

Von Gender-Stereotypen, Nutzungskontexten und der Bedeutung einer gemeinsamen Sprache

In der Podiumsdiskussion sprachen **Mag.^a Dr.ⁱⁿ Roswitha Hofmann (über Grenzen denken)**, **DIⁱⁿ Alexandra Millonig (AIT) und FH-Prof. DI Hannes Raffaseder (FH St. Pölten)** über ihre Erfahrungen mit Genderaspekten in der Forschung sowie über Erfolgsfaktoren, Herausforderungen und den Mehrwert von interdisziplinärer Arbeit in einer oft marktgetriebenen anwendungsorientierten Forschung.

Roswitha Hofmann berichtete über das Projekt „FEMtools“, das auf eine gender-adäquate Entwicklung von Werkzeugen zur Brennholzherstellung abzielt. Maskulinitätskonstruktionen spielen z.B. in Produktdesign und -kommunikation für Kettensägen eine zentrale Rolle und bedienen stereotype Bilder von Männlichkeit. Am Beispiel Schnitzzuschutzbekleidung wird klar, dass sie möglichst vielen Menschen passen sollte, „nämlich auch kleineren Männern, die nicht der Holzfällertypus sind, und damit ganz vielen Frauen und Personen, die nicht idealtypische Staturen aufweisen.“

Auch Hannes Raffaseder verortet in seiner Arbeit die Bedeutung von Genderaspekten an der Schnittstelle zwischen aktuellen digitalen Technologien und dem Design der Inhalte. Die Medienproduktion sei nach wie vor „eine völlig männliche Domäne“ und die Medien leisten einen großen Beitrag zur Fortschreibung tradiert Rollenbilder – man denke nur an das italienische Fernsehen. Das Projekt „NeVisET“ analysierte 35 Fernsehformate in der Wissenschafts- und Forschungskommunikation im deutschsprachigen Raum u.a. nach Genderkriterien. Aufbauend auf den daraus gewonnenen Erkenntnissen wurde ein eigenes Format entwickelt und in einer Pilotsendung prototypisch umgesetzt. Dabei wurde auf eine aus Gendersicht möglichst ausgeglichene Produktion geachtet.

Alexandra Millonig ist in der Mobilitätsverhaltensforschung damit befasst, dass Infrastruktur, Fahrzeuge und der öffentliche Raum von Menschen mit unterschiedlichsten Gewohnheiten, Präferenzen, aber auch Barrieren und Notwendigkeiten genutzt werden. Um hier einen gleichberechtigten Zugang zu möglichst nachhaltigen Verkehrssystemen zu schaffen, muss die Frage gestellt werden: „Welche Lebens- und Alltagsrealitäten gibt es, welche Einschränkungen sind damit verbunden?“ Dabei wird im Projekt „GeSMo“ auf Gruppen fokussiert, die vielfältige Pflichten (Beruf, Versorgung) und ein komplexes Verkehrsverhalten an den Tag legen. Die zweite Gruppe umfasst ältere Menschen. „Für beide Gruppen gibt es noch nicht viele Lösungen – und beide sind weiblich dominiert.“

Als zentrale Erfolgsfaktoren für interdisziplinären Austausch wurde genannt, eine gemeinsame Sprache zu finden und in der Projektkonzeption und -durchführung den entsprechend erforderlichen Raum dafür vorzusehen. Jede Disziplin entwickelte über eine lange Zeit ihre eigene Logik. So gehe es darum, die jeweils andere Logik zu verstehen, aber auch die eigene zu hinterfragen. Zeit für diese wichtigen Übersetzungsleistungen einzuplanen, bedeute letztlich einen Mehraufwand.

Um hier auch den Mehrwert erkennbar zu machen, ist es wichtig, herauszufinden, wo in den Organisationen ein Treiber gesehen wird, sich mit geschlechteradäquaten Entwicklungen auf der Produkt- oder Dienstleistungsebene auseinanderzusetzen. Die Motive können dabei sehr unterschiedlich sein, wie z.B. bestehende Lösungen verbessern, Verlust von Marktanteilen verhindern, neue Märkte sichern.

Konsens bestand in der Diskussion darüber, dass die Forschungsteams sich in der Forschung stärker auf Nutzungskontexte konzentrieren sollten, um hier einerseits die mannigfaltigen Bedürfnisse und Interessen zu berücksichtigen und damit verbunden auch Genderstereotypen aufbrechen zu können.

In diesem Sinne sei es wichtig, die eigene wissenschaftlich-theoretische Herangehensweise an die stark ökonomisch getriebene Marktlogik anzukoppeln, meinte Roswitha Hofmann, wobei der gesellschaftspolitische Anspruch der Genderforschung jedenfalls erhalten bleibe. So sei es oft auch notwendig, Begriffe wie „Gender“ zu übersetzen, möglicherweise in bestimmten Kontexten auch mit Umschreibungen zu verschönern. Auch Hannes Raffaseder bestätigte, dass weniger über Genderaspekte als vielmehr über vielfältige Perspektiven und gesteigerte Kreativität argumentiert werden müsse: „Die lässt sich auch vermarkten oder verwerten, wie wir so schön in der Forschung sagen.“

Einschlägige Forschungsförderungsprogramme wie z.B. der Schwerpunkt „Chancengleichheit“ im Rahmen von „Talente“, in dem auch die vorgestellten Projekte gefördert wurden, wurden einhellig nach wie vor als wichtige Impulsgeber angesehen, um Forscherinnen individuell zu fördern und in bestimmten Berufsfeldern sichtbar zu machen, aber auch um inhaltliche Entwicklungen voranzutreiben, beispielhafte Projekte mit Genderrelevanz zu etablieren und Organisationen zu Kooperationen zu bringen.