

Erfahrungsbericht

Workshopreihe Gender Budgeting im Produkthaushalt des Jugendamtes der Stadt Trier

Im Auftrag der Stadt Trier

**Gefördert durch das Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit,
Familie und Frauen des Landes Rheinland-Pfalz**

Erfahrungsbericht Workshopreihe Gender Budgeting im Produkthaushalt des Jugendamtes der Stadt Trier

Inhalt

1	Zur Einführung: Gender, Gender Mainstreaming und Gender Budgeting	2
1.1	Was ist Gender?	3
1.2	Geschlecht in Strukturen	4
1.3	Rechtsgrundlagen für Gender Mainstreaming und Gender Budgeting.....	5
1.4	Gender Mainstreaming	6
1.5	Gender Budgeting	7
1.6	Einführung von Gender Budgeting	9
1.7	Gender Budgeting im Trierer Produkthaushalt: Zielorientierter Ansatz	11
2	Durchführung der Workshops und Ergebnisse	12
2.1	Ergebnisse der Workshops	15
2.1.1	WS I: Ergebnisse Zielfindungsprozess	15
2.1.2	WS II Ergebnisse der Analysen für die einzelnen Produkte	20
2.1.3	WS III Konkrete Ergebnisse und Perspektiven	24
3	Empfehlungen für die Einführung von Gender Budgeting.....	27
3.1	Trier: Gender Budgeting und Qualifizierung des Produkthaushaltes	27
3.1.1	Fortführung des Prozesses im Jugendamt	28
3.1.2	Ausweitung der Gender Budgeting Workshops auf ein weiteres Amt	29
3.1.3	Dauerhafte Einführung von Gender Budgeting	29
3.2	Empfehlungen für das Vorgehen in anderen Kommunen	31
4	Schlusswort	32
5	Anhang	33
5.1	Literatur- und Linkverzeichnis.....	33
5.2	Leitfaden für Produktanalyse.....	35
5.3	Überarbeitetes Produktblatt Tageseinrichtungen für Kinder	37
5.4	Bisheriges Produktblatt Tageseinrichtungen für Kinder	39

1 Zur Einführung:

Gender, Gender Mainstreaming und Gender Budgeting

Die Durchführung von Pilotprojekten ist immer mit einer längeren Vorgeschichte verbunden. Für das Beratungsteam haben die ersten Kontakte schon ein halbes Jahr früher begonnen und es wurden erste Ideen ausgetauscht darüber, welche Fachbereiche sich eignen und wie das kommunale Haushaltssystem organisiert ist. Viel Überzeugungs- und Abstimmungsarbeit wurde im Vorfeld in der Kommune geleistet. Dafür sind wir den Beteiligten sehr dankbar.

Jetzt ist die erste Workshopreihe abgeschlossen und wir berichten darüber. Wir verfolgen mit diesem Erfahrungsbericht mehrere Ziele. Wir berichten der Stadtverwaltung Trier, den Führungskräften, den Beschäftigten und nicht zuletzt den interessierten Bürgerinnen und Bürgern von den Erfahrungen im Rahmen des Workshops. Dies ist uns wichtig, weil wir glauben, dass die guten Erfahrungen mit dem Pilotprojekt eine gute Grundlage für den weiteren Gender Budgeting Prozess bilden. Es ist uns aber auch deshalb wichtig, weil Gender Budgeting schon seit seinen Ursprüngen dazu dient, Transparenz herzustellen darüber, wie öffentliche Mittel verwendet werden und wem sie zugute kommen. Deshalb ist es folgerichtig, den Gender Budgeting Prozess von Anfang an so zu gestalten, dass die verschiedenen Schritte nachvollziehbar sind.

In den letzten Jahren wurde in den Kommunen des Landes Rheinland-Pfalz die Doppik eingeführt. Ein wesentliches Element dieses Haushaltssystems sind Kennzahlen, die die Wirkung von Produkten messen sollen. Wie sich in den Workshops gezeigt hat, können Gender Budgeting Schulungen dabei helfen, fachlich wertvolle, an Qualität orientierte Kennzahlen zu entwickeln. Deshalb wollen wir auch andere Kommunen ermutigen, Gender Budgeting als Chance zu ergreifen, ihre Produkthaushaltssysteme zu qualifizieren. Der Zeitpunkt bietet sich auch deshalb an, weil der Rheinland-Pfälzische Landtag am 27. Mai 2010 die Einführung von Gender Budgeting beschlossen hat.

Der Erfahrungsbericht richtet sich an ein Publikum mit unterschiedlichen Vorkenntnissen. Deshalb werden wir in diesem Kapitel zunächst kurz auf die Grundlagen von Gender Budgeting eingehen wie wir sie in den Workshops vermittelt haben. Die Leserinnen und Leser mit Vorkenntnissen können gleich von hier aus ins Kapitel 3 springen, wo wir über die Erfahrungen in den Workshops berichten und die Ergebnisse der Arbeit darstellen. In Kapitel 4 geben wir auf dieser Grundlage Empfehlungen ab für die weitere Einführung von Gender Budgeting in Trier und in anderen Kommunen des Landes Rheinland-Pfalz.

1.1 Was ist Gender?

Um die Strategie Gender Mainstreaming zu verstehen ist es wichtig, die Unterscheidung von sex und Gender zu verstehen. Im Englischen wird ‚das Geschlecht‘ differenziert in ‚sex‘ – das biologische Geschlecht und gender – das soziale Geschlecht. Der Begriff Gender wird bei der Strategie des Gender Mainstreaming verwendet, weil es darum geht, die sozial definierten Geschlechterrollen als solche zu erkennen. So wird in Westdeutschland oft argumentiert, es sei „natürlich“, dass die Mütter sich mindestens drei Jahre zu Hause um ihre Kinder kümmern. Tatsächlich gibt es in anderen Ländern und auch in Ostdeutschland hier gänzlich andere Traditionen, die genau so „natürlich“ sind. Wichtig ist bei der Arbeit mit Gender auch, genauer zu differenzieren und nicht in die Falle zu tappen – Männer und Frauen pauschal als Männer und Frauen zu bezeichnen! Die Differenzierung in ältere Männer, ältere Frauen, Mädchen, Jungen usw. ist wichtig, und selbst diese Gruppen sind keine homogenen Gruppen an sich, da nie alle Jungen so oder alle alte Frauen so sind. Es ist wichtig, verschiedene ‚Genderbrillen‘ aufzusetzen, damit Männer und Frauen in ihrer Vielfalt wahrgenommen werden. Gerade beim Gender Budgeting Prozess spielt diese Differenzierung eine große Rolle, wenn es um die Analyse der verschiedenen Zielgruppen geht.

Im Vortrag über Sex und Gender wurden einige grundlegende Informationen über die Situation von Männern und Frauen und Jungen und Mädchen geliefert mit dem Ziel, deren Situation nachvollziehen zu können und sich in sie einfühlen zu können.

Beispielsweise binden geschlechtsrollentypische Erwartungen und Zuschreibungen Jungen noch immer an eine Welt omnipotenter Männlichkeit, eine Welt der bedeutenden, starken Männer, was umso schwerer wiegt, als dass es für Jungen kaum reale Vorbilder gibt – immer noch gibt es nur drei Prozent männliche Erzieher. Jungen erleben ihre Väter häufig immer noch als abwesend. In der Schule entsprechen die Inhalte (Aufsätze und Themen) nicht den Bedürfnissen der Jungen (Sachinhalte, Reportagen). Jungen gelten als die Bildungsverlierer und es gilt: Je geringer die Schulform, desto höher ist der Jungen-Anteil. In Sonderschulen liegt der prozentuale Jungenanteil bei 64%, in Gymnasien bei 46%. Jeder zehnte Junge bleibt ohne Schulabschluss. Väter, die engagiert ihre Kinder erziehen wollen, stoßen häufig noch auf berufliche Hindernisse – und diejenigen Männer, die sich noch am Modell des Alleinverdieners orientieren, empfinden dies als enormen Druck.

Auf der Seite der Mädchen ist es so, dass es auch ihnen in der Schule nicht gut geht, auch wenn sie besser abschneiden und in den Medien als die Gewinnerinnen dargestellt werden. Es geht aber bei Gender nicht darum, die Geschlechter gegeneinander auszuspielen oder die Verhältnisse zu polarisieren, sondern genau hinzuschauen und zu analysieren, wo welches Geschlecht Nachteile hat um so Geschlechtergerechtigkeit herstellen zu können.

Mädchen erhalten in der Schule nach wie vor nur 1/3 der Aufmerksamkeit und erleben immer noch, dass sie von Lehrerinnen und Lehrern als sozialer Puffer zwischen die Jungs gesetzt werden, damit diese nicht den Unterricht stören. Als eine Ursache dafür gilt das in der Regel angepasste und unterstützende Verhalten der Mädchen.

Gleichzeitig stehen Mädchen viel mehr Möglichkeiten offen, als dies früher der Fall war, auch haben sie mittlerweile gute und hohe Bildungsabschlüsse, sind auf den Gymnasien mit über 55 Prozent vertreten – dennoch sind Frauen in Führungspositionen nach wie vor kaum vertreten und sie verdienen – selbst in gleichen Berufen – weniger als Männer. Die Doppelbelastung mit Haushalt und Kindererziehung bleibt nach wie vor zu großen Teilen an Frauen hängen. Die vielfältigen Rollenangebote führen oft zu einem Zwang allen Rollenerwartungen (Hausfrau, Mutter, berufstätige Frau ...) gleichzeitig gerecht zu werden, was zu einer Überforderungssituation führen kann. Bei Alleinerziehenden potenziert sich dies noch, weil hier häufig noch der Druck der Rolle der Alleinverdienerin hinzu kommt.

Wichtig im Rahmen dieses Vortrags war es dem Gender-Team, aufzuzeigen, dass beide Geschlechter, Männer wie Frauen in dieser Gesellschaft immer noch in Rollenstereotype gedrängt werden, die hartnäckig wirken und die es den verschiedenen Frauen und Männern erschweren, sich frei davon zu verhalten.

Mit dem Gender-Ansatz geht es darum die gesellschaftlich geprägten Unterschiede in den Lebenslagen und Ressourcen von Männern und Frauen wahrzunehmen und zu überlegen, ob und wie diese Zuschreibungen aufgelockert werden können. Erst dadurch können Männer und Frauen sich frei davon verhalten und werden irgendwann in ihrer Vielfalt wahrgenommen. Ebenfalls ist es wichtig, die Wahlfreiheit für Mädchen und Jungen, Männern und Frauen, zu ermöglichen und zu erweitern. Das fängt schon bei der Spielzeugauswahl an und zieht sich durch den ganzen Lebenslauf.

1.2 Geschlecht in Strukturen

Wir haben gesehen, dass die traditionellen Rollenvorstellungen Menschen auf ihre Geschlechterrollen festlegen. Diese Geschlechterrollen unterscheiden sich stark zwischen verschiedenen sozialen Schichten und zwischen verschiedenen Kulturen. Wenn wir Menschen fragen, ob sie wissen, was „männlich“ und was weiblich ist, dann werden die meisten spontan mit „ja“ antworten. Bei Nachfragen, was denn männlicher sei, ein Manager oder ein Fabrikarbeiter, so werden die Antworten auseinander gehen. Im ersten Fall gelten Macht und Reichtum als besonders männlich, während im zweiten Fall körperliche Stärke als wichtiges männliches Attribut angesehen wird. Trotz dieser offensichtlichen Vielfalt von Männern und Frauen haben wir ein kulturell tradiertes Deutungsmuster von Geschlecht, das Frauen und Männer als jeweils homogene Gruppen behandelt. Dieses Deutungsmuster ist tief in soziale Strukturen eingeschrieben – von der Steuergesetzgebung über Frauen – und

Männerberufe bis hin zu Öffnungszeiten von Kindertagesstätten und der Halbtagschule, die voraussetzen, dass die Mütter einen Teil der täglichen Betreuungsleistung erbringen. Auf diese Weise schränken diese Regelungen die Wahlfreiheit von Frauen und Männern ein.¹

Geschlecht in Strukturen

- Kulturell festgelegte Wahrnehmung von Menschen in **duale** Geschlechterrollen.
- Zuschreibung von **gegensätzlichen** Eigenschaften (stark / schwach).
- Zuschreibung von **hierarchischen** Positionen nach Geschlecht.
- Zuschreibung von Geschlecht an Tätigkeiten (Frauen / Männerberufe).
- Prägung von Arbeitskulturen und Organisationsstrukturen.

Dual bedeutet hier, dass gedacht wird, Frauen sind so und Männer sind anders - und es gibt keine dritte Möglichkeit. Gegensätzlich oder auch polar beschreibt die Vorstellung, dass Männer und Frauen eben immer gegensätzlich seien (z.B. stark / schwach oder rational / emotional). Dass Geschlecht hierarchisch organisiert wird, ergibt sich daraus nicht zwingend. Aber noch bis 1977 war es auch im bundesdeutschen Recht so, dass eine Ehefrau ohne die Zustimmung ihres Mannes keine Arbeit aufnehmen durfte. Berufe, in denen überwiegend Frauen arbeiten werden schlechter bezahlt und bieten seltener Aufstiegsmöglichkeiten.

Die herkömmliche Frauenförderung unterstützt Frauen in der Regel im Umgang mit diesen Strukturen, die von den Geschlechtervorstellungen geprägt sind. Währenddessen wirken die ungewollten strukturellen Diskriminierungsmechanismen dieser Strukturen weiter.

Gender Mainstreaming bedeutet, diese Strukturen zu untersuchen und zu überprüfen, ob und wie sie Frauen und Männer einseitig auf bestimmte Rollen festlegen. Mit Hilfe dieses Prinzips können systematisch die Strukturen verändert werden, die zum Beispiel viele Väter von ihren Kindern fernhalten und viele Frauen im Erwerbsleben benachteiligen. Und obwohl Männer meist von diesen Strukturen profitieren, haben sie auch für Männer erhebliche Nachteile: Sie stehen unter einem hohen Erwartungsdruck zu beruflichem Erfolg, das Privat- und Familienleben kommt oft zu kurz und die durchschnittliche Lebenserwartung von Männern ist kürzer als die der Frauen. Eine an den individuellen Bedürfnissen orientierte Neuaufteilung der Aufgaben kommt allen zugute.

1.3 Rechtsgrundlagen für Gender Mainstreaming und Gender Budgeting.

Zudem gibt es eine Reihe rechtlicher Verpflichtungen, die Chancengleichheit der Geschlechter aktiv herzustellen. Auf EU-Ebene haben sich die Mitgliedstaaten im Amsterdamer Vertrag von 1999 zu Gender Mainstreaming auf allen Ebenen und in allen Bereichen verpflichtet (Art. 3, Abs. 2), was auch den Haushalt einbezieht. EU-Fördermittel werden nur noch nach Gender Mainstreaming Kriterien vergeben (vgl. z.B. ESF-

¹ Stiegler, Barbara (2002): Geschlechter in Verhältnissen. Friedrich Ebert Stiftung, Bonn.

Verordnung). In der Bundesgesetzgebung wurde 1993 der Gleichstellungsartikel Art. 3, Abs. 2 im Grundgesetz ergänzt um den Satz: „Es ist Aufgabe des Staates, die Durchsetzung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern zu fördern und Nachteile abzubauen.“ Damit hat sich die Bundesrepublik zu einer aktiven Gleichberechtigungspolitik verpflichtet, die am ehesten mit Gender Mainstreaming umzusetzen ist. In der Gemeinsamen Geschäftsordnung (GGO) von April 2004 ist folgerichtig das Prinzip des Gender Mainstreaming verankert worden. Auf Landesebene wurde mit Ministerratsbeschluss vom 14.11.2000 Gender Mainstreaming für alle Ministerien und Landesbehörden eingeführt. Parallel dazu hat der Landtag in seinem Beschluss vom 25.01.2002 die Landesregierung aufgefordert, Gender Mainstreaming in allen Politikfeldern zu verankern und gezielt umzusetzen (Drucksache 14/346/583). Der Landtag hat in seiner 90. Sitzung am 27.5.2010 beschlossen, Gender Budgeting als haushaltspolitisches Instrument zu verankern (s. Drucksache 15/3913/4548).

1.4 Gender Mainstreaming

Der Begriff Gender Mainstreaming steht somit für die Absicht, die Gleichstellung der Geschlechter auf allen gesellschaftlichen Ebenen durchzusetzen. Der Begriff wurde erstmals 1985 auf der 3. UN-Weltfrauenkonferenz in Nairobi diskutiert und zehn Jahre später auf der 4. Weltfrauenkonferenz in Peking verabschiedet. Wesentlicher Kern von Gender Mainstreaming ist, dass isolierte Frauenprogramme nicht genügend Wirkung entfalten können, wenn viele andere staatliche Aktivitäten weiterhin Benachteiligungen fortschreiben. Außerdem geht es um beide Geschlechter. Das Ziel ist nicht die einseitige Anpassung der Frauen an männliche Lebensweisen, sondern die Erweiterung der Wahlfreiheiten für beide Geschlechter. Nur wenn sich die private Aufteilung der privaten Arbeit und der angenehmen privaten Aufgaben sich ebenfalls ändert kann eine echte Chancengleichheit in allen Bereichen hergestellt werden.

Definition Gender Mainstreaming

Gender Mainstreaming bedeutet, bei allen gesellschaftlichen Vorhaben die unterschiedlichen Lebenssituationen und Interessen von Frauen und Männern von vornherein und regelmäßig zu berücksichtigen, da es keine geschlechtsneutrale Wirklichkeit gibt.

Quelle: Offizielle Homepage der Bundesregierung: www.gender-mainstreaming.net

Dementsprechend ist Gender Mainstreaming ein Instrument der Qualitätsentwicklung und des Qualitätsmanagements. Neu ist, dass alle Beteiligten verantwortlich sind und nicht eine oder auch zwei Personen. Wichtig ist, dass es sich um eine Doppelstrategie von Gleichstellung und Antidiskriminierung handelt. Gleichstellung meint den Ansatz, alle

Regelungen geschlechtergerecht zu gestalten. Bei Antidiskriminierungsmaßnahmen handelt es sich indessen um besondere Maßnahmen, die sich gegen bestehende Benachteiligungen richten. Das bedeutet, dass, wenn beispielsweise festgestellt wird, der Anteil alleinerziehender Frauen in Trier überdurchschnittlich hoch ist, in der Konsequenz spezielle Maßnahmen und Projekte für diese Zielgruppe durchgeführt werden können.

Die Strategie Gender Mainstreaming ersetzt somit nicht die Arbeit von Frauenbeauftragten oder Frauenprojekte oder Projekte für Jungen, Väter, ältere Männer, alleinerziehende Männer usw., sondern ergänzt diese und wirkt strukturell. Barbara Stiegler hat die Strategie sehr anschaulich in einem Bild von einem Zopf verdeutlicht. Besteht kommunales Verwaltungshandeln aus Zopfsträngen wie Machbarkeit, Sachgerechtigkeit und Finanzierbarkeit, so kommt Geschlechtergerechtigkeit als ein weiterer Zopf hinzu. Wichtig ist, dass dies von Beginn an passiert und nicht wie früher, am Ende eines Prozesses die Frauen- oder Gleichstellungsbeauftragte gefragt wird, und sie noch eine Schleife an den Zopf machen kann, den Zopf selbst an sich aber nicht mehr beeinflussen kann.

In der Praxis wird Gender Mainstreaming manchmal darauf reduziert, das dies bedeute, die Interessen und Bedürfnisse von Frauen und Männern, von Mädchen und Jungen zu berücksichtigen. Dies kann jedoch zu einer Verfestigung von Rollenstereotypen führen, wenn beispielsweise sich als Bedürfnis von Mädchen für die Schulhofgestaltung herauskristallisiert, dass sich diese Nischen wünschen – während die Bedürfnisse der Jungen viele große Flächen sind. Es ist immer wichtig, die Gleichstellungsziele im Auge zu behalten. In diesem Fall sollte die Beteiligung die Mädchen zu einer gleichberechtigten Raumanweisung ermutigen, z.B. durch spezielle Mädchenfußballpausen.

1.5 Gender Budgeting

Im Anschluss an Gender Mainstreaming wurde deutlich, dass die Gestaltung von Maßnahmen immer Einfluss auf die Geschlechterverhältnisse haben. Dies gilt besonders für den Finanzhaushalt öffentlicher Verwaltungen. Gender Budgeting ist ein umfassender Ansatz, die Budgetpolitik um die Geschlechterperspektive zu erweitern.

Definition Gender Budgeting (Europarat)

„Gender Budgeting ist eine Anwendung von Gender Mainstreaming im Haushaltsprozess. Es beinhaltet eine geschlechtsbasierte Bestandsaufnahme der Haushalte, die eine Gender-Perspektive auf allen Ebenen des Haushaltsprozesses einschließt und die Einnahmen und Ausgaben umverteilt, um die Geschlechtergleichstellung zu fördern.“

Quelle: ADVISORY COMMITTEE ON EQUAL OPPORTUNITIES FOR WOMEN AND MEN (2003): Opinion on Gender Budgeting.

Der Kern von Gender Budgeting ist ein konsequentes Gleichstellungsmonitoring im Haushalt. Voraussetzung dafür ist die Definition und vorab geführte Diskussion von Gleichstellungszielen für das jeweilige Produkt. Aufgrund einer umfassenden Analyse – die eine ausdifferenzierte Datenlage erfordert - erfolgt eine Bewertung der Gleichstellungswirkung auf das jeweilige Produkt. So kann die Gleichstellungswirkung von Produkten bei zukünftigen Haushaltsentscheidungen berücksichtigt werden. So ist zu vermuten, dass Kinderbetreuungseinrichtungen von vielen Haushaltspolitikerinnen und Haushaltspolitikern in der Vergangenheit vor allem als Freizeiteinrichtung für Kinder gesehen wurden, die ebenso gut durch die Betreuungsarbeit der Mütter ersetzt werden könnten.

Mit einem analytischen Blick auf die allgemeine und die Gleichstellungswirkung von Kindertagesstätten wird deutlich, dass es sich um Bildungseinrichtungen für Jungen und Mädchen handelt, die sie unabhängig von ihrem Elternhaus befähigen, ihre Persönlichkeit zu entwickeln. Die Einrichtungen ermöglichen zudem den Betreuungspersonen, was in den meisten Fällen die Mütter sind, wirtschaftlich selbständig zu sein und dabei ihre Qualifikation zu nutzen und aktuell zu halten. Das ist individuell sinnvoll, weil eine lange Elternzeit die Einkommenschancen verringert und es ist volkswirtschaftlich sinnvoll, weil Deutschland nach den gegenwärtigen Prognosen ein Fachkräftemange droht. Eine Qualitätskennzahl für die einzelnen Kindertagesstätten und eine weiter entwickelte vertragliche Steuerung könnten zudem dafür sorgen, dass die Angebote zukünftig noch besser die formulierten Gleichstellungsziele bewirken. (Vergleiche unten, Ergebnisse der Workshops).

BREDEBUSCH Institut für Kommunikation und Kompetenz

MIG GLEICHSTELLUNG BEWEGEN

Leitfragen der Gender Budgeting Analyse

- **Was charakterisiert die Geschlechterverhältnisse in dem Bereich?**
Welche Zielgruppen? Welche Lebenslagen? Bedarfslagen?
- **Was sind die Gleichstellungsziele unter Berücksichtigung der Geschlechterverhältnisse?** (Zielsystematik)
- **Wem kommen die Produkte zugute?**
(Geschlechterdisaggregierte Nutzungsanalyse)
 - An wen fließen die Mittel? (Aggressionstraining: Überwiegend Männer)
 - Wer hat den Nutzen? (Aggressionstraining: Männer und Frauen)
- **Welche Kennzahlen und Indikatoren eignen sich für das Controlling der Produkte?**
(Monitoring mit Output- und Wirkungsindikatoren)
- **Wie können die öffentlichen Mittel gleichstellungswirksam gesteuert / eingesetzt werden?**
(Nutzung der normalen Haushaltssteuerung, Produktblätter)

Manfred Köhnen und Marion Bredebusch 06/2010 22

Illustration: Folie aus dem inhaltlichen Vortrag von Workshop II

Die Antworten auf die Leitfragen der Gender Budgeting Analyse werden nach der Einführung von Gender Budgeting im Haushaltsprozess verfügbar. Auf diese Weise lassen sich Haushaltsentscheidungen unter Berücksichtigung von mehr fachlichen Informationen abwägen.

Der besondere Nutzen von Gender Budgeting besteht darin, dass die Produkte der Verwaltung besser und passgenauer auf die verschiedenen Zielgruppen von Bürgerinnen und Bürgern angepasst werden. Dies führt zu einem effizienteren und gerechteren Einsatz der knapper werdenden Haushaltsmittel.

1.6 Einführung von Gender Budgeting

Gender Budgeting bedeutet, alle Produkte und den Gesamthaushalt aus der Gleichstellungsperspektive zu überprüfen, die gewonnenen Erkenntnisse über die Zielgruppen für die Gestaltung von Maßnahmen zu nutzen und anhand von Kennzahlen regelmäßig zu überprüfen. Dies ist ein aufwendiges Verfahren. Für eine realistische Planung ist es deshalb notwendig, den Prozess auf mehrere Jahre hin zu planen. Grundlagen für die notwendige Kontinuität bilden verankerte Strukturen. Damit der Prozess erfolgreich durchgeführt werden kann, muss er durch hochrangig angesiedelte Steuerungsstrukturen geführt werden.

Rahmenbedingungen für Gender Budgeting

- Beschlüsse zu Gender Budgeting
- Zielsystem, das Geschlechtergerechtigkeit berücksichtigt
- Top-down Steuerungsstrukturen
- Zusammenarbeit zwischen fachlicher Expertise, Haushaltsexpertise, und Gleichstellungsexpertise

Für den Beginn des Prozesses ist es wichtig, externe Gender-Expertise hinzuzuziehen. Nach der Übertragung des Prozesses auf verschiedene Ämter geht es darum, die Expertinnen und Experten aus der Verwaltung zu befähigen, diesen Prozess selber weiter zu führen. Die grundsätzliche Gender-Sensibilisierung sollte jedoch von externen Gender Teams begonnen werden.

Um Gender Budgeting umzusetzen, gibt es verschiedene Strategien und mögliche Vorgehensweisen. Es gibt keine allgemeingültige Vorgehensweise zur Einführung von

Gender Budgeting in den Haushaltsprozess, weil die Voraussetzungen in den jeweiligen Verwaltungen stark differieren.

Die Wahl der Einführungsstrategie, der Methoden und Instrumente ist abhängig von

- der konkreten Organisation des Haushalts (Doppik, Kameralistik, erweiterte Kameralistik)
- den Steuerungsinstitutionen und Strukturen
- den bestehenden Zielsystemen und den Gleichstellungszielen
- dem Vorwissen und der Sensibilisierung der Beschäftigten zu Gender Mainstreaming
- dem Zusammenspiel von Fachabteilungen und Haushaltsabteilungen
- den konkreten fachlichen Dezernaten / Ämtern
- der Datenlage in den verschiedenen Dezernaten / Ämtern

Im Konzept für die Workshops wurde eine ziel- und wirkungsorientierte Vorgehensweise nahe gelegt, weil diese gut an den bereits eingeführten Produkthaushalt anknüpfen kann. Der Ansatz legt den Schwerpunkt auf Zielsetzungen und die Ermittlung der Wirkungen durch qualitative Zielgruppenanalysen. Gender Budgeting sollte von Anfang an darüber hinaus gehen, für jedes Produkt die Köpfe der Frauen und Männer, der Mädchen und Jungen zu zählen, denen die Produkte zugute kommen. Denn isoliert betrachtet gibt diese Verteilung selten Auskunft über die genaue Gleichstellungssituation und verändert daher auch keine Strukturen. Stattdessen soll ein ziel- und wirkungsorientierter Ansatz dazu führen, dass die Mittel der Stadt in Zukunft zielgruppenorientiert, geschlechtergerecht und effizient eingesetzt werden.

Der Gender Mainstreaming Prozess der Stadtverwaltung Trier befand sich zum Zeitpunkt der Workshops in einem sehr frühen Stadium. Die Workshops konnten nicht auf ein umfangreiches Vorwissen aufbauen.


Für die Einführung von Gender Budgeting waren daher folgende Aspekte von zentraler Bedeutung:


- Entwicklung von Gender-Kompetenz
- Formulierung von Gleichstellungszielen
- Analyse der Gleichstellungswirkungen einzelner Maßnahmen
- Identifikation der notwendigen Daten für die Analyse der Wirkungen
- Erhebung der notwendigen Daten im Haushaltsvollzug (Monitoring)
- Bewertung der Gleichstellungswirkungen ausgewählter Maßnahmen im Rahmen der Haushaltskontrolle
- Die Frage der Platzierung der gleichstellungspolitischen Informationen im Haushaltssystem

Da nicht alle Produkte in einem Haushaltsjahr analysiert werden können, handelt es sich bei der Einführung von Gender Budgeting – wie bereits oben erwähnt - um einen längerfristig angelegten Prozess. Solch ein Prozess hat dann besonders gute Voraussetzungen zum Gelingen, wenn er durch möglichst hochrangige Führungskräfte gesteuert wird. Dafür müssen Strukturen entwickelt werden, in denen haushälterische, fachpolitische und genderorientierte Expertise dauerhaft zusammenarbeiten können.

1.7 Gender Budgeting im Trierer Produkthaushalt: Zielorientierter Ansatz

In Deutschland wurde Gender Budgeting zumeist in kamerale Haushaltssysteme oder in eine erweiterte Kameralistik integriert, wie zum Beispiel in Berlin. Hier wurden für den Beginn der Prozesse vor allem geschlechterdifferenzierende Nutzungsanalysen durchgeführt. Die Leitfrage lautete hier: Wie viele Frauen, wie viele Männer haben das Produkt genutzt, bzw. von dem Titel profitiert? Auf Grundlage der Ergebnisse der Analysen wurden zumeist Ziele formuliert, die darin bestehen, die Frauen- und Männeranteile zu verändern.





Gender Budgeting - Zielunterscheidung

Grundsatzziele	auch allgemeine Ziele oder Leitziele genannt – sind dauerhaft, langfristig und gehen in den Bereich der Visionen - Beispiele: Gleichstellung von Frauen und Männern, Wahlfreiheit für alle, die Würde des Menschen ist unantastbar.
Wirkungsziele (Outcome)	Beschreiben die angestrebte Wirkung von Maßnahmen auf das Interventionsfeld und sind nahe bei den Grundsatzzielen, aber auf das Produkt bezogen, z.B. alle alleinerziehenden Väter und Mütter finden eine qualitativ hochwertige Betreuung für ihr Kind, oder: Verringerung des Anteils von Mädchen und Jungen bei den Hilfen zur Erziehung, oder: Jungen und Mädchen bekommen die gleichen Entfaltungsmöglichkeiten, oder: Den Trierer Vätern und Müttern wird die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erleichtert.
Ergebnisziele (Output)	Sind kurzfristiger, lassen sich zeitlich und inhaltlich operationalisieren und richten sich auf das angestrebte direkte Ergebnis eines Vorhabens der Einrichtungen: Z.B. könnten sie sich das Ziel setzen, die Angebote so zu gestalten, dass sie zu gleichen Anteilen von Jungen und Mädchen genutzt werden. Ein klassisches Output Ziel ist auch das Angebot von XY Kita-Plätzen.
Prozessziele	werden häufig Qualitätsziele oder ‚weiche‘ Ziele genannt – sind die Handlungsbedingungen für das Erreichen der Ergebnisziele und gehen schon in Richtung Methoden, Maßnahmen – Umsetzungsschritte ...

Manfred Köhnen und Marion Bredebusch 06/2010
4

Illustration: Folie aus dem inhaltlichen Vortrag von Workshop II

Damit werden unserer Ansicht nach die Möglichkeiten von Produkthaushalten nicht ausgeschöpft. Produkthaushalte sind ziel- und wirkungsorientierte Haushaltssysteme. Und hier ergänzt Gender Budgeting den Produkthaushalt insofern, als die Wirkungsanalysen und

die Indikatoren auf spezielle Zielgruppen ausgerichtet werden. Auf diese Weise können Produkte – bereits im Vorfeld – gerechter und effizienter gestaltet werden.

In Trier wurde sich daher für ein zielorientiertes Vorgehen entschieden. Dabei wurde zwischen den verschiedenen Zielebenen unterschieden:

- Allgemeine Arbeitsziele des Jugendamtes
- Gleichstellungsziele des Jugendamtes
 - Prozessziele
 - Ergebnisziele (Output)
 - Wirkungsziele (Outcome)
- Konkrete Ziele für Aufgabenbereiche, Produkte und Leistungen
- Konkrete Gleichstellungsziele für Aufgabenbereiche, Produkte und Leistungen
 - Prozessziele

Allgemeine Ziele und Gleichstellungsziele stehen nicht im Gegensatz zueinander. Das Ziel ist die gleichstellungsorientierte Formulierung der allgemeinen Ziele.

Allgemeine Ziele, in denen Gender nicht auftaucht, beherbergen die Gefahr, dass Gender auch nicht mitgedacht wird, d.h. dass eine Geschlechtsblindheit vorliegt, was dazu führt, dass bestehende Ungleichheiten in den Geschlechterverhältnissen nicht wahrgenommen werden. Und dies bedeutet, dass ein Produkthaushalt, der keine Ziele unter dem Gender Blickwinkel beinhaltet – auch nicht die Realität abbildet und somit in Gefahr läuft, Geschlechterstereotypen zu verstärken.

2 Durchführung der Workshops und Ergebnisse

Das Ziel der Veranstaltungsreihe war es, die Entwicklung eines gemeinsamen Verständnisses von Gender und Gender Budgeting zu erreichen. Zudem sollten Instrumente und Methoden von Gender Budgeting kennengelernt werden und exemplarisch auf Produkte oder Titel des Jugendamtes angewendet werden können. Auf der Grundlage dieser Erfahrungen sollten weitere mögliche Vorgehensweisen bei der Implementierung von Gender Budgeting in Trier diskutiert und entwickelt werden.

Die inhaltlichen Vorträge vermittelten die Grundlagen von Gender Mainstreaming und Gender Budgeting, um eine gemeinsame Wissensgrundlage zu schaffen. Die Strategie war schon von der Informationsveranstaltung im Dezember 2009 und aus der Zeitung bekannt, aber der fachliche Bezug war noch undeutlich. Ebenso undeutlich war die Frage, inwieweit die Strategie an das vorhandene Gender-Wissen anknüpft.

Einen Teil der vermittelten Informationen haben wir in der Einführung (Kapitel 2) präsentiert. Eine Herausforderung bestand darin, dass das Beratungsteam vor der Aufgabe stand, in relativ kurzer Zeit mehrere Ziele zu erreichen: Die Qualifizierung und Sensibilisierung der

Mitarbeitenden, die Erarbeitung erster Analyseergebnisse und zugleich die Entwicklung einer Vorgehensweise für das zukünftige Gender Budgeting Verfahren anhand der Erkenntnisse aus den Workshops.

Besonders wichtig war daher ein erkundendes Vorgehen. Es sollte im Laufe des Prozesses gemeinsam mit den Beteiligten entwickelt werden, welcher Weg sich für die Stadtverwaltung Trier anbietet. Dafür musste im Verlauf der Workshops herausgefunden und analysiert werden, wie sich die Situation vor Ort darstellt. Die Workshopreihe wurde daher bewusst offen und prozessorientiert angelegt.

Die drei Workshops wurden so aufgebaut, dass sie sich jeweils auf ein Element von Gender Kompetenz konzentrierten. Die drei Elemente sind: Wollen, Wissen und Können (<http://www.genderkompetenz.info/genderkompetenz/index.html>).

Workshop I – 19. Mai 2010: Wollen

Die Ziele des ersten Termins waren das Verständnis von Gender und Gender Budgeting herzustellen und die Sensibilisierung für die Relevanz von Gender in der Verwaltungsarbeit zu erreichen. Unter anderem ergänzt Gender Budgeting die Zielsteuerung eines modernen Haushalts um den Aspekt der gleichstellungspolitischen Ziele und Wirkungen. Vor dem Hintergrund allgemeiner Gleichstellungsziele sollten fachpolitische Gleichstellungsziele formuliert werden, die als Maßstab für die Analyse der Produkte dienen können.

Der Ablauf des ersten Workshops war folgender:

Workshop I – Wollen - Motivation und Ziele

- Begrüßung und Organisatorisches
- Kreativer Einstieg
- Input – Was ist Gender?
- Positionslinie zu Thesen wie „Ich behandle Männer und Frauen gleich.“
- Input – Was ist Gender Budgeting?
- Herausarbeitung: Was ist das Ziel Ihrer Arbeit insgesamt?
- Herausarbeitung: Allgemeine gleichstellungspolitische Ziele
- Formulierung fachpolitischer gleichstellungspolitischer Ziele – an exemplarisch ausgewählten Produkten in drei Gruppen und Präsentation
- Verteilung von Aufgaben für die drei Produkte zur Weiterarbeit

Workshop II – 10. Juni 2010: Wissen

Im zweiten Termin sollten Instrumente und Methoden des Gender Budgeting vorgestellt werden. Das Ziel war es, ein Verständnis der Gleichstellungswirkungsanalyse herzustellen

sowie eine Übertragbarkeit ihrer Anwendung auf Produkte aus dem eigenen Zuständigkeitsbereich zu ermöglichen. Die ausgewählten Produkte sollten in Gruppenarbeit anhand der verfügbaren Daten analysiert werden. Die exemplarischen Analysen sollten die Zuständigen befähigen, in der Folgezeit weitere oder vertiefende Analysen eigenständig durchzuführen und aufzubereiten. Dieser zweite Workshop war wie folgt aufgebaut:

Workshop II – Wissen – Analysen und Datenbedarf

- Begrüßung
- Kreativer Einstieg: Gruppensoziogramm
- Input: Ziele vom letzten Mal – ergänzt vom Gender-Team
- Input: Wie funktioniert Gender Budgeting?
- Input: Welche Daten sind notwendig?
- Präsentation der Fragen zum Datenbedarf und Nutzer- und Nutzerinnenanalyse anhand des Produkts „Hilfe für Erziehung“
- Ergänzung der beiden weiteren Produkte durch die Erarbeitung in zwei Arbeitsgruppen
- Drei Arbeitsgruppen sichten die Datenlage zur Frage: „Was haben wir – was brauchen wir noch?“
- Herausarbeitung im Plenum: Wie „steuert“ das Jugendamt die Einrichtungen?

Workshop III – 23. Juni 2010: Können

Das Ziel des dritten Workshops war die Verstetigung der Arbeit mit Gender Budgeting. Dabei sollte es um die Sicherung der Ergebnisse und Erfahrungen als positiven Beitrag zur Verwaltungsarbeit gehen. Im zweiten Teil sollten längerfristige Erfahrungen anderer Verwaltungen bei der Implementierung von Gender Budgeting vorgestellt und gemeinsame Perspektiven für den Gender Budgeting Prozess in Trier entwickelt werden. Folgender Ablauf lag dem dritten Workshop zugrunde:

Workshop III – Können – Konkrete Umsetzung in der Zukunft

- Begrüßung und Vorgehensweise
- Arbeit in zwei Arbeitsgruppen – Überarbeitung des Produktblattes „Hilfe für Erziehung“ zur Zielgruppe, Ziele, Steuerung sowie Kennzahlen/Indikatoren
- Präsentation der Arbeitsgruppenergebnisse im Plenum
- Perspektiven der Weiterarbeit und Implementierung von Gender Budgeting bei der Stadtverwaltung Trier anhand der Erfahrungen des Jugendamts und der anderen Beteiligten
- Präsentation eines Leitfadens zur Weiterarbeit und Übertragbarkeit

Bevor die Ergebnisse der Workshops vorgestellt werden, ist noch wichtig zu betonen, was die prozessorientierte Vorgehensweise innerhalb nur weniger Wochen bedeutete. Die Bereitschaft und das Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Jugendamts zur Mitarbeit waren sehr hoch. Zugleich gab es eine hohe allgemeine Arbeitsbelastung. Deshalb war es nicht möglich, zwischen den Workshops die vorliegenden Daten umfassend aufzubereiten. Dies ist insofern bedauerlich, als genauere Analysen bei der Formulierung von noch konkreteren Zielen hilfreich gewesen wären. Bei späteren Workshopreihen sollte mehr Zeit zwischen den Terminen verstreichen, so dass genauere Analyse durchgeführt werden können.

Die Workshops fanden in einer kritischen, aber sehr konstruktiven Arbeitsatmosphäre statt. Besonders der wertschätzende Umgang und die ämterübergreifende Arbeit waren ein Gewinn. Zugleich wurde immer wieder gefordert, dass Ressourcen und Freistellungen notwendig sind, da die Arbeit an Produkten und die Analyse der Daten sowie die Abbildung der daraus abzuleitenden Ziele einen zusätzlichen Zeitaufwand bedeuten.

Bei dem beteiligten Jugendamt und den ebenfalls beteiligten Akteurinnen und Akteuren aus der Gleichstellungs- und Haushaltspolitik wurde der Mehrwert für die Arbeit der Verwaltung erkannt. Dieser besteht erstens darin, die fachliche Expertise und die Kenntnisse über die Geschlechterverhältnisse zu systematisieren und so die fachliche Arbeit zu verbessern. Zweitens liegt ein Mehrwert darin, den Produkthaushaltsprozess zu vertiefen und zu verstetigen. Und drittens besteht ein Mehrwert darin, dass die Bekanntheit der neuen Zielsysteme gesteigert werden kann und diese im Rahmen von Gender Budgeting beteiligungs- und gleichstellungsorientiert weiter entwickelt werden können.

2.1 Ergebnisse der Workshops

Nach dieser Präsentation der Ziele und des Ablaufs der Workshops werden im Folgenden nun die Ergebnisse vorgestellt:

2.1.1 WS I: Ergebnisse Zielfindungsprozess

Im Folgenden werden die inhaltlichen Ergebnisse des Zielfindungsprozesses abgebildet, die im Rahmen des ersten Workshops mit allen Beteiligten erarbeitet wurden. Im Anschluss daran wurden vom Gender-Team die Ziele anhand von Vorwissen und Recherchen ergänzt und in die vorher vorgestellten Zielkategorien (s.o.) differenziert. Diese wurden dann mit den Beteiligten nochmals besprochen, um eine gemeinsame Grundlage zu haben. Die drei bearbeiteten Produkte wurden in Abstimmung mit dem Jugendamtsleiter Herrn Hettinger im Vorfeld ausgewählt.

Als Grundsatzziele des Jugendamtes wurden folgende Ziele herausgearbeitet:

GG Art 1 Die Würde des Menschen ist unantastbar	GG Art 2 Freie Entfaltung der Persönlichkeit	GG Art 3 Männer und Frauen sind gleichberechtigt. Diskriminierungsfreiheit	GG Art 6 Schutz von Ehe und Familie	GG Art 12 Freiheit der Berufswahl	
Sicherung des Kindeswohls für Jungen und Mädchen	Stabile Familien	Chancengleichheit für Frauen und Männer und unabhängig von der Herkunft	Selbstbestimmtheit	Eigenverantwortung	
Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Männer und Frauen	Vereinbarkeit von Familie und Beruf für alleinerziehende Väter und Mütter	Erhöhung des Anteils der Väter an der Familienarbeit – aktive Väter	Ansehen der familiären Betreuungsaufgaben stärken	Wahlfreiheit – unabhängig vom Geschlecht	Ansehen der Erziehungsarbeit stärken
Erziehungskompetenz für Väter und Mütter	Gleiche Bildungschancen für Jungen und Mädchen – unabhängig von der Herkunft	Bedarfsgerechte Lösungen	Menschenwürdige Pflege für Frauen und Männer		

Diese allgemeinen Ziele wurden dann für die einzelnen Produkte konkretisiert.



Institut für
Kommunikation
und Kompetenz

MK GLEICHSTELLUNG BEWEGEN

Ziele für das Produkt – Hilfe zur Erziehung

- Bedarfsgerechte und differenzierte Leistungsangebote (= immer Einzelfallabhängig!)
Leitfragen für die Zielerreichung:
 - Was brauchen Jungen bzw. Mädchen?
 - Wie berücksichtigen wir den hohen Anteil alleinerziehender Mütter?
 - Was brauchen Eltern (Paare, Väter, Mütter) / Alleinerziehende (Väter, Mütter)?

- Geschlechtergerechte Leistungsangebote
 - Familiärer Bereich
 - Geschlechterspezifische alternative Leistungsangebote für Jungen und Mädchen, Väter und Mütter. (Hintergrund des Ziels - Analyse: Hoher Jungenanteil in Heimen und ambulanten Hilfen)
 - Fachlicher Bereich
 - Geschlechterbezogene Auswahl der Leistungserbringer
 - Erhöhung des Anteils männlicher Fachkräfte
 - Genderkompetenz der Fachkräfte – im Jugendamt und bei Trägern

Manfred Köhnen und Marion Bredebusch 05/2010

60

Das Gender-Team ergänzte dann im Anschluss an den ersten Workshops diese Ziele und stellte sie im zweiten Workshop noch einmal vor um zu klären, ob dies für das Jugendamt dann stimmig war. Folgende zwei Grundsatzziele wurden hierzu exemplarisch für diesen Bericht ausgewählt:

Ergänzte Ziele für das Produkt: Hilfe zur Erziehung

Allgemeine Ziele / Grundsatzziele	Ergebnisziele/Wirkungsziele
Sicherung des Kindeswohls von Mädchen und Jungen	Bedarfsgerechte und differenzierte Leistungsangebote (=immer einzelfallabhängig), die Jungen und Mädchen jeweils gerecht werden
Förderung der Erziehungskompetenz von Vätern und Müttern	Bedarfsgerechte und differenzierte Leistungsangebote (= immer einzelfallabhängig) für - ggf. allein erziehende - Mütter und Väter

Außerdem wurden bereits Überlegungen angestellt, wie die Produkte gestaltet werden müssten, um die oben genannten Ziele zu erreichen.

Als erste Prozessziele wurden festgehalten:

- Geschlechtergerechte alternative Leistungsangebote für Jungen und Mädchen
- Erhöhung des Anteils männlicher Fachkräfte
- Auswahl der Leistungserbringer nach personeller Vielfalt
- Genderkompetenz der Fachkräfte
- Spezielle Angebote für große Anzahl allein erziehender Mütter

Auf gleiche Weise wurde bei dem Produkt Jugendarbeit vorgegangen. Hier finden Sie zunächst alle von der Gruppe im ersten Workshop erarbeiteten Ziele für das Produkt Jugendarbeit:

Ziele für das Produkt: Jugendarbeit

- Vermittlung von persönlicher, sozialer, kultureller Kompetenz
 - Stärkung der sozialen Kompetenz von Jungen
 - Aufbrechen von Rollenklischees
 - Förderung des interkulturellen Verständnisses auch für geschlechtsspezifische Verhaltensweisen
- Entwicklung von Eigenverantwortung und gesellschaftlicher Mitverantwortung
 - Schaffung gleichberechtigter Handlungsfelder für gesellschaftliche Mitwirkung
- Entwicklung der Förderung eines positiven Lebensgefühls
 - Stärkung des Selbstwertgefühls und Selbstwirksamkeit für Mädchen und Jungen
- Einmischung im Interesse von und unter Beteiligung der Kinder und Jugendlichen
 - Einbindung von Jungen und Mädchen in Beteiligungsverfahren
 - Einbeziehung des Gleichstellungsgedankens im Hinblick auf Mädchen und Jungen sowie Kinder und Erwachsene
- Entwicklung geschlechtsspezifischer Identität
 - Abbau von geschlechtsspezifischen Vorurteilen

Auch diese Ziele wurden nach dem ersten Workshop von Manfred Köhnen und Marion Bredebusch in die verschiedenen Zielkategorien differenziert und dann ergänzt und im zweiten Workshop mit der Gruppe besprochen.

Ergänzte Ziele für das Produkt: Jugendarbeit

Allgemeine Ziele / Grundsatzziele	Ergebnisziele/Wirkungsziele
Persönlichkeitsentwicklung: Entwicklung der Förderung eines positiven Lebensgefühls für Mädchen und Jungen	Stärkung des Selbstwertgefühls und Selbstwirksamkeit für Mädchen und Jungen Mädchen und Jungen werden sich ihrer jeweiligen besonderen und gemeinsamen Stärken bewusst
Entwicklung geschlechtsbewusster Identität	Bewusstsein über das eigene ‚Mann-Sein-werden‘ und ‚Frau-Sein-werden‘ Aufbrechen von Rollenklischees Bewusstwerdung von Vorurteilen und Abbau von geschlechtsspezifischen Vorurteilen
Entwicklung sozialer und kultureller Kompetenz von Mädchen und Jungen	Mädchen und Jungen besitzen soziale und kulturelle Kompetenz Mädchen und Jungen können geschlechtsspezifische Verhaltensweisen vor einem interkulturelles Verständnis verstehen
Allgemeine Ziele / Grundsatzziele	Ergebnisziele/Wirkungsziele
Entwicklung von Eigenverantwortung und gleichberechtigter gesellschaftlicher Mitverantwortung	Gleiche Zugangschancen für Mädchen und Jungen Einbindung von Jungen und Mädchen zu gleichen Teilen und zu gleicher Qualität in Beteiligungsverfahren
Ermöglichung von Vielfalt Ermöglichung von Vielfalt	Vielfältige Angebote, um Jungen und Mädchen in ihrer Vielfalt gerecht zu werden Vielfältige Vorbilder, um beiden Geschlechtern adäquate Vorbilder zu bieten Vielfalt in der Aufgabenverteilung des Personals Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter besitzen Genderkompetenz und können so Mädchen und Jungen in ihrer Vielfalt gerecht werden
Einmischung im Interesse von und unter Beteiligung der Kinder und Jugendlichen	Einbeziehung des Gleichstellungs--gedankens im Hinblick auf Mädchen und Jungen sowie Kinder und Erwachsene Schaffung gleichberechtigter Handlungsfelder für gesellschaftliche Mitwirkung

Auch zum Produkt Jugendarbeit wurden ansatzweise bereits Prozessziele herausgearbeitet, die auch als Maßnahmen bezeichnet werden könnten:

- Förderung des interkulturellen Verständnisses auch für geschlechtsspezifische Verhaltensweisen
- Einbindung von Jungen und Mädchen in Beteiligungsverfahren
- Vermittlung persönlicher, sozialer, kultureller Kompetenz an Mädchen und Jungen
- Stärkung der sozialen Kompetenz von Jungen
- Stärkung der sozialen Kompetenz von Mädchen

Es wurde beim zweiten Workshop festgestellt, dass zusätzlich zu den ergänzten Zielen noch eine Ergänzung erfolgen müsse. In der Gruppe wurde festgestellt, dass Ziele zu den Zielgruppen Väter und Mütter und allein erziehende Väter und Mütter formuliert werden sollten.

Mit dem Produkt „Tageseinrichtungen für Kinder“ wurde in der gleichen Form vorgegangen. Hier sind die ergänzten Ziele exemplarisch abgebildet.

Ergänzte Ziele für das Produkt: Tageseinrichtungen für Kinder

Allgemeine Ziele / Grundsatzziele	Ergebnisziele/Wirkungsziele
Erziehung und Bildung von Mädchen und Jungen zu freien, selbstbewussten, eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten ohne Einengung auf Rollenstereotype Geschlechtergerechte Betreuung von Mädchen und Jungen	Gleiche Zugangschancen zu KiTas für Mädchen und Jungen gleiche Zugangschancen zu Bildungsangeboten in KiTas für Mädchen und Jungen gleiche Schulfähigkeit und Schulreife für Mädchen und Jungen
Ermöglichung von Vielfalt	vielfältige Bildungsangebote, um Jungen und Mädchen in ihrer Vielfalt gerecht zu werden Vielfältige Vorbilder, um beiden Geschlechtern adäquate Vorbilder zu bieten Vielfalt in der Aufgabenverteilung Erzieherinnen und Erzieher besitzen Genderkompetenz und können so Mädchen und Jungen gerecht werden
Gewährleistung guter Rahmenbedingungen für (alleinerziehende) Frauen und Männer zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf	alleinerziehenden Männern und Frauen sowie anderen Müttern und Vätern wird die Berufstätigkeit ermöglicht

Bereits erarbeitetes Prozessziel:

- Schaffung vielfältiger Bildungsangebote, um Jungen und Mädchen in ihrer Vielfalt gerecht zu werden.

2.1.2 WS II Ergebnisse der Analysen für die einzelnen Produkte

Bereits bei den Ergebnissen von Workshop I wurde zum Teil vorweggenommen, was im Workshop zwei noch mal besprochen wurde. Die im Workshop I erarbeiteten Ziele waren vom Gender-Team ergänzt, in die passenden Zielkategorien differenziert und vorgestellt worden. Dies stieß in der Gruppe auf Zustimmung, so dass es als Gruppenergebnis gelten kann. Zudem wurde festgestellt, dass die Produktbeschreibungen für „Tageseinrichtungen für Kinder“ und „Jugendarbeit“ um die Zielgruppen der (allein erziehenden) Väter und Mütter ergänzt werden müsste (s.o.).

Nun wurde zu den drei Produkten der **Datenbedarf** ermittelt. Für jedes Produkt wurde die Frage gestellt: Wie kann bei diesem Produkt eine **Nutzer- und Nutzerinnenanalyse** durchgeführt werden und welche Daten sind notwendig für ein Abbild der Geschlechterverhältnisse? Wie sind diese ermittelbar?

Um diese Aufgabe überschaubar zu machen, zeigte dies das Gender-Team exemplarisch anhand des Produktes Hilfe zur Erziehung.

Allgemeine Ziele / Grundsatzziele	Ergebnisziele/Wirkungsziele	Datenbedarf/ Nutzer- und Nutzerinnenanalyse Rot – Repräsentationen – grün – Ressourcen – blau - Realitäten	Erfassung der Daten/ für ein Abbild der Geschlechterverhältnisse
Sicherung des Kindeswohls von Mädchen und Jungen	Bedarfsgerechte und differenzierte Leistungsangebote (=immer einzelfallabhängig), die Jungen und Mädchen jeweils gerecht werden	<p>Wie viele Mädchen / Jungen (Alter, Migration) sind in der sozialpädagogischen Schülerhilfe / Vollzeitpflege/ Heimerziehung?</p> <p>Wieso kommt es zu diesem höheren Jungenanteil? (Auffälligkeit, Verhalten ...)</p> <p>Was brauchen Jungen / Mädchen?</p> <p>Wie fühlen sich Mädchen/Jungen in den jeweiligen Betreuungsformen?</p>	<p>Zahlen</p> <p>Umfassende Analyse</p> <p>Befragung</p> <p>Befragung</p>
Förderung der Erziehungskompetenz von Vätern und Müttern	Bedarfsgerechte und differenzierte Leistungsangebote (= immer einzelfallabhängig) für - ggf. allein erziehende - Mütter und Väter	<p>Wie viele Mütter, Väter (Alter, Migrationshintergrund, Familienstand) sind in der sozialpädagogischen Familienhilfe /...?</p> <p>Was brauchen Eltern (Paare, Väter, Mütter) / Alleinerziehende (Väter, Mütter)?</p> <p>Welche Angebote gibt es für den hohen Anteil der alleinerziehender Müttern?</p> <p>Welche Angebote gibt es speziell für Väter?</p> <p>Welche Angebote für Väter und Mütter gibt es, um ihr Rollenverhalten zu reflektieren?</p>	<p>Zahlen</p> <p>Befragung</p> <p>Befragung – Beobachtung Analyse der Zielgruppe</p> <p>Zahlen</p> <p>Zahlen</p>

In zwei Kleingruppen wurden nun der Datenbedarf und die Erfassung der Daten zu den zwei weiteren Produkten ermittelt.

Allgemeine Ziele / Grundsatzziele	Ergebnisziele/ Wirkungsziele	Datenbedarf/ Nutzer- und Nutzerinnenanalyse	Erfassung der Daten/ für ein Abbild der Geschlechterverhältnisse
Entwicklung geschlechtsbewusster Identität	Bewusstsein über das eigene ‚Mann-Sein-werden‘ und ‚Frau-Sein-werden‘ Aufbrechen von Rollenklischees Bewusstwerdung von Vorurteilen und Abbau von geschlechtsspezifischen Vorurteilen	Wie sehen / fühlen sich Mädchen und Jungen in ihrer Geschlechterrolle und interkulturellem Verständnis? Welche Angebote haben wir, um Rollenklischees abzubauen? Welche Rollenklischees existieren •Bei Jungen/Mädchen •Bei (alleinerziehenden) Vätern/Müttern •Bei Fachkräften (m/w.)? •Welche Angebote gibt es, um die Rollenklischees aufzubrechen?	Befragung (Jungen /Mädchen, Väter/Mütter, Einrichtungen) – ? Beobachtung – -
Entwicklung sozialer und kultureller Kompetenz von Mädchen und Jungen	Mädchen und Jungen besitzen soziale und kulturelle Kompetenz Mädchen und Jungen können geschlechtsspezifische Verhaltensweisen vor einem interkulturelles Verständnis verstehen	Wie sehen / fühlen sich Mädchen und Jungen in ihrer Geschlechterrolle und interkulturellem Verständnis? Welche Angebote haben wir, um Rollenklischees abzubauen?	Befragung (Jungen /Mädchen, Väter/Mütter, Einrichtungen) – ?
Einmischung im Interesse von und unter Beteiligung der Kinder und Jugendlichen	Einbeziehung des Gleichstellungsgedankens im Hinblick auf Mädchen und Jungen sowie Kinder und Erwachsene Schaffung gleichberechtigter Handlungsfelder für gesellschaftliche Mitwirkung	Welche Foren für gesellschaftliche Mitverantwortung gibt es? Von wem werden sie wie genutzt?	Zahlen („Köpfe zählen“) + Analyse +
Entwicklung von Eigenverantwortung und gleichberechtigter gesellschaftlicher Mitverantwortung	Gleiche Zugangschancen für Mädchen und Jungen Einbindung von Jungen und Mädchen zu gleichen Teilen und zu gleicher Qualität in Beteiligungsverfahren		
Ermöglichung von Vielfalt	Vielfältige Angebote, um Jungen und Mädchen in ihrer Vielfalt gerecht zu werden Vielfältige Vorbilder, um beiden Geschlechtern adäquate Vorbilder zu bieten Vielfalt in der Aufgabenverteilung des Personals Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter besitzen Genderkompetenz und können so Mädchen und Jungen in ihrer Vielfalt gerecht werden	<i>Ergänzungen wurden mündlich vom Gender-Team eingebracht:</i> •Welche Angebote gibt es für wen? •Inwieweit sind sie für Jungen und Mädchen verschiedener Altersgruppen mit verschiedenem kulturellem Hintergrund attraktiv? •Welche Aufgaben übernehmen Sozialpädagoginnen, welche Sozialpädagogen? •Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gibt es auf welchen Hierarchieebenen? •Wer hat welche Schulungen/Tagungen besucht? •Wie lang waren die Schulungen? •Bei welchem Team?	+ / - liegt nicht vor Zahlen – auch Migration und Alter Eigene Reflexion Zahlen Nachweise

Die jeweiligen Markierungen mit einem Pluszeichen und einem Minuszeichen bedeuten die Erkenntnisse über die Datenlage:

Plus bedeutet – Daten liegen vor / müssten ggf. zusammengestellt werden.

Minus bedeutet – Daten liegen nicht vor – müssen besorgt werden.

Das zweite Gruppenergebnis für die Tageseinrichtungen für Kinder war folgendes:

Allgemeine Ziele / Grundsatzziele	Ergebnisziele/Wirkungsziele	Datenbedarf/ Nutzer- und Nutzerinnenanalyse	Erfassung der Daten/ für ein Abbild der Geschlechterverhältnisse
Geschlechtergerechte Betreuung von Mädchen und Jungen	Gleiche Zugangschancen zu Kitas für Mädchen und Jungen Gleiche Zugangschancen zu Bildungsangeboten in Kitas für Mädchen und Jungen Gleiche Chancen für die Herstellung der Schulfähigkeit und Schulreife für Mädchen und Jungen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie viele Mädchen und Jungen (nach Altersgruppe, Migration, (Familienstand), Förderbedarf ...) sind in Kitas? • Wie viele Anteile in Gesamtbevölkerung? • Wie viele Mädchen und Jungen (Migration) nehmen an Sprachförderung teil? • Wie viele Mädchen und Jungen (Migration) werden vor Einschulung zurückgestellt? • Wie viele KiTa Plätze <ul style="list-style-type: none"> - für 3-6 Jährige (M/J) - für U-3 Jährige (M/J) in welchen Angebotsformen gibt es? • Wie viele interkulturelle Fachkräfte (m/w) gibt es in den Kitas? • Wie viele Sprachförderangebote (M/J) gibt es? • Welche Qualifikation (auch Gender) haben die Sprachförderkräfte? • Wie viele Angebote zum Übergang ‚KiTa-Schule‘ werden für M/J angeboten? 	Zahlen + Schätzwert + Liegt vor + Zahlen + Analyse der Herkunftsfamilien / Sozialraum / Befragung Beobachtung Zahlen + Zahlen + + + + +
Gute Rahmenbedingungen für (alleinerziehende) Frauen und Männer zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf	(alleinerziehenden) Männern und Frauen die Berufstätigkeit ermöglichen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie viele Frauen und Männer sind Eltern / Alleinerziehend und berufstätig? • Wie viele M und F (Eltern) wollen Beruf und Familie vereinbaren? <ul style="list-style-type: none"> • Wie viele haben dabei ein Problem? • Wie viele Betreuungsangebote für Kinder gibt es? (Öffnungszeiten, Plätze, ErzieherInnen) <p>(Was ist das eigentlich – Vereinbarkeit von Familie und Beruf?)</p>	Zahlen + (1 Jahrgang) Befragung + +

Die jeweiligen Markierungen mit einem Pluszeichen und einem Minuszeichen bedeuten auch hier wieder die Erkenntnisse über die Datenlage:

Plus bedeutet – Daten liegen vor / müssten ggf. zusammengestellt werden.

Minus bedeutet – Daten liegen nicht vor – müssen besorgt werden.

Da bei diesem Produkt die Datenlage am besten war, wurde sich dafür ausgesprochen, für das weitere exemplarische Vorgehen im Workshop III nur noch mit dem Produkt Tageseinrichtungen für Kinder zu arbeiten.

Im Workshop II wurde dann im weiteren Verlauf anhand des Produkts Tageseinrichtungen versucht zu klären, welche Steuerungsmöglichkeiten das Jugendamt auf die Tageseinrichtungen verschiedenster Art hat. Diese aktive Einflussnahme in Verbindung mit Gender konnte gekoppelt werden mit dem Ansatz des Qualitätsmanagement, in dessen Zusammenhang eine Steuerung über Berichte etc. bereits erfolgt.

Wichtige Ergebnisse / Erkenntnisse im Rahmen der Durchführung:

Besonders wichtig war, dass es aufgrund der engen Zeit zwischen den Workshops nicht möglich war, genaue Datenanalysen wirklich durchzuführen, so dass die Ergebnisse auf informierten Schätzungen basieren, die der Expertise der Mitarbeitenden zu verdanken sind. Damit trotzdem die Ebene des Könnens erreicht werden konnte und die Teilnehmenden zur Anwendung der Prozessschritte befähigt werden konnten, wurde aus den drei Produktblättern eines ausgewählt und vertieft bearbeitet. Dieses Produkt war, wie oben schon fachlich begründet wurde, das Produkt „Tageseinrichtungen für Kinder“.

2.1.3 WS III Konkrete Ergebnisse und Perspektiven

Im Rahmen des Workshop III wurde das Produktblatt Tageseinrichtungen im Rahmen von zwei fachlich begleiteten und moderierten Arbeitsgruppen erarbeitet. Hier war die besondere Herausforderung sich aufgrund der Menge der Zielsetzungen, die im Vorfeld erarbeitet wurden, die wichtigsten herauszufiltern und diese in das Produktblatt aufzunehmen.

Folgende Ziele wurden ausgewählt:

- Förderung der Entwicklung des Kindes zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit *ohne Einengung auf Geschlechterrollenstereotype*
- *Gleiche Zugangschancen zu KiTas für Jungen und Mädchen*
- *Gleiche Zugangschancen zu Bildungsangeboten in KiTas für Jungen und Mädchen*
- *Ermöglichung von Vielfalt*
- Unterstützung und Ergänzung der Erziehung und Bildung *für erziehungsberechtigte Frauen und Männer in ihrer Vielfalt;*
- Hilfe zur Vereinbarung von Familie und Beruf *unter Berücksichtigung der Lebenssituation allein erziehender Väter und Mütter;*
- Bedarfsgerechter *Ausbau der Tagesbetreuung zur Ergänzung und Unterstützung der Erziehung.*

Wären alle Ziele ausgewählt worden, wäre der Haushalt später zu unübersichtlich.

Um langfristig Gender im Haushalt etablieren zu können, musste dies nun bei den Kennzahlen abgebildet werden.

Wie viele Kennzahlen brauchen wir? Wie viele können wir uns zumuten? Was ist wichtig? Worauf verzichten wir? Wie lange bleibt es übersichtlich? Das waren Fragen, die zwischen den Beteiligten angeregt diskutiert wurden.

Auf folgende Kennzahlen wurde sich schließlich geeinigt:

- Bestand Mädchen und Jungen in KiTas
- U3-Mädchen- und Jungen-Versorgungsquote KiTaplätze
- Betreuungsangebot für Mädchen/Jungen von 0-14 in Randzeiten (noch zu definieren)
- Betreuungsangebot für Mädchen/Jungen von 0-14 in Ferienzeiten
- Geschlechtergerechtigkeit der KiTas anhand eines noch zu entwickelnden Qualitätsindex (Punktecatalog)

Das gesamte überarbeitete Produktblatt – im Vergleich zum ursprünglichen Produktblatt - ist im Anhang abgebildet.

Zudem wurde vom Gender-Team aufgrund der Erfahrungen in den Workshops ein Leitfaden für die Produktanalyse erstellt und der Gruppe präsentiert, der die eigenständige Arbeit am Produkthaushalt vereinfachen soll und mit dessen Hilfe die Teilnehmenden dazu befähigt werden sollen, die Produktblätter eigenständig zu erarbeiten. Dieser muss noch anhand der Arbeit mit anderen Ämtern auf die Übertragbarkeit hin überprüft werden und ist ebenfalls im Anhang abgebildet.

2.1.3.1 Perspektiven: Qualifizierung Produkthaushalt

Im Rahmen der Analysen zu den Produkten wurde in der Arbeit mit den Produktblättern deutlich, dass die neu eingeführte Haushaltssystematik noch nicht bei allen Beschäftigten bekannt ist. Hier ist ein beteiligungsorientierter Prozess notwendig, der es den Mitarbeitenden ermöglicht, sich die neue Systematik anzueignen und ihre fachliche Expertise dabei einzubringen. So könnte das Controlling fachlich weiter entwickelt werden, indem Ziele und Kennzahlen überarbeitet würden. Der Gender Budgeting Prozess hätte an dieser Stelle den doppelten Nutzen: Zum einen die Bekanntheit und die Akzeptanz des Produkthaushalts zu erhöhen und zugleich die Haushaltsmittel gerechter und zielgruppenorientierter zu steuern.

Aus den Erfahrungen der Workshops und um den weiteren Prozess in Trier gut begleiten zu können, wurde mit den Teilnehmenden daran gearbeitet, wurden Perspektiven der Weiterarbeit entwickelt – sowohl für das Jugendamt als auch für die Stadt Trier.

Für das Jugendamt wurden folgende Perspektiven entwickelt:

Zusammenhänge Prävention und Geld abbildbar?	Änderungen sind mit Arbeit verbunden	Dynamischer Prozess – immer wieder neu	Ergebnisse publik machen
Weitere Präventionsmöglichkeiten → bei anderen Angeboten Geld sparen	Bereich Datenerhebung / Datenanalyse muss geändert werden	Dynamischer fortlaufender Prozess – immer wieder neu	Ergebnisse kommunizieren
Können nicht als 'freiwillige Ausgabe' gestrichen werden, wenn Zusammenhang klar	Personelle Ressourcen für die Umsetzung	Wenn alle Produkte durch sind, wieder neu anfangen	Dokumentation Ende August
→ Mehr Wirkung	1 Person für das Jugendamt		
Korrelation oft hypothetisch			

Für die Stadtverwaltung gab die Projektgruppe folgende Empfehlungen ab:

Struktur schaffen	Gender verankern		Klare Zielsetzung der Stadt notwendig	
Projektgruppe für: Einführung	Gender- Bewusstsein	Gender-Check	Rat mit ins Boot holen	Konzept 2025+ auf Ziele herunterbrechen
Steuerungsgruppe – steuert und passt an	Gender stärker als Querschnittsthema verankern	Vorgabe Gender- check bei Investitionen und Verwaltungs- handeln	Wo will die Stadt überhaupt hin?	Ziel: Alle Produkte sind im Haushalt 'gegendert' – ins Konzept 2025 aufnehmen
Eine zentrale Person für die erhobenen Daten → evtl. Amt für Stadtentwicklung und Statistik – als Standardsicherung	Bewusstsein muss geschaffen werden		Was wollen wir uns in Zukunft leisten?	Teilziele formulieren für 'gegenderten' Haushalt – ein Bereich nach dem anderen
Geschlechterdiffe- renzierte Daten als Standard	Alle mit ins Boot holen	Team 'gegendert'	Visionen sind zu weit entfernt von Zielen	Jedes Jahr einen neuen Bereich

Hieran lehnen sich auch die nun im Folgenden aufgelisteten Empfehlungen an, wobei Erfahrungen anderer Prozesse und Empfehlungen aus der Literatur Eingang finden.

3 Empfehlungen für die Einführung von Gender Budgeting

Die Trierer Vorgehensweise bei der Einführung von Gender Budgeting weicht von den Empfehlungen ab, die in der Literatur gegeben werden. Gewöhnlich lautet die Empfehlung, **zuerst** ein Einführungskonzept zu entwickeln, die Umsetzung dieses Konzeptes in einem grundsätzlichen Beschluss über die Einführung zu beschließen, Steuerungsstrukturen zu etablieren und Gleichstellungsziele zu formulieren.

Pilotprojekte werden gewöhnlich von diesen Steuerungsstrukturen beschlossen und anschließend ausgewertet. Es ist aber ein verständlicher Wunsch, zunächst Erfahrungen mit der Strategie zu sammeln, **bevor** ein Beschluss gefällt wird. Aus der Beratungsperspektive stellen wir zudem fest, dass uns die Workshopreihe sehr viel mehr Informationen und Erfahrungen eröffnet hat, als es im Rahmen von vorbereitenden Gesprächen möglich gewesen wäre. Auf diese Weise sind wir nun in der glücklichen Lage, Empfehlungen formulieren zu können, die sehr konkret auf die Situation der Stadtverwaltung Trier zugeschnitten sind. Damit andere Kommunen von den Trierer Erfahrungen profitieren können, werden wir im zweiten Teil dieses Kapitels allgemeinere Empfehlungen zur Einführung von Gender Budgeting in rheinland-pfälzischen Kommunen aus dem Trierer Prozess ableiten.

3.1 Trier: Gender Budgeting und Qualifizierung des Produkthaushaltes

Die Stadtverwaltung Trier befindet sich gegenwärtig in einem umfassenden Reformprozess, der gute Anknüpfungspunkte für Gender Budgeting bietet. Mit der Einführung des Produkthaushalts ist die Umstellung auf das Neue Steuerungsmodell insgesamt verbunden. Dieses Steuerungsmodell hat die folgenden wesentlichen Elemente:

- Neue [Verantwortungsteilung](#) zwischen Politik und Verwaltung, die Politik formuliert Wirkungsziele und bewilligt das Budget. Die Verwaltung leitet daraus die notwendigen Leistungen und Produkte ab und organisiert deren Erstellung.
- Für [Zielklarheit und -transparenz](#) werden von der Politik (strategische) Grundsatzziele und ein Leitbild formuliert, woraus sich die konkreten (operativen) Ergebnisziele ableiten lassen.
- [Output-](#) und [Outcome-Steuerung](#) erfolgt mittels des Produkthaushalts, in dem neben den Kosten auch mit Hilfe von Kennzahlen die Wirkungen abgebildet werden.
- Dazu gehört neben den Kennzahlen im Produkthaushalt ein [Controlling](#) und Berichtswesen, das darüber hinausweisende Informationen bereithält.

(vgl.: www.olev.de)

Wie in den meisten Fällen wurde auch in Trier mit der Einführung des Produkthaushalts und der Neuorganisation in der Haushaltsabteilung begonnen. Dieser Prozess ist abgeschlossen, befindet sich aber in einer Optimierungsphase. Das bedeutet vor allem, dass die

Funktionsweise des neuen Haushaltssystems an diejenigen kommuniziert werden muss, die zukünftig von den Vorteilen profitieren sollen: Die ehrenamtlichen Politikerinnen und Politiker und die Fachverantwortlichen, die mit dem Produkthaushalt dezentrale Haushaltsverantwortung übernommen haben. Die Fachverantwortlichen stehen zudem vor der neuen Aufgabe, wirkungsorientierte Kennzahlen zu entwickeln, die fachlich sinnvoll sind und von den Politikerinnen und Politikern bei den Haushaltsverhandlungen genutzt werden können. (vgl.: <http://www.kgst.de/themen/finanzmanagement/haushaltsplanung-und-bewirtschaftung/politische-steuerung.dot>). Zudem erscheint es uns notwendig, dass es noch einen beteiligungsorientierten Prozess geben sollte, in dem das Leitbild und das Zukunftskonzept der Stadt Trier den Beschäftigten vermittelt wird. Nur so kann die gewünschte Zieltransparenz hergestellt werden und die Orientierung der Verwaltung am Zielsystem verbessert werden.

Im Zuge des Gender Budgeting Prozesses werden ebenfalls die Fachverantwortlichen und die Politikerinnen und Politiker mit der Wirkungssteuerung vertraut gemacht.

Deshalb empfehlen wir, beide Prozesse zu verbinden. Im Rahmen von Weiterbildungsveranstaltungen und Workshops würden die Ziele und die Wirkungsanalysen für den Produkthaushalt sofort gleichstellungsorientiert weiterentwickelt.

Die Einführung von Gender Budgeting erfordert zum Beispiel die Einrichtung einer geeigneten Steuerungsstruktur. Erfahrungsgemäß benötigen solche Entscheidungen Zeit. Um zu vermeiden, dass in der Zwischenzeit der im Jugendamt begonnene Prozess abbricht schlagen wir vor, den begonnenen Gender Budgeting Prozess sofort fortzusetzen, während parallel dazu die dauerhafte Einführung von Gender Budgeting vorbereitet wird.

3.1.1 Fortführung des Prozesses im Jugendamt

Die Teilnehmenden der Workshops haben sehr engagiert und konstruktiv die Ziele für drei Produkte weiterentwickelt, erste Analysen zu den Produkten durchgeführt und für ein Produkt Kennzahlen entwickelt. Allerdings konnten in den Workshops aufgrund der Aufgabenfülle und der Zeitknappheit nicht alle drei Produkte abschließend entwickelt werden. Um die vorliegenden Zwischenergebnisse zu nutzen und an die Motivation aus den ersten drei Workshops anzuknüpfen, empfehlen wir die Fortführung der Workshopreihe.

Die Ziele sind:

- Abschließende Bearbeitung der drei Produkte
- Weiterentwicklung des Leitfadens zur Analyse von Produkten
- Analyse des vorliegenden Datenmaterials

3.1.2 Ausweitung der Gender Budgeting Workshops auf ein weiteres Amt

Für die Weiterentwicklung der Instrumente und für die Kommunikation des politischen Willens, den Gender Budgeting Prozess dauerhaft zu etablieren empfehlen wir außerdem, die Durchführung einer Workshopreihe in einem weiteren Amt. Die Workshopreihe würde auf der Basis der Erfahrungen im Jugendamt weiter entwickelt.

Für die zukünftigen Workshopreihen sollte für die Sensibilisierung und Information über Gender Mainstreaming und Gender Budgeting mehr Zeit eingeplant werden. Die Zeiträume zwischen den Workshops sollten zukünftig länger gewählt werden, um Zeit für die Beschaffung und Analyse der Daten zu gewinnen. Schließlich sollten der Leitfragen für die Produktanalyse in einem anderen Amt angewendet werden, um die Übertragbarkeit zu überprüfen. Gegebenenfalls muss das Instrument für jedes Dezernat oder sogar für jedes Amt modifiziert werden.

3.1.3 Dauerhafte Einführung von Gender Budgeting

Gender Budgeting ist ein weitreichender Prozess, dessen Erfolg nur sicher gestellt werden kann, wenn er von den Führungskräften glaubwürdig vertreten und vorgebracht wird. Deshalb wird Gender Budgeting als „Top-down“ Prozess bezeichnet. Es ist wichtig, für den bereits angelaufenen Prozess einen geeigneten Rahmen und Unterstützung zu schaffen. Dazu gehören die folgenden Elemente.

3.1.3.1 Formelle Beschlussfassung

Es ist wichtig für einen erfolgreichen Gender Mainstreaming und Gender Budgeting Prozess, dass es einen grundsätzlichen Beschluss des Stadtrats oder des Steuerungsgremiums dazu gibt, dass die Strategie Gender Mainstreaming verbindlich eingeführt wird. Damit wird Gleichstellung zur Querschnittsaufgabe für alle Dezernate, Ämter und Beschäftigten erklärt. Eine Konsequenz aus diesem Schritt ist es, Gleichstellung auch in die Zielsystematik der Stadt zu integrieren, also zum Beispiel in das Leitbild und das Zukunftskonzept und gegebenenfalls in weitere Steuerungsdokumente. Das Ziel einer solchen Zielsystematik ist Transparenz für Beschäftigte wie für Bürgerinnen und Bürger. Wenn es ein klares Ziel gibt, dann gibt es die Möglichkeit gemeinsam darauf hin zu wirken. Deshalb ist es wichtig, die Ziele gut zu kommunizieren. Mit Bezug auf die Verwaltung bieten sich hier die Gender Budgeting Workshops für die Führungskräfte und das strategische Controlling an. Die Teilnehmenden können als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wirken. Die Kommunikation an die Bürgerinnen und Bürger kann durch die Öffentlichkeitsarbeit und im Bürgerhaushaltsprozess geleistet werden.

3.1.3.2 Zuständigkeiten und Strukturen

Wie oben erwähnt, bedeutet „Top-Down“, dass die Führungskräfte dafür verantwortlich sind, Gender Budgeting in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich einzuführen. Da es sich dabei um eine neue und komplexe Aufgabe handelt, ist es wichtig, die Führungskräfte dabei zu unterstützen. Dafür können Workshops und Informationsveranstaltungen angeboten werden. Für die strategischen Entscheidungen des Gender Budgeting Prozesses und für Hilfestellungen bei der Umsetzung sollte zudem ein möglichst hochrangig besetztes Steuerungsgremium Gender Budgeting eingerichtet werden.

In diesem Gremium sollten Gleichstellungs- und Haushalts-Expertise vertreten sein.

Es hat sich in Berlin und in Freiburg als hilfreich erwiesen, solche Gremien durch eine Geschäftsstelle zu unterstützen, die inhaltliche Impulse gibt und den Prozess koordiniert. Eine solche Geschäftsstelle könnte mit einer halben Stelle auskommen, wenn die Person gleichstellungskompetent und mit Projektmanagement erfahren ist.

Für die haushälterische Expertise empfiehlt sich die enge Einbindung des strategischen Controllings. In Berlin wurde der Leiter der Haushaltsabteilung in der Senatsverwaltung für Finanzen zum Vorsitzenden der AG Gender Budgeting. Die dortige Haushaltsabteilung organisiert den Gender Budgeting Prozess unter anderem durch entsprechende Passagen im Haushaltsrundschriften. Eine ähnliche Konstellation empfehlen wir für Trier. Zumal das strategische Controlling ohnehin die Aufgabe hat, den ziel- und wirkungsorientierten Haushalt zu gestalten und deshalb bei der Entwicklung von zielgruppenorientierten Kennzahlen fachlich zuständig ist.

Deshalb empfehlen wir, Mitarbeitende des strategischen Controllings möglichst auch bei den weiteren Workshops zu beteiligen oder eigene Gender Budgeting Workshops für das strategische Controlling durchzuführen.

Um den Prozess der Gender Analyse von Produktblättern und Produkten in Zukunft zu vereinfachen empfehlen wir die Entwicklung von speziell auf die Bedürfnisse des jeweiligen Dezernats angepassten Instrumenten. Wir haben mit dem Jugendamt bereits einen Entwurf für den Leitfaden Produktanalyse entwickelt, der entsprechend angepasst werden könnte (siehe Anhang unter 4.2).

3.1.3.3 Entwicklung von Gender Kompetenz

Wir empfehlen, die Gender Kompetenz der Beteiligten im Rahmen der Personalentwicklung möglichst systematisch zu entwickeln. Dafür sollte externe Expertise eingeholt werden. Die erste Gender-Sensibilisierung der Führungskräfte, der Mitarbeitenden und der ehrenamtlichen Politikerinnen und Politiker sollte weiterhin von Externen durchgeführt

werden. Für den Anfang ist das notwendig, weil eine teilweise kritische Reflexion der eigenen Arbeit durch neutrale Akteurinnen und Akteure besser angeregt werden kann. Mittelfristig können Führungskräfte und andere Mitarbeitende so geschult werden, dass sie als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für Genderkompetenz wirken. Langfristig besteht das Ziel darin, Gender Budgeting und Gender Mainstreaming im Rahmen der regulären Weiterbildung zu vermitteln.

Eine **Gender Sensibilisierung** der Beteiligten sollte bereits im Vorfeld – und auch wirklich intensiv - geschehen, damit gleichstellungsorientiertes Handeln bereits zu einem selbstverständlichen Handlungsmuster gehört und damit der Zusammenhang erkannt wird, wie durch Gender Mainstreaming die Qualität der eigenen Arbeit erhöht werden kann.

3.2 Empfehlungen für das Vorgehen in anderen Kommunen

Auch nach unseren Erfahrungen mit der Workshopreihe in Trier empfehlen wir im Prinzip ein Vorgehen, bei dem möglichst früh ein Beschluss vorliegt und Steuerungsstrukturen etabliert werden. Dieses Vorgehen kann im Wesentlichen in den Kapiteln 3.1.3.1 ff. oder in den im Literaturverzeichnis aufgelisteten Handreichungen nachvollzogen werden.

Wenn noch Unsicherheiten bestehen in der Frage ob und wie Gender Budgeting eingeführt werden sollen, so empfiehlt es sich, die Pilotphase vorzuziehen und erst einmal mit einem Amt anzufangen um Erfahrungen zu sammeln.

Die Kommunen in Rheinland-Pfalz führen gegenwärtig Ziel- und Wirkungsorientierte Produkthaushalte ein. Diese umfangreichen Reformvorhaben sind mit Schulungsbedarf verbunden und stoßen mit Sicherheit in vielen Fällen auch auf Widerstand. Je nach dem Stand und dem Verfahren der Einführung kann die Verbindung der Einführung des Produkthaushalts mit der Einführung von Gender Budgeting gewinnbringend verknüpft werden. Oft wird die Einführung des Produkthaushalts und der Kosten- und Leistungsrechnung als sinnlose technokratische Zumutung erlebt. Unsere Erfahrung ist, dass im Rahmen eines Gender Budgeting Prozesses die Beteiligung bei der Entwicklung von Zielen und Kennzahlen dazu beiträgt, das Prinzip des Neuen Steuerungsmodells besser umzusetzen und die Akzeptanz zu erhöhen.

Grundsätzlich erleichtert es die Einführung von Gender Budgeting, wenn die Einführung von Gender Mainstreaming voraus gegangen ist. Die Beschäftigten verfügen dann schon über Gender-Kompetenz und es gibt geeignete Steuerungsstrukturen, die für die Einführung von Gender Budgeting genutzt werden können. Je nach der Vorlaufzeit des Gender Mainstreaming Prozesses liegen auch schon mehr Daten geschlechterdifferenziert vor. Wenn so vorgegangen wird, sollte systematisch mit Gleichstellungszielen gearbeitet werden, wie zum Beispiel im Berliner Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf. Hier sollte nach der Methode der 4 GeM Schritten vorgegangen werden, die lauten: Analyse, Ziele, Umsetzung, Evaluation. Auf diese Weise würde Gender Budgeting im Haushalt abbilden, was im Rahmen

des Gender Mainstreaming Prozesses erarbeitet wurde. So kann Gender Budgeting gleichzeitig Veränderungen und Wirkungen des Gender Mainstreaming Prozesses abbilden und verankern. Auch die Gender Analyse müsste dann konsequent anhand der Ziele bereits im Vorfeld durchgeführt werden. Damit wären zwei Elemente von Gender Budgeting schon eingeführt.

Andererseits kann im Rahmen der Einführung des Produkthaushalts auch mit der Strategie Gender Budgeting begonnen werden. Die Gemeinsamkeit von Gender Budgeting und Gender Mainstreaming besteht in den Gender Analysen, die für alle Maßnahmen durchgeführt werden, um ihre Gleichstellungswirkung einzuschätzen und meistens auch in der Festlegung klarer Ziele.

Generell empfiehlt es sich, längere Abstände zwischen den Gender Budgeting Workshops einzuplanen, damit nicht nur theoretisch und exemplarisch gearbeitet werden kann, sondern wirklich prozess- und ergebnisorientiert anhand einer gut aufbereiteten Datenlage. Ein solcher Prozess benötigt mehr Zeit und sollte im Rahmen künftigen Zeitplanung berücksichtigt werden.

4 *Schlusswort*

Auch wenn Gender Budgeting zunächst mit Arbeit und Veränderungen verbunden ist – auf lange Sicht lohnt es sich. Gender Budgeting wird die Qualität der Arbeit einer Verwaltung und der Politik passgenauer und zielgruppenorientierter gestalten. Umgekehrt kann sogar gesagt werden, dass ohne die Einführung dieser Perspektive und dieser Methode an den Bedürfnissen der jeweiligen Bürgerinnen und Bürger und der Situation vorbei agiert wird.

Wir wünschen viel Freude beim Beginn und bei der Umsetzung.

5 Anhang

5.1 Literatur- und Linkverzeichnis

- Bergmann, Nadja / Gubitzer, Luise/ Klatzer, Elisabeth / Klawatsch-Treitl, Eva / Neumayr, Michaela (2004): Gender Budgeting. Handbuch zur Umsetzung geschlechtergerechter Budgetgestaltung. Wien.
- Erbe, Birgit (2004): Gender Budgeting – Verteilungsfragen neu gestellt in der Haushaltspolitik. Grundlagen, Instrumente, Herausforderungen. In: Meuser, Michael / Neusüß, Claudia (Hg.): Gender Mainstreaming. Konzepte – Handlungsfelder – Instrumente. Bonn, S. 291-305.
- Färber, Christine (2008): Gender Budgeting. Hamburg.
- Frey, Regina (2003): Das bisschen Haushalt? Gender Budgeting als geschlechtspolitische Strategie. In: Wrede, Birgitta (Hg.): Geld und Geschlecht, Tabus, Paradoxien, Ideologien. Opladen, S. 87-102.
- Frey, Regina / Köhnen, Manfred (2007): Arbeitshilfe Gender Budgeting in der Verwaltung.
- Klatzer, Elisabeth / Neumayr, Michaela (2006): Das geschlechtergerechte Gemeindebudget. Ein Leitfaden zur Einführung des Gender Budgeting auf kommunaler Ebene. Attnang-Puchheim.
- Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen (2007): Leitfaden zur Umsetzung von Gender Budgeting im Zuwendungswesen. Url: http://www.berlin.de/imperia/md/content/sen-gender/leitfaden_endversion_druckerei.pdf. (aufgerufen am 9.8.2010).
- Stadt Wien (2009): Gender Budgeting. Auszug aus dem Voranschlag 2009, S. 253-304. Url: <http://www.wien.gv.at/finanzen/budget/va09/pdf/32.pdf> (aufgerufen am 9.8.2010).
- Stiegler, Barbara (2004): Geschlechter in Verhältnissen : Denkanstöße für die Arbeit in Gender Mainstreaming Prozessen. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung, Abt. Arbeit und Sozialpolitik, 2004. - 35 S. Download: <http://library.fes.de/pdf-files/asfo/02613.pdf>

Internetquellen Gender Budgeting:

- Landtag Rheinland Pfalz, Drucksache 15/3913/4548: Gender Budgeting als haushaltspolitisches Instrument verankern. Download: http://gender-mainstreaming.rlp.de/fileadmin/gender_mainstreaming/dokumente/Beschluss_des_Landtags_vom_1.6.2010_zu_Drs._15_3913_4548_Gender_Budgeting.pdf
- Website der Stadt Freiburg: www.freiburg.de
- Website des geschlechtersensiblen Beteiligungshaushalts Freiburg: www.beteiligungshaushalt.freiburg.de
- GenderKompetenzZentrum an der Humboldt Universität zu Berlin zu Gender Budgeting: <http://www.genderkompetenz.info>
- Website der Gender Mainstreaming-Geschäftsstelle der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen: <http://www.berlin.de/sen/gender/gm.html>
- Website der Österreichischen Interministeriellen Arbeitsgruppe Gender Mainstreaming (IMAG GM) zu Gender Budgeting: <http://www.imag-gendermainstreaming.at/cms/imag/content.htm?channel=CH0133&doc=CMS1060358729900>
- Deutsche Gender Budget Initiativen: <http://www.gender-budgets.de>

Internetquellen Verwaltungsreform / Produkthaushalt

- Online Verwaltungslexikon: www.olev.de
- Kommunale Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsmanagement: <http://www.kgst.de/home/>

5.2 Leitfaden für Produktanalyse

Leitfaden für eine gleichstellungsorientierte Bestandsaufnahme bei Produkten / Leistungen und der Entwicklung von Kennzahlen

Da Produkte häufig aus fachlich verschiedenen Leistungen bestehen, ist es in vielen Fällen fachlich genauer, die Fragen auf die Leistungen bezogen zu bearbeiten.

Allgemeine Zielsetzungen

Was sind die allgemeinen Ziele / Grundsatzziele Ihres Amtes / Ihrer Arbeitsstelle? (Auch aus Leitbild, Zukunftskonzept, usw.)

Welche Gleichstellungsziele verfolgen Sie mit Ihrer Arbeit?

Produktbeschreibung

- Wie beschreiben Sie Ihr Produkt/ Ihrer Leistungen? Was ist der Kern des Produktes / der Leistungen?
- Was bedeutet Qualität für das Produkt / die Leistungen? Wie wird sie hergestellt und überprüft? (Controlling / Gestaltung / Steuerung)

Rechtsgrundlage

- Was ist die Rechtsgrundlage für Ihr Produkt / Ihre Leistungen?
- Welche Beschlüsse oder weitere Vorgaben der Stadt Trier sind für Ihr Produkt relevant? (Leitbild, Zukunftskonzept usw.)

Zielgruppen / Nutzer- und Nutzerinnenanalyse

- Wer sind die Zielgruppen Ihres Produktes / Ihrer Leistungen? An wen richten sich die Produkte / Leistungen?

Erläuterung: Zielgruppen könnten sich zum Beispiel durch die folgenden Merkmale unterscheiden: Geschlecht, Elternschaft, Lebens- und Familienformen (Alleinerziehend, Single, Partnerschaft, Ehe...), Alter, Migrationsstatus, Behinderung. Verschiedene Lebenslagen können zu verschiedenen Bedürfnissen und Partizipationsmöglichkeiten führen.

- Wer nutzt das Produkt / die Leistungen augenblicklich?
 - o Sind die verschiedenen Zielgruppen angemessen repräsentiert?

- Haben die Zielgruppen, wie zum Beispiel deutsche Frauen und Männer, Migrantinnen und Migranten unterschiedliche Zugangschancen?
- Zeigen die Zielgruppen ein unterschiedliches Nutzungsverhalten im Produkt / in den Leistungen?
- Welche weiteren Auffälligkeiten / Unterschiede zwischen den Geschlechtern?

Ziele

- Welche Ziele ergeben sich aus Gesetzen und Beschlüssen?
- Was sind die Ziele des Produktes / der Leistungen, was wollen Sie mit dem Produkt / den Leistungen erreichen?
- Welche Ziele ergeben sich aus dem Leitbild der Stadt oder dem Zukunftskonzept?
- Welche Gleichstellungsziele haben Sie für das Produkt / die Leistungen?
- Gibt es zielgruppenspezifische Ziele?
- Welche sind das für welche Zielgruppen?
- Wie könnten zielgruppenspezifische Ziele formuliert werden?
- Wenn Sie in der Nutzerinnen und Nutzeranalyse Unterschiede festgestellt haben, wollen Sie diese ausgleichen?

Kennzahlen

- Was sind für Ihr Produkt / Ihre Leistungen die wichtigsten Ziele?
- Wie können sie Einfluss darauf nehmen, dass diese Ziele erreicht werden?
- Welche Kennzahlen sind geeignet, um die Zielerreichung zu überprüfen?
- Welche der Ziele sind geeignet, um im Haushalt abgebildet zu werden?
- Welche der Kennzahlen sind geeignet, um im Haushalt abgebildet zu werden?

Erläuterung: Ziele und Kennzahlen, die nicht in den Haushalt aufgenommen werden, verdienen es oftmals ebenfalls, weiter verfolgt zu werden. In vielen Fällen tragen sie zur Zielerreichung bei den abgebildeten Zielen bei und sollte daher in die interne fachliche Arbeit aufgenommen werden.

Verteilungsgerechtigkeit

- Wie verteilen sich die *Kosten* (die Nutzung) auf die *Zielgruppen von Frauen und Männern, Mädchen und Jungen?* (Ggf. nach *Alter, Migration etc.*)
- Entspricht die Kostenverteilung der Repräsentanz in der Bevölkerung?
- Wenn nicht, ergibt sich die ungleiche Verteilung aus den (Gleichstellungs-) Zielen? (Sollen damit bestehende Ungleichheiten ausgeglichen werden?)

5.3 Überarbeitetes Produktblatt Tageseinrichtungen für Kinder

PRODUKT 1.100.3.6.05.01

TAGESEINRICHTUNGEN FÜR KINDER

I. Produktbeschreibung

Teilhaushalt:	THH 2.2	Jugend, Familie und Gesundheit
Organisationseinheit:	Amt 51	Jugendamt
Haupt-Produktbereich:	3	Soziales und Jugend
Produktbereich:	36	Kinder-, Jugend- und Familienhilfe
Produktgruppe:	365	Tageseinrichtungen für Kinder

Verbale Beschreibung des Produkts:

Kindertageseinrichtungen sind Einrichtungen, in denen *Jungen und Mädchen* sich für einen Teil des Tages oder ganztägig aufhalten und in Gruppen gefördert werden; Angebote werden gemacht in Krippen, Kindergärten, Horten und anderen Tageseinrichtungen; Der Förderauftrag umfasst *geschlechtergerechte* Erziehung, Bildung und Betreuung *der Jungen und Mädchen in ihrer Vielfalt*.

Auftragsgrundlage:

SGB VIII; Kindertagesstättengesetz des Landes Rheinland-Pfalz und Ausführungsbestimmungen, GG Art. 3., UN Kinderrechtskonvention

Zielgruppen:

Jungen und Mädchen, Väter und Mütter

Ziele:

- Förderung der Entwicklung des Kindes zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit *ohne Einengung auf Geschlechterrollenstereotype*
- *Gleiche Zugangschancen zu KiTas für Jungen und Mädchen*
- *Gleiche Zugangschancen zu Bildungsangeboten in KiTas für Jungen und Mädchen*
- *Ermöglichung von Vielfalt*
- Unterstützung und Ergänzung der Erziehung und Bildung *für erziehungsberechtigte Frauen und Männer in ihrer Vielfalt,*
- Hilfe zur Vereinbarung von Familie und Beruf *unter Berücksichtigung der Lebenssituation allein erziehender Väter und Mütter,*

- Bedarfsgerechter *Ausbau der Tagesbetreuung* zur Ergänzung und Unterstützung der Erziehung. (*gestrichen: ... in der Familie; Die Versorgungsquote mit Plätzen für unter Dreijährige in Kindertagesstätten soll von 15,00 % im Jahr 2007 auf 26,1% im Jahr 2013 erhöht werden*)

II. Leistungen:

1.100.3.6.05.01.00.01 Kindertagesbetreuung

III. Kennzahlen:

Kennzahl zur Leistung 1.100.3.6.05.01.00.01 Kindertagesbetreuung

- Bestand Mädchen und Jungen in KiTas
- U3-Mädchen- und Jungen-Versorgungsquote Kitaplätze
- Betreuungsangebot für Mädchen/Jungen von 0-14 in Randzeiten (noch zu definieren)
- Betreuungsangebot für Mädchen/Jungen von 0-14 in Ferienzeiten
- Geschlechtergerechtigkeit der KiTas anhand eines noch zu entwickelnden Qualitätsindex (Punktecatalog)

5.4 Bisheriges Produktblatt Tageseinrichtungen für Kinder

PRODUKT 1.100.3.6.05.01

TAGESEINRICHTUNGEN FÜR KINDER

I. Produktbeschreibung

Teilhaushalt:	THH 2.2	Jugend, Familie und Gesundheit
Organisationseinheit:	Amt 51	Jugendamt
Haupt-Produktbereich:	3	Soziales und Jugend
Produktbereich:	36	Kinder-, Jugend- und Familienhilfe
Produktgruppe:	365	Tageseinrichtungen für Kinder

Verbale Beschreibung des Produkts:

- Kindertageseinrichtungen sind Einrichtungen, in denen Kinder sich für einen Teil des Tages oder ganztägig aufhalten und in Gruppen gefördert werden; Angebote werden gemacht in Krippen, Kindergärten, Horten und anderen Tageseinrichtungen; Der Förderauftrag umfasst Erziehung, Bildung und Betreuung des Kindes.

Auftragsgrundlage:

SGB VII; Kindertagesstättengesetz des Landes Rheinland-Pfalz und Ausführungsbestimmungen

Ziele:

- Förderung der Entwicklung des Kindes zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit; Unterstützung und Ergänzung der Erziehung und Bildung in der Familie; Hilfe zur Vereinbarung von Familie und Beruf; Bedarfsgerechte Tagesbetreuung zur Ergänzung und Unterstützung der Erziehung in der Familie; Die Versorgungsquote mit Plätzen für unter Dreijährige in Kindertagesstätten soll von 15,00 % im Jahr 2007 auf 26,1% im Jahr 2013 erhöht werden.

II. Leistungen:

1.100.3.6.05.01.00.01 Kindertagesbetreuung

III. Kennzahlen:

Kennzahl zur Leistung 1.100.3.6.05.01.00.01 Kindertagesbetreuung

- Bestand Kinder in KiTas
- U3-Versorgungsquote Kitaplätze