

## **Umfrage zum Stand der Einführung von Gender Mainstreaming in den Mitgliedsorganisationen des DSB**

*Tilla Haag, Gesellschaft für Sozialwissenschaftliche Frauenforschung e.V., Frankfurt*

Im Jahr 2004 war vom Deutschen Sportbund eine Umfrage in allen Mitgliedsorganisationen durchgeführt worden, die einen Überblick über den Stand der gleichstellungspolitischen Praxis im Allgemeinen und der Einführung von Gender Mainstreaming (GM) im Besonderen verschaffen sollte. Der Rücklauf war sehr zufrieden stellend: 75% der Sportverbände nahmen an der Fragebogenaktion teil.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass GM als anerkannte, systematische Gleichstellungsstrategie Einzug in den Deutschen Sport gehalten hat. Dennoch wird GM nur vereinzelt als systematische Strategie im Rahmen eines Gesamtkonzepts von der Leitungsebene ausgehend umgesetzt. Oftmals werden GM-Maßnahmen durch Frauenreferentinnen in der Tradition von Frauenförderung initiiert.

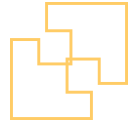
Nach den Ergebnissen der Fragebogenerhebung haben ein Drittel (29%) der Sportorganisationen einen Beschluss zur Umsetzung von GM gefasst oder planen diesen Beschluss. Etwa ein Viertel (23%) hat GM in der Satzung verankert oder plant eine entsprechende Satzungsänderung. Dies kann, angesichts der kurzen Zeit, in der GM im deutschen Sport erst ein Thema ist, als ein sehr positives Ergebnis gewertet werden.

Gut ein Drittel (36%) der Organisationen führen in ihrem Bereich geschlechtsspezifische Bedarfsanalysen durch oder planen dies. Annähernd in zwei Drittel der Organisationen wird im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit auf das Thema Gleichstellung oder GM geachtet bzw. ist das geplant. Dabei wird auf die Gleichstellung der Geschlechter im sprachlichen Ausdruck der größte Wert gelegt. An zweiter Stelle steht die gleichberechtigte Berücksichtigung der Geschlechter in der Beschreibung des Sportangebotes und bei der Verwendung von Bildmaterial.

Konzepte im Bereich Personalentwicklung sind bisher eher für den ehrenamtlichen Bereich beschlossen oder geplant worden (in 38% der Organisationen). Für den hauptamtlichen Bereich haben 27% der Organisationen ein Konzept beschlossen oder geplant. In jeder vierten Mitgliedsorganisation haben Mitglieder der hauptamtlichen Leitung an Fortbildungen zu Gleichstellung, GM oder an Gender Trainings teilgenommen. In etwa jeder zweiten Organisation haben Mitglieder der ehrenamtlichen Leitung an solchen Fortbildungen teilgenommen. In fast jeder zweiten Mitgliedsorganisation wird der Bedarf an Fortbildung zum Thema "GM" gesehen.

Die Verantwortung für die Einführung bzw. Umsetzung der Strategie GM scheint noch weitgehend auf den Schultern von Ehrenamtlichen und Frauenreferentinnen zu liegen und wurde nur vereinzelt von der hauptamtlichen Leitungsebene übernommen. So geht der Impuls zur Einführung von GM am häufigsten von den Frauenvertreterinnen (zu 53%) und dem ehrenamtliche Vorstand (zu 45%) aus.

Selten sind Maßnahmen zur Veränderung der Budgetverteilung und der organisatorischen Abläufe und Verfahren wie z. B. die Selbstverpflichtung des Vorstands, die Benennung von



Genderbeauftragten oder die Einberufung einer Steuerungs- oder Arbeitsgruppe zur Umsetzung von GM.

Nicht zu übersehen ist, dass „weiche“ Themen wie Datenerhebung, Öffentlichkeitsarbeit oder Fortbildung eher dem Prozess des GM unterzogen werden als „harte“ Themen wie Finanzen, Macht- und Entscheidungsstrukturen.

Die wichtigsten Ziele für die Implementierung von GM sahen die Organisationen darin, die Rahmenbedingungen im Sport für Frauen und Männer gleichberechtigt zu gestalten (89%), mehr Mädchen und Frauen für den Sport zu gewinnen (87%), den Frauenanteil an Führungspositionen zu erhöhen (85%) und das Leitziel Gleichstellung der Geschlechter im Sport zu verwirklichen (83%).

Viele Organisationen (zwischen 75% und 53%) gaben an, dass sie die Hinderungsgründe für die Implementierung von GM vorwiegend im Mangel an Zeit, Personal, Geld und Qualifikation sehen.

60% der Organisationen meinten, dass durch die finanzielle Knappheit in allen Bereichen keine Ressourcen übrig wären, sich noch zusätzlich mit GM zu beschäftigen. Etwas mehr als die Hälfte sahen die gesellschaftlichen Probleme, und damit auch die des Sports, gegenwärtig in anderen Bereichen.

Stand: 25.11.2005

---

Die Autorin ist Mitarbeiterin der Gesellschaft  
für sozialwissenschaftliche Frauenforschung e.V.  
Hammarskjöldring 129  
60439 Frankfurt am Main  
E Mail: [haag@gsfev.de](mailto:haag@gsfev.de)