

# **LEITFADEN**

# **Gender-Mainstreaming-**

# **Konzept/Strategie**

# INHALTSVERZEICHNIS

Dieser Leitfaden informiert Sie über Gender-Mainstreaming im ÖBFK.

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>ANSPRECHPERSON</b> .....	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>PARTNERSCHAFTEN</b> .....	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>ZIELE</b> .....	<b>3</b>
<b>5</b>	<b>MASSNAHMEN</b> .....	<b>4</b>
5.1	Zielgruppenorientierte Angebotsstruktur .....	4
5.2	Zielgruppenorientierte Angebotsgestaltung .....	4
5.3	Betreuung .....	4
5.4	Rahmenbedingungen .....	4
5.5	Analysieren .....	4
5.6	Strategie entwerfen/evaluieren .....	5
5.7	Maßnahmen durchführen/evaluieren .....	5
5.8	Integration in alle Arbeitsbereiche .....	5
5.9	Bildungsangebote .....	5
5.10	Öffentlichkeitsarbeit.....	5
5.11	Nachhaltigkeit.....	5
5.12	Begriffsbestimmungen.....	5

Die Konzept/Strategieerstellung erfolgte aufgrund der „Arbeitshilfe von dsj Deutsche Sportjugend im Deutschen Sportbund e.V.“, Otto-Fleck-Schneise 12 – D-60528 Frankfurt am Main – www.dsj.de

**Österreichischer Bundesfachverband für Kick- und Thaiboxen**

**Otmar Felsberger**

**E** [office@kickboxen.com](mailto:office@kickboxen.com)

**W** [www.kickboxen.com](http://www.kickboxen.com)

## 1 EINLEITUNG

Der Österreichische Bundesfachverband für Kick- und Thaiboxen (ÖBFK) hat seit 2015 erfolgreich Frauenprojekte durchgeführt. Ziel war es, Frauen in den männerdominierten Sport, der durch harte Körpereinsätze begleitet ist, mental und gesundheitsorientiert zu stärken.

Auswertungen bezogen auf das Verhältnis Damen/Herren in den verschiedenen Sparten/Disziplinen/Gewichtsklassen, in den Gremien, bei den Ausbildungen und die Benachteiligung von Frauen und Männern im Förderbereich durch Gewichtsklassen die weniger als 15 Nationen aufweisen hat den ÖBFK bewogen, diesen Leitfaden aufzulegen um in Zukunft durch Projekte und/oder Konzepte diesen Ungleichheiten entgegenzuwirken.

Diese(s) Konzept/Strategie wurde durch die Online-Arbeitshilfe „Deutsche Sportjugend im Deutschen Sportbund e.V.“ ([www.dsj.de](http://www.dsj.de)) erstellt und textiert.

Das Konzept/Strategie – Gender-Mainstreaming soll im Sinne des Abbaus sozialer Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern langfristig erfolgreich sein. Die Mitglieder des ÖBFK sollen dazu befähigt werden, eine geschlechtersensible Perspektive in Entscheidungsprozessen zu integrieren: Mädchen und Jungen, Frauen und Männer sollen gleichermaßen berücksichtigt werden. Das Konzept setzt also Reflexionen der Strukturen, aber auch der Einstellungen und Haltungen ehrenamtlicher und hauptberuflichen Mitarbeiter:innen voraus.

Der Ansatz des Gender-Mainstreaming ermöglicht eine zielgruppenorientierte Angebotsplanung in der sportlichen Kinder- und Jugendarbeit, die Mädchen dazu motiviert, in den Sportverein einzutreten oder in ihm zu verbleiben und sich mit ihm zu identifizieren.

## 2 ANSPRECHPERSON

Die Referentin für „Frau im Sport“ ist als Vorstandsmitglied im ÖBFK für die Bereiche, Frauen, Gender-Mainstreaming, Frauen- und/oder Genderprojekten und Prävention von Gewalt und Missbrauch zuständig. Sie ist Ansprechperson für alle (sensiblen) Problem in den angeführten Bereichen. Die Kontaktdaten sind auf der Homepage des ÖBFK ersichtlich.

Der/die Magnagmentdirektor/in koordiniert die Aktivitäten mit der Referentin „Frau und Sport“ und vertritt sie in ihrer Abwesenheit

## 3 PARTNERSCHAFTEN

Der sporadische Kontakt zu 100% Sport oder ähnlichen Organisationen soll gemäß der ÖBFK Strategie ausgebaut werden.

## 4 ZIELE

Das Ziel des ÖBFK ist es, die **Chancengleichheit** von Frauen und Männern im Zugang zu Ressourcen, Beteiligung und Entscheidungsmacht, ohne Einschränkung durch gesellschaftlich bedingte Geschlechtsrollenmuster zu ermöglichen.

Der ÖBFK unterstützt Maßnahmen, die zum Ziel haben, Frauen in den Bereichen zu **fördern**, in denen sie unterrepräsentiert sind, unter der Berücksichtigung ihrer Lebenslagen und Interessen, und ihren Anteil entsprechend anzuheben.

## **5 MASSNAHMEN**

### **5.1 Zielgruppenorientierte Angebotsstruktur**

Die sportlichen Angebote des ÖBFK und seiner Mitgliedsvereine sind hinterfragen, ob sie den Interessenslagern von Mädchen/Damen und Jungen/Herren entgegenkommen. Darüber hinaus gilt es zu prüfen, ob unterschiedliche Leistungsklassen berücksichtigt und somit unterschiedliche Motivstrukturen in den Blick genommen werden sollen.

### **5.2 Zielgruppenorientierte Angebotsgestaltung**

Es geht nicht nur darum, was angeboten wird, sondern auch wie es gestaltet wird um Mädchen/Damen und Burschen/Männer gleichermaßen anzusprechen. |

### **5.3 Betreuung**

Übungsleiterinnen und Übungsleiter, Trainerinnen und Trainer sollten entsprechend qualifiziert sein. Darüber hinaus sind sie Vorbilder und leben dementsprechend Geschlechtlichkeit vor. Hier sollte eine eigene Reflexion über die Rolle als Mann oder Frau in Bezug zu den Jungen und Mädchen vorangegangen sein. Weiterhin sollte bei der Besetzung von Leitungen bedacht werden, dass Jungen und Mädchen einen Mann bzw. eine Frau als Ansprechpartner bzw. Ansprechpartnerin bevorzugen. Manchmal macht auch eine Doppelbesetzung (also sowohl ein Mann als auch eine Frau) durchaus Sinn.

### **5.4 Rahmenbedingungen**

Die Rahmenbedingungen spielen ebenfalls eine bedeutende Rolle, z.B. welche Trainingsräume, Sportstätten zur Verfügung stehen und inwiefern sie den Bedürfnissen von Mädchen wie von Jungen gerecht werden.

### **5.5 Analysieren**

Eine Gender Analyse soll jährlich durchgeführt werden, um den Status Quo innerhalb des ÖBFK zu ermitteln und ggf. besonders auffällige Ungleichgewichte zu identifizieren.

- Teilnehmer:innen in den unterschiedlichen Sparten/Disziplinen im Leistungs- und Nachwuchsleistungssport
- Teilnehmer:innen bei Übungsleiter:innenausbildungen
- Teilnehmer:innen in der Schiedsausrichterausbildung, Coach Lizenz und/oder bei der Ausbildung zum technischen Delegierten

- Frauen- und Männeranteil in den verschiedenen Gremien des ÖBFK
- Öffentlichkeitsarbeit (Darstellung von Frauen und Männern)

## **5.6 Strategie entwerfen/evaluieren**

Auf der Basis der Analysen werden bestehende Ziele evaluiert oder neue Ziele definiert.

## **5.7 Maßnahmen durchführen/evaluieren**

- Regelwerke, Satzungen, Leitlinien, sprachlich anpassen.

## **5.8 Integration in alle Arbeitsbereiche**

Die Integration von Gender-Mainstreaming in allen Qualitätssicherungsmaßnahmen im ÖBFK.

## **5.9 Bildungsangebote**

Aus- und Weiterbildung zum Thema Geschlechtergerechtigkeit sollen allen Interessierten zugänglich sein und sind vom ÖBFK aktiv zu bewerben.

## **5.10 Öffentlichkeitsarbeit**

Eine gute Öffentlichkeitsarbeit bindet Mitglieder ein und schafft damit Identifikation, fördert die Transparenz über Strukturen und Aktivitäten und transportiert ein positives ansprechendes Image.

## **5.11 Nachhaltigkeit**

Gender-Mainstreaming ist als langfristiger Prozess darauf angewiesen, das Ergebnis von Maßnahmen zur Herstellung von Chancengleich reflektiert, festgehalten und in Bezug zu neuen Planungen gesetzt werden.

## **5.12 Begriffsbestimmungen**

- Chancengleichheit
  - Frauen und Männer haben die gleichen Chancen im Zugang zu Ressourcen, Beteiligung und Entscheidungsmacht, ohne Einschränkung durch gesellschaftlich bedingte Geschlechtsrollenmuster. Chancengleichheit ist streng genommen jener Zustand, in dem die Gleichstellung bereits erreicht ist.
- Frauenförderung
  - Maßnahmen, die zum Ziel haben, Frauen in den Bereichen, in denen sie unterrepräsentiert sind, unter Berücksichtigung ihrer Lebenslagen und Interessen besonders zu unterstützen und ihren Anteilentsprechend

anzuheben.

- Gender
  - Der Begriff aus dem Englischen bezeichnet die gesellschaftlich, sozial und kulturell geprägten (und damit veränderbaren) Geschlechtsrollen von Frauen und Männern.
- Gender Analyse
  - Mittels geschlechtsdifferenzierter Statistiken wird durch Gender Analysen die Situation von Frauen und Männern erhoben und somit der Ist-Zustand beschrieben, von dem aus Maßnahmen zu Herstellung von Chancengleichheit entwickelt werden können.
- Gender Budgeting
  - Gender Budgeting ist das finanzpolitische Instrument von Gender Mainstreaming. Dabei geht es vor allem um eine gendersensible Analyse und Berichterstattung der Budgetansätze.
- Gender Check
  - Der Gender Check ist ein Fragenkatalog für Organisationen, in dem spezifische Bereiche der Gender Analyse sowie spezielle Fragen zur Umsetzung von Gender Mainstreaming für eine Ist-Zustandsanalyse zusammengefasst werden.
- Gender Kompetenz
  - Gender Kompetenz ist das Wissen, das notwendig ist, um Maßnahmen und Entscheidungen durchgängig geschlechterdifferenziert analysieren und im Sinne von Chancengleichheit umsetzen zu können.
- Gender Mainstreaming
  - Gender Mainstreaming bedeutet, soziale Ungleichheiten zwischen Männern und Frauen in allen Planungs- und Entscheidungsprozessen einer Organisation sichtbar zu machen, sie bewusst wahrzunehmen und sie zu berücksichtigen. Alle Vorhaben sind so gestaltet, dass sie einen Beitrag zur Förderung von Chancengleichheit von Männern und Frauen leisten.
- Gender Training
  - In Gender Trainings wird über die Strategie Gender Mainstreaming informiert, für Chancengleichheit sensibilisiert und Handlungsansätze für die jeweilige Organisation diskutiert.
- Jungenarbeit
  - Reflektierende oder reflexive Jungenarbeit bezeichnet die pädagogische

Praxis, in der Jungen Alternativen und Perspektiven für ihre Persönlichkeitsentwicklung angeboten werden, die sich nicht an gesellschaftlichen Erwartungshaltungen von "Mann-Sein" orientieren, sondern an ihren tatsächlichen Interessen und Bedürfnissen.

- Mädchenparteilichkeit
  - Parteiliche Mädchenarbeit orientiert sich an den Stärken und Interessen von Mädchen, um sie in ihrer individuellen Entwicklung zu unterstützen und ihr Selbstvertrauen zu stärken.
  
- Mainstreaming
  - Der Begriff aus dem Englischen bezeichnet im Sinne des "Hauptstroms" die durchgängige Berücksichtigung eines bestimmten Themas in allen Handlungen einer Organisation (z.B. Finanzierung, ökologische Nachhaltigkeit oder eben Chancengleichheit).
  
- Managing Diversity
  - Ein betriebswirtschaftlicher Ansatz zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen, in dem Produkt- und Prozessqualität durch die Einbeziehung von speziellen Potenzialen verschiedenster Zielgruppen (Ethnien, Geschlecht, Altersgruppen etc.) erhöht werden sollen.
  
- Sex
  - Der Begriff aus dem Englischen bezeichnet die biologisch angeborenen Eigenschaften von Frauen und Männern, z.B. die Tatsache, dass nur Frauen gebären und nur Männer zeugen können.
  
- Stereotyp
  - Geschlechterstereotype sind schematische, auf bestimmte Normvorstellungen fixierte Zuschreibungen von Tätigkeiten und Eigenschaften an Frauen und Männer, durch die Verhaltensmöglichkeiten (z.B. aggressives oder emotionales Handeln) je nach Geschlechtszugehörigkeit abgesteckt und Alternativen ausgeblendet werden.
  
- Top-Down-Prozess
  - Im Top-Down-Prozess im Rahmen von Gender Mainstreaming engagiert sich vor allem zunächst die Führungsebene einer Organisation für die Integration von Chancengleichheit. Von der Führungsebene aus sollen schließlich alle Organisationsebenen in den Umsetzungsprozess mit einbezogen werden.
  
- 3-R-Methode

- Hierbei handelt es sich um eine in Schweden entwickelte Methode der Gender Analyse. Die 3 R stehen für Repräsentation, Ressourcen und Realität.