



Designstadt Zollverein in Essen



PHOENIX Park in Dortmund

Gender im Mainstream von Großprojekten der Strukturförderung

Berlin 4.12.2008



Gisela Humpert, Dipl.-Ing.Architektin+Coach, Dortmund, humpertg@web.de, 2008



ZOLLVEREIN
WELT. KULTUR. ERBE.

- Setting, Beispiele, Transfer
- Umsetzung von Chancengleichheit / Gender Mainstreaming in der Arbeitsmarkt- und Strukturpolitik
Zentrum Frau in Beruf und Technik
- Genderbegleitung der Großprojekte im Ziel 2-NRW 2000-2006
GM-Integration mit Back-Office, Politik und Praxis
Zollverein in Essen und PHOENIX in Dortmund, zur Person
- Ziele

Qualitätszuwachs der „Produkte“ der Großprojekte

Erhöhung der Genderkompetenz bei den Beschäftigten

Erkenntnisgewinne für den Transfer





- **Weltkulturerbe von 100 ha**

ehemaliger Zechenstandort mit
Neuausrichtung auf
Design, Wirtschaft, Kultur

- **Entwicklungsbausteine**

Standortinfrastruktur/Vermarktung
zwei Designgewerbegebiete
Kreativwirtschaft
Industrielandchaft



- **Umsetzungsebenen in der Praxis auf Zollverein**

Einbringen von Genderwissen in Arbeitsbereiche und Projekte der Entwicklungsgesellschaft Zollverein (EGZ)

Verankern von Gender Mainstreaming in der Arbeitsweise der EGZ

Herstellen und Rückbinden von zusätzlichen Kontakten/Projektbezügen

Gewinnen in Produkt- und Verfahrensqualität

Gewinnen auf quantitativer- und qualitativer Ebene

- **Beteiligte und Rollen**



- **Kriterien**

Orientierung

Kommunikation

Alltagstauglichkeit

Nachhaltigkeit

Aneignung

subjektive Sicherheit

Zugänglichkeit

- **Anwendungsfelder**

Bauprojekte

Infrastruktur

Marketing

Image

Projektmanagement

- **Schwerpunkte**

Industrielandschaft

Designstadt

KMU



- **3 Schritte: Wissen – Wollen - Können**
- **Modell GM in komplexen Organisationen**

Sprache des Projektes

Arbeitsbeziehungen

Beratungsinhalte

Positiverfahrenungen

Fehler und Korrekturen

Netzwerke



▪ **Erkenntnisse**

Top Down für Strategie

Arbeitsebene für Inhalte

Themen von Strategie und Inhalt

Einfluss der Projektorganisation

Politische Unterstützung

Evaluation

▪ **Nutzen**

Qualitätszuwachs

Wirtschaftlichkeit

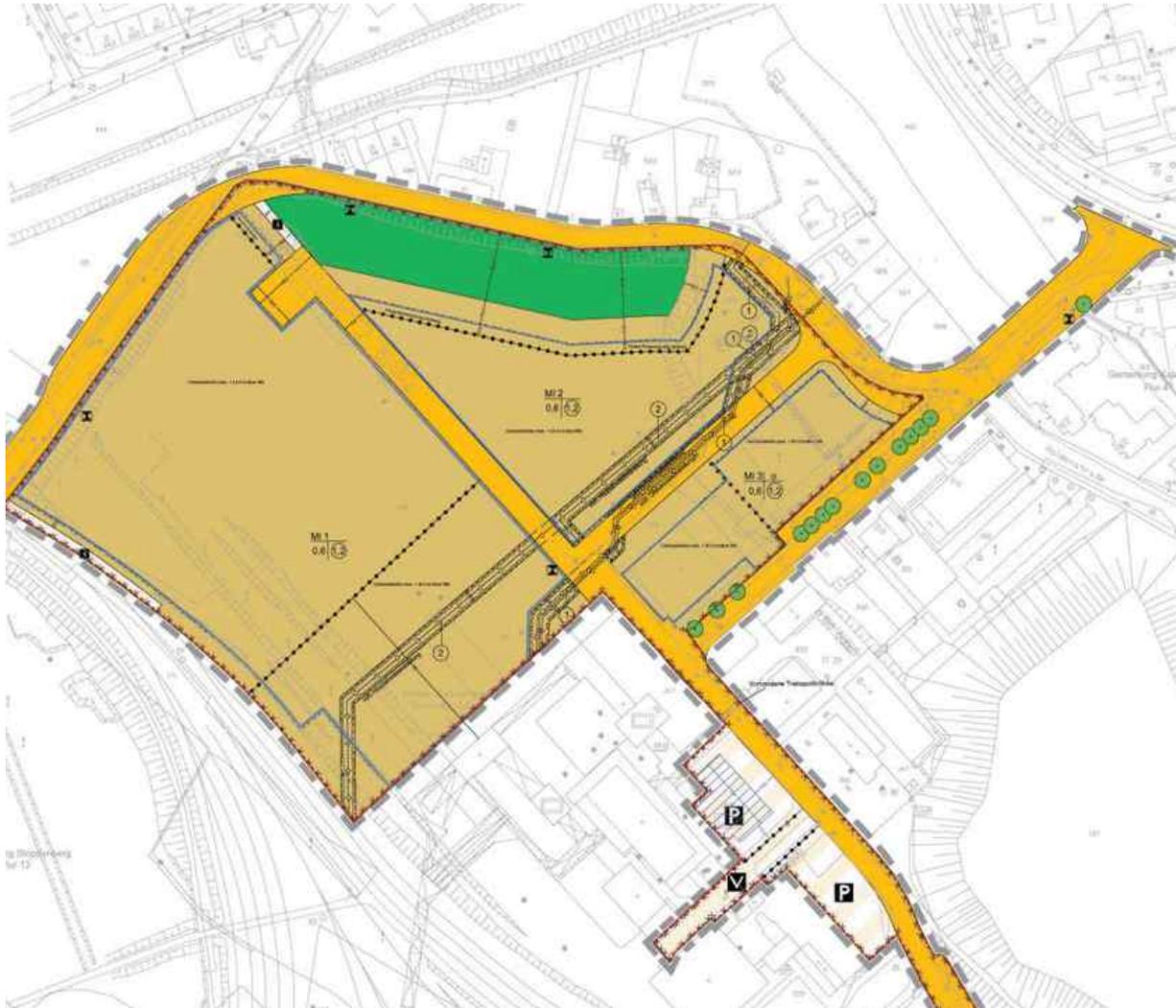
Wettbewerbsfähigkeit

menschlicher Maßstab

integriertes Handeln

Image





Designstadt

Design und Management

Rahmenbedingungen





▪ **Input**

Verortung von
Kommunikation

Umfeldbezüge

Orientierung

Quartier mit „Gesicht“

Alltagstauglichkeit

Nutzungsspektrum

- **Strategie**

Werkstattverfahren

Vision „anders arbeiten“

Einbezug Forum Frauen

Fachebene Flächenvermarktung

Zielgruppenkenntnisse

intensive Prozessbegleitung

- **Nutzen**

Signalwirkung für GM im Verfahren

Sensibilisierung für die Zielgruppe Frauen

Nutzungsmischung

Infrastruktur des Alltags

Mehrwert durch informelle Kommunikationsflächen





rund 500 Männer und 400 Frauen
mit Arbeitsplatz auf Zollverein,
Unternehmensleitung männlich

■ Datenerhebung

Ausgangslage der Projektsteuerung

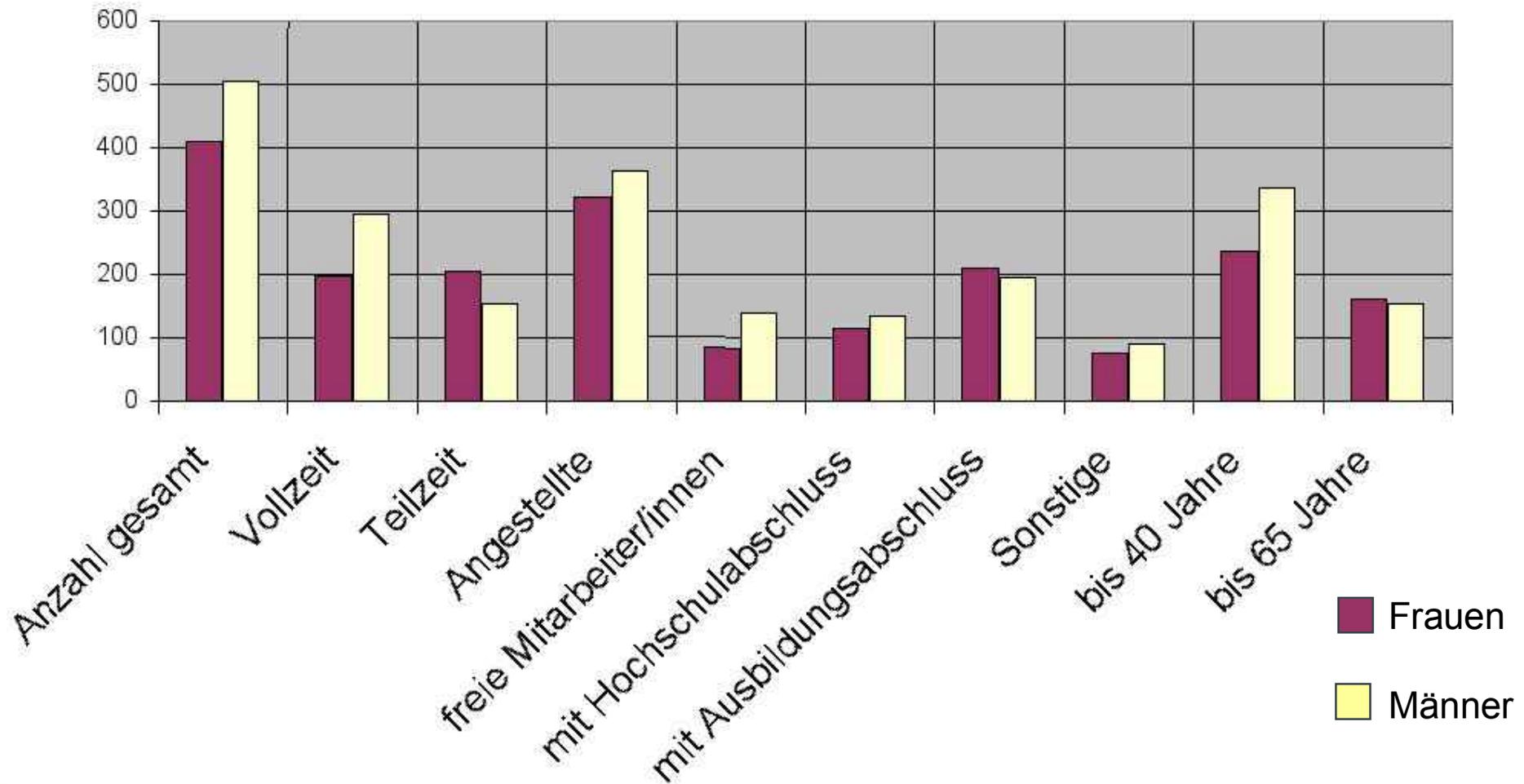
Ziel - 40% der neu geschaffenen
Arbeitsplätze für Frauen

Verfahren – persönliches Gespräch

Branche, Zufriedenheit, Perspektive,
Zahl und Art der Arbeitsplätze

geschlechterdifferenzierte Basis zur
Steuerung und Evaluierung

Art der Arbeitsplätze in absoluten Zahlen, geschlechterdifferenziert



- **Strategie**

„Marktlücke“ auf Zollverein

Dialog mit den Betroffenen

Kooperation mit Marketing

Arbeiten mit den Ergebnissen

Nutzen der Resonanz

Präsentation in

Entscheidungsgremien

- **Nutzen**

geschlechterdifferenzierte Basis
für bedarfsgerechte Steuerung

Eröffnung neuer
Kommunikationswege

Sensibilisierung für die
Zielgruppe Unternehmerinnen

Schlüssel für Akzeptanz von GM
als Wirtschaftsfaktor





Forum Frauen auf Zollverein

- **Strategie**

Moderation

Fachfrauen aus Kultur
und Wirtschaft

Themeneinspeisung

Netzwerkkontakte

Zollverein Botschafterinnen



- **Nutzen**

Integration von internen und externen Frauen

Austausch / Information

Frauenpolitische Impulse

Kommunikation zwischen Zollverein und weiblichem Sachverstand

Anknüpfung für Unternehmerinnen

- **Handlungsfelder**

KMU

Netzwerke

Flächenmanagement

Profilbildung

Projekteigener Standard

Öffentlichkeitsarbeit mit GM auf Zollverein

Erfahrungsaustausch



Erfahrungen aus der Praxis der Großprojekte in Ziel 2-NRW

Interviews mit Beteiligten



Katja Kilp

Nah an Nutzer und Nutzerin - Zollverein war der erste WB bei dem GM auftauchte, in letzter Zeit kommt das häufiger vor

Selbstverständlich machen – wenn eine Anregung aufgegriffen wurde, steht da nicht hinterher ein Schild „entstanden durch GM“



Roland Weiss

Bringt bessere Ergebnisse - ich sehe es als Aufgabe eines guten WB-Managements an, GM in der Auslobung festzuschreiben

GM und lebenswertes Arbeiten – in der Regel holen wir uns Sachverstand zu GM ein, meist verlassen wir uns auf Empfehlungen der Kommunen als Auslober

- **Was hilft auf dem Weg vom Modell zur Normalität?**

Annäherung an die Spielregeln im operativen Geschäft:
Zeit, Geld, Umsetzbarkeit

Transfer von Praxiserfahrung

Orientierung für die Anpassung an den jeweiligen Projektkontext

Impulse zum Austausch und Verbreiterung der Anwendung



- **Perspektiven von Anwendung, Verbreitung und Verstetigung**

Aufbauen auf gute Erfahrungen

Lösungsorientierung – „was geht wird weiterverfolgt“

Aufbereitung von guten Beispielen

Erfahrungsträger/innen in Projektpraxis, Umfeld, Kooperationsbüros, Politik und Beratung werden generiert

neue Kontakte / neue Inhalte

Immobilienwirtschaft, Wirtschaftsförderung zeigen Interesse

Kooperation der Ministerien, Wirtschaft, Bau, Frauen

Stadtumbau West, Genderberatung für Entwicklungsprojekte Kommunen

Erfahrungen sind Anlass von neuen Netzwerkbezügen

Transfer durch Veröffentlichungen, Veranstaltungen, Qualifizierung



- **Erkenntnisse für den Transfer**

GM ein Thema für Wirtschaftsförderung
und Flächenentwicklung

state of the art

Handlungsfelder

Strategien

Evaluation

Politische Begleitung

Überregionaler Austausch

