

ABSCHIED VOM ERNÄHRERMODELL?

Strategien zum Abbau traditioneller Geschlechterrollen und Stereotype

GESCHLECHTSUNTERSCHIEDE BEI DER UNBEZAHLTEN HAUSARBEIT

Rund 62 % aller Haushalte verfügen heute über ein Doppелеinkommen. Familien, in denen beide Partner einer Berufstätigkeit nachgehen, sind somit die vorherrschende Form des Zusammenlebens von Frauen und Männern in der Europäischen Union^[1]. Trotz zunehmender weiblicher Erwerbsbeteiligung ist indes das Privatleben vieler Paare noch immer vom Rollenmodell des Mannes als Ernährer geprägt. Männer verdienen den Familienunterhalt, Frauen haben den Löwenanteil der unbezahlten Hausarbeit zu übernehmen. Die Folge: Frauen, die Berufstätigkeit und Karriere erfolgreich mit Mutterschaft, Ehe oder Partnerschaft, Haushalt und gesellschaftlicher Teilhabe vereinbaren wollen, müssen wahre "Superfrauen" sein.

Erhebungen über den Zeitgebrauch^[2], in denen die Anzahl von Stunden verglichen wird, die Frauen und Männer mit Arbeit, Familienpflichten und Freizeit verbringen, machen deutlich, wie schwer dieses traditionelle Modell zu überwinden ist. Berücksichtigt man die gesamte für Berufstätigkeit und Hausarbeit aufgewendete Zeit, sind die Arbeitstage der Frauen in der EU im Durchschnitt länger als die der Männer^[3]. Gehören Kleinkinder zum Haushalt, öffnet sich die Schere zwischen den Geschlechtern noch weiter. Im Vergleich zu kinderlosen Frauen verbringen Mütter, die mit einem Partner leben, durchschnittlich mindestens eine Stunde weniger pro Tag mit bezahlter Arbeit. Die gleichen Mütter widmen ihren Kindern und dem Haushalt täglich zwischen 5½ und 7½ Stunden. Für Männer in Paarbeziehungen gilt der gleiche Trend: Wenn Kinder da sind, wird für Familienpflichten mehr Zeit aufgewendet. Doch im Gegensatz zu den Frauen steigt, wenn Männer Vater werden, die für eine bezahlte Tätigkeit verwendete Zeit oder bleibt zumindest gleich.

Allerdings sind einige ermutigende Trends zu beobachten, die zu einer gerechteren Verteilung von Betreuungs- und Hausarbeit führen könnten. Qualitative Untersuchungen^[4] zeigen, dass immer mehr Männer bemüht sind, ihren väterlichen Pflichten nachzukommen. Meist finden sie jedoch mit ihren Versuchen bei Arbeitgebern, Kollegen oder den Medien, die in der Regel traditionelle Vorstellungen von Geschlechterbeziehungen vermitteln, keine Unterstützung. Hinzu kommt, dass sich der Beitrag von Männern zur "zweiten Schicht", d.h. zur unbezahlten Arbeit zu Hause, hauptsächlich darauf beschränkt, den Kindern zu essen zu geben, sie zu baden, ihre Windeln zu wechseln, sie zur Schule bzw. zum Kindergarten zu fahren und - vor allem - mit ihnen zu spielen. Wenn es darum geht, Hausarbeit zu teilen, sind Männer viel zurückhaltender.

WANDEL DER GESCHLECHTERROLLEN - ZIEL EUROPÄISCHER GLEICHSTELLUNGSPOLITIK

Seit den 80er Jahren arbeiten die gemeinschaftlichen Aktionsprogramme für Chancengleichheit von Frauen und Männern auf eine Veränderung der Einstellungen gegenüber traditionellen Geschlechterrollen hin und leisten somit einen wesentlichen Beitrag zur Politik der Gleichstellung der Geschlechter. Wie die derzeitige [Rahmenstrategie zur Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern \(2001-2005\)](#) betont, ist die Verwirklichung von Chancengleichheit "*eine Frage der Förderung nachhaltiger Veränderungen in Elternrollen, Familienstrukturen, institutionellen Praktiken, der Arbeits- und Zeitorganisation, (...) die auch Männer und die gesamte Gesellschaft betrifft (...).*"

NEUE GESCHLECHTERROLLEN ERLERNEN UND ALTE ABLEGEN

Mit Hilfe von Strategien und Konzepten, die einen Wandel der Rollen und der Aufgabenteilung zwischen Männern und Frauen der heutigen Elterngeneration auszulösen versuchen, hat EQUAL zur Geschlechtergerechtigkeit bei unbezahlter Betreuungs- und Hausarbeit beigetragen. In

manchen Mitgliedstaaten wurde dies mit Strategien kombiniert, die sich gezielt an Jugendliche und sogar Kinder richteten, um in dieser entscheidenden Entwicklungsphase, in der sich die Geschlechterrollen verfestigen, Stereotype in Frage zu stellen. Viele dieser Ansätze wandten sich in erster Linie an Männer aber ein Gutteil zielte auch darauf ab, sowohl das Modell des "Familienernährers" als auch das der "Superfrau" zu überwinden. Zahlreiche Ideen wurden getestet und ihre Auswirkungen sorgfältig beobachtet; die erfolgreichsten werden im Folgenden vorgestellt:

Medienkampagnen

Die bedeutsamste EQUAL-Medienkampagne, was messbare Veränderungen anbelangt, wurde in den Niederlanden durchgeführt. Sie war wie eine Marketingkampagne für ein neues Produkt konzipiert. Solche Strategien tragen den spezifischen Lebensstilen und Merkmalen ihrer Zielgruppen Rechnung und sind darauf ausgerichtet, eine kritische Masse von Konsumenten zu gewinnen. Die Botschaft der Kampagne soll sie dazu bringen, das neue Produkt als das Beste geeignete zu erkennen und dauerhaft zu nutzen. Wie bei einer Kettenreaktion setzt diese kritische Masse einen fortlaufenden Multiplikatorprozess in Gang und führt schließlich zu einem nachhaltigen Wandel. Die vom Ministerium für Arbeit und Soziales initiierte niederländische Kampagne hat nach diesem Muster mit dem Slogan "Männer gehen mit gutem Beispiel voran" beachtliche Erfolge erzielt.

Die Botschaft war einfach: Wenn mehr Männer bereit wären, mehr Hausarbeiten zu übernehmen, könnten mehr Frauen einer bezahlten Arbeit nachgehen und ihr Berufs- und Familienleben besser miteinander in Einklang bringen. Doch anstatt, wie gehabt, das zuständige Regierungsglied oder Gleichstellungsbeauftragte politische korrekte Haltungen "predigen" zu lassen, setzten die EQUAL-Partner einen wohl überlegten Aktivitätenmix ein, um "Diskussionen zu Hause am Küchentisch" anzustoßen - der erste entscheidende Schritt auf dem Weg zum Wandel.

Um die Diskussionen in Gang zu bringen, wurde die Öffentlichkeit mit einer Serie von Fernseh- und Radiowerbung bombardiert, die Pressekonferenzen, [eine Website](#), Talkshows und zahllose Veranstaltungen im ganzen Land verstärkt wurden. Die erste Botschaft der Kampagne konfrontierte **Männer mit den Ausreden, die sie gern vorbringen, um sich vor mehr häuslicher Verantwortung zu drücken**. Nach einer Weile wurde die Strategie ausgefeilter und setzte auf Motivation und Inspiration, anstatt auf Provokation. Diese zweite Welle von Botschaften zielte darauf ab, **Frauen beizubringen, ihr "Haushalts- und Pflegemonopol" aufzugeben** - und ihre Überzeugung, in diesem Bereich alles am besten zu wissen. Gleichzeitig wurde viel Gewicht auf die Tatsache gelegt, dass die meisten Arbeitgeber, Kollegen und Freunde nicht gerade begeistert reagieren, wenn ein Mann sich mehr um Familie und Haushalt kümmert. 16 Monate lang spornte die Kampagne Männer an, ihre Arbeitgeber, aber auch ihre Freunde und Arbeitskollegen in ein Gespräch über die gerechte Verteilung der Familienpflichten zu ziehen. Von dem Projekt unterstützt, haben viele **Männer "Übereinkommen zur Rollenteilung" mit ihren Partnerinnen und/oder Arbeitgebern** geschlossen.

Um ihre Botschaften weiter zu verbreiten, gewannen die EQUAL-Partner andere Organisationen für eine Zusammenarbeit. Gemeinsam mit Großbetrieben, NRO und der führenden Fußballmannschaft des Landes organisierte die Partnerschaft Aktivitäten, die Väter erleben ließen, welche Freude und Befriedigung es bereitet, sinnvoll ausgefüllte Zeit mit den Kindern zu verbringen, und wie sehr dies das Leben ihrer Kinder und Partnerinnen verändern kann. Der Effekt der Medienkampagne wurde genau beobachtet und zeigt eine beeindruckende Bilanz:

- Drei Monate nach ihrem Start war die Kampagne 55 % der niederländischen Bevölkerung bekannt.
- Im gleichen Zeitraum veränderte sich die Einstellung zu der Aussage: "*Wenn Kleinkinder zur Familie gehören, sollte die Mutter nicht berufstätig sein*". Während diese Erklärung im Januar 2003 bei 40 % der Befragten mit niedrigem Bildungsniveau auf Zustimmung stieß, waren es im April des gleichen Jahres nur noch 25 %. Von den Befragten mit höheren Bildungsabschlüssen sagten im Januar 38 %, sie seien mit dieser Aussage "vollkommen einverstanden", verglichen mit nur noch 30 % im April 2003.
- Laut Abschlussanalyse im Mai 2004 **diskutieren 59 % der Männer und 52 % der Frauen mindestens einmal pro Monat über die Aufteilung von Familienpflichten**. Im

Anschluss daran wird meist eine Vereinbarung geschlossen, sich solche Aufgaben zu teilen. Zwischen April 2003 und Mai 2004 stieg die Zahl der Männern, die solche Übereinkommen zur Aufgabenteilung geschlossen hatten, von 67 % auf 88 %, während der Prozentsatz der Frauen unverändert 72 % betrug.

Dank grenzüberschreitender Zusammenarbeit und thematischer Arbeit auf europäischer Ebene konnten diese niederländischen Erfahrungen an EQUAL-Partnerschaften in anderen Mitgliedstaaten übertragen werden. In Frankreich hat das Arbeitsministerium solche Aktivitäten in den Katalog der Maßnahmen aufgenommen, die für eine Förderung im Rahmen des Europäischen Sozialfonds in Betracht kommen.

Learning by doing macht den Unterschied
Praktischer Unterricht in neuen Rollen und Aufgaben, und auch die konkrete Konfrontation damit, erwiesen sich als besonders erfolgreich, wenn **der spezifische kulturelle Kontext berücksichtigt wurde**. In Frankreich, wo Kindergärten oder Schulen selten als Treffpunkte für Eltern fungieren, fanden neue Nachbarschaftszentren bei Frauen und Männern großen Anklang. Nutzerinnen und Nutzer waren angetan von der Idee, die Diskussion über Aufgabenteilung aus ihrem Zuhause an einen neutralen Ort zu verlegen. In mehreren Regionen schuf EQUAL solche Möglichkeiten offener Diskussion für Männer und Frauen. Dabei stand ihnen auf Wunsch professionelle Hilfe zur Verfügung.

- Die in Paris ansässige Ecole des parents (**Elternschule**) organisierte Workshops, die Eltern mit praktischen Lösungen für die Aufgabenteilung zwischen Müttern und Vätern vertraut machten. Die Workshops wurden zunächst überwiegend von Müttern besucht, aber im Laufe der Zeit nahm die Zahl der Väter erheblich zu. **Lernen von anderen Vätern** die ihnen bei der Überwindung traditioneller Geschlechterrollen voraus waren, fanden die männlichen Teilnehmer besonders hilfreich. Es habe sie angeregt, den Rollenwandel selbst auch ernsthafter zu erwägen und beispielsweise einen Elternurlaub zu nehmen.
- In anderen Städten hatten Männer und Frauen in "Eltern-Cafés" Gelegenheit, ihre Gefühle und Meinungen über alte und neue Geschlechterrollen zum Ausdruck zu bringen. Hier wurden Eltern auch ermutigt, sich - mit oder ohne Kinder - zu treffen, und zwar zu **praktischen Aktivitäten, die einen Rollentausch beinhalteten**. Männer und Frauen stellten fest, dass sie Fähigkeiten besaßen, die häufig als typisch für das andere Geschlecht gelten, wie etwa kochen, technisches Spielzeug zusammenbauen, Fußball spielen, Geschichten erzählen, musizieren oder Schlaflieder singen, und dass es ihnen Spaß machte, diese Fähigkeiten anzuwenden.

Veränderungsstrategien italienischer EQUAL-Partnerschaften beruhten auf der Annahme, dass Männer gern Projekte über einen gewissen Zeitraum hinweg planen und umsetzen, anstatt sich dem ständigen Zwang zu immer gleichen Betreuungsflüge- und Hausarbeiten zu unterwerfen. Hier war "Projektarbeit" der Schlüssel zu einer besseren und dauerhaften männlichen Mitwirkung an Familienpflichten.

- EQUAL begleite Männer auf einer "**Reise der Veränderungen**" und half ihnen, **ein konkretes Ziel zu erreichen**: zum Beispiel einen [Kurs](#) in Neugeborenenpflege zu absolvieren, die Samstagvormittage für ihre Kinder zu reservieren oder einmal in der Woche für die ganze Familie zu kochen, inklusive einkaufen und danach spülen.
- Durch **nur für Männer bestimmte Kurse** halfen andere EQUAL-Partnerschaften Männern, **ihre Fähigkeiten in Haushaltsführung auf den Prüfstand zu stellen und zu verbessern**. Auf dem Programm standen praktische Übungen in verschiedenen Haushaltsarbeiten wie Bügeln, Kochen, Waschen oder Putzen. Die Teilnehmer Männer erklärten, der Wert und die Mühsal unbezahlter Familienarbeit seien ihnen dabei viel bewusster geworden.

Geschlechterfragen - vom Kindergarten bis zur Universität
Im Rahmen der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen ging EQUAL nicht nur auf sich wandelnde Geschlechterrollen und Berufswahl künftiger Generationen ein, sondern nahm auch die vorherrschenden Verhaltensmuster der heutigen Elterngeneration ins Visier.

Die von EQUAL-Partnern in vielen Ländern entwickelte **Aus- und Fortbildung** zeigte **Kindergartenpersonal und GrundschullehrerInnen**, wie man Jungen und Mädchen dazu bringt, bestehenden Geschlechterunterschieden nachzuspüren und stereotype Wahrnehmungen zu überwinden. Beispielsweise wurden die in den Kindergartengruppen entdeckten Rollenmuster zum Anlass genommen, die unterschiedlichen Aufgaben, die Mütter und Väter zu Hause übernehmen, zu analysieren. Rollenspiele und Diskussionen lösten Fragen über die Ursachen dieser Unterschiede aus, und die Kinder sprachen darüber, wie sie sich ihr eigenes Erwachsenenleben vorstellten. Fast zwangsläufig stieß dieser Prozess weitere Diskussionen in den Familien an. Unterstützt durch das Angebot von Sensibilisierungs- und Bildungsveranstaltungen, waren die Eltern zunehmend bereit, ihr eigenes Verhalten als Vorbild ihrer Kinder zu überprüfen und Veränderungen in Betracht zu ziehen. Die von den Projekten entwickelten [Lehrmaterialien und Lerninstrumente](#) helfen mit, den Ansatz weiter zu verbreiten.

Eine [spanische Partnerschaft](#) entwickelte und erprobte **innovative Lehrpläne für Grund- und Sekundarschulen**, die traditionelle Geschlechterrollen und auch das fast unmerkliche Einfließen der damit verbundenen Stereotype in Wissenschaft und Technologie in Frage stellten. Anstatt zusätzliche allgemeine Kenntnisse über Chancengleichheit auf den Stundenplan zu setzen, erklärten diese Programme chemische und physikalische Prozesse anhand von Hausarbeit wie etwa Kochen, Backen oder Bügeln im Rahmen eben dieser Fächer. Das [Modell](#) hatte Erfolg. Die Jugendlichen, vor allem Jungen, fingen an, den Wert unbezahlter Frauenarbeit zu erkennen und zu Hause mehr Pflichten zu übernehmen. Der Ansatz ist bei den Medien auf reges Interesse gestoßen und zwischen Lehrern und Eltern ausgiebig diskutiert worden, was wiederum die zuständigen Behörden zur Überlegung bewogen hat, dieses EQUAL-Modell in die Regelpraxis zu übernehmen.

In den Niederlanden ging EQUAL von Untersuchungen aus, die darauf hinweisen, dass junge, am Beginn ihrer Berufslaufbahn stehende Männer zur Frage der Aufgabenteilung mit ihren Frauen oder Partnerinnen eine egalitärere Einstellung haben als die Generation ihrer Väter. Um ihre Vaterrolle aktiver wahrzunehmen, würden zum Beispiel 40 % der niederländischen Männer in technischen Berufen weniger arbeiten, verschiedene Hürden hindern sie jedoch, dies in die Tat umzusetzen. Eine EQUAL-Partnerschaft gab Männern mit Hilfe eines [Internet-Tools](#) den Anstoß, diese Hürden konkret zu benennen, und empfahl auch praktische Lösungen für ihre Überwindung. Darüber hinaus testete EQUAL Methoden, die Eltern- und Geschlechterrollen zum Unterrichtsthema an der Sekundar- und Hochschulen machen, unterrichtet zu behandeln, also in einem Alter, wenn Berufswege sich anbahnen. Eine Gruppe von Technikern, die Arbeit und Familienpflichten tatsächlich vereinen, wurde zu "**Botschaftern**" eines **neuen männlichen Rollenmodells** ausgebildet. Sie hielten Gastvorlesungen und gaben ihre persönlichen Erfahrungen an die Studierenden weiter. All diese positiven Erfahrungen wurden zusammengefasst und in Lehrmaterialien und Lerninstrumente integriert. Dazu gehört auch ein Modul als Teil der technischen Studiengänge an Universitäten. Das EQUAL-Lernpaket wird mittlerweile von immer mehr Bildungseinrichtungen nachgefragt.

EMPFEHLUNGEN FÜR DIE POLITIK

Ein Wandel der Geschlechterrollen und der Aufgabenverteilung zwischen Frauen und Männern erfordert langfristige Strategien und große Hartnäckigkeit. EQUALs gute Praktiken und eine Fülle von Lehr- und Lernmaterialien stehen zur Verfügung, um den verschiedenen Akteuren zu helfen, Veränderungen anzustoßen.

Die EQUAL-Verwaltungsbehörden in den Mitgliedstaaten sollten sich bewusst sein, dass die Entwicklungspartnerschaften zumeist nur erste richtungweisende Schritte auf dem Weg zu einer gerechteren Verteilung von Betreuungs- und anderen Familienaufgaben zurücklegen konnten. Um ein weiteres Vorankommen zu ermöglichen, sollten sie mit anderen zuständigen Behörden zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass:

- **Fördermittel für Medienkampagnen über einen längeren Zeitraum hinweg und nicht nur für einmalige Werbeveranstaltungen ohne bleibenden Effekt** zur Verfügung stehen.
- **derartige Kampagnen als fester Bestandteil öffentlich bezuschusster Programme für die Gleichstellung der Geschlechter auf dem Arbeitsmarkt** finanziert werden.

Die für Bildung und Ausbildung zuständigen EntscheidungsträgerInnen und Behörden sollten:

- die **Lehrpläne** aller Bildungsstufen überprüfen und dafür sorgen, dass nicht nur Gleichstellungsaspekte als Querschnittsthema darin aufgenommen werden, sondern auch **spezielle Module**, die **Geschlechtergerechtigkeit bei Betreuungspflichten und anderer unbezahlter Hausarbeit zum Thema machen**.
- dieses spezielle Thema in die **Aus- und Fortbildung von Lehrkräften** einbeziehen.

KommunalpolitikerInnen sollten:

- **die Zukunft der Elternrolle auf die Tagesordnung setzen** und in Betracht ziehen, Gemeindezentren, Kindergärten und Schulen in Orte zu verwandeln, wo Frauen und Männer sich treffen können, um neue Rollen und Aufgaben einzuüben sich stereotype Wahrnehmungen und Haltungen "abzugewöhnen", die den Weg zu einer Gesellschaft erschweren, die das alle männlichen und weiblichen Potentiale gleichermaßen braucht und wertschätzt.

FUßNOTEN

[1] Eurostat: Statistik kurz gefasst, Thema 3 -9/2002

[2] Eurostat: Statistik kurz gefasst: Wie Frauen und Männer ihre Zeit verbringen, Ergebnisse aus 13 europäischen Ländern, 2004

[3] Mit Ausnahme von Dänemark, Finnland, Schweden und dem Vereinigten Königreich, wo sie fast gleich lang sind.

[4] Zum Beispiel: Margret Fine-Davis et al.: Fathers and mothers - Dilemmas of the Work-Life-Balance, Dublin 2002