

Ratsauftrag: Erprobung des Gender Budgetings an zwei Produkten in den Haushaltsjahren 2014 und 2015

(DS 041/2013 + 2550/2013 N1 + 0371/2014)

Gender-Budgeting-Zwischenbericht der Wirtschaftsförderung

Der Start in die Pilotphase

Einen Gender-Budgeting-Ansatz gab es bislang nicht in der Stadtverwaltung. Die im Gleichstellungsausschuss präsentierten Gender-Budgeting-Beispiele aus anderen Städten konnten nicht direkt auf die Wirtschaftsförderung übertragen werden, da sie nicht auf die Aufgaben der städtischen Wirtschaftsförderung in Hannover zutrafen. (s. Exkurs)

Internetrecherchen der Wirtschaftsförderung ergaben, dass es bundesweit für die Umsetzung von Gender Budgeting in öffentlichen Haushalten keine standardisierten Verfahren gibt. Lokale Gegebenheiten sind unterschiedlich und beeinflussen Haushalte und Ressourcenverteilung. Ein Erfahrungstransfer aus Maßnahmen anderer Kommunen ist damit beschränkt. Es ist allerdings pauschal abzuleiten, dass andere Städte sich bei Gender Budgeting zumeist auf den Bereich der Zuwendungen konzentrieren, da es sich dort zumeist personenbezogen gendern lässt (z.B. Förderung von Existenzgründungen, Vereinsmitgliedschaften, Fortbildungs-/Weiterbildungsmaßnahmen, Betreuungsplätze, Nutzungen von öffentlichen Veranstaltungen oder auch von öffentlichen Einrichtungen z.B. Museen/Bibliotheken) und damit die direkte Zuordnung von Geschlecht zu Ausgaben (oder auch Einnahmen) möglich ist. Da diese Tätigkeiten nicht in der städtischen Wirtschaftsförderung stattfinden, entschied die Wirtschaftsförderung, sich mittels eines fachbereichsinternen Workshops dem Thema anzunähern. Der Workshop widmete sich intensiv dem neuen Ansatz, um zu einem zielführenden und auch schnellen Themenzugang zu gelangen. Die Wirtschaftsförderung hatte daher von Beginn an eine externe Moderation mit themenbezogenem Fachwissen hinzugezogen.

Im ersten Workshop „Gender Budgeting“ wurden mithilfe der externen Fachexpertise die Aufgaben der städtischen Wirtschaftsförderung unter Gender-Aspekten erstmalig intensiv reflektiert und auf Ansatzmöglichkeiten für das Gender Budgeting hin diskutiert. Dabei wurden drei Erkenntnisse deutlich: Zum einen erschwert die Arbeitsteilung der drei zusammenwirkenden Wirtschaftsförderungsinstitutionen (Region/ Stadt/ hannoverimpuls) eine saubere differenzierte Budgetanalyse. Zum anderen gibt es auf der Basis von geschlechterdifferenzierten Analysen bereits konkrete gleichstellungspolitische Ansätze. Die gleichstellungspolitischen Ansätze wiederum verteilen sich auf alle drei Institutionen.

Exkurs 1: Wirtschaftsförderung in der Landeshauptstadt Hannover

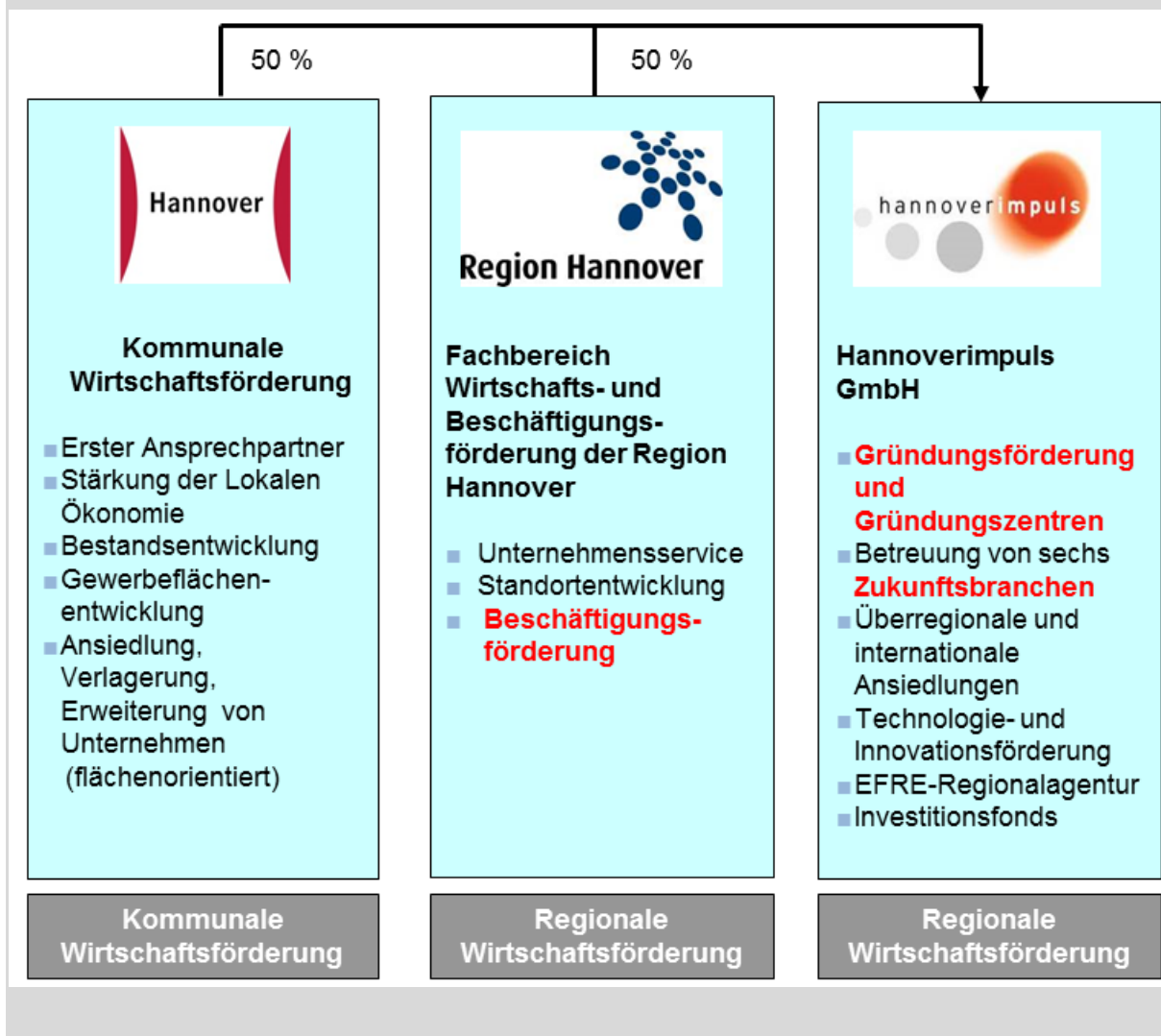
Eine besondere Herausforderung für die Gender-Budgeting-Einführung in der Wirtschaftsförderung ist bedingt durch die Aufgabenteilung zwischen den Wirtschaftsförderungseinrichtungen im Raum Hannover.

Es gibt abgestimmte und konkrete Zuordnungen der Wahrnehmung der Wirtschaftsförderungsaufgaben innerhalb des Wirtschaftsraums Hannover. Diese Arbeitsteilung

zwischen der Region Hannover, der Wirtschaftsförderungsgesellschaft hannoverimpuls und der Landeshauptstadt Hannover hat auch Budgetauswirkungen: Angefangen von der Finanzierung von hannoverimpuls hälftig durch Region und Landeshauptstadt bis hin zur konkreten Beratungs- und Betreuungszuordnung der Wirtschaftsförderungen für Unternehmen nach Branchen und Zielgruppen und der jeweiligen Zugehörigkeit zur Gebietskörperschaft Stadt bzw. Region Hannover. Doppelstrukturen werden so vermieden. Die Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Hannover konzentriert sich auf die Gewerbeflächenvermarktung im Stadtgebiet und bei ihren Beratungen auf die Lotsenfunktion für Unternehmen innerhalb der Stadtverwaltung. Die städtische Wirtschaftsförderung setzt ihren Betrachtungsschwerpunkt auf das gesamte Unternehmen und seine Projekte. Sie ist in ihrer Tätigkeit nicht auf Einzelpersonen ausgerichtet. Diese Zielsetzung erschwert einen Gender-Budgeting-Ansatz und gestaltet den Einführungsprozess aufwändig.

Einen Gender-Budgeting-Ansatz für eine von drei hannoverschen Wirtschaftsförderungseinheiten zu erstellen, wird durch die durchaus sinnvolle Aufgabenverteilung der Wirtschaftsförderungseinrichtungen erschwert.

Grafik „Themenzuordnung im Haus der Wirtschaftsförderung (Präsentation Gleichstellungsausschuss-Tagung, Juli 2014)“

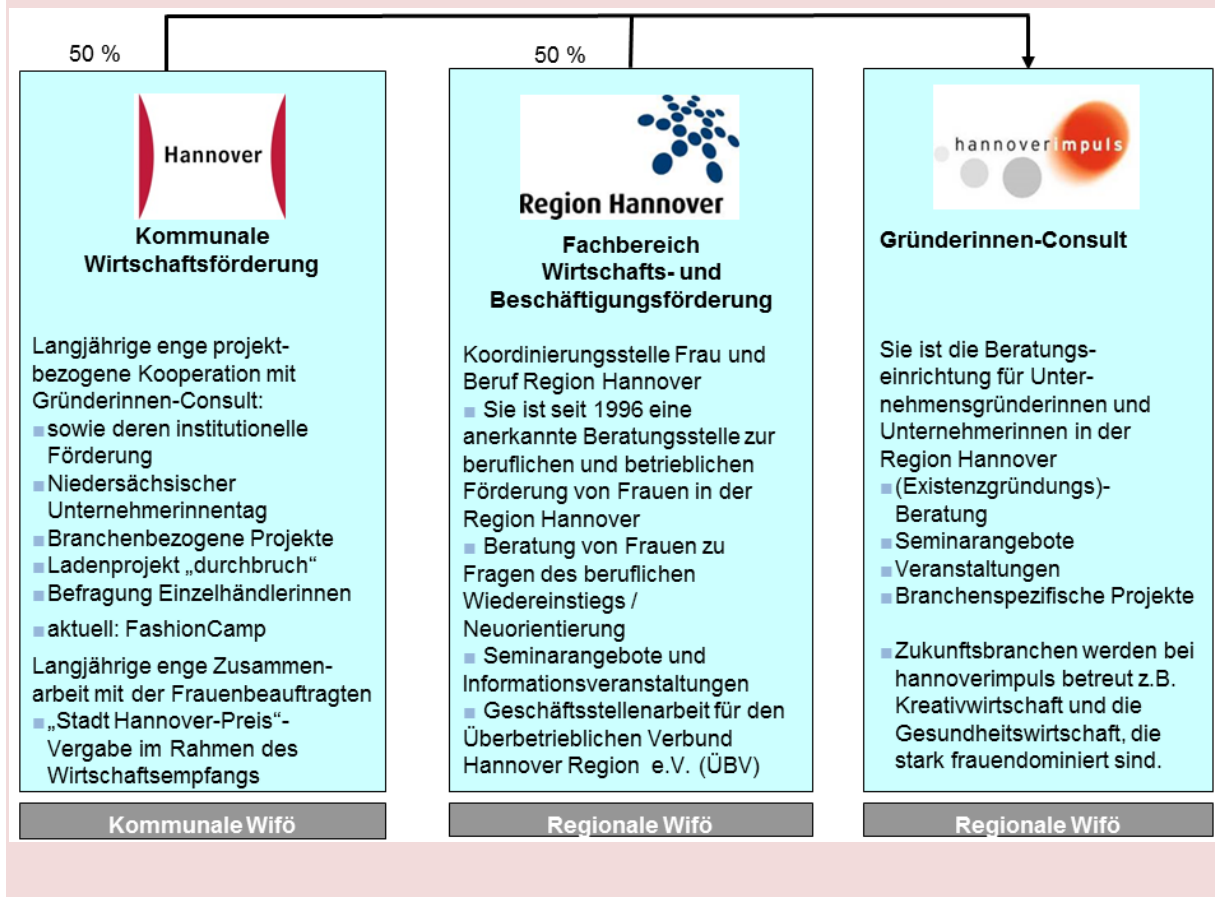


Exkurs 2: Gleichstellungspolitische Aktivitäten in der Wirtschaftsförderung (Stadt/ Region/ hannoverimpuls)

Im Rahmen der Analyse der Aufgaben der Wirtschaftsförderung unter Genderaspekten wurde deutlich, dass bereits in den vergangenen Jahren aufbauend auf Analysen zum geschlechtsspezifisch segregierten Arbeits- und Gründungsmarkt Aktivitäten entfaltet wurden, die gezielt gleichstellungspolitische Impulse setzen, um Ungleichheiten beispielsweise bei Existenzgründungen auszugleichen. Dazu gehören:

1. Beratung als Gründerin bzw. Unternehmerin findet man sowohl bei hannoverimpuls wie auch bei der Region Hannover. Das Unternehmerinnen-Zentrum feiert in diesem Jahr sein 15jähriges Bestehen. Der Fachbereich Wirtschaft weist hierfür eine jährliche institutionelle Förderung aus, die aber nicht dem Produktblatt 57102 Wirtschaftsförderung zugeordnet ist. Die städtische Wirtschaftsförderung fördert seit vielen Jahren zudem noch jedes Jahr eigene Genderprojekte, die vielfach in enger Kooperation mit hannoverimpuls / GründerinnenConsult durchgeführt werden. Diese Aufgabenwahrnehmung der genderspezifischen unternehmensbezogenen Beratung bzw. Existenzgründungsberatung existiert seit rund 15 Jahren. Bei der Neueinführung von Gender Budgeting sind diese etablierten Strukturen zu beachten.
2. Die Branchenzuordnung der hannoverschen Wirtschaftsförderungen hat ebenfalls Genderwirkungen. Es gibt bei hannoverimpuls eine gezielte Branchenbetreuung, die die Zukunftsbranchen für den hannoverschen Wirtschaftsraum darstellen. Es umfasst das Stadtgebiet wie auch das Regionsgebiet. Insbesondere die Zukunftsbranchen Kreativwirtschaft und auch Gesundheitswirtschaft sind stark frauendominierte Branchen und zwar sowohl auf der Mitarbeitenden- wie auch der Leitungsebene der Unternehmen. Auf dem Hanomag-Gelände in Linden befindet sich die „HALLE 96“, in der sich bis zu 40 Gründungs- und Bestandsunternehmen aus der Kreativwirtschaft ansiedeln können. Branchenorientierte Wirtschaftsförderungsangebote haben damit auch genderspezifische Auswirkungen.
3. Die Wirtschaftsförderung der Region Hannover hat einen Arbeitsschwerpunkt im Bereich Beschäftigungsförderung. Dort findet sich die Beratungsstelle „Frau und Beruf“. Seit Ende der 90er Jahre existiert diese Koordinierungsstelle für Frauen.

Grafik „Genderspezifische Themen und vereinbarte Aufgabenteilung im Haus der Wirtschaftsförderung“
(Präsentation Gleichstellungsausschuss-Tagung, Juli 2014)



Arbeitsschritte im Pilotprojekt Wirtschaftsförderung

Trotz der oben benannten Einschränkungen hat sich die städtische Wirtschaftsförderung mit ihren eigenen Aufgaben auseinandergesetzt und eine Analyse unter den Aspekten des Gender Budgeting durchgeführt. Dazu war es notwendig, im ersten Schritt die gleichstellungspolitische Zielsetzung zu klären, um auf dieser Basis die Realität zu bewerten. Folgende Ziele hat sich die Wirtschaftsförderung gesetzt:

1. Wir wollen gleichermaßen Unternehmerinnen und Unternehmer (Eigentumsstruktur) unterstützen sowie nachhaltige Arbeitsplätze für Frauen und Männer schaffen sowie erhalten.
2. Wir wollen sichtbare Maßnahmen entwickeln, um Unternehmerinnen zu unterstützen und Aufmerksamkeit auf das Thema zu lenken, damit weiter dafür sensibilisiert wird.
3. Wir wollen gleichermaßen die Bedürfnisse und Interessen der Bürgerinnen und Bürger (Männer und Frauen) bei den Maßnahmen zur Gewerbeentwicklung berücksichtigen.

Offene Fragen am Ende des Workshops waren insbesondere die Datengrundlage. Einerseits fehlen Daten, um die geschlechterdifferenzierten Verhältnisse im Aufgabengebiet einschätzen zu können. Diese Analysen müssen mit einigem Aufwand

erst umgesetzt werden, um eine Datenbasis zu gewinnen. Ferner fehlen Referenzdaten, um die eigene Analyse ins Verhältnis zu den realen Verhältnissen setzen zu können. Dazu gehört beispielsweise die Frage, wie viele Frauen in welchem Arbeitsverhältnis in den einzelnen Branchen in der Stadt Hannover arbeiten und auf Führungspositionen tätig sind.

Vertiefende Dialoge auf der Basis des ersten Workshops

Nachdem nun 2013/ 2014 eine gemeinsame Wissensbasis zum Thema Gender-Budgeting geschaffen und konkrete Ansätze zum Gender Budgeting im Haushalt entwickelt wurden, hat die Wirtschaftsförderung erste Vorschläge für ihren Ansatz zum Gender Budgeting eingebracht. Die Verwaltung legte hierzu zum Haushaltsplan 2014 die Überarbeitung des wesentlichen Produkts 57102 Wirtschaftsförderung vor.

Für das Produkt Wirtschaftsförderung wurden zwei Produktziele in ihrer Formulierung hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf Geschlechter überarbeitet; ein drittes Produktziel neu aufgenommen, welches explizit gleichstellungspolitische Relevanz beinhaltet. Es werden im Produktblatt verschiedene Maßnahmen dargestellt, um dieses Produktziel umzusetzen. (vgl. Produktblatt)

Aufbauend auf diesen ersten praktischen Ansätzen und den fachlichen Dialogen zum Gender Budgeting wurde übergreifend in zwei Arbeitsgruppen weiter an dem Thema gearbeitet und die Pilotprojekte so weiter entwickelt. Die übergreifende Arbeitsgruppe tagte unter der Federführung der Gleichstellungsbeauftragten (OE GB). Beteiligte dieser AG stammen aus dem Sachgebiet Haushaltsplanung, Haushaltssicherung und Controlling (OE 20.10), dem FB Bildung und Qualifizierung, Zentrale Fachbereichsangelegenheiten (OE 43.0), dem Bereich Stadtteilkulturarbeit (OE 43.2) und dem Bereich Wirtschaftsförderung (OE23.3). In der internen Arbeitsgruppe innerhalb der Wirtschaftsförderung wirkten beide Sachgebiete mit, also Betriebsberatung wie Industrie- und Gewerbeflächen.

In einem weiteren Schritt wurde im Sommer 2014 gemeinsam mit dem Gleichstellungsausschuss der Stand der Arbeit in den Piloten dargestellt und diskutiert sowie Anforderungen an den Zwischenbericht geklärt. Erste konkrete Ansätze und Analysen wurden in der Wirtschaftsförderung in 2014 durchgeführt. Diese werden nachfolgend aufgeführt.

Zur gemeinsamen Sichtung und Bewertung der bisherigen erarbeiteten fachlichen Grundlagen fand im Februar 2015 ein weiterer Workshop mittels externer Moderation in der Wirtschaftsförderung statt.

Eine fachliche externe Begleitung erwies sich bei diesem Pilotprojekt in der Wirtschaftsförderung als notwendig. Es ist in der Pilotphase erkennbar, dass eine Gender-Budgeting-Einführung nicht ressourcenneutral - neben dem Standardgeschäft der Wirtschaftsförderung - zu bewältigen ist. Die Einführung erweist sich bislang als zeitintensiv, ohne finanzielle Mittel und ohne fachliche Begleitung ist es inhaltlich nicht umsetzbar.

Darstellung der Umsetzung von Gender Budgeting als Pilotprojekt in der Wirtschaftsförderung

Um die einzelnen Schritte in der bisherigen Herangehensweise und Bearbeitung in der Wirtschaftsförderung zu verdeutlichen, nachfolgend eine grafische Zeitleiste zur besseren Übersicht:



Festlegung erster Gender-Budgeting-Annahmen in der städtischen Wirtschaftsförderung

Die Wirtschaftsförderung hat sich intensiv im Rahmen ihrer Gender-Budgeting-Workshops mit dem Thema auseinandergesetzt. Im Verlauf der Arbeit an der Gender-Budgeting-Einführung verständigte sich die Wirtschaftsförderung auf folgende grundlegende Ausgangsannahmen und Ziele aber auch auf „Nicht beabsichtigte-Ziele“ (siehe C) von Gender Budgeting, an denen sie sich bei ihrer weiteren Bearbeitung eines geschlechtergerechten Haushaltsansatzes orientieren wird. Diese Ziele fanden später auch in der AG Gender Budgeting Zustimmung und wurden auch auf der Klausur des Gleichstellungs-Ausschusses im Juni 2014 präsentiert.

Gender Budgeting in der städtischen Wirtschaftsförderung – zentrale Analyse Kriterien

- A) Ermitteln, wie sich Einnahmen, Ausgaben und Kürzungen auf Männer und Frauen auswirken – welchen Nutzen haben jeweils Frauen und Männer?
- B) Ansatzpunkte für eine geschlechtergerechte Umstrukturierung des Budgets entwickeln
- C) Ziele von Gender Budgeting sind nicht:
 - Erhöhung des Gesamtbudgets
 - Einrichtung eines separaten Budgetpostens für Frauen
 - Budgetverteilung von 50:50 auf Frauen und Männer

Nach der grundlegenden Festlegung der Zielsetzung von Gender Budgeting in der Wirtschaftsförderung, wurde im nächsten Schritt die Frage der Gleichstellungsrelevanz diskutiert. Für die Prüfung der Gleichstellungsrelevanz wurden zunächst vier Annahmen definiert, anhand derer, die Wirtschaftsförderung analysiert, inwieweit gleichstellungsrelevante Aspekte in ihren verschiedenen Tätigkeitsfeldern und damit in den Projekten berücksichtigt werden.

- Ausgaben zielen direkt auf die Förderung der Gleichstellung für Männer und Frauen (z.B. Finanzielle (und personelle) Unterstützung bei gemeinsamen Projekten mit hannoverimpuls/Gründerinnen-Consult). Fazit: Diese Ausgaben müssen nicht gegendert werden. Sie stellen bereits ein Ergebnis der geschlechtergerechten Umstrukturierung des Budgets dar.
- Ausgaben umfassen direkt personenbezogene Förderungen (z.B. Honorare). Es gibt sichtbare Nutzerinnen und Nutzer. Fazit: Diese Ausgaben müssen gegendert werden.
- Ausgaben umfassen institutionelle Förderungen und Projektförderungen (Z.B. Zuwendungen an Vereine / Standortgemeinschaften). Es gibt sichtbare Nutzerinnen und Nutzer. Fazit: Diese Ausgaben müssen gegendert werden.
- Ausgaben mit indirekter Gleichstellungsrelevanz (z.B. Erhalt der stadtteilorientierten Infrastruktur). Fazit: Diese Ausgaben sind ggf. zu gendern.

Nach der Festlegung auf diese vier Aspekte zur Definition der Gleichstellungsrelevanz wurden die einzelnen Projekte der Wirtschaftsförderung dahingehend diskutiert.

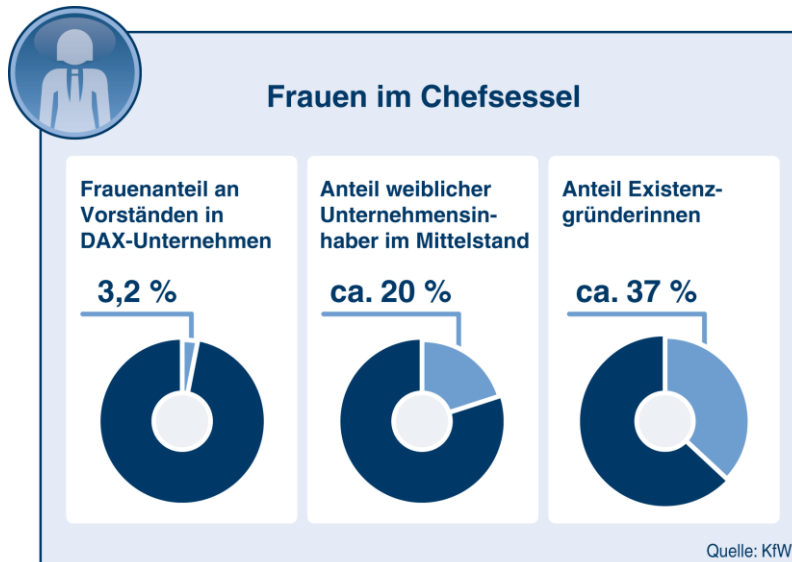
Gender-Budgeting-Ansätze in ausgewählten Aufgabenbereichen

Innerhalb der Wirtschaftsförderung wurde entschieden, sich zunächst mit möglichst breit angelegten Themen der Wirtschaftsförderung zu befassen.

Ausgewählt wurde daher die jährliche Veranstaltung „Wirtschaftsempfang“ und die Analyse der Standortgemeinschaften der einzelnen Stadtteile im Rahmen des Arbeitsfeldes „Lokale Ökonomie“.

Für die jährliche Veranstaltung „Wirtschaftsempfang“ wurden Einladungen, Anmeldungen und Teilnahme am Empfang geschlechterdifferenziert ausgewertet. Die Veranstaltung hat eine festgelegte Struktur der Teilnehmenden, dazu gehören unter anderem die Empfängerinnen des „Stadt-Hannover-Preis – Frauen machen Standort“. Durch die Vergabe des Unternehmerinnenpreises gibt es einen gleichstellungspolitischen Impuls auf der Veranstaltung, der auf das Finanzbudget im Haushalt der Wirtschaftsförderung ausschließlich über die Personalkosten Auswirkungen hat. Die Leistung der Wirtschaftsförderung erfolgt für den Preis über den Personaleinsatz von mehreren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Wirtschaftsförderung für die Vorbereitung wie Umsetzung und für den reibungslosen Ablauf der Preisverleihung am Veranstaltungsabend.

Ausgehend von der Einladungsliste und auch der Teilnehmendenliste des Wirtschaftsempfangs ist festzustellen, dass etwa ein Drittel der Eingeladenen und der Teilnehmenden jeweils Frauen sind. Betrachtet man die niedersächsische Gründungsrate von Frauen, die 2012 bei 29,5 % lag, so entspricht dies ähnlichen Verhältnissen. (Quelle: 2. Atlas zur Gleichstellung von Frauen und Männern in Niedersachsen – Mai 2013. Hinweis: Niedersachsen ist das einzige Bundesland, das einen fortgeschriebenen regionalisierten Atlas herausgibt. Vergleich damit zwischen 2008 und 2011 möglich!)



(Quelle:Grafik KfW, Zahlen bezogen auf Deutschland, 2011)

Hier lässt sich feststellen, dass die geschlechterdifferenzierten Zahlen sich auch mit dem Bundesdurchschnitt von Frauen in der Wirtschaft decken. Die Wirtschaftsförderung setzt sich zum Ziel, diese Ein-Drittel-Quote auch in den kommenden Jahren zu erhalten und die Verleihung des Stadt-Hannover-Preises auch weiterhin mit dem Wirtschaftsempfang zu verknüpfen. Die Veranstaltung ist von besonderer gleichstellungspolitischer Bedeutung, die auch bedingt durch die hohe Medienresonanz in der Stadtgesellschaft wahrgenommen wird.

Des Weiteren wurde in der Wirtschaftsförderung der Bereich „Lokale Ökonomie“ betrachtet. Die Wirtschaftsförderung arbeitet eng mit den Standortgemeinschaften in den jeweiligen Stadtteilen zusammen und unterstützen deren Projekte. Die Standortgemeinschaften wurden angefragt, wie sich ihre Mitglieder und Vorstände nach Geschlecht zusammensetzen. Die Resonanz der Standortgemeinschaften zeigte, dass die Vereine nicht explizit Genderdaten erheben. Dennoch wurden von mehr als der Hälfte der Standortgemeinschaften Zahlen auf Nachfrage rückgemeldet. Im Ergebnis zeigt sich bei der Mitgliederstruktur, dass ein Viertel der Mitglieder Frauen sind. Die Auswertung der Vorstandszusammensetzung ergab, dass der Frauenanteil hier höher als bei der Mitgliederstruktur liegt, nämlich bei mehr als 40 %. Die Projekte der Standortgemeinschaften, an denen sich die Wirtschaftsförderung beteiligt, sind allerdings kaum zu gendern, da sie nicht einzelnen Personen sondern dem öffentlichen Raum zuzuordnen sind (z.B. Stadtteilveranstaltungen wie Gewerbeschauen, Weihnachtsmärkte, Verschönerungen des öffentlichen Raums) . Ein gegenderter Finanzansatz für die Stadtteilprojekte im Sinne von Gender Budgeting erscheint hier nicht umsetzbar.

So wurde im Arbeitsfeld „Lokale Ökonomie“ der Fokus auf die Wirtschaftsförderungsveranstaltung für die Standortgemeinschaften gelegt. Diese Veranstaltung dient der Vernetzung der Standortgemeinschaften untereinander und präsentiert aktuelle Themen und zudem best-practice-Beispiele aus den hannoverschen Stadtteilen. Die Standortgemeinschaften-Veranstaltung im März 2015 wurde geschlechterdifferenziert ausgewertet. Für die Veranstaltung wurden die Vereine insgesamt angeschrieben und eingeladen. Wer dann von den jeweiligen Standortgemeinschaften an der Veranstaltung teilnimmt, steht im Ermessen des Vereins und seiner Mitglieder. Die Auswertung ergab, dass ein Drittel der Angemeldeten weiblich waren.

Von den Anwesenden waren dann knapp ein Drittel Frauen. Damit scheinen die Standortgemeinschaften unter geschlechtsspezifischen Aspekten in etwa den Anteil von Frauen in der Wirtschaft (siehe KfW-Grafik oben) widerzuspiegeln.

Exkurs 3: Die direkte und indirekte gleichstellungspolitische Wirkung der Stärkung der Stadtteile und der stadtteilnahen Angebote

Die Standortgemeinschaften repräsentieren insbesondere Gewerbetreibende aus dem Einzelhandel. Damit sind Beschäftigungsverhältnisse von Frauen besonders betroffen und werden gestärkt. Zudem begünstigt die stadtteilnahe Versorgung (im Gegensatz zur „grünen Wiese“ und zentralen Angeboten) die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf durch eine gute wohnortnahe Infrastruktur. Schließlich ermöglicht die wohnortnahe Infrastruktur die selbständige Versorgung älterer Bürgerinnen und Bürger.

Gender Budgeting stellt die Wirtschaftsförderung vor große Herausforderungen – ein vorläufiges Fazit

1. Die Aufgabenteilung und Budgetverquickung der Wirtschaftsförderung zwischen Stadt, Region und hannoverimpuls ist nur unzureichend in der Budgetverteilung der Stadt Hannover abgebildet. Damit ist eine Gender-Budgeting-Analyse einer einzelnen Institution notwendigerweise beschränkt.
2. Gender Budgeting macht nur Sinn, wenn klare gleichstellungspolitische Ziele benannt werden – also wo die Wirtschaftsförderung (gleichstellungspolitisch) hin will. Diese wurden nun durch die Wirtschaftsförderung formuliert
3. Die Wirtschaftsförderung sieht einen wesentlichen gleichstellungspolitischen Ansatz in den qualitativen Impulsen zur Gleichstellungspolitik in der regionalen Wirtschaft (z.B. Unternehmerinnenpreis verknüpft mit dem Wirtschaftsempfang), sowie in einer gleichstellungspolitischen Zielsetzung.
4. Die Wirtschaftsförderung schließt derzeit bestimmte Aufgaben, z.B. Gewerbeflächenvermarktung der städtischen Wirtschaftsförderung aus einer Gender-Budgeting-Analyse aus. Es erscheint nicht zweckmäßig Investoren/ Investorinnen und Projektentwickler/ Projektentwicklerinnen unter gleichstellungspolitischen Aspekten zu behandeln, denn hier hat die Wirtschaftsförderung zu wenig Handlungsspielräume. Geschlechterdifferenzierte Daten fehlen in der Wirtschaftsförderung bislang weitgehend. Der Aufwand, die einzelnen Aufgaben der Wirtschaftsförderung unter geschlechtsspezifischen Aspekten zu analysieren ist sehr hoch. Es muss jeweils ressourcenorientiert entschieden werden, wie und wann dieser Aufwand betrieben werden kann.
5. Neben den eigenen Datenerhebungen fehlen auch geeignete regionale Daten als Vergleichspunkte. Beispiel: Ein Drittel Frauen beim Wirtschaftsempfang scheint vor den allgemein verfügbaren Daten zu Frauen in Führungspositionen ein guter praktikabler Wert zu sein. Es fehlen jedoch belastbare Daten aus der Region. Es macht hier zudem wenig Sinn, den Anteil auf 50% zu erhöhen, vielmehr müssten mehr Frauen in Führungspositionen und Existenzgründungen von Frauen unterstützt werden.
6. Die geschlechterdifferenzierte Analyse der kommunalen Aufgaben ist eine Fachaufgabe, die Fachexpertise erfordert, welche derzeit im Bereich Wirtschaftsförderung in diesem Umfang noch nicht vorhanden ist.

7. Die externe Begleitung eines Veränderungsprozesses ist eine übliche und sinnvolle Umgangsweise, um zeitnah Ergebnisse zu erzielen. Diese Erfahrung hat die Wirtschaftsförderung auch im Rahmen der Pilotarbeit feststellen können. Eine erfolgreiche ressourcenneutrale Veränderung scheint derzeit schwer vorstellbar.

Nächste Schritte – Empfehlungen für die gemeinsame Debatte

Die vorangegangenen Einschätzungen aus der bisherigen Pilotphase führen zu folgenden Empfehlungen:

- Es braucht weiterhin eine enge Zusammenarbeit von der Gleichstellungsbeauftragten und dem Fachbereich Finanzen (Haushaltsdarstellung, Transfer auf andere FB)
- Es müssen Prioritäten gesetzt werden – wo ist die Genderdebatte sinnvoll?
- Es muss die Verfügbarkeit der Referenzdaten geklärt werden
- Es braucht Ressourcen (Externe Beratung / Geld / Zeit)