

# Kultur , Geschlecht & wirtschaftliche Entwicklung

## Vortrag Genderwerkstatt Ramin

©Prof.Dr.Ingelore Welpé

[www.ingelore-welpe-de](http://www.ingelore-welpe-de)

2017 Create future.org

# Ausgangsfragen

- Wie lässt sich Kultur definieren?
- Wie prägen Kulturen wirtschaftliche Entwicklungen?
- Und hängen Genderkultur und wirtschaftliche Entwicklung zusammen ?
- ©Prof.Dr.Ingelore Welppe

# Global Village

pro 100 Personen im global village:

- Sind 57 aus Asien – 21 aus Europa –
- 8 aus Afrika
- 70 sind Non-Whites, 30 Whites
- 51 sind Frauen, 49 Männer
- 70 mit einer anderen Religion als Christentum
- 70 können nicht lesen
- 1 hat Universitätsabschluss
- ©Prof.Dr.Ingelore Welppe

Global village !

Zukunft ohne gute Kultur?

©Prof.Dr.Ingelore Welp, Kisumu Nyalenda



# Neu denken!

Die Zukunft der Gesellschaft ,von Stadt und Staat  
ist keineswegs nur die  
Fortschreibung der Gegenwart.

*„Wählt man willkürlich eine Periode der Vergangenheit  
aus und liest die damaligen Schriften über die  
Zukunft...so ist man erstaunt , wie sehr sie daneben  
gelegen haben ,und zwar fast alle .“ Brian Magee*

Denn: Alle Fortschrittsarchitekten projizieren die Zukunft einfach als  
Fortsetzung der gegenwärtigen , technologischen, wirtschaftlichen  
und sozialen Sachverhalte .

Das ist zu einfach!

©Prof.Dr.Ingelore Welpé

# Denken an die treibenden Kräfte!

**Gruppen 1-4 treiben kulturelle & wirtschaftliche Entwicklungen**

**Sie stammen aus**

1. Die **Emanzipationsbewegungen**

für Chancengleichheit für Frauen ,Veränderung der Männerrollen  
gesellschaftliche Gruppen

2. Die **Antidiskriminierungsbewegungen**

aus Ethnien inkl. religiöser Elemente & benachteiligter  
gesellschaftlicher Gruppen

**3.ökologischen Bewegungen** und

**4. die zivilgesellschaftlichen Bürgerbewegungen**

(z.B. Friedensbewegung, Anti-Atomkraft, Recht auf soziale Stadt,  
Internettransparenz, gegen Sozialisierung von Schulden...)

©Prof.Dr.Ingelore Welp

# Politische Kulturkompetenz ist gefordert!

- Soziale Bewegungen bestimmen Verhalten von Gruppen und Individuen und damit politische Ziele und Entscheidungen und damit Zukunft der Wirtschaft und der Kultur.

Inwieweit Politik und Verwaltung die gesellschaftlichen und lokalen Spannungsfelder gut managen, hängt von der bedarfsorientierten Gestaltung und lösungsorientierten Praktiken ab.

Gute kulturelle Praktiken signalisieren Attraktivität!

# Kulturfragen

- *Die zentrale konservative Wahrheit lautet, dass Kultur, nicht Politik, den Erfolg einer Gesellschaft bestimmt.*
- *Die zentrale liberale Wahrheit lautet, dass Politik eine Kultur verändern und vor sich selbst retten kann.“*

Daniel Patrick Moynihans

Hinter diesem Statement stehen Fragen, Modernisierung, Wohlstand, sozioökonomische Gerechtigkeit, demokratische und wirtschaftliche Entwicklungen erleichtert oder erschwert werden.

# Gefühls-Denk-Verhaltensprogramm.

## **Kultur ist ein differenziertes kollektives Gefühls-Denk-Verhaltensprogramm.**

Ziel: Identität und Werte erzeugen , Zugehörigkeit und Unterschiede definieren , Ordnung und verbindliche Normen setzen.

Für die

- Mitglieder einer Gruppe ,
- einer geographischen Region
- einer Ethnie
- eines sozialen Milieus
- für Geschlechter
- soziale Positionen

# Was ist Kultur?

- *„...die gesamte Lebensweise und die Leistungen einer Gesellschaft...“*

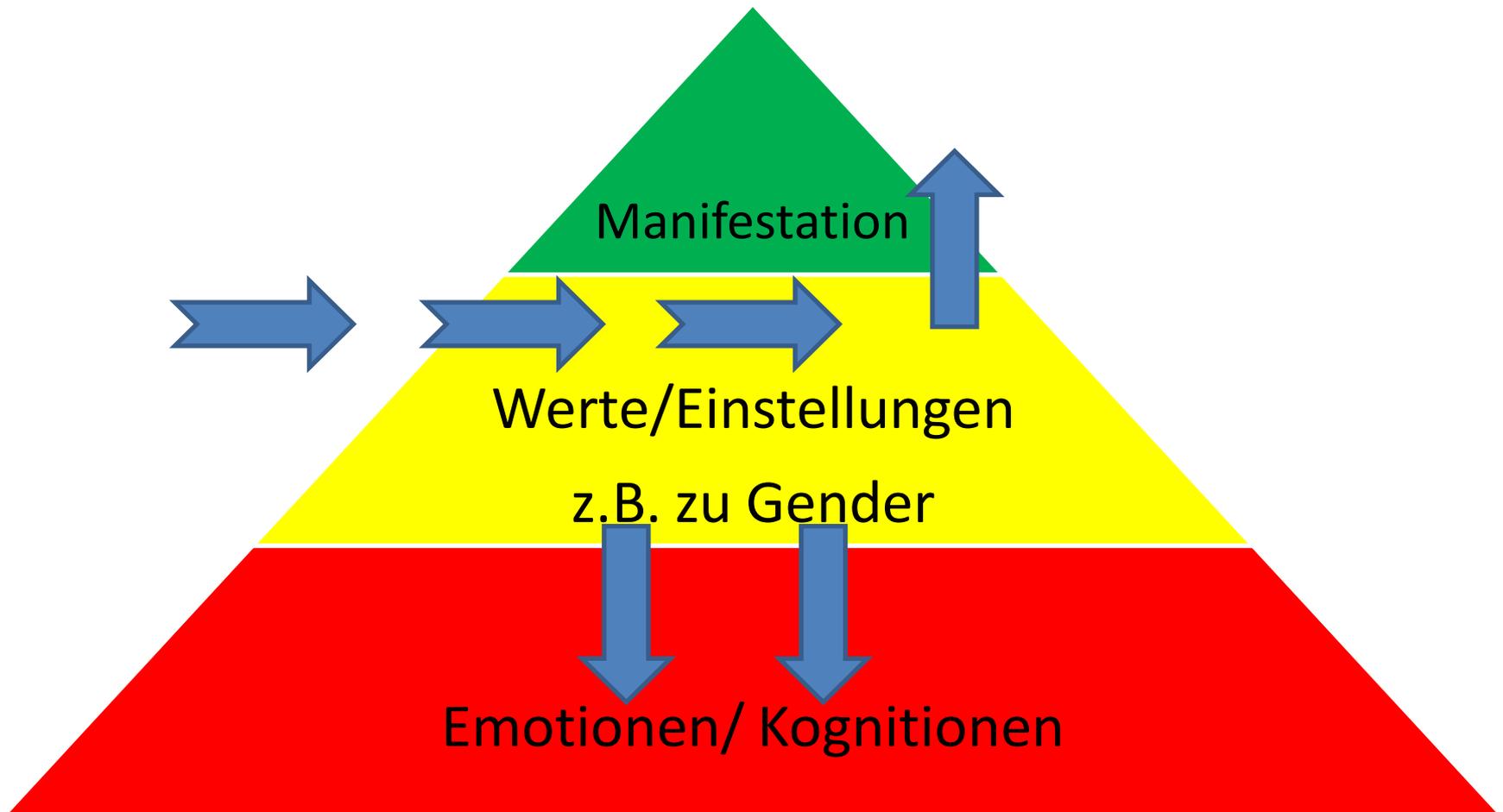
Clifford Geertz

- *„.....Gesamtheit der Werte, Einstellungen, Glaubensüberzeugungen, Orientierungen und Grundvoraussetzungen, die Menschen einer Gesellschaft prägen...“*

Harrison & Huntington

# Eisberg-Modell Kultur

©Prof.Dr.Ingelore Welpé



# Kultur wird gelernt

- Kultur wird **biographisch geprägt und systematisch programmiert** , genormt und **sozialisiert**.
- **Ergebnis**: Menschen fühlen , denken sprechen verhalten ,reagieren und bewegen sich in der Regel **unbewusst** gemäß ihrer kulturellen Prägung.

Kultur kann verändert werden!

- ©Prof.Dr.Ingelore Welp

# Kultur ist Interaktions-und Problemlösungsmodus in einer Gesellschaft

## Beurteilungskriterien für Kulturen

n. Mariano Grondona

- 1. Machtdistanz (Gleichheit/ Ungleichheit )
- 2. Individualismus vs Kollektivismus
- 3. Maskulinität vs Femininität
- 4. Unsicherheitsvermeidung  
/Bedrohungsempfindung durch Ungewissheit)
- 5. Zeitvorstellung linear vs zyklisch

# Kultur ist Interaktions-und Problemlösungsmodus

- 6.Raumwahrnehmung (physikalisch ,sozial)
- 7.Kontextualität (high-text Kultur östlich/low -text Kultur westlich )direkt oder zwischen Zeilen lesen
- 8.Kognitive Prozesse ,Muster der Logik ,Sachbezug, Realitätswahrnehmung, Problemlösungsprozesse
- 9.Religiöse Vorstellungen: diesseits /jenseits Kontrolle des Lebens

# Elemente : Angelsächsische /Nordamerikanische Kultur

- Schnell , sofort zur Sache kommen
  - Kurzfristige ,statt langfristige Beziehungen
  - Tuchfühlung wird abgelehnt , man hat viel Platz in USA , Freiheit, Individualität
  - Information wird nicht geteilt, Top-Down-Prinzip
  - Strikte Weisungen
  - In Verhandlungen Distanzverlust ,Aggression erlaubt
- Gender ist gut verankert in der Kultur

# Elemente : Romanische Kulturen

- Werte: Individualität , Familienorientierung, Familie ist closed shop , Konfrontationsverbot, Wahrung des Gesichts , Personenorientierung, Disziplin nachrangig
- Kommunikation mit Stilgefühl, Eleganz ,implizit, Botschaft muss erahnt werden
- Habitus : paternalistisch und familiär
- Raumbewusstsein: Nähe und starker Blickkontakt
- Gender ist noch schwach verankert in der Kultur

# Elemente : Asiatische Kulturen

## Japan/China

- Wert: Gruppenorientierung , Hierarchie und Senioritätsprinzip .Leitbild ist der Samurai und das Dorf , der Ritter mit lebenslanger Bindung an seinen Herrn und mit unbedingtem Einsatz zu dessen Schutz und die unbedingte Fürsorgepflicht des Herrn.
- Kommunikation: Respekt, Verstehen, gewaltfrei, Akzeptanz indirekt , Ringisystem mit Dominanz-/Unterwerfungsgesten, Risikoaversion, Aggressionsvermeidung
- Individualverhalten: Zur Zielerreichung : Alle Fähigkeiten sind zur Vollendung zu bringen, alle Waffen sind einsetzbar ,den eigenen Rhythmus verbergen , Gegner erkennen, diesen überraschen,...
- Gender ist noch zu verankern in der Kultur

# Elemente : Slawische Kulturen

- Sowjetunion, GUS-Staaten, Ukraine , Weißrussland
- Werte: Starke Personenorientierung , starker Gruppenbezug , Familie , Clan, Freunde,
- Verhalten: Starke Emotionalität Anpassungsfähigkeit, , Kreativität (Geldbeschaffung),
- Offenheit gegenüber Fremden
- Raum: geringe Distanz zu anderen , bei Hierarchie distanzierte Kommunikation
- Verhandlungen: direkt , informell bevorzugt Handschlag
- Gender ist noch zu verankern in der Kultur

# Faire Kulturen-wirtschaftlich/sozial erfolgreicher ?

## Prüfkriterien für Ländervergleiche und Regionen

- Chancengleichheit und Menschenrechte
- Chancengleichheit und Kindersterblichkeit , Lebenserwartung
- Chancengleichheit und Nachhaltigkeit
- Chancengleichheit und Bildungsstand
- Chancengleichheit und Pluralismus
- Chancengleichheit und demokratische Verfassungen
- **Chancengleichheit und Bruttosozialprodukt und zukunftsfähige Wirtschaft und moderne Arbeitswelt**
- © Prof. Dr.Ingelore Welpé

# Für die gesellschaftliche Praxis

## Kolonialkultur

- verboten
- Aggressionen
- Konflikte
- Vergangenheit



## Toleranzkultur

- geboten
- Verständigung
- Kontakte
- Begegnungen
- Gegenwart



## Inklusionsmodell

- gewünscht
- Positive Elemente verbinden
- Bildung
- Weiterentwicklung
- Zukunft

# Internationale ,kulturrelevante Diversitätskategorien

- 1. **Geschlecht** = **Geschlechterdiversität**
- Alter = Altersdiversität
- Handicap/Behinderung = diverse Lebenslagen  
Gesundheit
- Ethnische/kulturelle Prägung= Kulturdiversität
- Religion/Weltanschauung = Weltanschauliche Diversität
- Sexuelle Orientierung = Sexuelle Diversität

Punkte 1-6 können Menschen nicht / nur schwer verändern.

# Gender Platz 3 unter 20 Megatrends

## Wichtigste gesellschaftliche

- 1. Demographischer Wandel
- 2. Neue Stufe der Individualisierung
- 3. Frauen auf dem Vormarsch/Gender- EQuality
- 4. Kulturelle Vielfalt
- 5. Neue Mobilitätsmuster
- 6. Inklusion
- 7. Wandel der Arbeitswelt
- 8. Neue Aufklärung und Bürgergesellschaften

## technol./wirtschaftl .Trends

- 1. Digitales Lernen
- 2. Konvergenz von Biologie und Technologie /Automatisierung
- 3. Umsteuern von Ressourcen und neue Energien
- 4. Nachhaltigkeit
- 5. Urbanisierung
- 6. Globalisiertes Wirtschaften
- 7. Verschuldung von Staaten , Städten und Kommunen

Gender : Afrikanische Mutter, meine Freundin Lezzi  
/Shoshanguve ,SA© Prof. Dr. Ingelore Welpé



# Warum will heutige Gesellschaft Chancengleichheit?

- Gesellschaft will ihre Evolution und
  - ihre sozialen Emanzipationsbewegungen weiter vorantreiben
  - will fairer werden
  - will im **wirtschaftlichen Wettbewerb bestehen**
  - will **produktiver werden** ,Know-how & Leistungspotentiale & Humankapital nutzen
  - will sozialen Frieden sichern
  - will Diskriminierungen reduzieren
  - setzt auf die Kultur der **Chancengleichheit als strategisch relevanten ökonomischen Erfolgsfaktor!**
  - © Prof. Dr. Ingelore Welppe

# Ausgewählte Gender-Fakten

- 82,5 Mio. Einwohner
  - 3,5 Mio. mit Migrationshintergrund
  - Ab.51.Lj.Frauenmehrheit
  - Jährlich sterben mehr Frauen als geboren werden , jede neue Generation potenzieller Mütter kleiner als vorherige.
  - 2050 gibt es 14.2 Mio. Frauen im reproduktionsfähigen Alter 15-50,derzeit 19,7.Mio
- 9 von 10 Paaren sind Ehepaare
  - Heiratsalter steigt über (30w /35m), 1.Kind mit 34 Jahren
  - Frauen müssen Mutterpflichten mit Berufskarrieren schultern
  - 20% der Paare haben vor Heirat schon gemeinsame Kinder
  - 4/5 der Alleinerziehend en sind Frauen, wenn berufstätig, ,arbeiten sie täglich länger als Mütter in Paarhaushalten

# Weitere Gender- Fakten

- Jede 5.Frau lebt allein
- 50% aller Kinder unter 8 Jahren besucht Tageseinrichtung
- Sozialhilfequote der Frauen umso höher ,je jünger sie sind.
- Studienanfänger haben geschlechtstypische Fächerwahl
- Junge Frauen streben Entdiskriminierung bei Entgelt, Teilzeitbeschäftigungen und wollen Führungspositionen an
- 6% Männer teilzeitbeschäftigt
- Junge Frauen besser gebildet als junge Männer
- Junge Frauen und Männer nutzen social media Plattformen für attraktive Arbeitgeberauswahl –Macht der Nachfrager
- Exzellentes HR -Management wird gesucht
- Organisationen debattieren Quotierungen in Toppositionen

# Arbeitswelt- Fakten

© Prof. Dr . Ingelore Welpé

- Dynamisierung der Arbeit „Coffice work“
- Flexible, interaktive Arbeitsstrukturen mit sehr hohen Anpassungsleistungen
- effektive Selbstorganisation gefordert ,60% der Beschäftigten in der EU managen workload eigenverantwortlich und mit selbstbetriebener Weiterbildung
- Lebenslanges Lernen
- Flexicurity und equal pay als arbeitsmarktpolitischer Ansatz
- Mehrfachbeschäftigungen nötig
- Beste Arbeitsplätze in technologischen Branchen, nicht in sozialen und bei Dienstleistungen
- 7 Mio. gehören zu den Bildungseliten, sind Mindsetter der Gesellschaft
- Insbes. junge Menschen mit Bildungs-Handicaps und sozialen Handicaps sind sehr gefährdet
- Ganze Familie muss das notwendige Einkommen erwirtschaften für Lebensstandard

# Gender & wirtschaftliche Entwicklung

© Prof. Dr. Ingelore Welpé

- ✓ Es ist notwendig, die frauenspezifische Erwerbsquote zu erhöhen, die Erwerbspotentiale Älterer zu nutzen und verstärkt Weiterbildung und „gerechtes Arbeiten“ als Potenzialfaktor zu fördern.
- ✓ Die Arbeitslosenquote für unter 25jährige und von Migrant/innen liegt lokal deutlich über dem westdeutschen Durchschnitt. Ausrichtung auf diese Personengruppen ist notwendig.
- ✓ Der Anteil an Altbewerber/innen für Ausbildungsplatzangebote ist anhaltend zu hoch und die Zahl der vorzeitig aufgelösten Ausbildungsverträge ebenfalls.

# Gender & wirtschaftliche Entwicklung

- ✓ Die Beteiligung von Frauen an **beruflicher Weiterbildung** ist nach wie vor noch zu gering. Ältere Beschäftigte und mit geringer beruflicher Qualifikation sind an Weiterbildung unterdurchschnittlich vertreten. Ansprache und Öffentlichkeitsarbeit sind hier zu verstärken!
- ✓ **Innovative Weiterbildungsinhalte** sind verstärkt zu entwickeln.
- ✓ Gezielte **Öffentlichkeitsarbeit** ist notwendig, um mehr als bisher Beschäftigte aus **weiterbildungsabstinenten/genderblinden Unternehmen** zu erreichen.
- ✓ Netzwerkstrukturen und Abstimmungsmechanismen sind weiterhin gezielt zu nutzen für Synergieeffekte.

# Gender& wirtschaftliche Entwicklung

- ✓ **Weiterbildungsdienstleister** sollen die organisatorischen Rahmenbedingungen den Erfordernissen der Vereinbarkeit vom **Beruf/Familie** besser anpassen.
- ✓ Die **Weiterbildungsinhalte** müssen **bedarfsorientiert für Frauen und Männer** entwickelt werden.
- ✓ Für **lokale Wettbewerbsfähigkeit** sollen spezielle **Coachings für technologieorientierte und wissensbasierte Gründungsvorhaben** durch fachlich hochqualifizierte Coaches eingeführt werden. Zielgruppen sind neben Arbeitslosen auch Studierende und Mitarbeiter/innen an Hochschulen/Clusterbranchen, etc....

# Wirtschaftliche Entwicklung durch bessere Genderpraktiken



# Genderbudgetierung forcieren!

- **Genderbudgetierung** (öffentlicher Haushalt) dient wirtschaftlicher Steuerung!
- Wie werden die **Fördermittel auf F/M** und diverse Subgruppen von F/M in Projekten verteilt?
- (z.B. Zeit /Geld/Raum/ Incentives /Bildung/Begleitmaßnahmen/... )
- z.B. **Mittelflussanalysen** über die geschlechterbezogene Verteilung durchführen

# Gender-Mainstreaming als Querschnitts- Ziel Arbeitswelt

Querschnitts-Ziele haben ähnliche Funktionen wie Strategieziele!

- Sie erfordern besondere Aufmerksamkeit, weil sie die Zielerreichung des EU-Zukunftsprogramms Arbeit steuern! Umsetzungsprobleme resultieren z.B. aus:
  - Mangelnde Sachkenntnisse über Datenlage zu Gender
  - Falsches Verständnis von Gender als Frauenförderung
  - Mangelnde Kreativität für innovierende Männerprojekte
  - Verdeckter Widerstand auf Leitungsebene gegen Gender Mainstreaming
  - Beharrungstendenz überwiegt Innovationslust

# 7 ökonomische Argumente für Chancengleichheit

1. Das Beschäftigungsstrukturargument
2. Das Effizienzargument und das Kostenargument
3. Das Kreativitäts- & Problemlösungsargument
4. Das Personalmarketingargument
5. Das Flexibilitätsargument
6. Das Internationalisierungsargument
- 7. Das Kulturargument**

# Schöne Aussichten!

Fidji- Matamanoa



# Gender Indikatoren

- Internationales Maß: **GEM**
- **Gender Empowerment Measure Index** für realisierte Chancengleichheit
- **Objektive** Indikatoren (Zahlen, Fakten, objektive Veränderungen nach dem Projekt ) ?
- **Subjektive** Indikatoren: Wie zufrieden sind Frauen/Männer mit der Region mit einem Förder-Projekt/Projektträger?

## GEM Gender Empowerment Measure Index für realisierte Chancengleichheit

- Gender Indikatoren werden in der **Wirtschaft** bereichsspezifisch gebildet (z.B. für Personalmanagement, Humankapitalrenditen, Firmenkultur)
- auf der Grundlage von Genderanalysen und zur Wettbewerbsfähigkeit um knappes Humankapital und für ein differenziertes Humankapitalmanagement!

# Gender – Checkliste

## Abläufe für Unternehmen

Berücksichtigt die Personalplanung (Bedarf, Einsatz, Entwicklung, Nachfolge, Marketing) Genderaspekte?

- ❖ Ist das Personalmarketing gendersensibel?
- ❖ Wie effektiv ist das Personalmarketing bei Anwerbung von Frauen?
- ❖ Sind bei der Personalauswahl Genderexpert /innen beteiligt?
  
- ❖ Enthält der Personalbetreuungsprozess Gleichstellungsaspekte?
- ❖ Gibt es eine Vereinbarung zur Work –Life - Balance?
  
- ❖ Gibt es Genderstatistiken (Noten, Übernahmedaten) zur Ausbildung?

# Gender – Checkliste

## Abläufe für Unternehmen

- ❖ Gibt es Daten über den Personaltransfer (Anzahl, Kosten) von Männern und Frauen?
- ❖ Unterscheiden sich die Leistungen bei Männern und Frauen?
- ❖ Gibt es Unterschiede im Karriereprogrammen bei Männern und Frauen?
- ❖ Gibt es Unterschiede bei Gehältern und Anreizen bei Männern und Frauen?
- ❖ Gibt es Gendertrainings - Programme?

# Investiert die Politik in wirtschaftlichen Erfolg?

Progressive ,wirtschaftlich erfolgreiche Kulturen setzen auf

Fairness & Chancengleichheit & Antidiskriminierung

- Arbeit ,faire leistungsgerechte Bezahlung ,Kreativität und Befriedigung des Bedarfs
- Qualifizierung & Bildung
- Identifikation und Gemeinschaftsorientierung
- Korruptionsfreiheit & Transparenz
- Bürger-/ Innenbeteiligung
- **Gesellschaftlichen Paradigmenwechsel:  
Produktivitätszuwachs durch die Gender-Perspektive !**

# Gender macht Regionen mobil!

Frauen & Männer kooperieren für eine  
zukunftsfähige Gesellschaft  
nachhaltige Wirtschaft!

**Create future!**

Kontakt: Prof.Dr.Ingelore Welpé

[www.gender-diversity-academy.de](http://www.gender-diversity-academy.de)

Institut für Strategische Entwicklung von Personal und Organisation, Molfsee

Vorsitzende Create-future Verein f. Soziale Start-up-Projekte und  
interkulturelle Bildung e.V.

2017