



## DAS EPLR IN MECKLENBURG-VORPOMMERN

Grundsätzliche Berücksichtigung von Aspekten der Gleichstellung der Geschlechter und Nichtdiskriminierung gemäß EU-VO 1303

### Förderung



der Lokalen Entwicklung (LEADER); hier insbesondere von Marketingmaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit

## GLEICHSTELLUNGSANSATZ

Wahlmöglichkeiten und Teilhabechancen, unabhängig von geschlechtsspezifischen Rollenmustern und anderen Zuschreibungen; Berücksichtigung von Repräsentanz durch eine ausgewogene Beteiligung von Frauen und Männern in ihrer Vielfalt

## IM FOKUS

Sicherung einer diskriminierungsfreien und gleichberechtigten Teilhabe aller Geschlechter im digitalen Raum – Beachtung bei der Entwicklung und Gestaltung von Websites und Apps



© MICROONE / STOCKADOBEE.COM

### Politischer Wille:

In einer gemeinsamen Erklärung der EU-Kommission zur Stärkung der Beteiligung von Frauen im Digitalbereich haben sich viele europäische Länder – darunter auch Deutschland – im Sommer 2019 dazu verpflichtet, die Sichtbarkeit und Mitwirkung von Frauen in der digitalen Wirtschaft zu erhöhen.

### Ein Ziel:

Websites und Apps sind so gestaltet, dass alle Geschlechter gleichermaßen adressiert werden und die gleichen Zugangs- und Nutzungsmöglichkeiten haben. Dafür sind Teamheterogenität bei der Erstellung sowie die Perspektivenvielfalt eine notwendige Bedingung.

*In der Digitalbranche werden digitale Technologien produziert, also Güter wie Computerhardware, -software und Netzwerkinfrastruktur ... Diese Technologien und Dienstleistungen werden in der digitalen Wirtschaft, der digitalisierten Wirtschaft und in unterschiedlichen Kontexten der Gesellschaft genutzt ... Umgekehrt wirken die Entwicklungen und Bedarfe dieser Wirtschaft sowie der Gesellschaft auf die Digitalbranche ein, es handelt sich also um einen wechselseitigen Prozess ... Es gilt den Blick auf Partizipative Technikentwicklung und -gestaltung zu schärfen: Wie wird Technik entwickelt und welche geschlechtsbezogenen Folgen hat sie?*

(Aussagen der Gutachterkommission zum Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung)





### VIelfalt IN TEAMS UND PERSPEKTIVENVIelfalt

Frauen sind verstärkt in Gestaltungsteams zu beteiligen. Bislang sind sie hier genauso wie generell in Ausbildungs- bzw. Studiengängen, Bereichen und Positionen, die von besonderer Bedeutung für den digitalen Wandel sind, stark unterrepräsentiert. Frauen sollen bei Stellenbesetzungsverfahren, Projekt- und Mittelvergaben ausreichend berücksichtigt werden. Hier sind die jeweiligen Arbeit- und Auftraggeber\*innen angesprochen.

Über vielfältige Gestaltungsteams hinaus sollte die Reflexion von Geschlechterstereotypen selbstverständlich und damit Teamnorm sein – dies ist alleine dadurch, dass Frauen im Team sind, nicht automatisch gewährleistet.

### DIE TÜCKE DER I-METHODOLOGY

Weiterhin ist in Gestaltungsprozessen die „I-Methodology“ zu beachten, d. h. wenn die gestaltende Person sich selbst als repräsentative\*n Nutzer\*in betrachtet und Grundlage der Gestaltungsentscheidungen damit nur die eigenen Erfahrungen, Annahmen und Werte sind. Bei der Beauftragung von digitalen Produkten ist darauf zu achten, dass die Umsetzenden einen bewussten Umgang mit „Gender-Blindheit“ pflegen, so dass auch unbewusste Vorurteile vermieden werden.

### GESCHLECHTERGERECHTIGKEIT IN SPRACHE UND BILD

Um alle Nutzer\*innen zu adressieren, ist eine geschlechtergerechte Sprache unerlässlich. Allerdings ist mit dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 10. Oktober 2017 die Beschränkung auf die weibliche und männliche Form nicht mehr ausreichend. Auch das dritte Geschlecht (divers) ist zu berücksichtigen, so dass von einer diskriminierungsfreien Sprachform auszugehen ist. (Hinweise dazu gibt Factsheet 6 der Fachstelle EPLR des Landesfrauenrates M-V)

Über geschlechtergerechte Formulierungen hinaus ist darauf zu achten, dass die Inhalte der Texte auf Websites und in Apps nicht ausschließend oder diskriminierend sind. Zudem sollen in den Texten keine offenen oder versteckten Geschlechterstereotype reproduziert werden.

Bilder und darüber hinaus auch Symbole und Icons sollten ebenfalls Geschlechterklischees vermeiden. Nach wie vor werden gerade in Bildern Klischees vermittelt: „Frau“ wird verknüpft mit passiv, Objekt, Emotion, Familie, Wellness, Fürsorge; „Mann“ mit aktiv, Subjekt, Distanz, Auto, Technik, Egoismus.

» **Die G-U-T-Guideline** von Dorothea Erharder, die im Rahmen des Projektes „Gender & Diversity, Usability & Testing in mobilen Apps und Websites“ entstanden ist:  
<http://www.zimd.at/sites/default/files/files/publikationen/GUT-A-Guideline.pdf>

» **Digitalisierung geschlechtergerecht gestalten** – Gutachten für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung: <https://www.dritter-gleichstellungsbericht.de>



#### PUBLIKATION:

Landesfrauenrat MV e.V.  
Heiligengeisthof 3  
18055 Rostock



#### KONTAKT:

Fachreferentin Gleichstellung / ELER  
Elke-Annette Schmidt  
Mobil: 0173 184 96 56  
E-Mail: [schmidt@landesfrauenrat-mv.de](mailto:schmidt@landesfrauenrat-mv.de)



#### DOWNLOAD:

<https://landesfrauenrat-mv.de/themen-projekte/projekte/fachstelle-eplr/>

Stand: April 2021