Kropik et al 2006, S. 39).

„Umfangreiche Leistungen können örtlich, zeitlich oder nach Menge und Art getrennt vergeben werden. Gesamtleitungen können somit, z.B. nach verschiedenen Gewerbezweigen voneinander getrennt ausgeschrieben und vergeben werden. Maßgebend sind für die Entscheidung, ob gesamt oder getrennt ausgeschrieben werden kann, wirtschaftliche und technische Gesichtspunkte [...]. Soll die Möglichkeit für eine Vergabe in Teilen gewahrt bleiben, sind sowohl die Gesamtleistung, als auch die allenfalls getrennt zur Vergabe gelangenden Teile der Leistung auszuschreiben. Unzulässig ist es einen Zuschlag nur in Teilen einer ausgeschriebenen Gesamtleistung zu erteilen“ (Lengauer et al 2006, S. 9f).

### Das Vergabeverfahren – der Weg zum Zuschlag

Das Vergabeverfahren beginnt mit der Einladung zur Erstellung von Angeboten seitens der ausschreibenden Organisation. Eine solche Einladung ist nur zulässig, wenn tatsächlich die Absicht zur Vergabe besteht. Es ist unzulässig, zur bloßen Informationsgewinnung auszuschreiben. Der jeweiligen Ausschreibung entsprechend legen sodann interessierte BieterInnen ihre Angebote. Diese sind von der vergebenden Stelle entgegenzunehmen und zu prüfen. Des Weiteren ist auf deren Grundlage die Entscheidung zu treffen, welche(r) BieterIn den Auftrag erhält.

Auch die Gestaltung der Ausschreibungsunterlagen ist gesetzlich geregelt, dabei kann die jeweilige Leistung konstruktiv oder funktional beschrieben werden. „Bei einer konstruktiven Leistungsbeschreibung wird die Leistung durch ein gegliedertes Leistungsverzeichnis beschrieben, während bei funktionaler Leistungsbeschreibung die Leistung als Aufgabenstellung durch Festlegung von Leistungs- und Funktionsanforderungen zu spezifizieren ist (§ 95 Abs 2 und 3)“ (Kropik et al 2006, S. 43).

Bei beiden Arten der Ausschreibung muss die Vergleichbarkeit der Angebote gewährleistet sein. Außerdem muss die Preisbildung ohne Übernahme nicht kalkulierbarer Risiken möglich sein. Des Weiteren muss die Leistung neutral beschrieben werden.

BieterInnen können auf Rechtswidrigkeiten in Ausschreibungsunterlagen innerhalb bestimmter Fristen hinweisen. Sie können einen Einspruch erheben, oder die ausschreibende Stelle auf eventuelle Fehler in den Ausschreibungen aufmerksam machen. Dabei sind die angegebenen Fristen zu beachten. Nach Ablauf dieser Fristen sind die ausgeschriebenen Bedingungen zu akzeptieren (vgl. Lengauer et al 2006, S.11f).

### Verfahrensarten

Vergebende Stellen können für ihre Ausschreibung(en) zwischen verschiedenen Verfahrensarten eingeschränkt wählen. Das Bundesvergabegesetz sieht dementsprechend vor, dass der/die AuftraggeberIn frei zwischen dem offenen und dem nicht offenen Verfahren mit vorheriger Bekanntmachung wählen kann. Bei der Wahl eines anderen Verfahrens ist nur in taxativ aufgezählten Fällen zulässig, frei zu wählen (vgl. Lengauer et al 2006, S.14).

Prinzipiell sind das **offene Verfahren**, das **nicht offene Verfahren** (mit und ohne vorherige Bekanntmachung), das **Verhandlungsverfahren**. (mit und ohne vorherige Bekanntmachung) und die **Direktvergabe** (ohne vorherige Bekanntmachung)<sup>7</sup> möglich.

streaming“ am 12.09.2006.

<sup>6</sup> Die ausgewählten Paragraphen im Text sind, wenn nicht anders angegeben, jeweils Kropik, Mille und Sachs 2006, S.137ff, entnommen.

<sup>7</sup> Direktvergaben sind nur in eingeschränkten Bereichen wie der Vergabe von Bauaufträgen, Lieferungen und Dienstleistungen, wenn der geschätzte Auftragswert ohne Umsatzsteuer 40.000 EUR nicht erreicht, und bei EU-kofinanzierten Projekten möglich (vgl. Kropik et al 2006, S. 38).

Des Weiteren können verschiedene Abwandlungen wie das dynamische Beschaffungssystem, die Rahmenvereinbarung, der wettbewerbliche Dialog und die elektronische Auktion durchgeführt werden (vgl. Lengauer et al 2006, S.12ff).

### Das Angebot

„Ein Angebot wird erstellt, wenn potenzielle BieterInnen sich um eine Ausschreibung bewerben wollen“ (Lengauer et al 2006, S.15). Dazu sind mehrere Anforderungen an Angebote zu beachten. Wird dies nicht getan, so kann dies zum Ausscheiden eines Angebotes aus dem Vergabeprozess führen.<sup>8</sup> Welche Bestandteile das jeweilige Angebot beinhalten soll, ist in der betreffenden Ausschreibung angeführt.

Im Angebotshauptteil müssen folgende Angaben jedenfalls enthalten sein: Name und Geschäftssitz des/der BieterIn und VertreterInnen der Arbeitsgemeinschaft, wenn eine solche gebildet wird; elektronische Adresse, der zum Empfang der Post berechtigten Stelle; Gesamtpreis oder Angebotspreis mit Angabe des Ausmaßes allfälliger Nachlässe und Aufschläge sowie eventuelle Teilgesamtpreise, Teilangebotspreise und Variantenangebotspreise; bei veränderlichen Preisen, sofern nicht ÖNORMEN angewendet werden, Regeln und Voraussetzungen, die eindeutige Preisumrechnungen ermöglichen; allfällige Alternativ- oder Abänderungsangebotspreise, sowie das Angebotsinhaltsverzeichnis (vollständige Aufzählung der dem Angebotshauptteil beigeschlossenen oder gesondert eingereichten weiteren Angebotsbestandteile. Dient auch der Übersicht und Prüfung der Angebotsbestandteile bei der Angebotsöffnung) (vgl. Lengauer et al 2006, S.15f).

### Qualität und das Bundesvergabegesetz 2006 (vgl. Edlinger 2006)

Vergabeverfahren nach dem Bundesvergabegesetz 2006 bieten einige Möglichkeiten und Wege zur Qualitätssicherung. Als Möglichkeiten bieten sich Festlegungen im Rahmen der Leistungsbeschreibung sowie im Rahmen der Eignungs- und/oder Auswahlkriterien. Darüber hinaus ist es auch möglich, bei der Wahl des/der

Bestbieters/in Zuschlagskriterien festzulegen. Schließlich bleibt die Option der vertraglichen Gestaltung. Jede dieser Optionen ist eigens im BVerG definiert.

So sind bei der Gestaltung einer **Leistungsbeschreibung** bestimmte Grundsätze zu beachten. Zuerst ist zu entscheiden, ob es sich um eine funktionale oder um eine konstruktive Leistungsbeschreibung handelt. Dann ist die jeweilige Leistung eindeutig, neutral und vollständig zu beschreiben, sowie die Vergleichbarkeit der Angebote sicherzustellen. Es darf zu keiner Übernahme nicht kalkulierbarer Risiken kommen und es sind Leistungsverzeichnisse sowie technische Spezifikationen (z.B. bestimmte Normen) zu verwenden.

Eignungskriterien sind als vom/von der AuftraggeberIn festgelegte, nicht diskriminierende, auf den Leistungsinhalt abgestimmte Mindestanforderungen an den/die BewerberIn/BieterIn („K.O.-Kriterien“) und sind nach den Vorgaben des BVerG nachzuweisen (siehe § 69 ff). Sie dienen ausschreibenden Stellen als Nachweise der BieterInnen über ihre

1. berufliche Befugnis
2. Zuverlässigkeit
3. finanzielle und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit sowie
4. echnische Leistungsfähigkeit bezüglich des jeweiligen Auftrages.<sup>9</sup>

Nachweise über die einschlägige Befugnis und die berufliche Zuverlässigkeit **müssen** verlangt werden, wohingegen die Nachweise für die Leistungsfähigkeit verlangt werden **können**. Bezüglich der Eignungskriterien gilt, dass sie jedenfalls erfüllt sein müssen. Ist dies nicht der Fall, so scheidet das betreffende Angebot aus dem Vergabeverfahren aus.

Als **Auswahlkriterien** sind von Auftraggebern in der Reihenfolge ihrer Bedeutung festgelegte, nicht diskriminierende, auf den Leistungsinhalt abgestimmte, unternehmensbezogene Kriterien, die zur Beurteilung der Qualität von BewerberInnen führen. Sie dienen der Auswahl im nicht offenen Verfahren mit vorherge-

<sup>8</sup> Das BVerG sieht auch generelle Ausschlussgründe vor, die zu einem sofortigen Ausschluss aus dem Vergabeverfahren führen. Solche Ausschlussgründe sind unter anderem Verurteilungen

betreffend gewisser Tatbestände, Konkurs- Insolvenzverfahren bzw. Liquidation sowie schwere Verfehlungen gegen Arbeits-, Sozial- oder Umweltrecht (vgl. Kropik et al 2006, S. 46ff, insbes. 52).



hender Bekanntmachung, im Verhandlungsverfahren mit vorhergehender Bekanntmachung, beim noch offenen Wettbewerb und beim wettbewerblichen Dialog (vgl. § 2 Z 20 lit a).

**Zuschlagskriterien** sind bei der Wahl des wirtschaftlich und technisch am günstigsten Angebotes (BestbieterInnenprinzip) vom/von der AuftraggeberIn im Verhältnis (oder ausnahmsweise in der Reihenfolge ihrer Bedeutung) festgelegte, nicht diskriminierende, mit dem Auftragsgegenstand zusammenhängende Kriterien. Zuschlagskriterien können dabei Qualität, Preis, technischer Wert, Ästhetik, Zweckmäßigkeit, Umwelteigenschaften, Betriebskosten, Rentabilität, Kundendienst und technische Hilfe, Lieferzeitpunkt und Lieferungs- bzw. Ausführungsfrist sein. Bei der Wahl des Angebotes mit dem niedrigsten Preis (BilligstbieterInnenprinzip) ist der Preis das entscheidende Zuschlagskriterium (§ 2 Z 20 lit d).

Bei der Festlegung der Auswahl der Zuschlagskriterien und deren Gewichtung ist der/die Auftraggeber/in grundsätzlich frei. Allerdings ist zu beachten, dass die Zuschlagskriterien zur Ermittlung des wirtschaftlich günstigsten Angebots geeignet sein müssen, in der Bekanntmachung oder den Ausschreibungsunterlagen festzulegen sind und nicht diskriminierend sein dürfen. Sie müssen weiters in ihrer Formulierung und Gewichtung ein möglichst transparentes und nachvollziehbares System für die BieterInnen sein und dürfen Auftraggebern kein uneingeschränktes Ermessen einräumen. Darüber hinaus darf es zu keiner Mischung mit Eignungs-/Auswahlkriterien kommen (vgl. Edlinger 2006).

Ist in der Bekanntmachung oder in den Ausschreibungsunterlagen keine Festlegung betreffend das Zuschlagsprinzip erfolgt, so ist der Zuschlag dem Angebot mit dem niedrigsten Preis zu erteilen (vgl. Kropik et al 2006, S.75).

### **BilligstbieterInnen versus BestbieterInnenprinzip**

Je nach Auftrag stellt sich für AuftraggeberInnen das BilligstbieterInnen- oder das BestbieterInnenprinzip

als relevant und passend heraus. Für beide sind folgende Vor- und Nachteile festzustellen:

Für das BilligstbieterInnenprinzip spricht, dass die Angebotsbewertung sehr rasch vor sich gehen kann und es weniger Angriffsmöglichkeiten in einem Nachprüfungsverfahren bietet. Zulässig ist dieses Prinzip sofern Qualitätsstandards der jeweiligen Leistung in der Bekanntmachung oder in den Ausschreibungsunterlagen klar und eindeutig definiert sind (vgl. § 80 Abs 3). Im Unterschwellenbereich ist es möglich frei zu wählen, ob und wie Zuschlagsprinzipien formuliert werden.

Bei der Wahl des BestbieterInnenprinzips ist der Aufwand bei der Festlegung der Zuschlagskriterien größer und die Angebotsbewertung ist aufwändiger. Dafür ist es möglich qualitativ hochwertigere Leistungen zu kaufen.

Ende des Vergabeverfahrens (Kropik et al 2006, S.76) Ist die Angebotsprüfung abgeschlossen, so endet das Vergabeverfahren entweder durch den Zuschlag, also durch die (gesetzlich verpflichtende) Bekanntgabe der Zuschlagsentscheidung an alle verbliebenen BieterInnen, oder auch durch den Widerruf (nur in gesetzlich festgelegten Fällen mit Angabe des Grundes für den Widerruf möglich) des ausgeschriebenen Angebots. Dabei ist wichtig, dass Widerrufsentscheidung und Stillhaltefrist eingehalten werden müssen und erst dann der Widerruf gültig ist.

### **Vertragsgestaltung**

Nach der Erteilung des Zuschlags ist die Gestaltung des endgültigen Vertrags zwischen AuftraggeberIn und BieterIn wesentlich. Dabei sind die gesetzlichen Vorgaben zum Inhalt des Leistungsvertrages (§ 99) zu beachten. Die jeweiligen Vertragsbestimmungen sind eindeutig und umfassend festzulegen. Auch in dieser Phase des Vergabeprozesses können Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergriffen werden. Es können genaue Qualitäts- und Leistungsstandards festgelegt werden, Vereinbarungen über Kontroll- und Überwachungsrechten, Pönalen (Vertragsstrafen) bei Nicht-

<sup>9</sup> Die Liste der von AuftraggeberInnen möglichen zu fordernden Nachweise ist im BVergG §§ 70 ff (siehe Kropik et al 2006, S.179) zu finden.

einhaltung der vorgegebenen Qualität, sowie Rücktritts- und Kündigungsrechte getroffen werden.

#### **Gender Mainstreaming und das Bundesvergabegesetz 2006 (vgl. Edlinger 2006)**

Gender Mainstreaming kann auf zwei Arten im Vergaberecht relevant werden: Wenn das Vergaberecht als Instrumentarium zur Förderung (im Sinne von Steuerung) von Gender Mainstreaming dient oder wenn Leistungen im Rahmen von Gender Mainstreaming Projekten vergeben werden.<sup>10</sup>

Im BVergG § 19 Abs 6 ist folgendes zum Thema Gender Mainstreaming formuliert:

*„Im Vergabeverfahren kann auf die Beschäftigung von Frauen [...] sowie auf Maßnahmen zur Umsetzung sonstiger sozialpolitischer Belange Bedacht genommen werden. Dies kann insbesondere durch die Berücksichtigung derartiger Aspekte bei der Beschreibung der Leistung, bei der Festlegung der technischen Spezifikationen, durch die Festlegung konkreter Zuschlagskriterien oder durch die Festlegung von Bedingungen im Leistungsvertrag erfolgen.“*

Kritisch zu betrachten ist dabei jedoch, dass obige Formulierung eine „kann“-Bestimmung ist. Damit wird es letztendlich im Interesse von AuftraggeberInnen liegen, wie intensiv und unumgänglich die „Beschäftigung von Frauen“ in Bekanntmachungen und Ausschreibungsunterlagen zu berücksichtigen ist und inwiefern Prinzipien des Gender Mainstreamings in den Vergabeprozess miteinbezogen werden.

## **4. Fazit**

Festzustellen ist, dass beide Modelle der öffentlichen Beauftragung – sowohl die Förderung als auch die Vergabe – Nachteile aber auch Vorteile aufweisen. Wie die Prinzipien der Kameralistik sich nachteilig auf Förderungen beziehende Personen und Organisationen auswirken können, so nachteilig kann sich auch das durchgängige Prinzip des Wettbewerbes der Vergabe auf BieterInnen auswirken. Beide Modelle sind verbesserungswürdig, weisen aber auch Vorteile auf. So kann über Förderung die gezielte finanzielle Unterstützung ausgewählter Personen und Organisationen, die ohne diese nicht bestehen könnten, unter Einhaltung bestimmter Voraussetzungen gewährleistet werden und gezielt Sozialpolitik betrieben werden. Währenddessen wird über das Modell der Vergabe Wettbewerb initiiert und neue, innovative Lösungen werden möglich. Gleichzeitig ist das Bundesvergabegesetz klar strukturiert und gewährleistet vollkommene Transparenz für BieterInnen. Diese haben auch Wege und Möglichkeiten, konstruktiv auf den Vergabeprozess einzuwirken, wenn zum Beispiel Ausschreibungsunterlagen mangelhaft sind.

Wie schon der Exkurs zu Bundesvergabegesetz und Gender Mainstreaming in diesem Text gezeigt hat, bieten Gesetze und Richtlinien sehr oft „kann“-Formulierungen, die erst in der Umsetzung mit qualitätsvollen Inhalten gefüllt werden müssen. Somit ist letztendlich festzustellen, dass beide Modelle der öffentlichen Beauftragung nur so effizient, wirkungsvoll und erfolgreich sein können, wie die Menschen, die sich dieser Modelle bedienen. Diese entscheiden schließlich, welche Kriterien und Voraussetzungen für die Umsetzung der Förderung und der Vergabe herangezogen werden und wie diese bewertet werden.

<sup>35</sup> Darüber hinaus wird allen weiteren Aspekten, die im Sinne der Strategie Gender Mainstreaming zur Gleichstellung von Frauen

und Männern führen sollen, keine weitere Beachtung geschenkt.

## 5. Literatur

**Anastasiadis, Maria; Mayrhofer, Marlene; Schmid, Tom** (2005): *Finanzielle Situation und Strategien*. In: *Toolbox der EQUAL Entwicklungspartnerschaft Dritter Sektor Wien* (S. 26-66). Wien.

**Edlinger, Astrid** (2006): *Das Bundesvergabegesetz 2006*. Vortrag im Rahmen der 5. Plattform der EQUAL Entwicklungspartnerschaft Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming am 12.09.2006

**Eidlitz, Zsuzsanna** (2006): *Die „Förderwelt“ des Fonds Soziales Wien*. Input beim 2. Vergabe-Round-Table der EQUAL EntwicklungspartnerInnenenschaft Donau – Quality in Inclusion am 11.12.2006 IN: Protokoll des Vergabe-Round-Table 2 am 11.12.2006

**Dimmel, Nikolaus** (2005): *Überlegungen zu Good-Practice in der Vergabepraxis*. In: *Handbuch Dritter Sektor der Entwicklungspartnerschaft Dritter Sektor Wien* (S. 37-50). Wien.

**Mayrhofer, Marlene; Pallas, Bettina; Schmid, Tom** (2005): *Alternative Finanzierungsmodelle im Bereich der Fremd- und Zwischenfinanzierung. Best Practices und Handlungsoptionen für die Kärntner Sozial-*

*wirtschaft*. Endbericht des Modul 2 der EQUAL Entwicklungspartnerschaft `Social.Network`, Wien-Klagenfurt: Celovec.

**Kropik, Andreas; Mille, Annemarie; Sachs, Michael** (2006): *Das Vergaberecht in Österreich, Aktuell: Das neue Bundesvergabegesetz 2006*. Wien: Wirtschaftskammer Österreich

**Lengauer, Sonja; Meusburger, Martina; Pantucek, Gertraud; Prochazkova, Lucie; Rogy, Andrea; Schmid, Tom; Veitschegger, Margareta** (2006): *Vergaberecht für soziale Dienstleistungen*. Diskussionsgrundlage (unter Zusammenarbeit mit RAIin Astrid Edlinger). Wien.  
[http://www.clickandlearn.at/joomla/index.php?option=com\\_content&task=view&id=42&Itemid=32](http://www.clickandlearn.at/joomla/index.php?option=com_content&task=view&id=42&Itemid=32) (Zugriff am 13.02.2007)

### Elektronische Quellen

Fond Soziales Wien.  
[www.fsw.at](http://www.fsw.at); Zugriff am 13.02.2007

EQUAL Entwicklungspartnerschaft Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming.  
[www.qe-gm.at](http://www.qe-gm.at); Zugriff am 13.02.2007



# Kompetenzen und Qualitätsentwicklung von BeraterInnen und TrainerInnen für Gender Mainstreaming

Renate Fuxjäger

<b>1. Einleitung</b>	<b>46</b>
<b>2. Ein Kompetenzkonzept: Gender-Kompetenz als Fachwissen und Querschnitt in anderen Kompetenzbereichen</b>	<b>47</b>
2.1 Zum Begriff Kompetenz	47
2.2 Kompetenzkonzept nach Erpenbeck und Heyse	48
2.3 Was kann unter „Gender Kompetenz“ von BeraterInnen und TrainerInnen verstanden werden?	49
2.4 Kompetenzen von BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming	50
<b>3. Anwendung des Kompetenzkonzepts im Prozess der Qualitätsentwicklung von GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen</b>	<b>54</b>
3.1 Warum Qualitätsentwicklung von BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming?	54
3.2 BeraterInnendiskurs der EQUAL-Entwicklungspartnerschaft Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming	55
3.3 Konkretisierung des Kompetenzkonzepts für unterschiedliche Beratungs- und Trainingstätigkeiten im Bereich Gender Mainstreaming	57
3.4 Kompetenzentwicklung von BeraterInnen und TrainerInnen für Gender Mainstreaming: weiterführende Überlegungen	61
<b>4. Zusammenfassung</b>	<b>63</b>
<b>5. Literatur</b>	<b>63</b>

# Kompetenzen und Qualitätsentwicklung von für Gender Mainstreaming

Renate Fuxjäger

## 1. Einleitung

Mit der EQUAL-Entwicklungspartnerschaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“<sup>1</sup> wurde die Möglichkeit geschaffen, sich mit dem Thema Kompetenzen von BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming (GM) auseinander zu setzen. Im Teilprojekt Modul 5<sup>2</sup> „Qualitätssicherung in GM-Beratung und Gender-Training“ wurde ein kontinuierlicher Qualitätsentwicklungsprozess unter österreichischen BeraterInnen und TrainerInnen für Gender Mainstreaming etabliert.

In einem „BeraterInnendiskurs“, der als Workshop-Reihe stattfand, arbeiteten erfahrene Gender Mainstreaming BeraterInnen und TrainerInnen an Beschreibungen für ihre Kompetenzen und Angeboten mit dem Ziel, gemeinsame Qualitätsstandards für ihre Tätigkeiten zu entwickeln. Weiters wurde hier eine Vernetzungsstruktur initiiert, in welcher die im BeraterInnendiskurs begonnene Qualitätsentwicklung kontinuierlich weiter geführt werden kann.

Auf Theorie und Praxis dieses Qualitätsentwicklungsprozesses soll im vorliegenden Beitrag näher eingegangen werden. Im ersten Teil wird ein theoretisches Kompetenzkonzept vorgestellt, das zu einer genaueren Beschreibung von Kompetenzen von BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming herangezogen und weiter entwickelt werden kann. Der Begriff der „Gender Kompetenz“ wird dis-

kutiert und auf die Frage eingegangen, wie sich diese zu anderen Kompetenzen verhält, die für die anspruchsvolle Tätigkeit einer GM-Beratung oder eines Gender-Trainings notwendig sind.

Im zweiten Teil wird eine Anwendung des Kompetenzkonzepts beispielhaft am Prozess des BeraterInnen-diskurses beschrieben. Da die Vernetzung von GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen und eine Qualitätssicherung im Rahmen dieser Vernetzung noch im Aufbau begriffen sind, liegt der Schwerpunkt auf einem Raster, das sich zur Beschreibung für Kompetenzen in unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen eignet. Es soll der besseren Vergleich- und Messbarkeit von Kompetenzen dienen und kann je nach Anforderung konkretisiert und weiter entwickelt werden. Weiters werden Möglichkeiten der Kompetenzentwicklung von BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming skizziert. Ebenso wie der BeraterInnendiskurs eine Schnittstelle zu anderen Modulen der Entwicklungspartnerschaft bot, bezieht sich auch dieser Beitrag inhaltlich auf Beiträge und Konzepte von ExpertInnen aus der Entwicklungspartnerschaft.<sup>3</sup>

Insgesamt soll die Qualitätsentwicklung im BeraterInnendiskurs nachvollziehbar dargestellt und zu einer Auseinandersetzung mit Begriff und Relevanz von „Gender Kompetenz“ eingeladen werden. Potentiellen AuftraggeberInnen soll verdeutlicht werden, wie bedeutend Qualitätsstandards von AnbieterInnen für die Qualität der von ihnen beauftragten Beratungen und Trainings sein können.

<sup>1</sup> Näheres zur EQUAL-Entwicklungspartnerschaft siehe Vorwort dieser Schriftenreihe.

<sup>2</sup> Dieses Modul sowie der BeraterInnendiskurs wurden von der

Organisation „abz\*austria – kompetent für Frauen und Wirtschaft“ geleitet. Modul-Leiterin war bis Oktober 2006 die Autorin, nachfolgend Mag.<sup>a</sup> Susanne Hahn. Partnerorganisation war Solution

# BeraterInnen und TrainerInnen

## 2. Ein Kompetenzkonzept: Gender-Kompetenz als Fachwissen und Querschnitt in anderen Kompe- tenzbereichen

In diesem Kapitel wird das Kompetenzkonzept von John Erpenbeck und Volker Heyse (1999) vorgestellt, weil es für Kompetenzen von BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming angewandt wird. Unter Einbeziehung gängiger Fachliteratur wird auf den Begriff Gender-Kompetenz eingegangen und schließlich werden einzelne Kompetenzbereiche von BeraterInnen und TrainerInnen erläutert. Den Einstieg macht ein kurzer Überblick über Begriff und Bedeutungsdimensionen von Kompetenz.

### 2.1 Zum Begriff Kompetenz

Die ursprüngliche Wortbedeutung von kompetent sein ist „zuständig sein“. Das lateinische *competere* heißt "zusammentreffen, etwas gemeinsam erstreben, gesetzlich erfordern", auch "zustehen, zukommen". Kompetenz bedeutete zunächst "Recht auf Einkünfte" und wurde erst im 19. Jahrhundert als Abstraktum des Adjektivs kompetent verwendet (vgl. Kluge 2002). Der englischen Übersetzung *competence* ist *competition* verwandt, das auf Auseinandersetzung und auf Wettbewerb um einen Vorrang hinweist.

Heute wird der Begriff Kompetenz mehrdeutig verwendet: Häufig werden damit Fähigkeiten, Wissen und Können, Einstellungen und innere Haltungen

umschrieben. Im Deutschen wird Kompetenz mit Sachverstand, Fähigkeiten und Zuständigkeit gleichgesetzt (vgl. Duden 2003): Wer über die für eine bestimmte Aufgabe erforderlichen Fähigkeiten verfügt oder wer vom Gesetz her befugt ist, etwas zu tun, wird als kompetent eingestuft. Eine bestimmte Kompetenz wird oft als Art Maßstab genutzt, um Personen zu vergleichen, zu bewerten oder auszuwählen.

Bestimmte Kompetenzen werden je nach Profession, Zielgruppe und Anwendung unterschiedlich definiert. Zur Zeit sind viele verschiedene Partikularbegriffe zu Kompetenz – wie z.B. interkulturelle Kompetenz oder Netzwerkkompetenz – in Verwendung. Beziehungen zwischen einzelnen Kompetenzen sind dabei häufig nicht geklärt, so auch bei der sogenannten „Gender-Kompetenz“. Ist sie eine eigene Fachkompetenz oder doch eher übergreifendes anwendungsorientiertes Wissen? Wie verhält sie sich zu anderen Kompetenzen von BeraterInnen und TrainerInnen? (vgl. Kap. 2.3 und 2.4)

Der Motivationspsychologe Robert W. White bezeichnete 1959 Kompetenzen als Ergebnisse von Entwicklungen grundlegender Fähigkeiten, die weder genetisch angeboren noch das Produkt von Reifungsprozessen sind, sondern vom Individuum selbstorganisiert hervor gebracht wurden. Dieser wissenschaftliche Kompetenzbegriff wurde von mehreren Disziplinen aufgegriffen und weiter entwickelt.<sup>4</sup> Der Pädagoge Heinrich Roth brachte Anfang der 1970er Jahre den Begriff in den deutschsprachigen

Sozialforschung & Entwicklung, Buchinger & Gschwandtner OEG. Näheres zu diesem Modul siehe Hahl (2007).

<sup>3</sup> vgl. Vorwort und weitere Beiträge dieser Schriftenreihe

<sup>4</sup> Näheres zur historischen Entwicklung des Kompetenzdiskurses siehe z.B. Schmidt (2005, S. 18)

Diskurs der Erziehungswissenschaften: Er unterteilte Kompetenzen in Sach-, Sozial- und Selbstkompetenz.

Seit den 1990er Jahren wurden Kompetenzkonzepte auch verstärkt im Unternehmensbereich eingesetzt. Wegen der zunehmenden Komplexität im betrieblichen Alltag stiegen die Anforderungen an MitarbeiterInnen und konnten nicht mehr durch fertig erworbene Qualifikationen erfüllt werden. Im Gegensatz zu Qualifikation wird Kompetenz vor allem dann erforderlich, wenn die Handlungsziele kaum oder gar nicht festliegen und die Zukunft offen und komplex erscheint. Der moderne Kompetenzbegriff, der das selbst organisierte Subjekt in den Mittelpunkt rückt, hat den Begriff der Qualifikation mittlerweile weitgehend abgelöst (vgl. Erpenbeck 2004, S. 119ff).

## 2.2 Kompetenzkonzept nach Erpenbeck und Heyse

Dieser Artikel bezieht sich auf ein Kompetenzkonzept von John Erpenbeck und Volker Heyse (1999). Kompetenzen von Personen sind demnach „Selbstorganisationsdispositionen des Individuums“: Jeder Mensch handelt, wobei die Ergebnisse dieser Handlungen in ihrer Gesamtheit nicht voraussagbar sind. „Die unterschiedlichen Dispositionen (Anlagen, Fähigkeiten, Bereitschaften), ebendiese Handlungen selbst organisiert durchzuführen, bilden unterschiedene Kompetenzen.“ (Erpenbeck und Heyse 1999; zit. nach Schmidt 2005).

Die Stärken des Konzeptes liegen darin, dass es eine sinnvolle Unterteilung in mehrere Kompetenzbereiche vorsieht. Dies erscheint für die komplexen und anspruchsvollen Anforderungen an BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming geeignet, da Bezüge zwischen den Kompetenzbereichen genauer beschrieben und dahingehend interpretiert werden können, wo denn „Gender-Kompetenz“ nun verankert sei.<sup>5</sup> Andere Modelle würden eventuell andere Rückschlüsse mit sich bringen, werden hier aber nicht weiter verfolgt.<sup>6</sup>

Handlungen werden laut diesem Konzept in geistige, instrumentelle, kommunikative, reflexive und gesamtheitliche Handlungen eingeteilt und können aufgrund folgender Kompetenzen<sup>7</sup> getätigt werden: Fach-, Methoden-, Personal-, Sozial- und Handlungskompetenzen. Der Handlungskompetenz von Personen wird dabei besondere Bedeutung beigemessen, da sie Fähigkeiten benennt, andere Kompetenzen vereinen und stringente Handlungen gesamtheitlich vornehmen zu können. Nach John Erpenbeck und Volker Heyse (1999) werden die einzelnen Kompetenzen folgendermaßen definiert:

- ▶ **Fachkompetenzen** sind „die Dispositionen, **geistig** selbst organisiert zu handeln“. Mit fachlichen Kenntnissen und fachlichen Fertigkeiten können Probleme kreativ gelöst und kann Fachwissen sinnorientiert eingeordnet und bewertet werden.
- ▶ **Methodenkompetenzen** sind „die Dispositionen, **instrumentell** selbst organisiert zu handeln“. Aufgrund dieser Kompetenzen können Tätigkeiten, Aufgaben und Lösungen methodisch kreativ gestaltet werden und verhelfen dazu, auch das geistige Vorgehen zu strukturieren.
- ▶ **Personale Kompetenzen** (Individualkompetenzen) sind „die Dispositionen, **reflexiv** selbst organisiert zu handeln“. Sie sind notwendig, um sich selbst einzuschätzen und produktive Einstellungen, Werthaltungen, Motive und Selbstbilder zu entwickeln und sich im Rahmen der Arbeit und außerhalb kreativ zu entwickeln und zu lernen. Eigene Begabungen, Motivationen und Leistungsvorsätze können entfaltet werden.
- ▶ **Sozialkompetenzen** sind „die Dispositionen, **kommunikativ und kooperativ** selbst organisiert zu handeln.“ Sozialkompetenzen ermöglichen, sich mit anderen kreativ auseinander und zusammensetzen, sich gruppen- und beziehungsorientiert zu verhalten. Neue Pläne und Ziele können gemeinsam entwickelt werden.
- ▶ **Handlungskompetenzen** sind „die Dispositionen, **gesamtheitlich** selbst organisiert zu handeln“. Mit diesen Kompetenzen werden viele oder alle der zuvor genannten Kompetenzen integriert.

<sup>5</sup> Umgekehrt empfehlen die Autoren, das Kompetenzkonzept nur für ausreichend komplexe Anforderungen und im Selbstorganisationsbereich zu benutzen (vgl. Schmidt 2005, S. 160).

<sup>6</sup> Weiterführende Interpretationen zum Thema Kompetenz und Gender-Kompetenz siehe Essl (2007)



Für eine Kompetenzbeschreibung (wie im BeraterInnendiskurs, vgl. Kap. 3.2) und -messung muss bedacht werden, dass die Dispositionen, welche Fähigkeiten und Anlagen ausdrücken, nicht direkt erfasst oder gemessen werden können. Daher kann nur von der Umsetzung oder Performanz von TrainerInnen und BeraterInnen darauf geschlossen werden, wie weit ihre Kompetenzen entwickelt sind.

### **2.3 Was kann unter „Gender Kompetenz“ von BeraterInnen und TrainerInnen verstanden werden?**

In der Fachliteratur finden sich unterschiedliche Definitionen zu „Gender Kompetenz“:

Auf der Homepage des „GenderKompetenzZentrums“ an der Humboldt Universität zu Berlin wird Gender-Kompetenz als „die Fähigkeit von Personen (bezeichnet), bei ihren Aufgaben Gender-Aspekte zu erkennen und gleichstellungsorientiert zu bearbeiten. Gender-Kompetenz ist eine Voraussetzung für erfolgreiches Gender Mainstreaming. Gleichzeitig wird durch die Umsetzung von Gender Mainstreaming neue Gender-Kompetenz erzeugt.“ (www.genderkompetenz.info) Dabei wird auf die Bedeutung von Gender-Kompetenz für erfolgreiches Gender Mainstreaming und auf die Elemente „Wollen – Wissen – Können“ verwiesen. Die Definition von „Gender-Wissen“ verweist auf die Bedeutung der Verschränkung innerhalb der eigenen Fach-Kompetenz(en), jedoch nicht mit den anderen Kompetenzbereichen wie Methoden- oder Sozialkompetenz: „Gender-Wissen bedeutet, ein Wissen über Lebensbedingungen von Frauen und Männern bzw. über die Wirkung von Geschlechternormen mit dem jeweiligen Fachwissen zu verknüpfen. Gender-Wissen wird dann zu einem integralen Bestandteil von Fachwissen, wenn die Bedeutung von „Gender“ in seiner Komplexität verstanden ist und grundlegende Erkenntnisse aus Frauen-, Männer- und Geschlechterforschung/Gender Studies bekannt sind.“ (ebd.)

Die Bedeutung von Gender Kompetenz als Quer-

schnittsmaterie und für die praktische Umsetzung betont folgende Definition: Gender Kompetenz ist die Verknüpfung von Erkennen gleichstellungsrelevanter Aspekte im jeweiligen Tätigkeitsfeld mit der Umsetzung der Erkenntnisse ins praktische Handeln. (vgl. Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt 2003, S. 104).

Dass Gender-Kompetenz kein isoliertes Fachwissen ist, wird auch bei Angelika Blickhäuser und Henning von Bargen (2006, S.11) betont: Sie verknüpfen Fachkompetenz – „als Fähigkeit, erworbenes genderdifferenziertes Fachwissen mit den berufsspezifischen Fachkenntnissen zu verbinden“ – mit Methoden- und Sozialkompetenz und der Fähigkeit zur Reflexion. Diese Verknüpfung wird nicht, wie im Konzept von Erpenbeck und Heyse (1999), explizit als Handlungskompetenz bezeichnet.

Als Charakteristika für „Gender Kompetenz“ von BeraterInnen und TrainerInnen lassen sich vorweg benennen:

- ▶ Gender Kompetenz ist sowohl Fachwissen als auch Querschnitt in anderen Kompetenzbereichen. Sie umfasst Wissen über Hintergründe und Auswirkungen von verwendeten geschlechtertheoretischen Annahmen und über Geschlechterverhältnisse in spezifischen Fachbereichen. Sie verlangt die Integration von genderspezifischen Aspekten in personale, soziale und methodische Kompetenzen und in die gesamten Handlungen, wie in Abb. 1 schematisch dargestellt wird. Handlungskompetenz vereinigt alle relevanten Kompetenzen und befähigt zu stringenten Beratungs- und Trainingstätigkeiten (vgl. Kap. 2.4).
- ▶ Gender Kompetenz ist abhängig vom Kontext der Tätigkeit sowie von der Rolle der AkteurIn (vgl. Kap. 3.3).
- ▶ Gender Kompetenz allein ist nicht ausreichend für qualitätsvolle Beratungsprozesse und Trainings: Dafür sind spezifisches Beratungs- und Trainings-Know-How und die Fähigkeit notwendig, alle Kompetenzen zu vereinen.

<sup>7</sup> Die Bezeichnungen für Kompetenzen werden im Singular und Plural benutzt, wobei der Singular auf die Konzeptgesamtheit,

der Plural auf die Existenz von Teilkompetenzen hinweist (vgl. Schmidt 2005, S. 161)

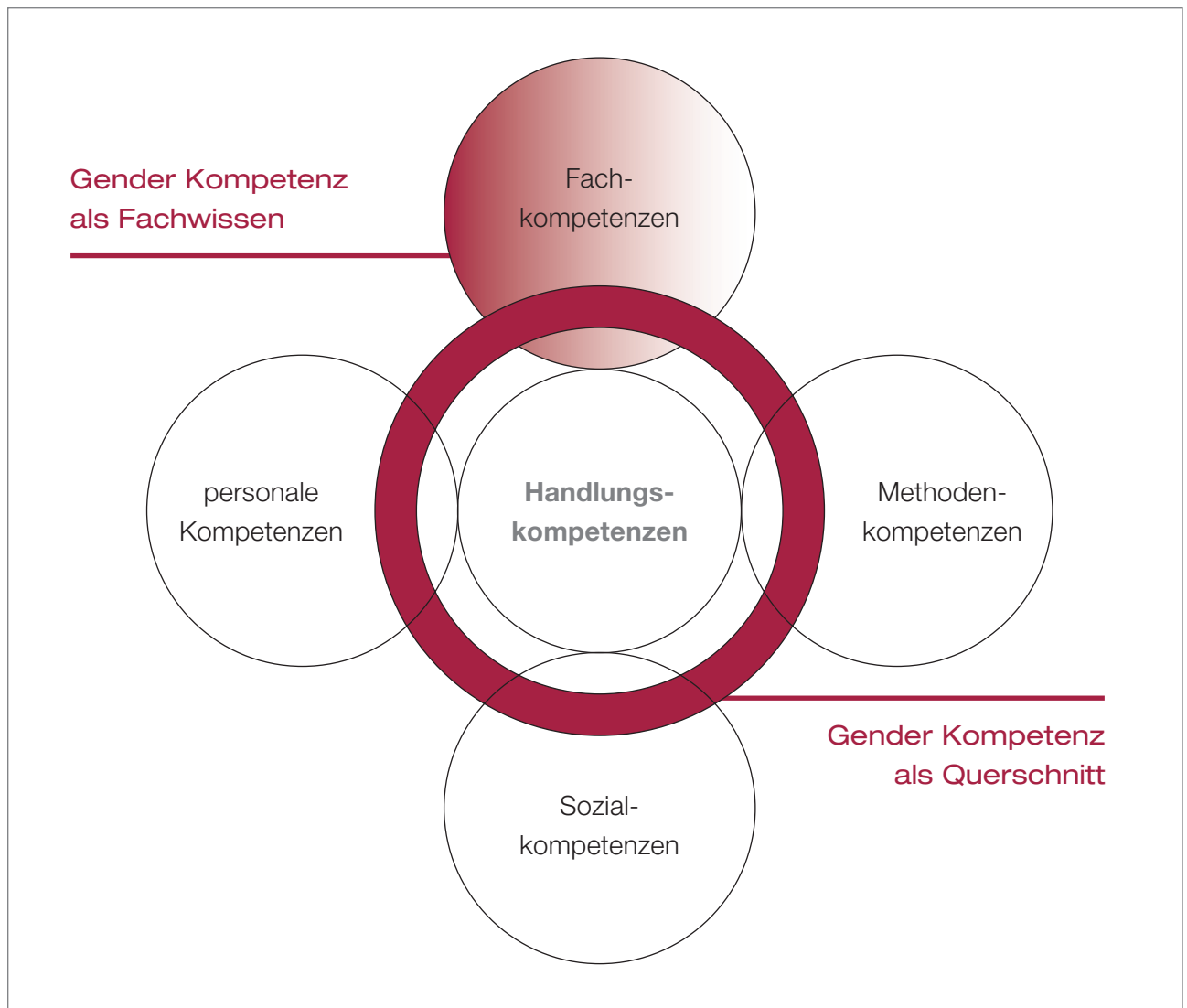


Abb. 1: Gender-Kompetenz als Teil der Fachkompetenzen und als Querschnitt in anderen Kompetenzen. Rote Flächen entsprechen schematisch der Gender-Kompetenz, während farblose Flächen spezifische Kompetenzen für die jeweilige Beratungs- oder Trainingstätigkeit darstellen.

## 2.4 Kompetenzen von BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming

Das Kompetenzkonzept von Erpenbeck und Heyse (vgl. Kap. 2.2) wird hier auf die Kompetenzen von BeraterInnen und TrainerInnen für Gender Mainstreaming übertragen. Für die einzelnen Bereiche Fach-, Methoden-, Personal-, Sozial- und Handlungskompetenzen wird erläutert, welche beratungs- und trainingsspezifischen Fachkenntnisse und Kompetenzen generell und welche Gender-Kompetenzen im speziellen dienlich sind. Tabelle 1 fasst zusammen, wie Kompetenzen zum Thema Gender und Gender Mainstreaming sowohl als Fachwissen als auch als Querschnittsmaterie betrachtet werden können.

Mit „Gender-Kompetenz“ als Fachwissen werden geschlechtertheoretische Annahmen und strukturelle Geschlechterverhältnisse benannt.

Fachkompetenzen für BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming beruhen auf ihren jeweiligen Kenntnissen über Beratung und Training und auf ihren Fähigkeiten, diese zielorientiert einzusetzen. Je nach Beratungsansatz ist spezifisches Wissen über Beratungstheorien, Haltungen und Werte notwendig. Diese beeinflussen die anderen Kompetenzbereiche, insbesondere die Methodenkompetenz. Darüber hinaus sind Kenntnisse über Veränderungsprozesse in Organisationen und über Themen und Problembereiche der KundInnen (soge-

nannte „Feldkompetenz“) dienlich. (vgl. Königswieser, Sonuc, Gebhardt 2006; Schlippe von und Schweitzer 2003).

Das Wissen über Geschichte, Hintergründe und Auswirkungen von Geschlechtertheorien ist als wesentliches Fachwissen für BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming zu bezeichnen. Um Transparenz in die eigene Beratungs- und Trainingstätigkeiten zu bringen und Ansätze in Organisationen und Gruppen erkennen zu können sind folgende Fragen zu stellen: Welche theoretischen Annahmen über Gleichstellung und Geschlechterverhältnisse werden hier verwendet? Welche Implikationen für Prozesse und Organisationen sind damit verbunden? Eine ausführliche Darstellung der unterschiedlichen Geschlechtertheorien, ihrer Entwicklungsoptionen und Implikationen für Gleichstellung findet sich im 2. Band der Schriftenreihe der Entwicklungspartnerschaft (vgl. Bendl, Leitner, Rosenbichler und Walenta 2007).

In Gender Mainstreaming-Prozessen sollten Ziele und zugrunde liegende Werte auf einer möglichst breiten Basis und mit höchstmöglicher Transparenz verhandelt werden (vgl. Rosenbichler und Schörghuber 2007). Eine Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Geschlechtertheorien ermöglicht es dabei unterschiedliche Zielperspektiven auseinander zu halten und daher die Diskussion prägnanter führen zu können.

Wie die in Modul 5 durchgeführte Marktanalyse über österreichische AnbieterInnen im Bereich Gender Mainstreaming (Buchinger und Gschwandtner 2006, S. 21) zeigte, geben nur wenige der AnbieterInnen auf ihren Websites explizit ihre theoretischen Zugänge zu Gender Mainstreaming an. In den Interviews wurde eine große Heterogenität bezüglich des theoretischen Bezugsrahmens deutlich: Normativ-rechtliche, differenztheoretische, dekonstruktivistische und post-strukturalistische Zugänge wurden deutlich. In der praktischen Arbeit überwiegt ein Mix verschiedener Zugänge, große Bedeutung haben dabei die Quellenprofessionen der AnbieterInnen. Angelika Blickhäuser und Henning von Bargen (2006, S. 12) bezeichnen das „Wissen über die komplexen Strukturen von Geschlechterverhältnissen in Gesellschaft, Politik, Verwaltung und Organisation“ als „strukturelle

Gender-Kompetenz“. Derartige Strukturen zu erkennen und problemorientiert thematisieren zu können, kann als wesentliche Fachkompetenz eingestuft werden.

**Methodenkompetenzen:** „Gender-Kompetenz“ in methodischen Anwendungen erleichtert gleichstellungsorientiertes Arbeiten.

Für BeraterInnen und TrainerInnen allgemein bedeutet Methodenkompetenz, geeignete Methoden für die jeweiligen Aufgaben zu kennen, und ziel- und zielgruppenorientiert auswählen und anwenden zu können. Generell wird davon ausgegangen, dass Fach- und Methodenkompetenzen sehr eng miteinander verbunden sind und einander bedingen.

Wissen über mögliche methodische Settings und ihre Anwendung, die in einem Gender Mainstreaming-Beratungsprozess oder Gender-Training dienlich sind, kann als Querschnittsmaterie in der Methodenkompetenz bezeichnet werden. In der methodischen Anwendung auf gleichstellungsorientiertes Arbeiten zu achten, ermöglicht eine gute Zielerreichung und eine bessere Anschlussfähigkeit an die Zielgruppe. Soll zum Beispiel bei Gender-Training eine Benennung und Verflüssigung von gängigen Rollenstereotypen erreicht werden, sind bei der Methodenauswahl dementsprechende Schritte zu planen.

Die geschlechtertheoretischen Annahmen und Haltungen von BeraterInnen und TrainerInnen beeinflussen die Wahl der Methoden und vermögen den Diskurs in der Zielgruppe in eine bestimmte Richtung zu lenken. Ist zum Beispiel das Differenzparadigma leitend, werden in Trainings- und Beratungssettings eher dichotome Frauen-Männer-Bilder thematisiert. Regina Frey (2004, S.21) warnt in diesem Zusammenhang davor, in Gender-Trainings komplexe gesellschaftliche Realitäten auf Geschlechterdualismen zu reduzieren. Dies würde hierarchische Geschlechterverhältnisse noch verfestigen.

Eine noch stärkere Verschränkung von Methoden- und Fachkompetenz zeigt sich bei Angelika Blickhäuser und Henning von Bargen (2006, S. 11): Hier ist Methodenkompetenz die Fähigkeit, sich selbständig und flexibel neues Fachwissen – wie gender-bezogenes Fachwissen – oder neue Arbeitsmethoden anzueignen.

Personale Kompetenzen (Individualkompetenzen): Mit „Gender Kompetenz“ werden eigene und gesellschaftliche Geschlechterrollenbilder in Frage gestellt. In Entwicklungs- und Veränderungsprozessen ist die Reflexionsfähigkeit eine zentrale Bedingung für individuelles, gruppenbezogenes und organisationales Lernen. Als BeraterIn oder TrainerIn ist es wesentlich, sich selbst und die Auswirkungen des eigenen Tun zu beobachten und reflexiv in weitere Handlungen einfließen zu lassen. In der Systemtheorie wird dieser „Beobachtung zweiter Ordnung“ hoher Stellenwert beigemessen.

BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming begleiten und fördern meist Verände-

rungs- und Lernprozesse, z.B. in Bezug auf Erreichung von Gleichstellungszielen. Sie weisen dabei in Organisationen auf die Weiterentwicklung von Gender-Kompetenzen und auf die Bedeutung von Lernprozessen hin und setzen konkrete Schritte dafür in Gang. Voraussetzung ist, dass BeraterInnen und TrainerInnen ihre eigenen geschlechterspezifischen Werte, Rollenbilder und Handlungen laufend reflektieren und für eigene Veränderungen und Entwicklungen offen sind.

Angelika Blickhäuser und Henning von Bargen (2006, S. 11f) messen der Reflexionsfähigkeit große Bedeutung zu, nämlich bezogen auf eigene und gesell-

<p><b>Kompetenzen</b></p> <p>als Dispositionen für selbst organisiertes Handeln</p>	<p><b>Fachkompetenzen</b></p> <p>Die Dispositionen, <b>geistig</b> selbst organisiert zu handeln.</p>	<p><b>Methodenkompetenzen</b></p> <p>Die Dispositionen, <b>instrumentell</b> selbst organisiert zu handeln.</p>
<p><b>Kompetenzen zur Tätigkeit Beratung und Training</b></p>	<p>fachliche Kenntnisse über Beratung und Training</p> <p>z.B. über Kenntnisse zu Organisationstheorie und -entwicklung verfügen</p>	<p>methodische Fähigkeiten für Beratung und Training</p> <p>z.B. für die jeweiligen Ziele und Zielgruppen die geeigneten Methoden kennen und auswählen können</p>
<p><b>„Gender-Kompetenzen“:</b> Kenntnisse über GM und Gender als Fachkompetenz und Gleichstellungsorientierung in Methode, Reflexion, in der Kommunikation und im gesamtheitlichen Handeln als Querschnittskompetenz</p>	<p>Gender-Kompetenz als <b>Fachkompetenz:</b> Fachwissen zum Thema Gender Mainstreaming und Gender</p> <p>z.B. relevante geschlechtertheoretische Ansätze kennen und zielgerichtet sowie transparent verwenden können</p>	<p>Gender-Kompetenz in der methodischen Anwendung als <b>Querschnittskompetenz</b></p> <p>z.B. bei der Methodenauswahl und Anwendung der Methoden auf Gleichstellungsorientierung achten können</p>

Tab. 1: Kompetenzkonzept für BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming (Renate Fuxjäger in Anlehnung an ...)

schaftliche Geschlechterrollenbilder. Sie bezeichnen das „Wissen über das Entstehen von Geschlechterrollen(-bildern) und deren Differenzierungen“ und die „Wahrnehmung von Geschlechterrollen in ihrem sozio-kulturellen Umfeld“ als „personale Gender-Kompetenz“.

Sozialkompetenzen: „Gender Kompetenz“ verbessert die Anschlussfähigkeit von Gender Mainstreaming-Prozessen und Gender-Trainings.

Gerade der Begriff Sozialkompetenz wird in einer Vielzahl von Bedeutungen verwendet. Nach Erpenbeck und Heyse (1999) werden dabei kommunikative und kooperative Fähigkeiten zusammengefasst, darunter

fallen zum Beispiel Kritik-, Team- und Konfliktfähigkeit. BeraterInnen und TrainerInnen sollten die Fähigkeit haben, in Gruppenprozessen anschlussfähig und stets in Kontakt mit der Zielgruppe zu bleiben sowie konstruktive Auseinandersetzungen und Diskussionen zu fördern.

Bei der Einführung von Gender Mainstreaming in einem von der Organisation getragenen Prozess ist der Kommunikation mit den jeweils einzubindenden AkteurInnen große Aufmerksamkeit zu widmen, z.B. bei gemeinsamen Zieldiskussionen oder der Erarbeitung von Maßnahmen. Innerhalb dieser kommunikativen Prozesse ist auf mögliche geschlechterbedingte

<p><b>Personale Kompetenzen</b> (Individualkompetenzen) Die Dispositionen, <b>reflexiv</b> selbst organisiert zu handeln.</p>	<p><b>Sozialkompetenzen</b> Die Dispositionen, <b>kommunikativ und kooperativ</b> selbst organisiert zu handeln.</p>	<p><b>Handlungskompetenzen</b> Die Dispositionen, <b>gesamtheitlich</b> selbst organisiert zu handeln.</p>
<p>reflexive Fähigkeiten für Beratungs- und Trainingsprozesse</p> <p>z.B. Fähigkeit zu genauem Zuhören und Wahrnehmen haben, selbstkritisch und -reflexiv arbeiten können</p>	<p>kommunikative und kooperative Fähigkeiten in Beratung und Training</p> <p>z.B. über geeignete Moderationstechniken Gruppenprozesse zielorientiert steuern können</p>	<p>Fähigkeit gesamtheitlich zu handeln, d.h. Kompetenzen für Beratung/Training und Gender-Kompetenzen integrieren zu können</p>
<p>Gender-Kompetenz in der Reflexion als <b>Querschnittskompetenz</b></p> <p>z.B. über Einstellungen und Werthaltungen der Zielgruppe und sich selbst reflexiv arbeiten können</p>	<p>Gender-Kompetenz in der Kommunikation und Kooperation als <b>Querschnittskompetenz</b></p> <p>z.B. in Gruppenprozessen auf sprachliche und nonverbale Ein- und Ausschlussmechanismen achten und gleichstellungsorientiert gegensteuern können</p>	

nung an Erpenbeck und Heyse 1999)

Ungleichgewichte zu achten, die sich z.B. in überlangen Redezeiten von bestimmten Personen oder Personengruppen äußern können. Um diesem gegenzusteuern und in einen kreativen Prozess umlenken zu können, sind kommunikative und gruppenbezogene Fähigkeiten und Erfahrungen notwendig. TrainerInnen und BeraterInnen für Gender Mainstreaming sollten daher didaktisch geschult und in der Lage sein, Gruppenprozesse zu moderieren sowie eventuelle Konfliktsituationen produktiv für die Gruppe zu kanalisieren (vgl. Frey 2004, S. 44f).

Auch die Fähigkeit zum Perspektivenwechsel (vgl. Blickhäuser und von Barga 2006, S. 11f) kann für ein anschlussfähiges Kommunikationsverhalten von BeraterInnen und TrainerInnen sehr dienlich sein. Merkmale hoher Sozialkompetenz sind für sie z.B. „das Ansprechen von Problemen und Konflikten, das Ansprechen eigener Gefühle, das aktive Zuhören oder auch der respektvolle Umgang miteinander trotz unterschiedlicher Zugänge.“

Handlungskompetenzen: „Gender-Kompetenz“ vereinigt alle personalen Fähigkeiten für qualitätsvolle Gender Mainstreaming-Beratungen und Gender-Trainings.

Handlungskompetenzen umfassen die Fähigkeit, alle Einzelkompetenzen kreativ in Beratungsprozessen und Trainings so einzusetzen, dass bereits definierte Ziele (wie in Trainings) oder gemeinsam entwickelten Zielvorstellungen (in Prozessberatungen) effektiv verfolgt und erreicht werden können. In diesem Kompetenzbereich stellt sich die große Herausforderung, Gender Mainstreaming sowohl als Fachwissen und als Querschnittsmaterie zu verstehen als auch mit den eigenen Beratungs- und Trainingsfähigkeiten zusammenfließen zu lassen. Wissen über Gender und Gender Mainstreaming kann nicht isoliert gedacht und entwickelt werden, sondern benötigt auf personaler Ebene stets die Integration in die eigene Profession oder Tätigkeit (vgl. Kap. 3). Angelika Blickhäuser und Henning von Barga (2006) sprechen von „Transferfähigkeit“ als der „Fähigkeit, Gender konkret am Arbeitsplatz anzuwenden“, wobei „Gender“ nicht näher ausgeführt wird.

Gender Mainstreaming-Prozesse stellen komplexe Anforderungen an alle AkteurInnen und erfordern eine Positionierung hinsichtlich vielfältiger Bezugspunkte wie strategische Zielsetzungen, geschlechtertheoretische Grundlagen und Grundlagen der Systemtheorie, wie im Integrativen Konzept Gender Mainstreaming von Ursula Rosenbichler und Karl Schörghuber (2007) prägnant dargestellt wird. Die vorerst abstrakte Strategie Gender Mainstreaming effizient in unterschiedliche Organisationen einfließen zu lassen und Veränderungen Richtung Gleichstellung zu bewirken, erfordert neben der Fähigkeit, alle Kompetenzen zu vereinen und in jeweils neue Disziplinen und Themen zu übersetzen, auch die Fähigkeit, für eine langfristige Wirksamkeit dieser Strategie zu sorgen.

### **3. Anwendung des Kompetenzkonzepts im Prozess der Qualitätsentwicklung von GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen**

#### **3.1 Warum Qualitätsentwicklung von BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming?**

Wie in vielen anderen Branchen ist unter BeraterInnen ein Trend zur Qualitätsentwicklung zu erkennen. So etwa rief der österreichische Fachverband Unternehmensberatung und Informationstechnologie 2006 eine „Qualitätsoffensive“ aus (vgl. Bauer 2006), bei der neben gezielter Weiterbildung von BeraterInnen auch die Vergabe eines international anerkannten Zertifikats forciert wurde<sup>8</sup>. Generell können folgende Punkte mögliche Ziele im Rahmen einer Qualitätsentwicklung für BeraterInnen verfolgt werden: Qualitätsstandards und Zertifizierungen, eine Spezialisierung der Angebote, Etablierung von Ausbildungswegen mit der Schaffung von Voraussetzungen, die für die Berufsausübung notwendig sind, oder die Organisation von Interessensgruppen.

Auch in den sehr jungen Tätigkeitsfeldern Beratung und Training zu Gender Mainstreaming wird der Zeit

<sup>8</sup> Das Qualitätsgütesiegel CMC „Certified Management Consultant“ deckt mehrere Branchen wie IT-Beratung, Unternehmens-

beratung und Wirtschaftstraining ab und wurde bisher in mehr als 40 Ländern vergeben.

entsprechend vermehrt auf Qualität und Professionalisierung gesetzt. Da in Österreich bisher keine einheitlichen Qualitätsstandards formuliert wurden, sind Markt und Qualität der Angebote für AuftraggeberInnen relativ unübersichtlich. Potentielle AuftraggeberInnen können sich nur schwer ein Bild über die Angebote und über die tatsächlichen Fähigkeiten von AnbieterInnen machen. Eine Professionalisierung von AnbieterInnen und WeiterbildnerInnen im Bereich Gender Mainstreaming ist daher sowohl den AnbieterInnen als auch den potentiellen AuftraggeberInnen dienlich. Ein weiterer Vorteil ist eine präzisere Definition vom Berufsbild GM-BeraterIn und Gender-TrainerIn, die auch für Interessensvertretung und Lobbying genutzt werden kann. AkteurInnen verwenden unterschiedliche Herangehensweisen und theoretische Hintergründe für ihre Arbeit. Der österreichische Markt im Bereich Gender Mainstreaming stellt sich sehr inhomogen dar, wie in der im Rahmen von Modul 5 durchgeführten Marktanalyse über AnbieterInnen detailliert dargestellt wurde (vgl. Buchinger und Gschwandtner 2006).

Angelika Blickhäuser und Henning von Barga (2006, S. 10) bezeichnen „Gender-Kompetenz“ als Schlüsselqualifikation für betriebsbezogene sowie politische Gleichstellung der Geschlechter und sehen in ihr eine wesentliche Voraussetzung zur erfolgreichen Implementierung und Umsetzung geschlechterbezogener Gleichstellungsstrategien. Im Marktgeschehen zwischen AnbieterInnen und KundInnen ist bei BeraterInnen und TrainerInnen tendenziell ein Wissensvorsprung gegenüber AuftraggeberInnen und der jeweiligen Zielgruppe feststellbar (vgl. Lengauer Prochazkova und Schmid 2007). Aus diesen Gründen wird BeraterInnen und TrainerInnen eine große Verantwortung für die Qualität der von ihnen begleiteten Gender Mainstreaming-Prozesse zugesprochen. Qualitätsentwicklung unter AnbieterInnen stellt somit einen wichtigen Baustein für die Qualitätsentwicklung von Gender Mainstreaming insgesamt dar.

In einem Qualitätsentwicklungsprozess von AnbieterInnen ist das Thema Kompetenz und Kompetenzentwicklung zentral: Wie können BeraterInnen und

TrainerInnen ihre Fähigkeiten beschreiben? Woran wollen sie gemessen werden? Wie können sie ihre Eignung gegenüber AuftraggeberInnen beweisen? Die EQUAL-Entwicklungspartnerschaft befasste sich mit ebendiesen Thematiken.

### **3.2 BeraterInnendiskurs der EQUAL-Entwicklungspartnerschaft Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming**

Unter Einbeziehung von erfahrenen BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming wurde im Modul „Qualitätssicherung in GM-Beratung und Gender-Training“ ein BeraterInnendiskurs zu Qualitätsstandards initiiert und abgehalten. Damit wurde ein Prozess der Qualitätsentwicklung in Gang gesetzt, der im folgenden genauer beschrieben wird. Insbesondere wird die Anwendung des Kompetenzkonzepts (vgl. Kap 2.2) auf die komplexen Tätigkeiten von BeraterInnen und TrainerInnen im Bereich Gender Mainstreaming vorgestellt. Weiters wird ein Beschreibungsraster dargelegt, innerhalb dessen „Gender-Kompetenz“ für unterschiedliche Tätigkeitsbereiche weiter diskutiert und entwickelt werden kann. Beschreibungen zu Kompetenzen und Fähigkeiten für unterschiedliche Tätigkeitsbereiche, die im BeraterInnendiskurs erarbeitet wurden, werden hier beispielhaft angeführt.

Die EQUAL-Entwicklungspartnerschaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“ zielte auf ein umfassendes nationales Wissensmanagement für qualitätsgesichertes Gender Mainstreaming ab, wobei der Aufbau einer Vernetzungsstruktur von AnbieterInnen einen wesentlichen Aspekt darstellte. Ziele von Modul „Qualitätssicherung in GM-Beratung und Gender Training“ (vgl. Hahnl 2007) waren die Etablierung eines qualitätsvollen BeraterInnensystems am Markt mit einer langfristigen Übernahme von Qualitätsstandards und der Aufbau einer Vernetzungsstruktur von Gender Mainstreaming BeraterInnen und Gender TrainerInnen.

Das Modul wurde in drei ineinander greifenden Phasen umgesetzt, wobei auf den Prozess im BeraterInnendiskurs näher eingegangen wird:

(vgl. <http://www.icmci.org>; <http://wiko2.agindo.info>)

1. Ausgangspunkt war die von Birgit Buchinger und Ulrike Gschwandtner (2006) im Rahmen dieses Moduls durchgeführte Marktanalyse über österreichische AnbieterInnen. Mit der Marktanalyse wurde ein Überblick über die in Österreich angebotenen Gender- und GM-Dienstleistungen gegeben. Konkret wird der Status quo bezüglich Qualitätskriterien, Zielgruppen, methodischen und didaktischen Zugängen sowie Erfahrungen und Evaluierungsstandards der verschiedenen AnbieterInnen dargestellt und diskutiert.
2. In einem BeraterInnendiskurs, der als Workshop-Reihe aufgebaut war, arbeiteten 16 erfahrene BeraterInnen und TrainerInnen sowie ExpertInnen aus der EQUAL-Entwicklungspartnerschaft „Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming“ unter anderem zu den Themen Kompetenzen von GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen sowie zu der Qualität ihrer Angebote. Schwerpunkt war der Austausch darüber, woran GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen sowie deren Beratungs- und Trainingsangebote in verschiedenen Fach- und Wirkungsbereichen gemessen werden können und wie Qualitätsstandards festgelegt werden können.
3. Eine Vernetzungsstruktur wurde initiiert, die für eine weitere Qualitätsentwicklung seitens der AnbieterInnen langfristig geeignet ist und der sich viele AnbieterInnen anschließen können. Für potentielle AuftraggeberInnen soll dadurch die Suche nach qualitativvoller GM-Beratung und Gender Trainings erleichtert werden.

#### BeraterInnendiskurs

Im Rahmen eines BeraterInnendiskurses wurde gemeinsam mit erfahrenen BeraterInnen und TrainerInnen zu Kompetenzen von GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen und zur Qualität ihrer Angebote in verschiedenen Fach- und Wirkungsbereichen gearbeitet. Beim BeraterInnendiskurs arbeiteten alle EP-Module bei mindestens einem der Workshops mit, damit relevante in der Entwicklungspartnerschaft erarbeitete Analyseergebnisse, Theorien, Kriterien sowie Erfahrungen aus Pilotprozessen in den Diskurs der AnbieterInnen einbezogen werden konnten. Durch diese kontinuierliche Schnittstellenarbeit wurde gewährleistet, dass an den Qualitätsstandards prozesshaft und im gemeinsamen Austausch gearbeitet wurde.

AnbieterInnen im Bereich Gender Mainstreaming arbeiteten damit erstmals gemeinsam an einer einheitlichen Beschreibungsmöglichkeit und an Qualitätsstandards zu ihren Kompetenzen und Angeboten. Im Vordergrund stand die Schaffung transparenter, vergleichbarer und messbarer Standards, die eine Basis für die aufzubauende Vernetzungsstruktur bilden. Gegenüber bisherigen ExpertInnenrunden wurde im BeraterInnendiskurs bei der Ausarbeitung von Qualitätsstandards bewusst die AnbieterInnenseite von der AuftraggeberInnenseite getrennt. Damit wurde Bedacht darauf genommen, dass sich unterschiedliche Interessen nicht überlagern und Raum für Diskussionen unter AnbieterInnen geschaffen. Die Heterogenität unter AnbieterInnen kam dadurch stärker zum Ausdruck und konnte fruchtbringend für die Diskussion über Qualitätsstandards eingesetzt werden. In dem sehr heterogenen „Gender-Markt“ ist der Schritt zur Professionalisierung der AnbieterInnen wesentlich.

Der BeraterInnendiskurs fand als siebenteilige Workshop-Reihe statt, mit der folgende Ziele erreicht werden sollten:

- ▶ Austausch über Kompetenzen von AnbieterInnen und die Qualität von Angeboten in verschiedenen Fach- und Wirkungsbereichen; Arbeit an gemeinsamen Kompetenz-Beschreibungen
- ▶ Beginn des Aufbaus einer beruflichen Identität
- ▶ Diskussion über Möglichkeiten und Nutzen einer Vernetzungsstruktur für GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen

#### Ansprache und Auswahl der BeraterInnen

Die Zielgruppe von Modul 5 waren österreichische AnbieterInnen von Beratung und Training im Bereich Gender Mainstreaming. Diese AnbieterInnen wurden sowohl in die Bestandsanalyse im Rahmen der Marktanalyse als auch in die Aktivitäten des BeraterInnendiskurs und des Aufbaus der Vernetzungsstruktur mit einbezogen. Bei den AnbieterInnen handelt es sich sowohl um selbstständige TrainerInnen und BeraterInnen (EinzelunternehmerInnen) als auch um VertreterInnen von Vereinen und Netzwerken, von Erwachsenenbildungs- und wissenschaftlichen Einrichtungen sowie von Profit-Unternehmen wie Unternehmensberatungsfirmen.



Die AnbieterInnen sollten durch die Erarbeitung von Qualitätsstandards bei der Entwicklung und Präsentation von marktfähigen Angeboten sowie beim Aufbau einer beruflichen Identität unterstützt werden. In einem ersten Schritt wurden alle bei der Marktanalyse recherchierten österreichischen GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen eingeladen, an einem kontinuierlichen Diskurs - dem „BeraterInnendiskurs“ über Qualitätsstandards und deren Weiterentwicklung - mitzuwirken. Es wurden 89 ExpertInnen bzw. Organisationen per Brief kontaktiert, davon meldeten über 30 ihr Interesse an einer Mitwirkung an. Das große Interesse bei den Rückmeldungen zeigte, dass Qualitätsentwicklung und Professionalisierung im Bereich GM-Beratung und Gender Training für viele ein Anliegen ist.

Insgesamt wurden 16 ExpertInnen für eine Mitwirkung ausgewählt. Bei der Auswahl wurde versucht, unterschiedliche Tätigkeitsbereiche, Organisationsformen und Standorte von AnbieterInnen abzudecken. Zum Beispiel kamen von den 16 TeilnehmerInnen sieben aus Vereinen bzw. Bildungs- und Trainingseinrichtungen, eine Person aus der Wissenschaft, fünf Personen aus Unternehmensberatungen, zwei aus Einzelunternehmen und eine aus Netzwerken. So spiegeln die TeilnehmerInnen des BeraterInnendiskurs die in der Marktanalyse vorgefundene Heterogenität der AnbieterInnen wieder.

#### Konzeption und Durchführung der Workshops

Für den BeraterInnendiskurs wurden sieben ganztägige Workshops konzipiert. In der marktorientierten Phase (Workshop 1-3) stand der Austausch über eigene Angebote und die Reflexion der Aussagen der Marktanalyse im Vordergrund. Weiters wurden die Auswirkungen von geschlechter-theoretischen Annahmen in der eigenen Beratungs- und Trainingstätigkeit besprochen. Die qualitätsorientierte Phase (Workshop 4-7) startete mit einem Austausch zu Qualität und Anforderungen an einen Qualitätsdiskurs unter BeraterInnen und TrainerInnen. Es wurde mit dem Aufbau eines Kompetenz-Portfolios begonnen und Ziele und Inhalte für eine Vernetzungsstruktur verhandelt. Jeder Workshop beinhaltete auch einen halbtägigen Schnittstellen-Block mit ExpertInnen aus anderen Modulen der Entwicklungspartnerschaft.

Die sieben Workshops basierten auf folgenden Schwerpunkten:

1. Kick-Off: Rahmen und Ziele
2. Geschlechter-theoretische Annahmen in GM-Beratung und Gender-Training
3. Der Gender Markt in Österreich: Bestandsaufnahme und Ableitungen für GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen
4. Zur Qualität von Angeboten von GM BeraterInnen und Gender TrainerInnen
5. Gender in Lerntheorien und Ausbildungskonzepten, Rollen und Kompetenzen von GM BeraterInnen/Gender TrainerInnen
6. Qualitätsstandards aus Sicht von AuftraggeberInnen
7. Vernetzung und Weiterarbeit

#### **3.3 Konkretisierung des Kompetenzkonzepts für unterschiedliche Beratungs- und Trainingstätigkeiten im Bereich Gender Mainstreaming**

In den Workshops des BeraterInnendiskurses wurden unter den AnbieterInnen Differenzierungen der eigenen Tätigkeiten vorgenommen und überlegt, welche Kompetenzen dafür notwendig sind. Für die unterschiedlichen Tätigkeitsbereiche GM-Beratung, Fach-Beratung und Gender Training wurde ein Kompetenz-Portfolio erstellt: BeraterInnen erarbeiteten in Kleingruppen, welche unterschiedlichen Kompetenzen für ihren spezifischen Tätigkeitsbereich notwendig sind und wie diese beschrieben und untereinander verglichen werden können.

Nachfolgend flossen diese Differenzierungen in das Kompetenzkonzept ein, das im Kapitel 2 erläutert wurde. Ergebnis ist ein Raster, welches einzelne beispielhafte Kompetenzen zusammenfasst (siehe Tab. 2) und in Folge weiter konkretisiert werden kann. Eine Erweiterung wäre sowohl für weitere Tätigkeitsbereiche als auch für detaillierte Kompetenzbeschreibungen sinnvoll.

Neben den Tätigkeiten der GM-Beratung, des Gender-Trainings und der GM-Fachberatung (wie in Tab. 2 dargestellt) wird nachfolgend zusätzlich auf Anforderungen von weiteren AkteurInnen in Gender Mainstreaming-Prozessen eingegangen, für deren Kompetenzbeschreibung ebenso das Kompetenzmodell angewandt werden könnte.

unterschiedliche Tätigkeiten in Beratung- und Training	<b>Fachkompetenzen</b>	<b>Methodenkompetenzen</b>
<b>Als GM-BeraterIn (Prozessberatung)</b>	z.B. über grundlegende organisationstheoretische Basics verfügen	z.B. verschiedene Moderationstechniken und Analyseinstrumente einsetzen können, Fragetechniken beherrschen
	Gender-Kompetenz als Fachwissen: z.B. Wissen um organisationale Genderthemen haben und anwenden können	Gender-Kompetenz als Querschnittsmaterie: z.B. GM in OE-Prozessen einsetzen können
<b>Als Gender-TrainerIn</b>	z.B. über gruppendynamisches Know-How verfügen	z.B. Prozesse gestalten können, Selbsterfahrungssteile leiten können
	Gender-Kompetenz als Fachwissen: z.B. Genderaspekte analysieren und reflektieren können	Gender-Kompetenz als Querschnittsmaterie: z.B. gleichstellungsorientiertes Arbeiten in der Gruppe einrichten können
<b>Als Fach-BeraterIn mit Gender-Fokus</b>	z.B. über Fähigkeit zum Vermitteln von Relevanz und Nutzen für die jeweiligen AuftraggeberInnen verfügen	z.B. Analyse-, Umfeldanalysekompetenz haben
	Gender-Kompetenz als Fachwissen z.B. geschlechtertheoretische Ansätze in Organisationen und Politikfeldern erkennen und berücksichtigen können	Gender-Kompetenz als Querschnittsmaterie: z.B. gleichstellungsorientiertes Arbeiten in fachspezifische Methoden integrieren können

Tab. 2: Das Kompetenzkonzept (vgl. Tab. 1 in Kap. 2) für unterschiedliche Beratungs- und Trainingstätigkeiten im Bereich BeraterInnendiskurs erarbeitet.

<b>Personale Kompetenzen</b>	<b>Sozialkompetenzen</b>	<b>Handlungs-kompetenzen</b>
z.B. gezielte Reflexionsschritte planen und umsetzen können	z.B. Gruppenprozesse leiten können	Fähigkeit Beratungskompetenzen und Gender-Kompetenzen kombinieren zu können
Gender-Kompetenz als Querschnittsmaterie: z.B. Reflexionsprozesse in Bezug auf Erreichung der Gleichstellungsziele leiten können	Gender-Kompetenz als Querschnittsmaterie: z.B. Ausverhandlungsprozesse für Gleichstellungsziele leiten können	
z.B. Reflexionsfähigkeit, Selbstreflexivität, Offenheit haben	z.B. interkulturelle Fähigkeiten haben, Fähigkeit zu Konfliktlösung haben	Fähigkeit Trainingskompetenzen und Gender-Kompetenzen kombinieren zu können
Gender-Kompetenz als Querschnittsmaterie: z.B. Reflexionsprozesse in Bezug auf Geschlechterrollenbilder leiten können	Gender-Kompetenz als Querschnittsmaterie: z.B. Anschlussfähigkeit zum Thema Gleichstellung herstellen können	
z.B. selbstreflexiv arbeiten können	z.B. Übersetzungskompetenz haben, Fähigkeit zu genauem Zuhören und Wahrnehmen haben	Fähigkeit Kompetenzen zur Fachberatung und Gender-Kompetenzen kombinieren zu können, GM als Querschnitt denken und effizient in spezifische Themenbereiche einfließen lassen zu können
Gender-Kompetenz als Querschnittsmaterie: z.B. Reflexionsprozesse in Bezug auf geschlechterspezifische Blickweise leiten können	Gender-Kompetenz als Querschnittsmaterie: z.B. Bedeutung einer geschlechterspezifischen Blickweise vermitteln können	

*Gender Mainstreaming; Einteilung der Tätigkeitsbereiche und beispielhaft angeführte Kompetenzen wurden im*

Kompetenzen als GM-BeraterIn in Prozessberatung  
Gender Mainstreaming-Beratung ist die Begleitung und Beratung zur Umsetzung der Strategie Gender Mainstreaming in Organisationen oder Prozessen. Dabei ist Fachwissen über die vielfältigen Bezugspunkte dieser komplexen Strategie von großer Bedeutung. Diese Bezugspunkte, die im Integrativen Konzept Gender Mainstreaming von Rosenbichler und Schörghuber (2007) ausführlich dargestellt werden, reichen (auszugsweise) von der historischen Einbettung über systemtheoretische Grundlagen zu Geschlechtertheorien und ihren Implikationen. Das Wissen wie die Strategie in Organisationen umgesetzt werden kann, welche Diskurse geführt und wie Ziele verhandelt werden sollen, ist unabdingbar für einen erfolgreichen Beratungsprozess. Dieses Wissen und die jeweiligen Haltungen der BeraterInnen bedingen auch die notwendigen methodischen Kompetenzen.

#### Kompetenzen als „Gender-TrainerIn“

Gender-Training kann als Training zur Erhöhung von Gender-Mainstreaming-Kompetenzen mit definiertem Ziel, mit einer bestimmten Zielgruppe und einer bestimmten Dauer umschrieben werden. Der Begriff „Gender-Training“ erscheint etwas verkürzt, da nicht „Gender“ als soziale Kategorie Ziel des Trainings sein kann. Vielmehr wird der Aufbau von Kompetenzen zur Umsetzung von Gender Mainstreaming oder für das Einbringen einer geschlechterorientierte Sichtweise in eigene Tätigkeitsbereiche angestrebt. Da der Begriff und auch die Tätigkeit des/der „Gender-TrainerIn“ weithin verbreitet ist, wurden sie im BeraterInnen-diskurs verwendet, mit der Option auf eine zukünftige gemeinsame Differenzierung auf Begriffe wie z.B. „Gender-Kompetenz-Training“.

Als Gender-TrainerIn ist es notwendig, Trainings-Kompetenz für die ganzheitliche Konzeption und Durchführung von Trainings mit Gender Mainstreaming-Fachwissen zu verschränken und bei allen Interaktionen mit der Gruppe gleichstellungsorientiert vorzugehen. Besondere Aufmerksamkeit verdient dabei ein Methodenrepertoire, mit dem auf Gleichstellung in Gruppen hingearbeitet werden kann.

#### Kompetenzen als FachberaterIn für Beratung mit „Gender-Fokus“

Unter Fachberatung mit „Gender-Fokus“ ist Beratung zu bestimmten Fachthemen unter geschlechterorientiertem Blickwinkel zu verstehen, z.B. Gender Budgeting. Die Stärke des „Gender-Fokus“, das heißt wie intensiv das Thema Gender Mainstreaming oder der geschlechterspezifische Blick berücksichtigt wird, ist dabei sehr unterschiedlich.

Erforderlich sind dabei spezifische Fachkenntnisse zum jeweiligen Thema, aber auch Kompetenz über Gender Mainstreaming als Fachwissen und Querschnittskompetenz (vgl. Kap. 3.3). Die Fähigkeit, geschlechterspezifische Aspekte und Theorien in die eigene Disziplin übersetzen zu können, stellt eine besonders wichtige Handlungskompetenz dar.

#### Kompetenzen als ProjektdurchführendeR

Eine häufige Tätigkeit von GM-ExpertInnen ist die Durchführung von internen Gender Mainstreaming-Projekten. Dies erfordert die Berücksichtigung von Gender Mainstreaming in allen Projektphasen von Antragstellung, Projektleitung und Durchführung, Evaluierung bis hin zur Berichtslegung.

Erforderlich und dienlich sind dabei spezifisches Know-How zur Projektdurchführung, z.B. Projektmanagement-Know-How und Gender-Kompetenz als Fachwissen und Querschnittskompetenz. Mögliche Unterstützungsstrukturen wie externe Gender Mainstreaming-Beratung sollten bekannt sein.

#### Kompetenzen als ProjektverantwortlicheR und Führungskraft

In dieser Rolle geht es darum, Gender Mainstreaming als Führungsaufgabe zu verstehen und über einen organisations-adäquaten Top-Down-Ansatz wirksam werden zu lassen. Weiters ist es dienlich, Gender Mainstreaming als Strategie zu verstehen, die mit (anderen) Managementsystemen, z.B. Qualitätsmanagementsystemen, gekoppelt werden kann.

Erforderlich und dienlich sind hier wiederum spezifisches Know-How über Management von Organisa-

tionen, das Wissen über Möglichkeiten und Nutzen des Einbringens von Gender Mainstreaming als Strategie in Unternehmen und von Gerechtigkeit als Zieldimension. Weiters hilfreich ist Wissen über die Möglichkeiten der Umsetzung von Gender Mainstreaming in Personalagenden der Organisation sowie Wissen um mögliche Unterstützungsstrukturen wie externe Beratung.

**Kompetenzen als BeauftragendeR von GM-AnbieterInnen (als Führungskraft oder Projektverantwortliche)**

Werden GM-AnbieterInnen beauftragt, in Prozessen zu begleiten oder Trainings abzuhalten, ist es notwendig zu wissen, wie Gender Mainstreaming als explizites Thema oder Querschnittsmaterie ausgeschrieben, begleitet und wie der Erfolg überprüft und evaluiert werden kann.

Erforderlich und dienlich sind hier spezifisches Know-How z.B. über Vergabegesetze und Prozesswissen, z.B. über Reflexions- und Evaluierungsmöglichkeiten. Auch Wissen über GM-AnbieterInnen erleichtert qualitätsvolle Beauftragungen: Wo und wie können BeraterInnen und TrainerInnen gefunden und akquiriert werden, wie sind ihre Leistungen messbar? In Modul 2 der Entwicklungspartnerschaft wurde die Auftragsvergabe ausführlich dargelegt (vgl. Lengauer, Prochazkova und Schmid 2007).

**Kompetenzen als ProgrammplanerIn (z.B. für Wirtschafts- und Regionalförderungen)**

Hier ist vor allem das Wissen von Bedeutung, wie GM als Querschnittsmaterie in Programmen und Förderbereichen strukturell verankert, begleitet und evaluiert werden kann.

Erforderlich und dienlich sind spezifisches Fach-Know-How, z.B. über EU-Strukturen, Wissen um Bedeutung und Nutzen von Gender Mainstreaming als Querschnittsmaterie und Synergien und Abgrenzungen zu anderen Konzepten, z.B. zwischen Frauenförderung und Gender Mainstreaming. Letzteres ist vor allem im Förderbereich von Bedeutung, weil beide Strategien mit unterschiedlichen Zielsetzungen von

Seiten der EU und Programmplanungsebenen gefordert und gefördert werden.

Welche Kompetenzen für Beratung und Training im Bereich Gender Mainstreaming notwendig und von Nutzen sind hängt somit von den jeweiligen Rollen<sup>9</sup> der AkteurInnen in Organisationen und den Zielen der Prozesse ab. Daher ist eine spezifische Rollen- und Kontextklärung wesentlich, wenn es darum geht, notwendige Kompetenzen zu definieren oder aufzubauen.

### **3.4 Kompetenzentwicklung von BeraterInnen und TrainerInnen für Gender Mainstreaming: weiterführende Überlegungen**

Wird Kompetenz als Disposition zur Selbstorganisation verstanden, das heißt die Fähigkeit immer komplexer werdende Anforderungen aus eigenen Erfahrungen heraus zu meistern, so ist Kompetenzentwicklung auch mit Selbstorganisation und Erfahrungslernen verbunden. Implizites und explizites Wissen sind dabei untrennbar und bestimmen die Qualität einer Handlung. Insofern können Kompetenzen weder von außen noch in linearen individuellen Lernprozessen entwickelt werden. Vielmehr werden soziale Lernprozesse immer wichtiger (vgl. Schmidt 2005, S. 181).

Mit dem BeraterInnendiskurs und dem Aufbau einer Vernetzungsstruktur im Modul „Qualitätssicherung in GM-Beratung und Gender Training“ (s. Kap. 3.2) wurde ein Raum geschaffen, in dem Veränderungs- und Lernprozesse stattfinden können. In solchen „Kompetenzsystemen“ ist es wichtig, den Bedarf an Veränderung zu analysieren, Wissen für Veränderungen zu entwickeln und konkrete Möglichkeiten für Veränderungen zu organisieren (vgl. Schmidt 2005, S. 184f.). Dann kann sich eine „Kompetenz der Kompetenzentwicklung“ herausbilden.

Eine zentrale Frage im BeraterInnendiskurs war, woran die BeraterInnen im Sinne einer Qualitätsbestimmung und einer besseren Vergleichbarkeit gemessen werden wollten. Kompetenzmessung ist insofern schwierig, da Kompetenzen als Dispositionen

<sup>9</sup> Funktionen sind durch definierte Aufgaben bestimmt; Rollen sind hingegen gebündelte Verhaltenserwartungen; sie sind

abhängig von Organisationskultur und oft nicht explizit ausgesprochen.

nicht direkt beobachtet und gemessen werden, sondern nur indirekt über Indikatoren erschlossen werden können. Es kommt dabei darauf an, wie diese Operationalisierung angelegt und wie mit den Messergebnissen umgegangen wird. Entscheidend ist dabei weniger, ob die Messung objektiv richtig ist, sondern der Prozess, so dass sich alle Beteiligten über Sinn sowie Art und Weise der Messung einig werden (vgl. Schmidt 2005, S. 196). Im BeraterInnendiskurs war der Prozess der Kompetenzentwicklung von gegenseitigem Austausch über eigene Erfahrungen und Zugänge geprägt. Dabei wurde auch Konkurrenz spürbar, die in einem Markt, bei dem AkteurInnen unterschiedlichster Herkunftsdisziplinen und Erfahrungshintergründe mitwirken, beinahe unumgänglich ist. Insofern waren die Diskussions- und Einigungsprozesse über Ziele, Nutzen und Ausrichtung einer gemeinsamen Vernetzung und Qualitätsentwicklung eine wichtige Voraussetzung für die Weiterarbeit an Kompetenzen und Qualitätsstandards dazu.

Im BeraterInnendiskurs wurde kontinuierlich an einem Kompetenz-Portfolio gearbeitet (vgl. Kap. 3.3). Ziel der AkteurInnen war ein Raster, in dem bestehende Kompetenzen einzelner BeraterInnen und TrainerInnen in den Tätigkeitsbereichen GM-Beratung, Gender Training und Fachberatung eingetragen werden können.

Aufbauend auf das bisherige Ergebnis können in weiterer Folge die Art und Weise einer Kompetenzmessung überlegt werden. Folgende Fragen sind dabei dienlich (abgeleitet von Schmidt 2005, S. 197f.):

- ▶ Kann diese Kompetenz oder Disposition überhaupt nachgewiesen werden, wenn ja wie?  
Hier ist wesentlich, geeignete Indikatoren zu formulieren und bei Bedarf nachzuschärfen. Wie kann zum Beispiel nachgewiesen werden, dass jemand gleichstellungsorientiert Gruppen leiten kann?
- ▶ Wie stark ist diese Kompetenz ausgeprägt? Wie lässt sich daraus eine Einstufung in bestimmte Kompetenzgruppen ableiten?  
Der Grad der Erfahrung als GM-BeraterIn wird derzeit häufig aus den Jahren der Berufspraxis oder Referenzlisten abgeleitet. Hier kann zwischen mindestens erforderlichen Kompetenzen und zusätzlichen Qualifikationen unterschieden werden. Als

Qualitätssicherung kann in weiterer Folge festgelegt werden, dass bestimmte Kompetenzen mindestens notwendig sind, um etwa als zertifizierte Gender Mainstreaming-BeraterIn arbeiten zu können.

- ▶ Soll der gegenwärtige Zustand oder die zeitlich länger dauernde Entwicklung einer Kompetenz gemessen werden?  
Dies ist abhängig von der Zielrichtung der Messung: Sollen Eignung und Fähigkeiten einer Person erhoben werden oder eher ihre Intentionen und Maßnahmen zum Dazulernen?
- ▶ Werden Kompetenzen von Personen, Gruppen, Organisationen oder Netzwerken entwickelt und gemessen?  
Das Kompetenz-Portfolio im BeraterInnendiskurs wurde vorerst für zur Kompetenzbeschreibung von Einzelpersonen entwickelt. Bei einer zukünftigen Definition von gemeinsamen Qualitätsstandards wäre die Gruppen- oder Netzwerkesebene von großer Bedeutung.

Weiters ist zu überlegen, wie eine derartige genaue Beschreibung von Fähigkeiten auch auf Leistungsbeschreibungen adaptierbar ist: Wie können AnbieterInnen, sei es als BeraterIn oder TrainerIn, ihre Angebote und Leistungen transparent und nachvollziehbar beschreiben, sodass potentielle AuftraggeberInnen die dahinter stehenden Qualitäten erkennen und entsprechend Angebote beauftragen können? Die im Modul initiierte Vernetzungsstruktur stellt einen geeigneten Verhandlungsraum für den weiteren Austausch unter BeraterInnen und TrainerInnen dar.

## 4. Zusammenfassung

Der Beitrag zeigt am österreichischen Prozess der Bestimmung von Kompetenzen von BeraterInnen und TrainerInnen ein Beispiel für Qualitätsentwicklung im Bereich Gender Mainstreaming. In einem vorgelagerten, theoriebildenden Beitrag wird ein eigenes Kompetenzmodell für Beratung und Training im Bereich Gender Mainstreaming auf Basis eines Kompetenzmodells von Erpenbeck & Heyse vorgestellt. Über die Übertragung und damit auch die Prüfung dieses Kompetenzmodells in die bzw. an der Praxis berichtet der zweite Teil dieses Beitrags.

BeraterInnen und TrainerInnen für Gender Mainstreaming kommen in Österreich aus sehr unterschiedlichen Disziplinen – diese berufliche Vielfalt bildet sich in einem dementsprechend breit gestreuten Theorie- und Praxisverständnis von Gender Mainstreaming ab. Einem reichen Wissen bei den AnbieterInnen steht wenig bzw. unterschiedlich viel Theorie-Transparenz gegenüber. Gender-Kompetenz ist in Österreich noch nicht einheitlich definiert, am Markt werden unterschiedliche Auffassungen vertreten.

Die Konkurrenzsituation auf einem eher eng werdendem Arbeitsmarkt, unscharfe Begrifflichkeiten und ein

für die AuftraggeberInnen schwer prüfbares Leistungsbild schafften eine Übereinstimmung unter den TeilnehmerInnen des BeraterInnendiskurses bezüglich der Sinnhaftigkeit einer Professionalisierung auf Seiten der AnbieterInnen von Beratungen und Trainings im Bereich Gender Mainstreaming. Die Schwierigkeiten der Professionalisierung liegen unter anderem darin, dass GM BeraterIn/Gender TrainerIn kein eigener Berufsstand in Österreich ist und viele BeraterInnen in anderen Berufssparten vertreten sind.

Der Wunsch nach einer Professionalisierung trägt dem internationalen Trend zu Qualitätsentwicklungsprozessen – insbesondere im EU-Raum – Rechnung. So erarbeiteten auch innerhalb der Transnationalen Zusammenarbeit „Pro(e)quality“ mehrere Entwicklungspartnerschaften internationale Standards im Bereich Gender Equality Training (vgl. Pro(e)quality EQUAL Transnational Cooperation 2007).

In diesem Kontext ist die Erarbeitung von gemeinsam definierten Kompetenzen für ein nach Innen wie Außen kommunizierbares Berufsbild grundlegend für jede Qualitätsentwicklung. Ein Theorie-Modell zu Gender-Kompetenz ist eine gute Voraussetzung für die Etablierung eines Berufsstandes und in weiterer Folge vorteilhaft für die praktische Arbeit.

## 5. Literatur

**Bauer, Karin** (2006). *Qualitätsplus bei Beratern*. In: *Der Standard* vom 13./14. Mai 2006. Wien.

**Bendl, Regine; Leitner, Andrea; Rosenbichler, Ursula; Walenta, Christa** (2007): *Geschlechtertheoretische Perspektiven und Gender Mainstreaming*. Equal-Entwicklungspartnerschaft In: QE GM (Hrsg.): *Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming, Band 1: Grundlagen*. Wien.

**Blickhäuser, Angelika & Bargaen, Henning von** (2006). *Mehr Qualität durch Gender-Kompetenz: Ein Wegweiser für Training und Beratung im Gender Mainstreaming*. Heinrich-Böll-Stiftung (Hrsg.), Berlin. Königstein/Taunus: Ulrike Helmer Verlag.

**Buchinger, Birgit & Gschwandtner, Ulrike** (2006). *Der Gender Markt: eine qualitative Studie zu AnbieterInnen, Strukturen und Standards*. In: Equal-Entwicklungspartnerschaft QE GM (Hrsg.): *Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming, Band 1*. Wien.

**Duden** (2003). *Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG.

**Erpenbeck, John & Heyse, Volker** (1999). *Die Kompetenzbiographie. Strategien der Kompetenzentwicklung durch selbstorganisiertes Lernen und multimediale Kommunikation*. Münster-New York-Berlin: Waxmann. (vergriffen)

**Frey, Regina** (2004). *Warum Männer und Frauen zuhören und einparken können – oder warum eine theoretisch inspirierte Gender-Praxis angebracht ist ...* In: Netzwerk Gender Training (Hrsg.): *Geschlechterverhältnisse bewegen: Erfahrungen mit Gender Training*. Königstein/Taunus: Ulrike Helmer Verlag.

**Essl, Günther** (2007). *Zum Begriff „Kompetenz“*. Beitrag auf der Plattform 7 der EQUAL Entwicklungspartnerschaft Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming. Graz-Wien.

**Hahnl, Susanne** (2007). *marktanalyse – beraterInnen diskurs – aufbau einer vernetzung. gm beraterInnen*

*und gender trainerInnen in österreich*. In: Equal-Entwicklungspartnerschaft QE GM (Hrsg.): *Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming, Modulfolder*. Wien.

**Heyse, Volker; Erpenbeck, John; Horst, Max** (2004). *Kompetenzen erkennen, bilanzieren und entwickeln*. Münster: Waxmann.

**Königswieser, Roswita; Sonuç, Ebrû; Gebhardt, Jürgen; Hillebrand, Martin** (Hrsg.) (2006): *Komplementärberatung – Das Zusammenspiel von Fach- und Prozeß-Know-how*. Stuttgart: Klett-Cotta.

**Kluge** (2002). *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache* (24. Auflage, CD-Rom-Ausgabe). Berlin: Walter de Gruyter.

**Lengauer, Sonja; Prochazkova, Lucie; Schmid, Tom** (2007). *Der Markt rund um Gender Mainstreaming: Die Besonderheiten der Nachfrageseite*. In: Equal-Entwicklungspartnerschaft QE GM (Hrsg.): *Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming, Band 3, Märkte*. Wien.

**Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt** (Hrsg.) (2003). *Gender Mainstreaming in Sachsen Anhalt, Konzepte und Erfahrungen*. Opladen.

**Pro(e)quality – EQUAL Transnational Cooperation** (Hrsg.) (2007). *Acting PRO(E)QUALITY - Quality Standards for Gender Equality and Diversity Training in the EU*. Warschau.

**Rosenbichler, Ursula & Karl Schörghuber** (2007). *Integratives Konzept zu: Gender Mainstreaming als Systementwicklung*. In: Equal-Entwicklungspartnerschaft QE GM (Hrsg.): *Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming, Band 2, Grundlagen*. Wien.

**Schmidt, Siegfried J.** (2005). *Lernen, Wissen, Kompetenz, Kultur: Vorschläge zur Bestimmung von vier Unbekannten*. Heidelberg: Carl-Auer-Verlag.

**Schlippe, Arist von & Schweitzer, Jochen** (2003, erstmals 1996). *Lehrbuch der systemischen Therapie und Beratung* (9. Auflage). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.



**Titscher**, Stefan (2001). *Professionelle Beratung: Was beide Seiten vorher wissen sollten* (2. Auflage). Frankfurt/Wien: Wirtschaftsverlag Carl Ueberreuter.

**Zdrahal-Urbaneck**, Julia (2006). *Professionalisierung in der Bildungs- und Berufsberatung. Wie können Bildungs- und BerufsberaterInnen den modernen Anforderungen gerecht werden?* In: Arbeitsmarktservice Österreich (Hrsg.) im Rahmen des AMS-Forschungsnetzwerkes: *AMS info 80*. Wien: Communicatio.

#### **Elektronische Quellen:**

<http://www.genderkompetenz.info>,  
Zugriff am 11.11.2006

<http://wiko2.agindo.info>, Zugriff am 25.7.2006

<http://www.icmci.org>, Zugriff am 20.2.2007



# Kurzportraits der AutorInnen

## **Birgit Buchinger**

Sozialwissenschaftlerin und Organisationsentwicklerin, geschäftsführende Gesellschafterin der Firma Solution, Sozialforschung & Entwicklung, mit Sitz in Salzburg (gemeinsam mit Ulrike Gschwandtner), langjährige Forschungs-, Evaluierungs-, Trainings- und Entwicklungserfahrung in den Bereichen Arbeitswelt, Gesundheit, Wissenschaft, Frauen- und Genderforschung, Gender Mainstreaming, Interessenvertretung; zahlreiche Veröffentlichungen und Wissenschaftspreise. Kontakt: buchinger@solution.co.at;

[www.solution.co.at](http://www.solution.co.at)

## **Renate Fuxjäger**

Landschaftsplanerin, Organisationsberaterin und Gender Mainstreaming-Beraterin; Univ.-Lektorin an der Universität für Bodenkultur Wien, seit 2002 Modulleiterin bei abz\*austria in EQUAL-Entwicklungspartnerschaften im Bereich Gender Mainstreaming; freie Mitarbeiterin der abzwien.akademie.

[www.abzaustria.at](http://www.abzaustria.at)

## **Ulrike Gschwandtner**

Inhaberin der Firma Solution, Sozialforschung & Entwicklung, Sozialwissenschaftlerin und Trainee, langjährige Forschungs-, Evaluierungs- und Entwicklungserfahrung in den Bereichen Arbeitswelt, Frauen- und Genderforschung, Geschlechterdemokratie & Gender Mainstreaming, politische Partizipation und soziale Infrastruktur, zahlreiche Veröffentlichungen und Wissenschaftspreise. Kontakt: gschwandtner@solution.co.at;

[www.solution.co.at](http://www.solution.co.at)

## **Sonja Lengauer**

Sozialpädagogin, Studium der Bildungswissenschaften an der Universität Wien und der J.W.

Goethe Universität Frankfurt am Main. Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Sozialökonomischen Forschungsstelle in Wien. Seit Juli 2005 Projektmitarbeit in den Entwicklungspartnerschaften (EQUAL) Donau - Quality in Inclusion, Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming und Pro-Fit Niederösterreich.

Arbeitsschwerpunkte sind Bildung und Arbeitsmarkt, Gender Mainstreaming, Soziale Arbeit/ Sozialpädagogik sowie das Bundesvergabegesetz 2006 im Bereich der nicht prioritären Dienstleistungen.

<http://www.sfs-research.at>

## **Lucie Prochazkova**

Sonderpädagogin und Germanistin, wissenschaftliche Mitarbeiterin der Sozialökonomischen Forschungsstelle in Wien ([www.sfs-research.at](http://www.sfs-research.at)), Lehr- und Übersetzungstätigkeit im sonderpädagogischen Bereich (Tschechisch, Deutsch).

Arbeitsschwerpunkte: Integration von Menschen mit Behinderungen, grenzüberschreitende und transnationale Kooperation, Migration vom Gesundheits- und Pflegepersonal, Situation von benachteiligten Gruppen (ältere Menschen, AusländerInnen etc.), 24-Stunden-Pflege

<http://www.sfs-research.at>

## **Tom Schmid**

Politikwissenschaftler und Organisationsberater, leitet seit dem Jahr 2000 die Sozialökonomische Forschungsstelle (SFS) in Wien. Seit 1995 in der SozialarbeiterInnenausbildung tätig, seit 2006 Professor (FH). Lehrtätigkeiten an der Fachhochschule IMC in Krems, auf der Donauuniversität Krems und auf der Alpe-Adria Universität in Klagenfurt/Celovec. Zahlreiche wissenschaftliche Publikationen.

<http://www.sfs-research.at>

## Beteiligte Organisationen der Entwicklungspartnerschaft

### Gesamtkoordination:

#### Projektmanagement:

abz\*austria - kompetent für  
frauen und wirtschaft  
[www.abzaustria.at](http://www.abzaustria.at)

#### Evaluation:

Institut für höhere Studien  
[www.ihs.ac.at](http://www.ihs.ac.at)

#### Finanzverantwortung:

waff Programm Management GmbH  
[www.waff.at](http://www.waff.at)

### Inhaltliche Verantwortung:

abzwien.akademie  
[ursula.rosenbichler@netway.at](mailto:ursula.rosenbichler@netway.at)

ARCO – the art of consulting  
[www.arco-consulting.at](http://www.arco-consulting.at)

### Operative PartnerInnen mit Modulverantwortung:

abz\*austria - kompetent für  
frauen und wirtschaft  
[www.abzaustria.at](http://www.abzaustria.at)  
(Modul 5, Aktion 3)

abzwien.akademie  
[ursula.rosenbichler@netway.at](mailto:ursula.rosenbichler@netway.at)  
(Modul 1)

ARCO – the art of consulting  
[www.arco-consulting.at](http://www.arco-consulting.at)  
(Modul 3)

PRISMA – Zentrum für  
Ausbildungsmanagement  
[www.prisma-zam.at](http://www.prisma-zam.at)  
(Modul 4)

Sozialökonomische Forschungsstelle  
[www.sfs-research.at](http://www.sfs-research.at) (Modul 2)

### Modulmitarbeitende PartnerInnen:

Atelier: Unternehmensberatung  
Hutyra & Schermann OEG  
[www.ihratelier.at](http://www.ihratelier.at)

ESSL CONSULTING  
Organisationskultur &  
Kompetenzmanagement KG  
[www.essl-keg.org](http://www.essl-keg.org)

frey Akademie  
[www.freyakademie.org](http://www.freyakademie.org)

Institut für Höhere Studien  
[www.ihs.ac.at](http://www.ihs.ac.at)

Nowa - Netzwerk für  
Berufsausbildung  
[www.nowa.at](http://www.nowa.at)

Solution – Sozialforschung &  
Entwicklung, Buchinger und  
Gschwandtner OEG  
[www.solution.co.at](http://www.solution.co.at)

Wiener ArbeitnehmerInnen  
Förderungsfonds  
[www.waff.at](http://www.waff.at)

Wirtschaftsuniversität Wien  
Abteilung Gender and Diversity  
in Organisations  
<http://www.wu-wien.ac.at/gender>

### Strategische PartnerInnen:

Amt der Kärntner Landesregierung  
Referat für Frauen und  
Gleichbehandlung  
[www.frauen.ktn.gv.at](http://www.frauen.ktn.gv.at)

Amt der Vorarlberger  
Landesregierung  
[www.vorarlberg.at](http://www.vorarlberg.at)

Arbeitsmarktservice Österreich,  
Bundesgeschäftsstelle  
<http://www.ams.or.at>

Arbeitsmarktservice  
Niederösterreich,  
Landesgeschäftsstelle  
<http://www.ams.or.at>

Arbeitsmarktservice Wien  
<http://www.ams.or.at>

Bundesarbeiterkammer  
[www.arbeiterkammer.at](http://www.arbeiterkammer.at)

Bundesministerium für Unterricht,  
Kunst und Kultur  
<http://www.bmukk.gv.at/>

Bundesministerin für Frauen,  
Medien und Öffentlichen Dienst  
<http://www.frauen.bka.gv.at/>

Land Salzburg - Büro für  
Frauenfragen und  
Chancengleichheit  
[www.salzburg.gv.at/frauen](http://www.salzburg.gv.at/frauen)

Magistrat der Stadt Wien – MA 57  
Frauenförderung und Koordination  
von Frauenangelegenheiten  
[www.wien.gv.at/ma57](http://www.wien.gv.at/ma57)  
Die Frauenabteilung der Stadt Wien

Österreichischer  
Gewerkschaftsbund  
[www.oegb.at](http://www.oegb.at)

Wirtschaftskammer Österreich  
[www.wko.at](http://www.wko.at)