

Haushalt fair verteilen

Eine Gebrauchsanleitung für Beschäftigte
aller kommunalen Ämter

ECHT GLEICH





Der Leitfaden bietet gute Ansätze, für Gender Budgeting praktikable Umsetzungsmöglichkeiten im kommunalen Haushalt aufzuzeigen.

Manfred Uhlig, Kämmerer Hansestadt Lübeck

Der Leitfaden ist Teil der landesweiten Strategie des Landes Schleswig-Holstein zur Gleichstellung von Frauen und Männern „ECHT GLEICH“.



Zur konsequenten Berücksichtigung der unterschiedlichen Lebenswirklichkeiten von Frauen und Männern auch außerhalb des kommunalen Haushaltes steht Ihnen auf der Internetseite des MSJFSIG zusätzlich die „**Handreichung Gender Mainstreaming**“ zur Verfügung. Sie stellt exemplarisch anhand von 26 Praxisbeispielen aller Politikbereiche das Vorgehen zur Formulierung des für das jeweilige Vorhaben relevanten Gleichstellungsziels und entsprechender Umsetzungsschritte vor.

www.schleswig-holstein.de/DE/landesregierung/themen/soziales/gender-mainstreaming/gender-mainstreaming_node.html



Gender Budgeting

Was ist das und worum geht es?

Budgeting ist der englische Begriff für die öffentliche Haushaltsplanung. *Gender* bezeichnet die sozial und kulturell geprägten Geschlechterrollen von Frauen und Männern. Sie sind im Gegensatz zum biologischen Geschlecht erlernt und damit veränderbar.

Vom Nahverkehr über Beratungsstellen oder Grünflächengestaltung agiert die öffentliche Verwaltung in vielfältigen Bereichen. Die kommunale und öffentliche Haushaltsplanung beeinflusst also unmittelbar den Alltag und das Leben aller Menschen, die in Schleswig-Holstein leben.

Und hier kommt die Methode Gender Budgeting ins Spiel: Die Lebenswirklichkeit von Männern und Frauen ist in vielen Bereichen sehr unterschiedlich und auch Männer und Frauen sind keine jeweils einheitliche soziale Gruppe. Der Leitgedanke des Gender Budgeting geht davon aus, dass sie deshalb zum Teil in sehr unterschiedlicher Weise von haushaltspolitischen Entscheidungen betroffen sein können.

Was bedeutet das für die Arbeit in der Verwaltung? Wer bei fachlichen und finanziellen Planungen von vorneherein überlegt, wie diese Vorhaben die Lebenswirklichkeit von Frauen und Männern, Jungen und Mädchen beeinflusst, erfährt mehr über die Wirkung der öffentlichen Leistung.

Damit können Haushaltsmittel noch zielgruppenspezifischer eingesetzt werden. Letztlich ist es damit möglich, Ressourcen im Bedarfsfall (sach-)gerechter zu verteilen und dadurch haushaltspolitische Entscheidungen transparenter zu machen.

Gender Budgeting gibt also Antworten auf die Fragen: Wofür gibt die Kommune, die Stadt, der Kreis Geld aus, wofür nicht? Wo wird im Zweifelsfall gespart? Wer profitiert von den öffentlichen Ausgaben?

Damit ist Gender Budgeting also eine durch den „Gleichstellungsblick“ ergänzte Haushaltsplanung, die Ungleichheit abbauen hilft und damit Fairness schafft. Und weil der Begriff etwas sperrig und im deutschen Sprachgebrauch wenig aussagekräftig ist, sprechen wir in Schleswig-Holstein von

FINANZfairTEILUNG.



FINANZfairTEILUNG – Gender Budgeting

In 10 Schritten zum Ziel

Sie haben sich entschlossen, Gender Budgeting bzw. FINANZfairTEILUNG in der Praxis zu testen? Mit dieser Arbeitshilfe kommen Sie Schritt für Schritt zum Ziel.

1 Vorüberlegung

Beantworten Sie bitte zunächst als Vorüberlegung folgende Fragen:

Wenn Sie Ihren Aufgabenbereich betrachten:

- > Gibt es in Ihrem Umfeld Bereiche, von denen Frauen häufiger oder anders profitieren als Männer oder umgekehrt?
- > Betreffen einige Themen ein Geschlecht mehr als das andere?
- > Gibt es öffentliche Leistungen, die auf Männer eine andere Wirkung haben können als auf Frauen?

Wenn Sie über die unterschiedlichen Auswirkungen der Leistungen in Ihrem Aufgabenbereich auf die Geschlechter Klarheit gewonnen haben, werden Sie nun konkret:

2 Produktwahl

Wählen Sie ein Produkt, eine Leistung oder Teilleistung und ordnen Sie diese in den Haushalt Ihrer Kommune ein.

- > z. B.: Produkt Z gehört zum Produktbereich Y.
- > Dazu gehören die Leistung A und die Teilleistungen B und C.
- > Das Produkt hat einen Etat in Höhe von X €.

Die Zuordnung zur Haushaltssystematik ist notwendig, damit ein Gesamtbild zur FINANZfairTEILUNG für die Verwaltungsführung und für die Haushaltsberatungen hergestellt wird.



“
FINANZfairTEILUNG ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer nachhaltigen Haushaltspolitik.”

Beispiel

Wir zeigen Ihnen hier, wie FINANZfairTEILUNG in der Praxis funktionieren kann. Als Beispiel wurde die **Planung von Straßen und Wegen in einem neuen Wohnquartier** in der Stadt Münster gewählt.

1

Der Straßenverkehr erscheint auf den ersten Blick geschlechtsneutral, schließlich wird er von allen genutzt. Und doch gibt es weltweit Unterschiede im Mobilitätsverhalten zwischen Frauen und Männern. Während Männer deutlich häufiger das Auto nutzen, fahren Frauen und Kinder öfter mit Bus & Bahn, mit dem Rad oder gehen zu Fuß. Wobei Das Beispiel der Stadt Münster zeigt, dass Münster bei der Nutzung der Verkehrsmittel eine Sonderrolle im Vergleich zum Bundesdurchschnitt einnimmt: Die Menschen in Münster nutzen für ihre täglichen Wege zu über 60 % das Rad oder gehen zu Fuß.

Frauen und Kinder bewegen sich jedoch auch in Münster im Straßenverkehr anders als Männer. Sie haben zudem teilweise andere Verkehrswege.

Die Planung und Erstellung von Straßen und Wegen hat deshalb auf die Verkehrsteilnehmerinnen und -teilnehmer unterschiedliche Auswirkungen.

Zusätzlich hat die differenzierte Betrachtung von Mobilität auch Bedeutung für die städtischen Ziele des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit.

2

Die Planung und der Bau von Straßen und Wegen gehört im Produktplan der Stadt Münster z.B. in den Produktbereich „Verkehrsflächen und Anlagen, ÖPNV 12.“ des Dezernates III.

Die Produktgruppe ist die Verkehrsplanung 12.02. Das Produkt ist die Verkehrsentwicklungsplanung 12.02.01. Die Produktgruppe hat einen Etat von rund 6 Mio. Euro, hierin sind Landesmittel in Höhe von über 4 Mio. Euro enthalten.



3 Wer bekommt was und warum?

Bei der Beantwortung dieser Fragen hilft Ihnen die so genannte 4 R-Methode:

Repräsentation (wer)

Wer nutzt die öffentliche Leistung derzeit?
Wie hoch ist jeweils der Anteil der Frauen und Männer?
Kann ein Zahlenverhältnis zumindest geschätzt werden?

Beispiele:

- > Wer bezieht Wohngeld?
- > Wer nutzt eine Sporteinrichtung?
- > Wer nutzt Hallenbäder, Spielplätze oder Parkanlagen?

Ressourcen (was)

Wie verteilen sich die Mittel und Möglichkeiten auf die Nutzerinnen und Nutzer? Haben alle einen adäquaten Zugang zu Informationen über das Angebot? Werden bei der Planung und Gestaltung die unterschiedlichen spezifischen Lebenssituationen von Frauen und Männern, zum Beispiel die unterschiedlichen Einkommensverhältnisse, berücksichtigt?

Beispiele:

- > Von wem werden die Busse der Gemeinde, Kommune oder Stadt genutzt?
- > Wie viele Plätze stehen in Obdachloseneinrichtungen jeweils speziell für Frauen und Männer zur Verfügung?
- > Werden Frauen und Männer gleichermaßen in Informationsbroschüren angesprochen, zum Beispiel durch geschlechtergerechte Sprache und Bildauswahl.

Die Antworten auf diese Fragen helfen,
Ihre Leistung besser zu beschreiben und
die beabsichtigte Wirkung zu verstehen.

Realität (warum)

Warum ist die Situation so?
Wo sind Ansätze zur Veränderung?
Bei diesem Schritt geht es um ein erstes Einschätzen von Hintergründen und Ursachen der Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Zu hinterfragen sind Rollenbilder, Werte und bisherige Vorgehensweisen. Wurden die unterschiedlichen Interessen und Bedürfnisse von Frauen und Männern erkannt und berücksichtigt?

Beispiele:

- > Ist eine unterschiedliche oder spezifische Behandlung von Frauen und Männern sachlich begründet und/oder zur Beseitigung von Diskriminierungen vielleicht sogar notwendig?
Mädchen und Jungen haben grundsätzlich den gleichen Zugang zu Sportanlagen. Sie sind jedoch zum Beispiel aufgrund unterschiedlicher Wertehaltungen in der Erziehung (zu Hause und in der Schule), aufgrund von Vorbildern im Freundeskreis oder der Darstellung von Sport in den Medien nicht unbedingt an den gleichen Sportarten interessiert. Speziell Mädchen haben oft auch kein Interesse an der Teilnahme an Wettbewerben. Somit haben gerade Mädchen ohne gezielte Förderung z. B. nicht die gleichen Möglichkeiten und Ausgangsbedingungen.

Rechtliche Situation (warum)

Bieten die rechtlichen Vorgaben Schutz vor Benachteiligung?
Zu betrachten sind nicht nur Gesetze im engeren Sinn, sondern auch interne Regelungen für den Zugang, zum Beispiel zu einer Förderung, einer Beratungsleistung. Sind alle Zielgruppen über die rechtliche Situation gleichermaßen informiert? Berücksichtigen vorhandene Regelungen geschlechtsspezifische Realitäten?

Beispiele:

- > Richtet sich die Regelung von Öffnungszeiten nach den Lebens- und Arbeitsrhythmen? Zum Beispiel Öffnungszeiten von Kindergärten, Nachmittagsbetreuung von (Grund-) Schulkindern, Ferienbetreuung, Beratungseinrichtungen oder Ämtern.

3

Die Beantwortung der Frage „Wer bekommt was und warum“? nach der 4 R-Methode könnte bei der Verkehrsplanung so aussehen:

Repräsentation

Die Planung von Straßen und Wegen in einem Wohnquartier dient der Mobilität, aber auch der Erreichbarkeit durch Dienstleister (Post, Serviceangebote) und deren Besucherinnen und Besucher.

Frauen und Männer nutzen den Straßenverkehr etwa zu gleichen Teilen, allerdings teilweise zu anderen Zeiten und mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln.

Ressourcen

Bei der Planung im Straßenverkehr müssen zahlreiche unterschiedliche Lebenssituationen beachtet werden: Die verschiedenen Verkehrsmittel, die den Menschen zur Verfügung stehen, die Sicherheitsbedürfnisse insbesondere für Menschen, die unsicher im Straßenverkehr teilnehmen, wie Kinder und ältere Menschen, Barrierefreiheit für Personen mit körperlichen Beeinträchtigungen und gleichzeitig Orientierungshilfen für Personen mit Sehbehinderung. Zudem muss berücksichtigt werden, dass Frauen nach übereinstimmenden Untersuchungen seltener über einen PKW verfügen als Männer, sie nutzen also weitaus häufiger den ÖPNV, fahren Rad oder gehen zu Fuß.

Realität

Dies liegt beispielsweise daran, dass Männer überwiegend einer Vollzeittätigkeit nachgehen, während Frauen – vor allem Mütter minderjähriger Kinder – häufig in Teilzeit arbeiten. Daher unterscheiden sich auch die Wegeketten: Bring- und Abholdienste zu Kitas und Schulen, Einkauf, Arzttermine mit Kindern, der Besuch von Spiel- und Musikgruppen werden zumeist von Frauen erledigt. Das bedeutet gleichzeitig: Frauen legen täglich mehr Wege zurück als Männer. Auch sind Frauen öfter als Männer mit Kindern in Kinderwagen und pflegebedürftigen Personen im Rollstuhl unterwegs. Vom Thema Barrierefreiheit im Straßenverkehr sind sie daher häufiger betroffen als Männer. Hier sollte also geprüft werden, ob die Verkehrsplanung berücksichtigt, dass den verschiedenen Verkehrsbeteiligten tatsächlich nicht alle Verkehrsmittel gleichermaßen zur Verfügung stehen. Sind z. B. Fahrradwege zu öffentlichen Versorgungseinrichtungen wie Krankenhäusern oder Seniorenheimen (Arbeitsstätten, wo überwiegend Frauen arbeiten) ausreichend ausgebaut und beleuchtet? Fahren Busse auch in den Randzeiten von 20.00 bis 06.00 Uhr Haltestellen an den Einrichtungen an?

Recht

Nach § 1 Abs. 6 Nr. 3 Baugesetzbuch sind bei der Aufstellung von Bauleitplänen insbesondere die Bedürfnisse von Familien, jungen und alten Menschen und die unterschiedlichen Auswirkungen auf Frauen und Männern zu berücksichtigen. Und § 2 Abs. 9 des Gesetzes für den öffentlichen Personennahverkehr z.B. in NRW regelt, dass den speziellen Belangen von Frauen und Männern, Kindern, Personen, die Kinder betreuen und Fahrradfahrerinnen und -fahrer bei der Planung und Ausgestaltung des ÖPNV in geeigneter Weise gleichermaßen Rechnung zu tragen ist.



4 Zielgruppen und Daten

Welche Zielgruppen werden mit Ihrer Leistung angesprochen und erreicht?

- > Für wen ist das Produkt gedacht?
- > Wer wird direkt durch Ihre Leistung gefördert?
- > Wer wird indirekt durch die Leistung gefördert? (z. B. Eltern durch den Ausbau von Kita-Plätzen)?
- > Gibt es eine Zielbeschreibung für Ihr Produkt?

Die Antworten werden Ihnen erste Hinweise geben, ob es deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt, ob zusätzliche Aspekte (Alter, Migrationsvorgeschichte etc.) relevant sind, oder ob die erzielte Wirkung für alle Menschen gleich ist.

Ordnen Sie zunächst Ihr Produkt in eine dieser Kategorien ein:

Personenbezogene Dienstleistungen

Gemeint sind Leistungen für einzelne Personen, wie die Beratung und Bearbeitung von Anträgen (z. B. im Sozialamt) oder für eine klar begrenzte Gruppe von Personen, wie z. B. der Unterricht für Kursteilnehmerinnen und Teilnehmer der Volkshochschule. Bei solchen Angeboten kann die Zahl der Leistungsempfängerinnen und -empfänger problemlos differenziert nach Geschlecht und weiteren Kriterien erfasst werden.

Offene Angebote für alle Bevölkerungsgruppen mit geregelter Zugang

Vor allem in den Bereichen Kultur, Freizeit und Sport gibt es in der Stadt Einrichtungen, die zwar für alle offen sind, aber in der Regel einen Eintritt oder eine andere Zugangsberechtigung verlangen (z. B. Stadtbücherei, Theater, Schwimmbad). Informationen zur Zusammensetzung der Nutzerinnen und Nutzer differenziert nach Geschlecht und weiteren sozialen Kriterien werden meist nicht erhoben. Ein Einstieg für eine geschlechterspezifische Nutzenanalyse wären Zählungen an Stichtagen oder Befragungen der Kundinnen und Kunden.

Offene Angebote für bestimmte Zielgruppen

In dieser Kategorie handelt es sich um Angebote für ausgewählte Zielgruppen wie ältere Menschen oder Kinder (z. B. Spielplatz, Jugendclub oder Zentrum für Seniorinnen und Senioren).

Eine nützliche Arbeitshilfe dafür ist der Datencheck: Welche Daten brauchen Sie zur Ermittlung von Details zur Zielgruppe Ihres Produkts?

- > Welche Daten zu den Nutzerinnen und Nutzern Ihrer Leistung sind zu Ihrem Produkt schon vorhanden?
- > Welche Daten benötigen Sie noch?
- > Welche Quellen stehen Ihnen zur Datenermittlung zur Verfügung?

Da die Produkte sehr unterschiedlich gestaltet sind, geben wir Ihnen hier eine Hilfestellung welche Daten Ihnen zur Verfügung stehen und wie Sie weitere Daten ermitteln können.

Wenn es sich um eine räumlich abgeschlossene Einrichtung mit einer überschaubaren Zahl an Besucherinnen und Besucher handelt und Personal anwesend ist, kann die Erhebung der Nutzungsdaten relativ einfach geschlechterspezifisch an bestimmten Stichtagen erhoben werden. Bei offen zugänglichen Angeboten wie Kinderspielplätzen muss an Stichtagen die Ist-Situation durch Beobachtung dokumentiert werden.

Allgemeingüter für alle Bevölkerungsgruppen

Eine genaue Erfassung der Nutzung von Allgemeingütern (z. B. Straßen, öffentliche Parks) ist in der Regel nicht möglich, weil der Zugang für alle ohne Einschränkung gegeben ist. Der Bedarf und die Bedürfnisse von Frauen und Männern, wie von unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen können sich stark unterscheiden. Allgemeingüter spielen für alle Bevölkerungsgruppen eine große Rolle, deshalb ist eine geschlechtergerechte Gestaltung dieser Angebote von großer Bedeutung. Überlegen Sie, welche zusätzlichen Daten Ihnen zur Verfügung stehen: z. B. die Auswertung der Daten aus Befragungen der Bürgerinnen und Bürger, Daten aus dem Beschwerdemanagement; Statistik des Amtes für Stadtentwicklung, Stadtplanung und Verkehrsplanung etc. Weitere Informationsquellen sind: Erhebungen von Bund und Land zu Fachaufgaben im Kontext von Allgemeingütern, Wissenschaftliche Untersuchungen zu den Bedürfnissen der unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen in Hinblick auf öffentliche Angebote.

Beispiel

4

Grundsätzlich hat die Verkehrsplanung natürlich alle Bevölkerungsgruppen im Blick. Die Bevölkerungsstruktur in einem neuen Wohnquartier unterscheidet sich allerdings von der in anderen Stadtgebieten teilweise erheblich. Die Anzahl der Haushalte mit Kindern ist in neuen Wohnquartieren zu Beginn meist doppelt so hoch wie im gesamtstädtischen Durchschnitt, auch leben dort mehr Kinder pro Haushalt als in anderen Stadtgebieten. Ebenso verhält es sich mit der erwachsenen Bevölkerung: Frauen und Männer in der Altersgruppe 25 bis 49 Jahren sind in neuen Wohnquartieren häufiger vertreten als in übrigen Stadtteilen.

Die Leistung der Planung von Straßen und Wegen fällt in die Kategorie „Allgemeingüter für alle Bevölkerungsgruppen“.

Beispiel Verkehrsinfrastruktur: Grundlage Ihrer Datenrecherche sind also Untersuchungen zum Mobilitätsverhalten und den Mobilitätsbedürfnissen der verschiedenen Bevölkerungsgruppen differenziert nach Geschlecht und weiteren sozialen Kriterien. Zum Mobilitätsverhalten in größeren Städten sind bereits viele Untersuchungen verfügbar, die im Hinblick auf das Mobilitätsverhalten von Frauen und Männern überwiegend zu den gleichen Ergebnissen kommen: Männer nutzen signifikant häufiger den PKW als Frauen. Für Münster finden Sie aufschlussreiche Daten auf der Website des Amtes für Stadtentwicklung, Stadtplanung und Verkehrsplanung unter der Rubrik „Jahres-Statistik Verkehr“.

In Münster zum Beispiel wird bei der Verkehrsplanung ganzheitlich gedacht: denn bei der Planung darf nicht vergessen werden, dass die Bewohnerinnen und Bewohner der neuen Wohnquartiere selbstverständlich älter werden. Aufenthaltsflächen müssen also nicht nur als Spielflächen, sondern auch als Flächen für Rollstühle, Gehhilfen oder auch als „Dorfplätze“ für einen angenehmen Aufenthalt geplant werden.

Da die innerstädtischen Flächen z. B. in Münster jedoch knapp sind, ist es für die Stadtplanungsbüros eine besondere Herausforderung, die Verkehrswege attraktiv zu gestalten.



Haushaltsentscheidungen können auch Auswirkungen auf die geschlechterspezifische Verteilung des Budgets haben. Mit FINANZfairTEILUNG können wir unsere Mittel zielgruppenorientiert einsetzen.

Marc Ziertmann,
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Städteverbandes Schleswig-Holstein

5 Wer nutzt Ihr Produkt tatsächlich?

Es ist sehr hilfreich, zu wissen, ob tatsächlich der Personenkreis mit Ihrer öffentlichen Leistung erreicht wird, der auch angesprochen werden soll. Führen Sie deshalb am besten eine Budget-Nutzenanalyse durch. Das hört sich komplizierter an, als es ist. Die folgende Tabelle zeigt, wie es aussehen kann.

Mit der Erledigung dieses Arbeitsschritts haben Sie den ersten Baustein für die geschlechtersensible Betrachtung Ihres Produkts/Ihrer Leistung geschaffen. Vielleicht liefern Ihnen die Ergebnisse bereits interessante Erkenntnisse.

So kann Ihre Budget-Analyse zum Beispiel aussehen:

Produkt, Leistung, Teilleistung	Produktbudget gesamt 2016 in Euro	weiblich Nutzung der Leistung in Zahlen	männlich Nutzung der Leistung in Zahlen	weiblich Budgetverteilung in %	männlich Budgetverteilung in %
Leistungen der Grundsicherung nach dem SGB II (Arbeitslosengeld II) 05.01.	134.718.490	10.446	10.502	49,8 %	50,2 %
Notfalltransporte 02.10.02.02.01	9.630.530	17.639	21.863	44,6 %	55,4 %
Volkshochschule (Kursteilnehmende) 04.02.	4.884.400	16.300	6.737	70,7 %	29,3 %

Wenn Sie feststellen, dass mit den eingesetzten Mitteln die beabsichtigte Wirkung für die beschriebenen Zielgruppen nur teilweise erreicht wird, ergeben sich daraus mögliche Handlungsoptionen, die zu mehr Zielgruppenschärfe beitragen werden.

Haben Sie Unterschiede herausfinden können?
Das wird die Grundlage Ihrer Zielklärung.

6 Wer profitiert von den Ressourcen?

- > Nutzen Frauen und Männer die Leistung gleichermaßen?
- > Wenn ja: in welcher Weise?
- > Wenn nein: gibt es sachliche Gründe für die Ungleichbehandlung?
- > Stimmen Qualität und Quantität des Angebots?

Die Antworten auf diese Fragen
sind der zweite Baustein der
FINANZfairTEILUNG.

5

Wer nutzt also tatsächlich die Straßen und Wege im neuen Wohnquartier?

Grundsätzlich natürlich alle, jedoch zu unterschiedlichen Zeiten und zu unterschiedlichen Zwecken.

Die notwendigen Daten liefern in diesem Fall die regelmäßig veröffentlichten Statistikdaten des Amtes für Stadtentwicklung, Stadtplanung und Verkehrsplanung. Befragungen der Bürgerinnen und Bürger und Verkehrszählungen können ebenso einfließen wie Fahrgastzahlen.

Hilfreich wäre hier auch eine Budget-Nutzenanalyse.

Am Beispiel der Stadt Münster konnte festgestellt werden, inwieweit tatsächlich die internationalen Studien zum unterschiedlichen Verkehrsverhalten der differenzierten Zielgruppen zutreffen.

Für die ausgewählte Leistung bedeutet das vielleicht überspitzt gesagt: die Erstellung von Autowegen kann im Alltagsleben eher Männern zugutekommen und die Planung von Fuß- und Fahrradwegen und die Anbindung an den ÖPNV eher Frauen und Kindern.

Hier bietet sich das Beispiel an:

Produkt, Leistung, Teilleistung	Produktbudget gesamt 2016 in Euro	weiblich Nutzung der Leistung in Zahlen	männlich Nutzung der Leistung in Zahlen	weiblich Budgetverteilung in %	männlich Budgetverteilung in %
Verkehrsplanung 12.02.	6.001.260 €	47.824	91.063	34,43 %	65,57 %

6

Damit alle am Straßenverkehr Beteiligten ihren Bedürfnissen entsprechend in ihrem Alltag gleichermaßen von der Verkehrsplanung profitieren, ist die Erstellung von Fahrrad- und Fußwegen mindestens ebenso relevant wie der Bau von Straßen. Die Verteilung des Budgets im Straßenverkehr kann je nach Ausrichtung die jeweiligen Bedarfe der unterschiedlichen Verkehrsbeteiligten verschieden stark berücksichtigen.

Sie sehen an unserem Beispiel: die Verteilung der Budgetmittel für die Förderung des Autoverkehrs, der Radwegenetze, des ÖPNV oder Überwege für Fußgängerinnen und Fußgänger hat einen hohen Qualitätsanspruch und kann auf Frauen und Männer in unterschiedlichen Lebenslagen verschiedene Wirkungen haben.



7 Indikatoren

Damit Sie Ihr Ziel auch dokumentieren können, ist es notwendig, Indikatoren, also messbare Merkmale zu finden, um die Geschlechtergerechtigkeit Ihres Produkts darstellen zu können. Manchmal ist es schwierig, komplexe Sachverhalte verständlich und greifbar zu machen. Indikatoren sind dabei hilfreiche Anzeiger, die Sachverhalte messbar machen können.

Beispiele:

- > Wie hoch ist der Anteil der Frauen und Männer in Führungspositionen?
- > Wie hoch ist die Anzahl der Betreuungsplätze für Kinder ab einem Jahr?
- > Gibt es eine Statistik zur Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Angehörige zu Hause pflegen?
- > Gibt es Programme zur Förderung von Frauen in der Personalentwicklung?
- > Wie viele Männer arbeiten in der Kommune/Gemeinde/Stadt in Teilzeit?

8 Ihr Gleichstellungsziel

Nun haben Sie herausgefunden, wie sich Ihre Zielgruppe zusammensetzt und ob es eine ungleiche Verteilung der Haushaltsmittel in Ihrem Arbeitsbereich gibt. Die ungleiche Verteilung kann sachlich gerechtfertigt sein. Beschreiben Sie, welche fachlichen Überlegungen dem zugrunde liegen. Falls es diese sachliche Rechtfertigung nicht gibt, folgen Sie den nächsten Schritten.

Ihr Ziel könnte zum Beispiel folgendermaßen aussehen: Sie haben ermittelt, dass an den Angeboten einer Begegnungsstätte für Seniorinnen und Senioren sehr wenige Männer teilnehmen, weil es keine Aktionen gibt, die auch Männer ansprechen. Ihr Ziel kann also sein, Beschäftigungsangebote für Männer zu planen.

Achtung: Gesetzliche Vorgaben, gesamtstädtischen Ziele und Ratsbeschlüsse müssen dabei beachtet werden.

9 Umverteilung der Mittel

Nun haben Sie sehr viel über Ihr Produkt erfahren. Dieses Wissen können Sie für den Endspurt Ihres Projekts nutzen. Kann Ihr Produkt so bleiben wie es ist? Oder sollte für eine bessere Zielgruppenorientierung und passgenauere Ressourcenverwendung etwas verändert werden?

Beispiele:

- > In der Begegnungsstätte für Seniorinnen und Senioren werden nun ein Handwerkskurs und ein Skat-Nachmittag angeboten. Dafür werden die Seidenmalerei-Kurse reduziert.“
- > Die Buslinie X muss in den Abendstunden auch die Haltestellen A und B anfahren, um eine sichere Mobilität insbesondere für Frauen und ältere Menschen zu gewährleisten“
- > Unsere Haushaltsbefragungen müssen wir auf mehr Haushalte ausweiten, um genauere Ergebnisse zu bekommen.“

7

Mithilfe welcher Indikatoren kann festgestellt werden, ob die Bemühungen auch im Sinne einer zielgruppenspezifischen Verteilung des Budgets in der Verkehrsplanung Erfolg haben?

Zum Beispiel:

- Entfernung der nächsten Haltestellen zum Wohngebiet
- Anteil motorisierter Haushalte im Wohngebiet
- Anteil der Kinder zwischen 6 und 10 Jahren, die in einem Radius von 1 km von der Grundschule im Wohngebiet leben
- Wie viele Frauen, Männer und Kinder leben im Wohngebiet?

Der jährlich herausgegebene Verkehrsunfallbericht der Polizei liefert hierzu zum Beispiel relevante Daten. Eine geschlechterdifferenzierte Statistik der zusteigenden Fahrgäste im Wohngebiet kann als Messgröße dienen. Erreichte Ziele sind nicht immer sofort in Zahlen messbar.

In einem ersten Schritt kann zunächst die Feststellung ausreichen, dass ein zielgruppengerechteres Angebot realisiert worden ist.

8

Wenn Sie nun Bilanz ziehen:

- Wurde tatsächlich alles berücksichtigt, um die Bedarfe aller Straßenverkehrsteilnehmenden zu berücksichtigen? Sind ausreichend Fahrradwege vorhanden?
- Sind die Fußwege barrierefrei, um alle Ziele mit Rollstühlen, Rollatoren und Kinderwagen erreichbar zu machen?
- Sind die Wege zu Kindertagesstätten, Schulen und Einrichtungen für Seniorinnen und Senioren sicher zu erreichen?
- Gibt es Haltestellen in fußläufiger Nähe?
- Sind die Gehwege ausreichend beleuchtet, damit die Sicherheit auch in der dunklen Jahreszeit und am Abend gewährleistet ist?

9

Muss das Budget für die Verkehrsplanung eventuell anders verteilt werden? Und wenn ja, wie? Welche Ziele wurden mit der Durchführung dieser Arbeitsschritte im Sinne der FINANZfairTEILUNG erreicht? Muss statt des Ausbaus einer Straße eventuell eine zusätzliche Ampel oder ein breiterer Fahrradweg errichtet werden? Ist die Einrichtung von Fahrradabstellflächen dringender als die Erstellung von weiteren Parkplätzen? Insgesamt zeigt sich, dass es vieler kleinschrittiger Ansätze bedarf, die sich in die Haushaltsstrukturen einfügen und hier auch wieder zusammenfließen müssen. Haushalte werden dadurch etwas aufwendiger aber dafür auch geschlechtergerechter. Durch die gezieltere Ausrichtung auf die Zielgruppe werden sie ökonomischer und ökologischer zugleich.



// **Durch FINANZfairTEILUNG wird sichtbar, welche Menschen hinter den Zahlen eines Haushaltsplans stecken.**

Celia Letzgus, Gleichstellungsbeauftragte Gemeinde Halstenbek

10 Ziel erreicht?

- > Wurden die Bedarfe von Frauen und Männern in unterschiedlichen Lebenslagen bereits entsprechend berücksichtigt?
- > Haben Sie Ihr Produkt verändert oder verbessert, um Gleichstellung zu gewährleisten?
- > Welches Wissen konnten Sie über Ihr Produkt neu erwerben?
- > Welche Erfahrungen sind für die Zielerreichung Ihrer Aufgabe wichtig?
- > Denken Sie, dass das Budget für Ihr Produkt oder Ihre Leistung nun gerechter verteilt ist?
- > Wo konnten Sie zunächst nicht das Erreichen, was Sie eigentlich wollten? Und woran lag es Ihrer Meinung nach? Welche Möglichkeiten gibt es, doch noch ans Ziel zu kommen?

Gleichstellung ist eines der 17 Ziele der Vereinten Nationen zur Nachhaltigkeit.

Mit den Methoden der FINANZfairTEILUNG und der damit verbundenen vertieften Zielgruppenbetrachtung können daher weitere Querschnittsziele wie Nachhaltigkeit, Inklusion, Integration und Demographie erreicht werden.

Sie haben es geschafft!

Nun haben Sie nach Durchführung Ihres Projekts hoffentlich neue Erkenntnisse über Ihr Produkt gewonnen. Das ist der positive Nebeneffekt bei der FINANZfairTEILUNG.

Je genauer Sie darüber Bescheid wissen, für wen in welcher Weise Ihr Produkt was erreichen kann, umso mehr hilft Ihnen dieses Wissen in Ihrem Arbeitsalltag. Zusätzlich haben Sie natürlich mit Ihrem Engagement dazu beigetragen, die Gleichstellung in Ihrer Kommune voranzutreiben!

Da die Haushaltsplanung jährlich neu erfolgt und damit also einen Kreislauf darstellt, sind unsere Überlegungen zur FINANZfairTEILUNG natürlich nicht in einer Einzelaktion erledigt. Sie sollten Ihre Ergebnisse nicht aus den Augen verlieren, sondern regelmäßig überprüfen, ob sie noch passen oder ggf. angepasst werden müssen.

Wie der jährliche Kreislauf der Budgetplanung aussieht und wie dort Gleichstellungsziele gesichert werden konnten, sehen Sie auf der folgenden Seite.

Konnten Sie feststellen, dass die Bedürfnisse aller Verkehrsbeteiligten bereits ausreichend berücksichtigt wurden? Oder müssen die Mittel anders verteilt werden? In diesem Fall ist dann allerdings dafür nicht mehr das Amt für Verkehrsplanung zuständig, sondern das Tiefbauamt. An diesem Beispiel wird deutlich: wenn die Analyse ergibt, dass zum Beispiel mehr Mittel für die Planung von Rad- und Fußwegen eingesetzt werden müssen, können Amts-, dezernats- oder produktübergreifende Entscheidungen notwendig sein.

Was konnten wir nicht erreichen? Woran müssen wir noch arbeiten?

Können wir eine Verbindung herstellen zwischen den Querschnittszielen Nachhaltigkeit und Klimaschutz und der Gleichstellung der Geschlechter?

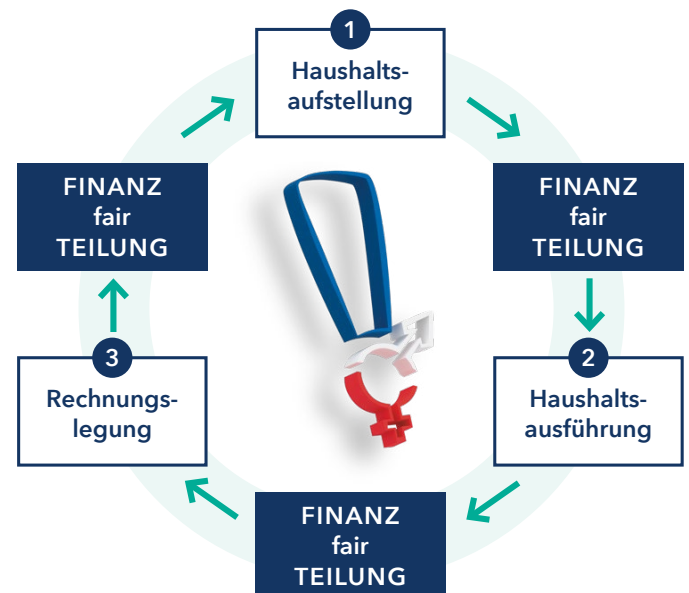
Werden damit im Haushalt Synergien sichtbar?

So kann die FINANZfairTEILUNG in den öffentlichen Haushalt integriert werden

Gender Budgeting bzw. die FINANZfairTEILUNG ist ein fortlaufender Prozess, der jährlich in den Haushaltskreislauf eingepasst werden muss. Ein Haushaltskreislauf besteht aus drei Phasen: Haushaltsaufstellung, Haushaltsausführung und Rechnungslegung.

1 In der ersten Phase, der Haushaltsaufstellung, soll zunächst ermittelt werden, was das Ziel der Gleichstellung für den jeweiligen Bereich bedeutet. Daraufhin soll für jedes geeignete Produkt ein eigenes Gleichstellungsziel festgelegt werden, da die vielfältigen Ausgabenarten und Leistungen der Kommune eine sehr differenzierte Zielsetzung erfordern. Hier müssen Kennziffern und Informationen gesammelt werden, um die spezifischen Gleichstellungsziele auch erfassen zu können.

2 In der zweiten Phase, der Haushaltsausführung (oder „Vollzug“), sollen die im Haushaltsentwurf formulierten Gleichstellungsziele durch eine entsprechende Einnahmen- und Ausgabenpolitik konsequent verfolgt werden. Die Frage ist hier: Welche Effekte hat die derzeitige Verteilung der Mittel auf Frauen und Männer und auf das Gleichstellungsziel? Jetzt müssen Maßnahmen festgelegt werden, anhand derer die Gleichstellungsziele im Haushalt erreicht werden sollen.



3 In der dritten Phase, der Rechnungslegung, soll die Verwaltung gegenüber dem Rat und der Öffentlichkeit Transparenz über ihre Einnahmen und Ausgaben schaffen. Hier soll nun kontrolliert werden, ob die Maßnahmen für die Herstellung der Chancengleichheit tatsächlich greifen, um die Gleichstellungsziele zu erreichen. Falls nicht, muss überlegt werden, ob in der Haushaltsaufstellung eine andere Prioritätensetzung notwendig ist oder ob die Maßnahmen zur Erreichung der Gleichstellungsziele angepasst werden müssen.



Schleswig-Holstein

Ministerium für Soziales, Jugend,
Familie, Senioren, Integration
und Gleichstellung

Herausgeber

Ministerium für Soziales, Jugend, Familie,
Senioren, Integration und Gleichstellung
des Landes Schleswig-Holstein

Adolf-Westphal-Str. 4

24143 Kiel

Telefon: 0431 988-0

E-Mail: Poststelle@sozmi.landsh.de

www.schleswig-holstein.de

Inhalte

Die Inhalte wurden aus dem Leitfaden des Frauenbüros
mit Genehmigung der Stadt Münster übernommen.

Redaktion

Kerstin Oltmanns, Stabsstelle Gleichstellung von Frauen
und Männern, Schutz von Frauen vor Gewalt

Gestaltung

eyekey design | Kiel

Stand: Dezember 2023