

GENDER LOHNT SICH!



Genderstrategie
2010 – 2014

gtz

Impressum

Herausgeber

Deutsche Gesellschaft für
Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH
Postfach 5180
65726 Eschborn
Deutschland
T +49 6196 79-0
F +49 6196 79-1115
E info@gtz.de
I www.gtz.de

Verantwortlich

Joachim Prey

Ansprechpartnerin

Katrin Adams
T +49 6196 79-7268
F +49 6196 79-807268
E katrin.adams@gtz.de
I www.gtz.de/gender

Layout & Design

Ira Olaleye, Eschborn

Eschborn, Februar 2010



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
I Einleitung	5
II Strategischer Rahmen	7
1 Politischer Wille	8
2 Genderkompetenz	8
3 Unternehmenskultur	9
4 Prozesse	9
5 Rechenschaftspflicht	10
6 Innerbetriebliche Gleichstellung	10
III Umsetzung.....	11
1 Ziele und Indikatoren	11
2 Strategische Handlungsleitlinie	11
3 Verantwortlichkeiten	11
4 Ressourcen	12
5 Monitoring	12
Annex	13
1 Wirkungskette	13
Abkürzungsverzeichnis	14

Vorwort

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

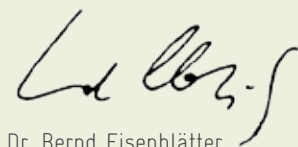
mit der Genderstrategie 2010-2014 legen wir hiermit die dritte unternehmensweite Genderstrategie vor.

Wir sind von der Bedeutung des Themas für die GTZ als erfolgreicher Dienstleister der internationalen Zusammenarbeit überzeugt. Denn die Gleichberechtigung der Geschlechter ist grundlegend für den Erfolg unserer Arbeit, sowohl in unserer Innen- wie in unserer Außenstruktur. Wir wissen, dass die Wirkungen unserer Arbeit nur nachhaltig sein können, wenn wir die Gesellschaft als Ganzes in den Blick nehmen. Zudem ist die Geschlechtergerechtigkeit Voraussetzung für gute Regierungsführung und für eine gleichberechtigte Verwirklichung der Menschenrechte, die ebenfalls entscheidende Voraussetzungen für nachhaltige Entwicklung in unseren Partnerländern sind.

Die GTZ hat eine lange Tradition im Bereich des Gendermainstreamings. 2001 haben wir die erste unternehmensweite Genderstrategie verabschiedet. Mit dieser dritten Genderstrategie bauen wir auf das Erreichte auf. Damit die Gleichberechtigung der Geschlechter umfassend in die Arbeit der GTZ integriert ist, beziehen wir die Außenstruktur gezielter ein und stellen sicher, dass sich unsere Führungskräfte für Gender-Themen verstärkt einsetzen. Die Strategie zielt auf ein umfassendes Gendermainstreaming, den Ausbau unseres Portfolios im Bereich Gleichberechtigung der Geschlechter und die Sicherstellung der innerbetrieblichen Gleichstellung ab.

Die in dieser Strategie beschriebenen Ziele können wir nur erreichen, wenn wir Ihre Unterstützung und Mitarbeit gewinnen. Wir laden Sie, liebe Kolleginnen und Kollegen, ein, gemeinsam an der Verwirklichung dieser Ziele zu arbeiten – wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Bernd Eisenblätter

Geschäftsführer



Joachim Prey


Stellv. Bereichsleiter Planung
und Entwicklung



I Einleitung

Die Gleichberechtigung der Geschlechter ist ein Schlüssel für nachhaltige Entwicklung. Ein geschlechterdifferenziertes Vorgehen und ein konsequentes Eintreten für die Verwirklichung gleicher Chancen für Frauen und Männern sind wesentlicher Bestandteil der Werteorientierung und der Arbeit der GTZ.

Die GTZ wendet bereits seit den 90er Jahren den Gender-Ansatz konsequent an. Mit der Genderstrategie 2010–2014 wollen wir neue Wege zur Erreichung der Gleichberechtigung der Geschlechter gehen. Die Strategie zielt auf drei komplementäre Stränge: Der Schwerpunkt liegt auf der Verbesserung des Gender Mainstreamings in unseren Maßnahmen der Technischen Zusammenarbeit. Des Weiteren streben wir an, unser Portfolio von Vorhaben zu steigern, deren Hauptzielsetzung auf der Förderung der Gleichberechtigung der Geschlechter liegt. Schließlich begreifen wir die Sicherstellung der innerbetrieblichen Gleichstellung als inhärenten Bestandteil der Genderstrategie.



Die Genderstrategie 2010–2014 setzt insofern neue Akzente, als Abstand von kleinteiligen Vorschriften genommen wird. Stattdessen wird eine strategische Handlungsleitlinie vereinbart, die durch die einzelnen Organisationseinheiten (OE) ausgefüllt wird. Neu ist auch, dass die Mitarbeiter/innen durch die Kombination von Anreiz- und Rechenschaftsmechanismen zur Auseinandersetzung mit der Gleichberechtigung der Geschlechter motiviert werden. Neu ist schließlich, dass die Synergien zwischen Gender Mainstreaming in den Vorhaben der deutschen Technischen Zusammenarbeit und der innerbetrieblichen Gleichstellung gezielt verstärkt werden. Durch das Zusammenspiel dieser Ansätze werden die Innovationskraft bei der Entwicklung von Genderansätzen und die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter/innen gefördert.

Im Rahmen der Laufzeit der Strategie wollen wir erreichen, dass die Vorhaben der GTZ positive Wirkungen auf die Förderung der Gleichberechtigung der Geschlechter aufweisen (direkte Wirkung der Strategie). Damit einher geht die Absicht, die GTZ mittels neuer innovativer Ansätze international erfolgreich zu positionieren. Die Mitarbeiter/innen der GTZ sind die Hauptadressaten dieser Strategie. Zudem wird sie unseren Auftraggebern sowie unseren Partnern als Informations- und Orientierungsgrundlage dienen.

Die Wirkungen unserer Arbeit können in allen Sektoren verbessert werden, wenn wir zielgruppenspezifisch vorgehen. Nachhaltig wird Entwicklung dann sein, wenn Frauen und Männer gleichermaßen an den politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklungen teilhaben und ihre Potenziale ausschöpfen. Wichtig ist es, Männer als Zielgruppe und Akteure nicht aus dem Blick zu verlieren. Denn über Generationen eingeübte Geschlechterstereotypen können nicht durch die Arbeit von und mit Frauen allein verändert werden.

Förderung der Gleichberechtigung der Geschlechter heißt nicht automatisch Frauenförderung, obwohl dies häufig der Fokus ist.

Die Relevanz der Gleichberechtigung der Geschlechter für die Steigerung der Nachhaltigkeit und Wirksamkeit entwicklungspolitischer Maßnahmen spiegelt sich auch in der entwicklungspolitischen Debatte wieder. Es gibt eine Vielzahl internationaler und nationaler Verpflichtungen, denen die GTZ und ihre Partner verpflichtet sind.ⁱ In diesem Zusammenhang verdienen die großen Menschenrechtspakte besondere Erwähnung, zu denen unter anderem das „Übereinkommen zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung der Frau“ⁱⁱ zählt. Denn: Frauenrechte sind Menschenrechte. Weiterhin sei an dieser Stelle auf die Millenniumserklärung und die Millenniumsentwicklungsziele (MDG)ⁱⁱⁱ verwiesen. Deutlich wird, dass die MDGs nur in Verbindung mit der Verwirklichung der Gleichberechtigung der Geschlechter erreicht werden können. Auf bundesdeutscher Ebene sind das BMZ-Gleichberechtigungskonzept^{iv} sowie der entwicklungspolitische Gender-Aktionsplan 2009-2012 unsere Referenzrahmen.^v Ebenso wie die Bundesrepublik Deutschland treiben viele andere Geber wie die Weltbank, die EU oder auch DFID das Gender Mainstreaming durch eigene Strategien und Aktionspläne voran.^{vi}



i Vgl. unter anderem:

- Doha Declaration on Financing for Development:

www.undemocracy.com/A-63-L.57.pdf

- Accra Agenda for Action:

www.undp.org/mdtf/docs/Accra-Agenda-for-Action.pdf

ii www.un.org/womenwatch/daw/cedaw

iii www.un.org/millenniumgoals

iv BMZ Konzepte 111, Konzept für die Förderung der gleichberechtigten Beteiligung von Frauen und Männern am Entwicklungsprozess:

<http://www.bmz.de/de/themen/menschen-rechte/frauenrechte/index.html>

(in Bearbeitung)

v BMZ Konzepte 173, Entwicklungspolitischer Gender-Aktionsplan 2009-2012

vi - Gender Equality as Smart Economics: A World Bank Group Gender Action Plan (2007-2010): siteresources.worldbank.org/INTGENDER/Resources/GAPBrochure

- DFID Gender Equality Plan for Action 2007-2009:

<http://www.dfid.gov.uk/Documents/diversity/gender-equality-plan-2007.pdf>

II Strategischer Rahmen

Mit der GTZ Genderstrategie 2010–2014 haben wir die Bearbeitung des Themas in einen Kontext gestellt, der größere Wirkungen erlaubt. Für die erfolgreiche Förderung der Gleichberechtigung von Männern und Frauen bedarf es sechs komplementärer strategischer Elemente:

- 1 **Politischer Wille** hierunter fällt die Art und Weise, wie Führungskräfte ihre Unterstützung für das Thema Gleichberechtigung kommunizieren und demonstrieren
- 2 **Genderkompetenz** das heißt das Wissen der Mitarbeiter/innen über ungleiche Geschlechterverhältnisse sowie Ansätze, diese zu überwinden
- 3 **Unternehmenskultur** beschreibt alle Gewohnheiten und Verhaltenskodizes, die die Gleichberechtigung der Geschlechter unterstützen
- 4 **Prozesse** als die gendersensible Ausgestaltung des Auftragsmanagements
- 5 **Rechenschaftspflicht** das heißt alle Mechanismen zur Herstellung der Verbindlichkeit der Genderstrategie
- 6 **Innerbetriebliche Gleichstellung** als Synonym für einen ausgewogenen Personalkörper

Diese sechs Elemente bilden das Rückgrat der Genderstrategie 2010–2014. Sie gelten für die Innen- und die Außenstruktur. Die Außenstruktur spielt bei der Realisierung der gleichberechtigten Teilhabe und Teilnahme an Entwicklungsprozessen eine wesentliche Rolle. Gleichzeitig ist entscheidend, dass die Kolleg/innen in den Partnerländern durch die Zentrale unterstützt werden. Sei es konzeptionell durch den Bereich Planung und Entwicklung (PuE), sei es im Hinblick auf regionale Erfahrung und Austausch durch die Regionalbereiche, die Stabsstelle Deutsche öffentliche Auftraggeber (DöAG) und den Bereich International Services (IS). Dabei greifen die Abläufe in der Innen- und der Außenstruktur sowie zwischen den OE wie ein Kreislauf ineinander. Der Rahmen für diesen Kreislauf wird durch diese Strategie geschaffen. Die Operationalisierung liegt im Gestaltungsspielraum der verantwortlichen OE entsprechend der von ihren Auftraggebern vorgegebenen Handlungsspielräume.

Konkret werden die sechs strategischen Elemente wie folgt aufgegriffen:

1 Politischer Wille

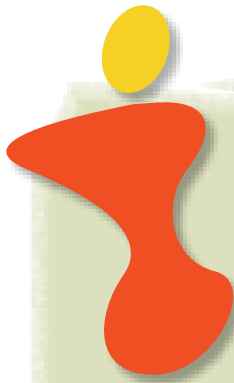
In der GTZ ist Gleichberechtigung der Geschlechter ein Führungsthema! Die Führungskräfte übernehmen eine Vorbildfunktion gegenüber den Mitarbeiter/innen, indem sie die Gleichberechtigung als ein Schlüsselthema der internationalen Zusammenarbeit nach innen und außen vertreten. Der OFK (Oberer Führungskreis) setzt in dieser Hinsicht ein deutliches Zeichen. Er wird zukünftig eine stärkere Rolle in der Steuerung und Umsetzung der Genderstrategie einnehmen. Zum einen wird ein Mitglied des OFK Mitglied im Steuerungskreis der Gender-Ansprechpersonen (Gender-AP) und zum anderen steht das Thema einmal jährlich auf der Agenda des höchsten Führungsgremiums. Ferner stellt das Unternehmen ein ausreichendes jährliches Budget für unternehmensweite Aktivitäten zur Verfügung. Zudem nimmt der OFK die Führungskräfte des Unternehmens in die Pflicht, da sie die erfolgreiche Umsetzung der Genderstrategie verantworten. Auf Ebene der Vorhaben sind allen voran die Auftragsverantwortlichen gefragt. Die Büroleitungen haben dafür zu sorgen, dass die Gleichberechtigung der Geschlechter auf Landesebene priorisiert wird, die Gender-AP in die wichtigen Prozesse einbezogen werden und die zur professionellen Wahrnehmung ihrer Aufgabe notwendigen zeitlichen und finanziellen Ressourcen erhalten. Zudem verantworten die Büroleiter/innen (BüL) die Qualitätssicherung.

2 Genderkompetenz

Gewusst wie! Genderkompetenz ist ein entscheidender Faktor bei der Förderung der Geschlechtergerechtigkeit. Schließlich wollen wir gemeinsam mit unseren Partnern einen Beitrag zur Gleichberechtigung der Geschlechter leisten. Zum Ausbau unserer eigenen Fähigkeiten fokussiert die Genderstrategie zunächst auf erfolgreiches Wissensmanagement. Entscheidend ist, dass die GTZ-Mitarbeiter/innen schnell auf die erforderlichen Informationen zugreifen können, um ihre Aufgabe mit Kreativität und Innovation erfolgreich zu lösen. Mit dem Gender-Wissensnetz^{vii} haben wir eine Intranet Plattform geschaffen, die kontinuierlich ausgebaut wird. Mit Hilfe dieser Plattform soll neben der Information über Sachthemen das Lernen aus Erfahrungen erleichtert werden. Zu diesem Zweck legt die Strategie Wert auf die Aufbereitung von guten Beispielen aus der Praxis. Mit Hilfe der Unternehmenskommunikation werden wir unser umfangreiches Erfahrungswissen zudem gezielter nach innen und außen verbreiten.

Darüber hinaus spielt beim Aufbau der Genderkompetenz der Bereich PuE eine wichtige Rolle, der seine Beratungskompetenzen zu den einzelnen Sektoren auf- und ausbaut. Ein weiteres wichtiges Instrument zur Stärkung unserer Fähigkeiten sind die Gender-AP in der Zentrale und der Außenstruktur. Sie sensibilisieren die Kolleg/innen für das Thema, beraten und vermitteln Fachexpertise. Soweit erforderlich, erhalten unsere Kolleg/innen darüber hinaus die Möglichkeit, ihre eigenen Kompetenzen durch Fortbildungen auszubauen. Schließlich werden wir das Portfolio der Vorhaben weiter ausbauen, die hauptsächlich auf die Gleichberechtigung der Geschlechter zielen (GG2). Denn diese Vorhaben dienen als Leuchttürme für erfolgreiche Ansätze und haben Ausstrahlungswirkung auf das übrige Portfolio.





3 Unternehmenskultur

Gender lohnt sich! Das ist die Botschaft dieser Genderstrategie, mit der wir unsere Werteorientierung nach innen und außen leben. Nicht nur, weil dadurch unsere Vorhaben qualitativ besser werden und gemischte Teams erfahrungsgemäß bessere Ergebnisse erzielen, sondern auch, weil das Engagement für die Gleichberechtigung in Zukunft stärker honoriert wird. Alle zwei Jahre wird nun ein Gender-Wettbewerb auf Unternehmensebene ausgeschrieben. Ausgezeichnet werden besondere Ansätze zur Förderung der Gleichberechtigung der Geschlechter. Außerdem findet jährlich im Zeitraum um den Weltfrauentag eine Genderwoche mit Veranstaltungen in der Zentrale und gegebenenfalls auch auf Landesebene statt. Sie gibt den Mitarbeiter/innen eine weitere Gelegenheit, ihre Arbeit ins Schaufenster zu stellen und informiert über genderrelevante Themen. Gleichberechtigung der Geschlechter lohnt sich auch deshalb, weil der Einsatz für das Thema durch vermehrte GG2-Vorhaben besser mit professionellen Karrieren verbunden werden kann. Auf Bereichs-, Abteilungs- und Landesebene obliegt es den jeweiligen Verantwortlichen, weitergehende Maßnahmen zur Beeinflussung der Unternehmenskultur zu ergreifen. Dies kann beispielsweise über Veranstaltungen, die Würdigung von Initiativen oder auch die Vereinbarung von Jahreszielen der OE geschehen sowie durch die Festlegung von entsprechenden Jahreszielen in den Mitarbeiterinnen- und Mitarbeitergesprächen.

4 Prozesse

Ohne geht es nicht! Von herausragender Bedeutung für das erfolgreiche Gender Mainstreaming in der GTZ ist die Integration von Gender-Aspekten in die wesentlichen Prozesse. Zu diesen zählt das Auftragsmanagement mit allen Verfahren, die von der Vorbereitung bis zum Abschluss einer Entwicklungsmaßnahme zum Tragen kommen. Insbesondere wird zukünftig entschieden darauf Wert gelegt, dass bei Projektprüfungen eine Gender-Analyse durchgeführt wurde. Hierdurch kann schon im Planungsstadium eine profunde Aussage getroffen werden, wie das Vorhaben zur Chancengleichheit beitragen kann. Darauf aufbauend wird im Rahmen der Zustimmung zur Angebotskonzeption regelmäßig die fachgerechte Verankerung von Gender-Aspekten und die korrekte Vergabe der GG-Kennung und der daraus folgenden Indikatoren überprüft. Befindet sich eine Maßnahme im Durchführungsstadium ist darauf zu achten, dass die Wirkungen auf das Geschlechterverhältnis Bestandteil des Wirkungsmonitorings sind, in Evaluierungen überprüft und in die entsprechende Berichterstattung aufgenommen werden. Damit diese Prozesse gelingen, sind unterschiedliche Bearbeitungsstufen erforderlich: die Integration in den Auftragsmanagement Kurs, in die wichtigen Handreichungen, die tatsächliche Berücksichtigung durch alle Beteiligten in den einzelnen Bearbeitungsstufen eines Auftrags sowie das Nachhalten durch die Auftragsverantwortlichen und andere Führungskräfte.

5 Rechenschaftspflicht

Nicht nur eine Frage des Wollens! Die Vergangenheit hat gezeigt, dass wir bei der Förderung der Gleichberechtigung der Geschlechter nicht allein auf das Engagement und die Überzeugung der Mitarbeiter/innen setzen können. Zu groß ist der Druck auf dem Markt der Aufmerksamkeiten, auf dem verschiedenste Themen konkurrieren. Um die Verbindlichkeit zu erhöhen, werden wir deshalb verstärkt auf die Rechenschaftslegung zur Erreichung von Wirkungen auf die Gleichberechtigung der Geschlechter achten. Ein wichtiger Part kommt den Auftragsverantwortlichen zu. Wie unter 4. beschrieben sind sie gehalten, die Wirkungen auf das Geschlechterverhältnis nachzuhalten und im Rahmen der Berichterstattung schlüssig darüber zu informieren. Darüber hinaus hat der OFK entschieden, dass zur Verbesserung der qualitativen Bearbeitung des Themas Gender auf die Ergebnisse von internen und externen Evaluierungen durch Mechanismen zum Nachhalten von Monita und Empfehlungen (z.B. Management-Response-System) reagiert werden muss. Hierdurch soll deutlich werden, dass der Einsatz für die Gleichberechtigung der Geschlechter nicht auf Freiwilligkeit beruht. Des Weiteren fordern die jeweiligen Bereichs-, Abteilungs- und Stabsstellenleiter/innen die Rechenschaftslegung über die Strategieumsetzung ein.^{viii}

6 Innerbetriebliche Gleichstellung

Beim Personal fängt es an! Die innerbetriebliche Gleichstellung ist eine weitere Dimension der Chancengleichheit in der GTZ. Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis auf Fach- und Führungsebene ist eine wichtige Grundlage für gendersensibles Handeln und eine Voraussetzung für unsere Glaubwürdigkeit bei der Genderberatung. Die Gleichstellung von Männern und Frauen ist seit 1991 ein unternehmenspolitisches Ziel der GTZ. Festgehalten ist es unter anderem in der Betriebsvereinbarung „Gleichstellung von Männern und Frauen“. Langfristig wird ein Frauenanteil von 50% in allen Unternehmensbereichen angestrebt, in denen Frauen unterrepräsentiert sind. Der in seiner zweiten Fassung vorliegende Gleichstellungsplan ist ein wichtiges Instrument, das Unternehmensziel voranzutreiben.^{ix} Im Mittelpunkt stehen dabei Maßnahmen, mit denen die GTZ Frauen im In- und Ausland verstärkt in Führungspositionen bringen will.

Mit dieser Genderstrategie sollen das Gender Mainstreaming in den Vorhaben der TZ und die innerbetriebliche Gleichstellung stärker zusammenrücken, nicht zuletzt um deren Stellenwert in der unternehmensstrategischen Ausrichtung herauszustellen.^x Im Rahmen gemeinsamer Strategiesitzungen zwischen der Gender-AP des Unternehmens und der/dem Gleichstellungsbeauftragten werden die Anknüpfungspunkte für Maßnahmen identifiziert. Um die Synergieeffekte weiter zu befördern, nimmt die/der Gleichstellungsbeauftragte regelmäßig an den Sitzungen des Gender Steuerungskreises teil.

viii [Dazu s.u. 5. Monitoring](#)

III Umsetzung

1 Ziele und Indikatoren

Die Wirkungen der Genderstrategie wurden wie folgt definiert und mit Indikatoren belegt:

Indirekte Wirkung

Männer und Frauen ziehen gleichberechtigt Nutzen aus dem developmentpolitischen Beitrag der TZ.
Männer und Frauen können den developmentpolitischen Beitrag der TZ gleichermaßen aktiv mitgestalten.

Direkte Wirkung

Die Vorhaben der GTZ weisen positive Wirkungen auf die Förderung der Gleichberechtigung der Geschlechter auf.

Indikator

80 % der von Vorhaben gesetzten Gender-Ziele werden erreicht (Monitoring durch Auftragsverantwortliche und Führung; Quelle: Evaluierung 2014).



2 Strategische Handlungsleitlinie

Die Hauptaufgaben der einzelnen OE zur Umsetzung dieser Strategie sind in der Strategischen Handlungsleitlinie definiert. Betont wird, dass es sich nur um Hauptaufgaben handelt. Die einzelnen Bereiche, Abteilungen und Stabsstellen sind darauf aufbauend dafür verantwortlich, die Handlungsleitlinie basierend auf den sechs Elementen des strategischen Rahmens mit Leben zu füllen, zu operationalisieren (zum Beispiel über die Jahresziele) und innerhalb ihrer eigenen Arbeitsplanung umzusetzen.

3 Verantwortlichkeiten

Die Genderstrategie ist in ihrer Dimension der innerbetrieblichen Gleichstellung für alle Mitarbeiter/innen der GTZ verbindlich. Die Förderung der Gleichberechtigung der Geschlechter in den Vorhaben war bisher schwerpunktmäßig auf die Aufträge vom BMZ ausgerichtet. Ganz im Sinne der geschäftsfeldübergreifenden Zusammenarbeit sollen die Synergien zu den Stabsstellen CIM (Centrum für internationale Migration und Entwicklung) und DöAG sowie dem Bereich International Services (IS) aktiv gefördert werden. Angestrebt ist, dass alle Geschäftsfelder ihre Leistungserbringung durch die Berücksichtigung der Geschlechtergerechtigkeit verbessern und dadurch ihre Wettbewerbsposition ausbauen können.

Verantwortlich für die Umsetzung der Genderstrategie sind die Führungskräfte, allen voran die Bereichs-, Abteilungs-, Stabsstellen- und Büroleiter/innen. Die konkrete Durchführung liegt auf vielen Schultern. Wichtige Säulen sind dabei die Auftragsverantwortlichen und ihre nationalen und entsandten Mitarbeiter/innen. Sie werden durch die Gender-AP der Außenstruktur sowie der Zentrale unterstützt.^{xi} Die Gender-AP auf Landesebene werden durch die Büroleitungen ernannt, die Gender-AP der Zentrale durch die Bereichs-, Abteilungs- und Stabsstellenleiter/innen.

Die Gender-AP bilden gemeinsam mit einem OFK-Mitglied den Steuerungskreis der Gender-AP. Das OFK-Mitglied ist dabei die Ansprechperson zur Diskussion unternehmenspolitischer Fragen. Die Gender-AP der Außenstruktur sind über die Bereiche eingebunden, die ihre Anliegen transportieren und den Kommunikationsfluss sicherstellen. Der Gendersteuerungskreis tritt regelmäßig zusammen und ist das Gremium, das die Umsetzung der Genderstrategie fachlich und konzeptionell unternehmensweit begleitet.

4 Ressourcen

Qualität hat ihren Preis! Für die erfolgreiche Umsetzung der Genderstrategie sind Ressourcen erforderlich. In diesem Zusammenhang sind die verantwortlichen OE verpflichtet, den Gender-AP die für die professionelle Wahrnehmung ihrer Aufgabe erforderlichen Ressourcen zur Verfügung zu stellen. Des Weiteren müssen finanzielle Ressourcen für die Innen- und Außenstruktur zur Durchführung und Teilnahme an Weiterbildungen und Netzwerktreffen bereitgestellt werden.

Für die in der Genderstrategie vereinbarten unternehmensweiten Maßnahmen stellt die GTZ ein ausreichendes jährliches Budget zur Verfügung. Damit werden beispielsweise die Kosten für den Gender-Wettbewerb oder auch die Durchführung der Gender-Woche abgedeckt.

5 Monitoring

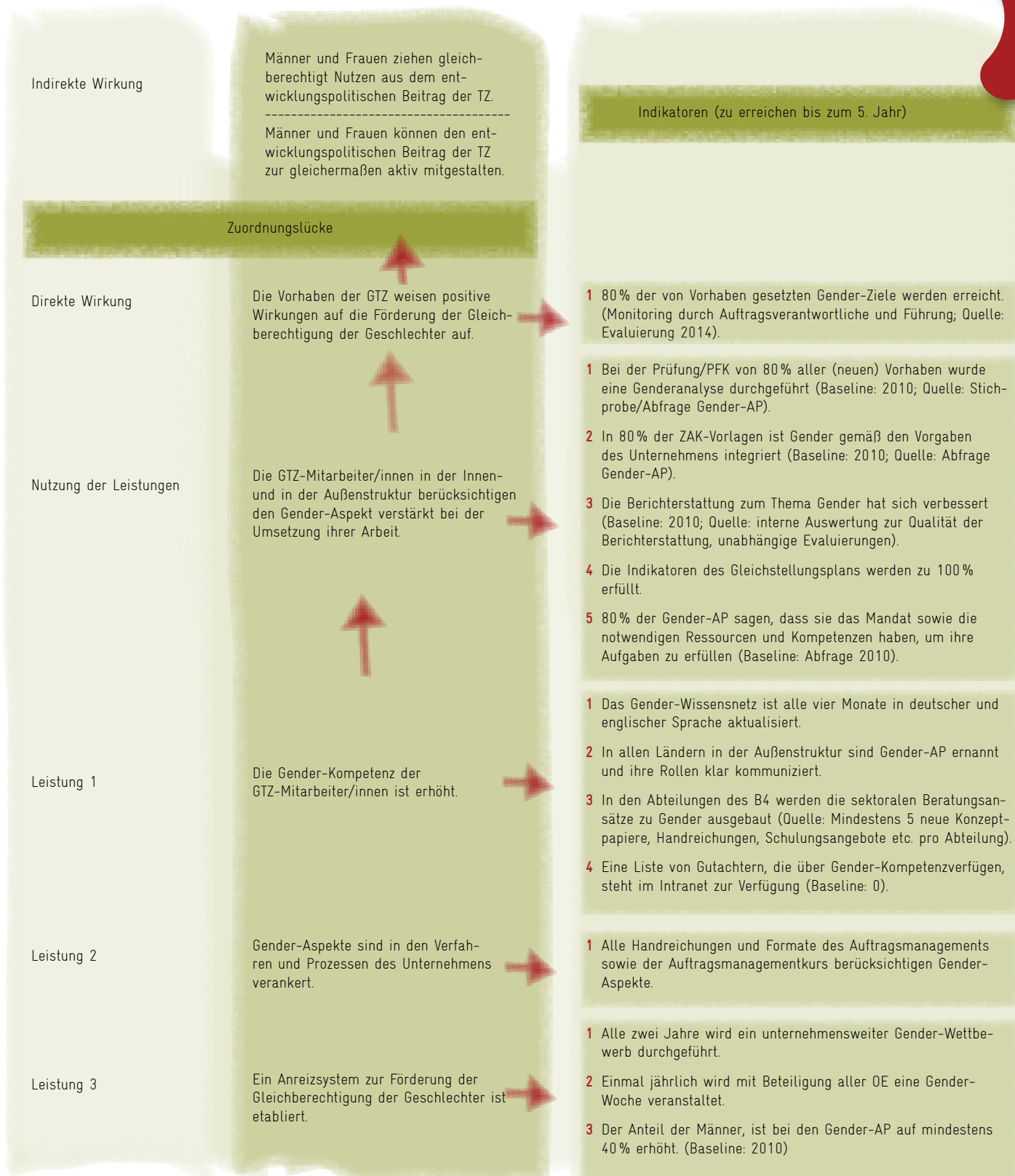
Die jeweiligen Bereichs-, Abteilungs- und Stabsstellenleiter/innen verantworten das Monitoring der Strategieumsetzung in ihrer OE. Das Monitoring erfolgt im Rahmen der Managementstrukturen und Arbeitsprozesse der jeweiligen OE, welche die Handlungsleitlinie eigenverantwortlich operationalisieren und umsetzen und so zur Erreichung der Indikatoren der Genderstrategie und ihrer Ziele beitragen.

Die Gender-AP des Unternehmens obliegt die unternehmensweite Zusammenführung der Ergebnisse und das Monitoring über das zur Verfügung gestellte Budget. Sie wird dabei durch die anderen Gender-AP unterstützt. Der Umsetzungsstand der vorliegenden Strategie wird jährlich geprüft. In Zusammenarbeit mit dem Gendersteuerungskreis erstattet die Gender-AP des Unternehmens auf dieser Grundlage gegenüber dem OFK einmal jährlich Bericht über die Umsetzungserfolge und -bedarfe. Das Monitoring des Gleichstellungsplans sowie die Berichterstattung übernehmen der B6 unter Einbeziehung der/des Gleichstellungsbeauftragten.



Annex

1 Wirkungskette



Abkürzungsverzeichnis

AL	Abteilungsleiter/in
AP	Ansprechpartner/in
AV	Auftragsverantwortlicher/in
BL	Bereichsleiter/in
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
BüL	Büroleiter/in
CIM	Centrum für internationale Migration und Entwicklung
DFID	UK Department for International Development
DÖAG	Büro Deutsche Öffentliche Auftraggeber
FB	Fortschrittsbericht
GG	Gleichberechtigung der Geschlechter
GG1	Gleichberechtigung der Geschlechter ist Nebenziel des Vorhabens
GG2	Gleichberechtigung der Geschlechter ist Hauptziel des Vorhabens
Gender-AP	Gender-Ansprechperson/en
IS	International Services
KOFL	Kompetenzfeldleiter/in
MDGs	Millenniumsentwicklungsziele
OE	Organisationseinheit/en
OFK	Oberer Führungskreis
OuR	Orientierung und Regeln
PFK	Projektfortschrittskontrolle
PuE	Planung und Entwicklung
PV	Projektvorschlag
SB	Schlussbericht
StS	Stabsstelle
TZ	Technische Zusammenarbeit
ZAK	Zustimmung zur Angebotskonzeption



Deutsche Gesellschaft für
Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH

Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5
65760 Eschborn
Deutschland
T +49 61 96 79-0
F +49 61 96 79-11 15
E info@gtz.de
I www.gtz.de