

Gender Mainstreaming

Das Ziel von Gender Mainstreaming ist die Gleichstellung von Frau und Mann. Von expliziter Frauenspolitik unterscheidet sich das Konzept dadurch, dass es beide Geschlechter einbindet.

■ Grundlagen

Die Begriffe Gender und Mainstreaming kommen aus dem Englischen. Gender ist die Bezeichnung für die gesellschaftlich, sozial und kulturell geprägten Geschlechterrollen von Frauen und Männern. „Typisch weibliche“ oder „typisch männliche“ Verhaltensweisen und Rollen sind demnach erlernt und damit auch veränderbar. „Mainstreaming“ steht für „Hauptstrom“. Gemeint ist damit eine **bewusste und gezielte Lenkung des „Hauptstroms“** von Entscheidungen und Prozessen. Gender Mainstreaming fasst die beiden Begriffe zusammen und bezeichnet ein Konzept.

■ Ziele des Gender Mainstreaming

Aufgrund ihrer unterschiedlichen Lebenssituationen sind Frauen und Männer von Entscheidungen und Prozessen unterschiedlich betroffen. Hier setzt das Konzept Gender Mainstreaming an. Danach sollen bei allen gesellschaftlichen Vorhaben die **unterschiedlichen Lebenssituationen** und Interessen von Frauen und Männern von vornherein berücksichtigt werden. Gender Mainstreaming ist also eine Querschnittsaufgabe.

■ Gender Mainstreaming als verpflichtendes Prinzip

Die Wurzeln des Gender Mainstreaming liegen in der weltweiten Frauenbewegung. Deren jahrzehntelanger Kampf brachte das Thema auf die Tagesordnung der Dritten Weltfrauenkonferenz der Vereinten Nationen in Nairobi im Jahr 1985, wo es als politische Strategie vorgestellt wurde. Doch erst zehn Jahre später, bei der Vierten Weltfrauenkonferenz in Peking wurde Gender Mainstreaming als **verpflichtendes Prinzip** verabschiedet. Die Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen stehen seitdem in der Pflicht, nationale Strategien zur Umsetzung des Gender Mainstreaming zu erarbeiten.

■ Rechtliche Vorgaben

Sowohl das internationale als auch das nationale Recht verpflichten zur Umsetzung einer Gleichstellungspolitik im Sinne des Gender Mainstreaming.

Gesundheitskarte

Geschätzte 1,4 Mrd. € kostet die Gesundheitskarte, die schrittweise die bisherige Krankenversichertenkarte ersetzen soll. Mit ihr ist neben der Speicherung von Name und Anschrift die Aufnahme eines digitalen Fotos sowie anderer Daten des Versicherten möglich. So sollen medizinische Versorgung verbessert und Kosten gemindert werden. In acht Regionen wurde die Gesundheitskarte bereits getestet.

■ Grundlagen

Bislang werden auf Krankenversichertenkarten nur Angaben zu Name, Krankenkasse, Anschrift, Geburtsdatum sowie Versicherungsnummer und -status gespeichert. Auf der neuen Gesundheitskarte kann der Versicherte freiwillig weitere Angaben hinterlegen. Hierzu gehören **individuelle Gesundheitsdaten** wie Grunderkrankungen, Blutgruppe, Krankheiten, bereits verordnete Medikamente, Arzneimittelunverträglichkeiten, Allergien und Schwangerschaft sowie Patientenunterstützungen. Die Gesundheitskarte soll zudem als **elektronisches Rezept** genutzt werden. So wird der Datenweg zwischen Arzt und Apotheke vereinfacht. Später soll durch das digitale Informationssystem der Gesundheitskarte eine elektronische Patiententakte entstehen. Diese soll Laborbefunde, Operationsberichte und Röntgenbilder beinhalten.

■ Ziele der Einführung

■ Bessere Kommunikation zwischen allen Beteiligten

Ein Ziel der Gesundheitskarte ist es, die Kommunikation zwischen allen Beteiligten zu verbessern. Hierzu zählen neben den rund 80 Mio. gesetzlich und privat Versicherten 123.000 niedergelassene Ärzte, 65.000 Zahnärzte, 2.200 Krankenhäuser, 21.000 Apotheker und 300 Krankenkassen. Bisher dokumentiert jeder Beteiligte die von ihm gesammelten Daten nur für die eigene Nutzung. Durch die Gesundheitskarte wird laut Bundesgesundheitsministerium eine „einrichtungübergreifende Informationsbereitstellung“ angestrebt. Soll heißen: Ein Facharzt soll beispielsweise erkennen können, welche Medikamente sein Patient bereits einnimmt, um gegebenenfalls ein weiteres Medikament verschreiben zu können. Und der Apotheker kann beurteilen, ob eine Selbstmedikation mit den verschriebenen Medikamenten vereinbar ist. Durch diese umfassenden Sammlung und Bereitstellung von Gesundheitsdaten sollen Todesfolgen durch unerwünschte Arzneimittelwirkung, Unverträglichkeiten und Wechselwirkungen bei mehreren Medikamenten vermieden werden. Auch

im Notfall oder bei einem Arztwechsel kann der Arzt auf gespeicherte Daten zugreifen und die Behandlung auf die medizinische Vorgeschichte des Patienten abstimmen. Zudem werden so gesundheitlich belastende Doppeluntersuchungen vermieden. Die Gesundheitskarte verringert die Risiken für den Patienten.

■ **Kosten für Behandlung und Verordnung senken**

Im Jahr werden 700 Mio. Rezepte bis zu fünfmal angefasst und neu bearbeitet. Umständlich ist, dass die digitale Information vom Arzt erst ausgedruckt und vom Apotheker wieder eingescannt wird. Dies soll das elektronische Rezept vereinfachen. Insgesamt wird eine Einsparung durch erleichterte Verwaltung der Rezepte angestrebt, ohne die Wahlmöglichkeiten der Patienten einzuschränken.

■ **Rechte des Patienten stärken**

Der Patient bestimmt beim Gebrauch der Gesundheitskarte über die Speicherung und Verwendung der Daten. Er entscheidet im Einzelfall, ob er den Zugriff auf freiwillig gespeicherte Daten zulässt. Vor jeder Speicherung und vor jedem Zugriff auf die Daten muss er eine PIN-Nummer eingeben. Die Ärzte und Apotheker können nur mit ihrem elektronischen Heilberufsausweis Daten speichern. Die gespeicherten Daten kann der Versicherte jederzeit ausdrucken lassen, um den Überblick über die personenbezogenen Daten zu erhalten.

■ **Risiken und Kritik**

Ins Kreuzfeuer ist die Gesundheitskarte vor allem bei Datenschützern geraten: Diese erwarten Einschnitte bei der Privatsphäre der Patienten, schließlich geht es um sensible Gesundheitsdaten. Insbesondere sicherheitstechnische Mängel könnten Patienten leicht zu gläsernen Patienten machen.

Markus Magaschütz

Für die Europäische Union wurde der Gender Mainstreaming-Ansatz 1999 im Amsterdamer Vertrag verbindlich festgeschrieben. Die Mitgliedstaaten sind zu einer aktiven Gleichstellungspolitik im Sinne des Gender Mainstreaming verpflichtet und sollen auf die Beseitigung bestehender Nachteile hinwirken.

Im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland heißt es in seinem Artikel 3 Abs. 2: „Männer und Frauen sind gleichberechtigt. Der Staat fördert die tatsächliche Durchsetzung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern und wirkt auf die Beseitigung bestehender Nachteile hin.“

Auch in § 80 Abs. 1 BetrVG finden sich Bezüge zu Gender und Gender Mainstreaming:

Auszug aus § 80 Abs. 1 BetrVG

Der Betriebsrat hat folgende allgemeine Aufgaben:

...

2a. die Durchsetzung der tatsächlichen Gleichstellung von Frauen und Männern, insbesondere bei der Einstellung, Beschäftigung, Aus- und Weiterbildung und dem beruflichen Aufstieg, zu fördern;

2b. die Vereinbarkeit von Familie und Erwerbstätigkeit zu fördern;

...

■ **Handlungsfelder des Gender Mainstreaming**

Arbeitgeber, Betriebsräte und Beschäftigte sind aufgerufen, die unterschiedlichen Interessen und Lebenssituationen von Frauen und Männern, zum Beispiel

- in der Gestaltung von Prozessen und Arbeitsabläufen,
 - im Gesundheitsschutz,
 - bei der Arbeitszeit,
 - in der Ausbildung und Qualifizierung,
- umfassend zu berücksichtigen, um das Ziel der Gleichstellung von Frauen und Männern verwirklichen zu können.

Geschlechtsneutrale Stellenausschreibungen, flexible Arbeitszeiten, die Einrichtung von Teilzeitjobs und Betreuungsmöglichkeiten zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie gleiches Geld für gleichwertige Arbeiten sind Beispiele für Handlungsfelder des Gender Mainstreaming.

Manfred Wiczorek

Inflation

Inflation

Spätestens seit der Einführung des Euro meinen viele Konsumenten, dass alles teurer sei (Stichwort: Teuro). Die „gefühlte“ Inflation beschäftigt neuerdings die Experten des Statistischen Bundesamtes, da sie von amtlichen Ergebnissen deutlich abweicht.

■ Grundlagen

Inflation drückt allgemein die Geldentwertung, also das **Sinken des Geldwertes** aus, das durch ständiges Ansteigen des Preisniveaus für Endprodukte (Konsum-, Investitionsgüter) entsteht. Da sich die Preise erhöhen, können für das gleiche Geld weniger Güter und Dienstleistungen gekauft werden.

Die prozentuale Veränderung der Preise zum Vorjahr bzw. Vorjahresmonat wird in der so genannten Inflationsrate wiedergegeben. Eine Inflationsrate von 2 % bedeutet einen entsprechenden Anstieg der Preise im Warenkorb gegenüber dem Vorjahreswert. Trotz Euro-Einführung blieb die Inflationsrate in Deutschland gering. Denn für die Inflationsrate ist nicht die dauerhafte Preisänderung eines Gutes entscheidend, sondern die (möglichst) aller Endprodukte.

■ Messung

Zur Messung der Inflation werden ausgewählte Preisindizes herangezogen, wie etwa der **Verbraucherpreisindex für Deutschland** (früher: Preisindex für die Lebenshaltung aller privaten Haushalte). Für diesen hat das Statistische Bundesamt im Basisjahr 2000 einen Warenkorb definiert, in dem unter 12 Abteilungen (z.B. Nahrungsmittel, Wohnung, Freizeit) rund 750 verschiedene Waren und Dienstleistungen enthalten sind. Sie fließen mit unterschiedlicher Gewichtung in den Warenkorb ein. Größter Posten mit einem Anteil von rund 30 % ist der Bereich Wohnung, Wasser, Strom und Brennstoffe; den kleinsten Anteil hat mit 0,66 % das Bildungswesen. Zur Ermittlung der Preise werden von den statistischen Ämtern jeden Monat in 190 Berichtsgemeinden etwa 350.000 Einzelpreise erhoben.

■ Kritische Aspekte

Die Erfassung der Preisentwicklung aller Waren stellt für die amtliche Statistik eine große Herausforderung dar. Dies hat verschiedene Gründe:

- Es ist technisch unmöglich oder zu kostspielig, alle Preise der zahlreichen Güter und Dienstleistungen zu messen. Deshalb beschränkt

Zeitmanagement

Zeitmanagement

Unter Zeitmanagement versteht man Konzepte und Methoden, mit denen die Ressource Zeit rational und ökonomisch geplant und „bewirtschaftet“ wird.

■ Grundlagen

Auf die Zeit selbst kann der Mensch nicht einwirken. Beim Zeitmanagement geht es um Selbstmanagement und Arbeitstechniken mit dem Ziel, die verfügbare Zeit optimal und verlustfrei zur Aufgabenbewältigung zu nutzen. Die bekannteste und einfachste Methode des Zeitmanagements dürfte die **To-Do-Liste** sein, auf der alle Aufgaben des nächsten Tages aufgelistet werden. Wird außerdem die Reihenfolge festgelegt sowie die erforderliche Zeit für die Erledigung der Teilaufgaben eingeplant, dann liegt bereits eine Form von Zeitplansystem vor. Ohne klare Ziele und Prioritäten ist ein solches System jedoch sehr störanfällig.

Das regelmäßige Setzen und Überprüfen von Prioritäten soll absichern, dass die verfügbare Zeit tatsächlich für das Wichtigste zur Verfügung gestellt wird. Dabei ist unter anderem die Unterscheidung von „inhaltlich wichtig“ und „zeitlich dringlich“ hilfreich. Die Metapher der „Zeiträuber“ macht auf Faktoren aufmerksam, die von der eigentlichen Tätigkeit abhalten, etwa die Teilnahmepflicht an belanglosen Besprechungen oder Ablenkungen. Störungen, etwa durch zeitlich unpassende Telefonanrufe oder laute Geräusche, ziehen die Aufmerksamkeit ab und provozieren Fehler. Das Abstellen solcher Störquellen erhöht die Qualität und reduziert den Stress.

Zu den Techniken des Zeitmanagements gehört es, **Routineaufgaben zu standardisieren** (Stichwort: Checklisten), gleichartige Tätigkeiten zeitlich zusammenzufassen sowie ein gutes Ablagesystem. Auch soziale Kompetenz ist gefragt. So hilft die Fähigkeit zum Neinsagen, die eigenen Prioritäten gegenüber Fremdbestimmung zu verteidigen. Kommunikative Fähigkeiten helfen beim Aushandeln realistischer Zeitlimits und können die Akzeptanz bei anderen fördern, wenn man sich für bestimmte Tätigkeiten ungestört in Klausur zurückziehen möchte. Nicht zuletzt muss die biologische Natur des Menschen berücksichtigt werden. Paradoxerweise erhöhen Zeiten, in denen nicht zielgerichtet gehandelt wird (z.B. regelmäßige Pausen, ausreichender Schlaf, Erholung, Mußbezeiten) die Leistungsfähigkeit. Kontraproduktiv ist es, sich während der Arbeit nach Erholung zu sehnen, aber während der Freizeit daran zu denken, was noch zu erledigen ist.

Wichtige Elemente des Zeitmanagements

- Zielstellung und Zielorientierung
- Vorausplanung
- Strukturiertes Vorgehen
- Prioritätensetzung
- Leistungskurve, Zeitpuffer und Pausen
- Delegieren und Arbeitsteilung
- Eliminierung von Störungen
- Ergebniskontrolle

■ Grenzen des Zeitmanagements

Zeitmanagement kostet Zeit. Die durch Zeitmanagement herausgewirtschaftete Zeit wieder vollständig für andere oder neue Arbeitsaufgaben einzusetzen, ist riskant. Es kommt dann zu keinem echten Zeitgewinn, sondern nur zu intensiverer Selbstaussnutzung. Die totale Verplanung des beruflichen und privaten Lebens ist langfristig wenig attraktiv. Zeitmanagement zur ausschließlichen Optimierung der Arbeitstätigkeit mündet ins Gegenteil. Arbeitsunzufriedenheit und Burnout können die Folge sein. Moderne Konzepte berücksichtigen den Menschen als soziales Wesen und raten zu einer ausgewogenen Gestaltung der persönlichen Zeit: Arbeit, Freizeit, soziale Beziehungen, Kultur, körperliche Aktivität, Ruhe, Muße, Spaß und Besinnung sollen in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen.

■ Bedeutung für die Praxis

In der Arbeit der Interessenvertretung ist Zeitmanagement in zweifacher Hinsicht von Bedeutung. Einmal gilt es, auch die **Zeit der Betriebsratsmitglieder optimal zu nutzen**, beispielsweise die verschiedenen Aktivitäten des Gremiums effektiv zu koordinieren. Außerdem sind Zeitverluste, etwa durch geringe Sitzungsdisziplin oder ausufernde Diskussionen, zu erkennen und systematisch abzustellen. Problematisch wäre es, wenn Zeitmanagement im Betriebsrat so verstanden wird, dass alles eilig erledigt wird, damit einige Mitglieder nur schnell zurück an den Arbeitsplatz können. Generell sollte der Betriebsrat beim Arbeitgeber darauf hinwirken, dass möglichst viele Beschäftigte qualifizierte Kurzschulungen zum Zeitmanagement und zur Projektplanung erhalten.

*Dr. Axel Esser, Dipl.-Psychologe
Seminare, Beratung und Coaching für Betriebs- und Personalräte*

sich die amtliche Statistik auf die Ermittlung des Verbraucherpreisindexes für obigen Warenkorb anhand eines repräsentativen Haushalts (in Deutschland: 2,3 Personen).

- Es kommen im Laufe der Zeit immer neue Güter und Dienstleistungen auf den Markt (z.B. Handy, Internet). Ältere Produkte entfallen (z.B. Diaprojektor, Schreibmaschine). Darum wird der Warenkorb alle fünf Jahre angepasst. Mit zunehmendem Abstand zum Basisjahr, in dem die Zusammensetzung des Warenkorbes festgelegt wurde, wird dieser immer weniger repräsentativ, da sich das Verbraucherverhalten permanent ändert.
- Viele Konsumenten kaufen Güter zu reduzierten Preisen (Stichwort: Sonderangebote). Die amtliche Statistik registriert aber grundsätzlich nur die normalen Preise.
- Der Warenkorb stellt einen Durchschnitt dar. Er gilt für alle Einkommensgruppen, egal ob diese eher Grundnahrungsmittel kaufen oder sich auch Restaurantbesuche und Reisen erlauben können. Mithin sagt die Inflationsrate nichts darüber aus, inwieweit einzelne Einkommensgruppen besonders von Preissteigerungen bestimmter Waren betroffen sind.

■ Fazit

Angesichts von rund 350.000 Einzelpreisen überrascht es nicht, dass die subjektive Wahrnehmung der Menschen bei ihren (täglichen) Einkäufen, also die „gefühlte“ **Inflation**, vom offiziellen Indikator abweicht. Allerdings ist der Widerspruch zwischen Empfinden und statistischer Erhebung beim Euro eklatant und hartnäckig. Die Statistiker haben nämlich errechnet, dass die Inflationsrate in den 30 Monaten nach Einführung des Euros in Deutschland mit 3,3 % deutlich niedriger war als in den 30 Monaten vor der Euroeinführung (4,3 %). Der Widerspruch hat zu tiefergehenden Analysen geführt. Mittlerweile ist ein Index der wahrgenommenen Inflation (IWI) entwickelt worden.

*Werner Voß,
Senior Consultant bei der ISA CONSULT GmbH in Bochum*