

THEMA

GLEICHSTELLUNG

„Wir sind dabei, massiv aufzuholen“

Interview: Anina Valle Thiele

Die Regierung hat sich die Gleichstellung groß auf die Fahnen geschrieben. Im Interview mit der woxx zieht Ministerin Lydia Mutsch eine positive Bilanz.

woxx: Sind Sie seit Beginn ihrer Amtszeit dem Ziel, Chancengleichheit zu erreichen, ein Stück nähergekommen?

Lydia Mutsch: Ja, das glaube ich schon. Bereits vor meinem Amtsantritt sind wir als neue Regierung der Verwirklichung dieses Anspruchs nähergekommen, weil wir als Erste ein konkretes Ziel im Regierungsprogramm festgelegt haben, nämlich bis 2019 eine Präsenz von 40 Prozent des unterrepräsentierten Geschlechts, also der Frauen, in den Verwaltungsräten der öffentlichen Betriebe und der Firmen, an denen der Staat beteiligt ist, erreichen zu wollen. Dieses Vorhaben haben wir natürlich auch für uns selbst eingeklagt und deshalb gleich mit der Umsetzung begonnen. Im Jahr 2014 haben wir in 39 Prozent aller neuen Nominierungen in öffentlichen Betrieben oder in Betrieben, an denen der Staat eine Beteiligung hält, Frauen eingesetzt. In den genannten Fällen ist die Repräsentation der Frau mit 15 bis 20 Prozent noch immer sehr gering. Das hat zu einer Verbesserung der Gesamtsituation beigetragen. Diesen Prozentsatz haben wir allein durch die Erledigung der regierungseigenen Hausaufgaben in die Höhe getrieben. Sodass wir jetzt bei immerhin 26 Prozent liegen, was die Vertreter der Regierung angeht. Allerdings werden ja die Nominierungen nicht nur durch die Regierung, sondern auch durch externe Akteure wie Berufskammern

oder Gewerkschaften vorgenommen, und deshalb appellieren wir an alle Betriebe, dass dieses Regierungsvorhaben auch externe Zustimmung findet, denn ohne diese kommen wir nicht auf die angestrebten 40 Prozent.

„Es hat sich einfach historisch so entwickelt, dass wir heute mehr Männer als Frauen auf dem Arbeitsmarkt haben.“

Obwohl mehr Frauen einen Universitätsabschluss haben als Männer, sind sie doch vor allem in Entscheidungsgremien noch immer unterrepräsentiert. Woran liegt das?

Fast 60 Prozent aller Universitäts-Diplomierten sind mittlerweile Frauen. Dafür gibt es viele Gründe. Es hat sich einfach historisch so entwickelt, dass wir heute mehr Männer als Frauen auf dem Arbeitsmarkt haben. Wir sind zwar jetzt dabei, massiv aufzuholen und die Partizipation von Frauen zu erhöhen, aber hier gibt es immer noch Vorurteile, wie etwa das geläufige, dass Frauen für Entscheidungspositionen weniger geeignet seien. Auch die Stereotype zur Berufswahl und zur Aufteilung von Berufs- und Familienleben stellen Hindernisse dar. Da herrschen bei uns im Land noch gesellschaftliche Modelle vor, die eher nicht förderlich sind. Die neue Regierung ist allerdings der Meinung, dass das alles mit dem Bild einer modernen Gesellschaft nicht mehr in Einklang

REGARDS

Welcome to the

**Female
Board
Pool**


Stolz auf das Erreichte und optimistisch, was die Zukunft angeht: Die sozialistische Gleichstellungsministerin in ihrem Büro.



QUELLE: WOXX

ist. 50 Prozent der in unserem Land Lebenden sind Frauen, und wir finden es nicht normal, dass nur 15 bis 20 Prozent dieser Frauen Entscheidungspositionen innehaben. Insofern haben wir den Versuch unternommen, das zu ändern. Ein Instrument hierbei ist das „Female Board Pool“, das wir am Dienstag der Presse vorgestellt haben. Das ist eine vom Chancengleichheitsministerium konventionierte Asbl, die Frauen, die bereit sind, Mitglied in Verwaltungsräten zu werden, in eine Datenbank aufnimmt. In dieser sind mittlerweile über 400 Frauen erfasst. Die Datenbank ist also geeignet, das Vorurteil zu entkräften, dass es an Frauen mangelt, die bereit sind, Verantwortung zu übernehmen.

„Die Quote ist von dieser Regierung nie als Allheilmittel verstanden worden, aber doch als nützliches Instrument, um in absehbarer Zeit das Ziel zu erreichen, das wir uns politisch gesetzt haben.“

Welche Maßnahmen sind künftig noch vorgesehen, um die Geschlechterparität zu erreichen? Ist die Quote noch immer das Allheilmittel? Zementiert sie nicht den Opferstatus der Frau?

Die Quote ist von dieser Regierung nie als Allheilmittel verstanden worden, aber doch als nützliches Instru-

ment, um in absehbarer Zeit das Ziel zu erreichen, das wir uns politisch gesetzt haben. Ich weiß, dass niemand die Quote sehr schön oder sehr erotisch findet, aber sie ist nachweislich das Instrument, das am ehesten geeignet ist, in einem kurzen Zeitraum eine bessere Repräsentation der Frau in der Gesellschaft, in der Politik und in der Wirtschaft herbeizuführen. Das Ausland hat uns das auch demonstriert. Das heißt aber nicht, dass die Quote das einzige Instrument ist, es gibt auch die „actions positives“, die bereits seit Jahren bei uns im Land gefördert werden - gemeinsam mit Unternehmen, und auf freiwilliger Basis. Wir haben als Regierung die Absprache getroffen, dass wir ein Netzwerk aller Unternehmen knüpfen, die bereit sind, so ein positives Aktionsprogramm in Angriff zu nehmen. Das Chancengleichheitsministerium unterstützt diese Initiative ebenfalls, aber wir erwarten von den Unternehmen, dass sie sich verbindliche Zielvorgaben setzen, an denen sie sich

messen lassen. Das heißt, sie müssen auch - so wie wir das als Regierung gemacht haben - einen Zeitraum und eine genaue Zielvorgabe nennen und eine Evaluation der erreichten Ziele vornehmen. Das ist sehr wichtig. Parallel sensibilisieren wir als Ministerium für Chancengleichheit in anderen Bereichen, wie der Bekämpfung von Stereotypen in den Schulen, bei der Erziehung, bei der Berufswahl.

„Es ist noch sehr viel zusätzliche Aufklärungsarbeit notwendig, aber ich spüre, dass es auch da ein Umdenken gibt.“

Die Sensibilisierungskampagne des Chancengleichheitsministeriums, die aus vier Kurzfilmen bestand, in denen der Unternehmer als Affe dargestellt wurde, war gerade bei Män-

nern sehr umstritten. Einige fühlten sich diskriminiert. Stehen Sie noch immer hinter dieser Kampagne?

Ja, ich habe mich sehr darüber gefreut, dass wir vor einigen Wochen eine Auszeichnung für diese Affenkampagne bekommen haben - von einem der größten Zeitschriftenverlage in Luxemburg. Sie ist von Zeitungslesern ausgewählt worden als die Kampagne, die am besten auf ein Thema aufmerksam macht. Ich glaube nicht, dass es der Sinn einer Kampagne ist, jedem zu gefallen. Wenn man das möchte, malt man besser ein schönes Bild oder singt ein nettes Lied. Das ist nicht unsere Aufgabe. Unsere Aufgabe ist es, für ein Thema zu sensibilisieren und konstruktive Lösungsansätze zu geben. Der Affe, der übrigens weiblich war, sollte überhaupt keine Geschlechtszugehörigkeit haben. Es ist schade, aber auch sehr bezeichnend, dass sich Unternehmer in dem Affen wiedererkannt haben - ohne, dass sie anvisiert waren. Der Affe sollte

Affentheater? Eine Anzeige der umstrittenen, preisgekrönten Kampagne des Gleichstellungs-Ministeriums.

lediglich für eine geschlechtsneutrale Person stehen, die irgendwann in der Evolution stehengeblieben ist und gesellschaftliche Verhältnisse propagiert, die überholt sind. Wie „ein Mann, der Vaterschaftsurlaub nimmt, ist unmännlich“ oder „eine Frau, die einen Verantwortungsposten in der Firma anstrebt, muss andere Bedingungen erfüllen als ein Mann“ oder „eine Frau ist eher dazu prädestiniert, sich um die Familie als um den Beruf zu kümmern“ - das sind stereotype Aussagen, die diese Regierung nicht mehr hören möchte und deswegen in einem transversalen Ansatz gemeinsam mit allen Ministerien bekämpft. Die Kampagne ist ein Element gewesen, das wir mit einer sachlichen Aussage zum Thema kombiniert haben, nämlich, warum wir meinen, dass in unserer Gesellschaft Frauen auch in Entscheidungsprozessen verstärkt zum Zuge kommen müssen.

„Es ist schade, aber auch sehr bezeichnend, dass sich Unternehmer in dem Affen wiedererkannt haben - ohne, dass sie anvisiert waren.“

Apropos umstrittene Kampagnen - vor rund zwei Wochen stellte Nicolas Schmit eine neue Maßnahme der Adem vor. Mit „Dress for Success“ soll arbeitslosen Frauen aus der Patsche geholfen werden. Sie erhalten im Rahmen dieser Beratung auch ein Coaching und bekommen ein passendes Kostüm. Finden Sie diesen Ansatz, dass Frauen sich möglichst herausgeputzt präsentieren, emanzipatorisch wertvoll?

Stein des Anstoßes war ja für eine Reihe von Personen die Tatsache, dass sich die Adem mit „Dress for Success“ zusammengetan hat, damit bei Vorstellungsgesprächen ein besserer Ausgangspunkt gegeben ist. Meinen Informationen nach hat sich das nicht ausschließlich an Frauen gerichtet. Vielleicht ist es so, dass bei den Männern die Meinung vorherrscht, dass nicht so viele Variationen möglich sind, ich glaube aber, dass die Präsentation, der erste Eindruck bei einem Bewerbungsgespräch sehr wichtig ist - für Männer wie für Frauen. Abgesehen davon finde ich die neue Dynamik, die rund um die neue Direktorin der Adem entstanden ist, unheimlich positiv und begrüße es grundsätzlich, wenn alle möglichen Partnerschaften gesucht und Synergien genutzt werden, die zu einer Verbesserung der allgemeinen Arbeitssituation führen. Ich bin der Meinung, dass Frauen und Männer einen Nutzen davon haben, wenn sie sich Gedanken über den Eindruck machen, den sie bei einem Vorstellungsgespräch hinterlassen. Der visuelle Eindruck ist wichtig, aber anderes ist es auch. Es gibt ja auch Vereinigungen, die sich dafür einsetzen, dass man eine fehlerfreie Bewerbung einreicht - mit einem gut aufgemachten Curriculum. Das ist wichtig, um überhaupt zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen zu werden. Der Auffassung der kritischen Gegner von „Dress for Success“, dass sich das Vorstellungsgespräch einer Frau nicht auf ihr Äußeres konzentrieren darf, stimme ich zu. Frauen müssen genauso an ihren Kompetenzen und ihrem Äußeren gemessen werden wie Männer. Da sehe ich keinen Unterschied. Falls sie reduziert werden auf ein rein äußerliches Erscheinungsbild, finde ich das schade. Es würde dem Po-



«A l'avenir, j'aimerais travailler à mi-temps!»

«Comment? Mais vous êtes un homme!!!»

4,7% des hommes travaillent à temps partiel, contre 36% des femmes.

Jusqu'en 2019, le gouvernement concrétisera son engagement à promouvoir l'égalité des sexes dans tous les domaines et à tous les niveaux de la société luxembourgeoise.

LE GOUVERNEMENT DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'égalité des chances

Egalité femme-homme.
Il est urgent d'évoluer. Ensemble!

www.mega.public.lu

FOTO: MEGA.LU

tenzial und den vielen Kompetenzen, die Männer und Frauen mitbringen - was oft noch unterschätzt wird - nicht Rechnung tragen.

Geschlechterstereotype werden durch Erziehung vermittelt, aber auch durch sexistische Darstellungen in der Werbung genährt. In Luxemburg gibt es zahlreiche Beispiele dafür. Gedenkt die Regierung eine gesetzliche Grundlage zu schaffen, die die Verbreitung sexistischer Darstellungen ahndet - wie es auch der Nationale Frauenrat fordert?

Es gibt bereits ein Gesetz zur „Egalité de traitement“, das 2012 mit sehr großer Mehrheit gestimmt wurde und unter das auch die Medien fallen. Auch wenn viele der Meinung sind, dass das noch detaillierter gesetzlich geregelt werden müsste. Ich kann mich daran erinnern, dass vor einem halben Jahr Herr Kartheiser auf Initiative der ADR eine Gesetzesinitiative eingebracht hat, in der gefordert wurde, dass dieses Gesetz sich nicht auf die Medien beziehen solle, weil das konträr zur Pressefreiheit stehe. Dieses Vorhaben ist von allen großen

Parteien abgelehnt worden, was mir sehr große Freude bereitet hat. Und zwar, weil es gezeigt hat, dass es hier im Land keine Bereitschaft gibt, die bestehenden Gesetze zu verwässern. Unabhängig davon gibt es sehr viele Organisationen wie das Cid Femmes oder den Nationalen Frauenrat, die uns permanent Informationen über Verfehlungen verschiedener Akteure, also auch von Medien in ihrer Werbung, geben. Wir, als Chancengleichheitsministerium, kontaktieren auch regelmäßig Firmen, um sie auf solche aufmerksam zu machen. Meine Erfahrung ist, dass es oft unbewußt und ohne Wissen der Entscheidungsträger zu derartigen Kampagnen kommt und wir durch Meinungsaustausch sehr oft die Firmen dahin bringen, nicht mehr den Weg einer frauenfeindlichen Kampagne zu gehen. Da ist noch sehr viel zusätzliche Aufklärungsarbeit notwendig, aber ich spüre, dass es auch da ein Umdenken gibt.