



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend

DOKUMENTATION  
im Auftrag des Bundesministeriums  
für Familie, Senioren,  
Frauen und Jugend

# WOW

## Women on the Web

Internationale Konferenz  
8.-10. März 2001  
Rathaus und Handelskammer  
Hamburg



Freie und Hansestadt Hamburg  
Senatsamt für die Gleichstellung

DOKUMENTATION

im Auftrag des Bundesministeriums  
für Familie, Senioren,  
Frauen und Jugend

# WOW

## Women on the Web

Alle Rechte vorbehalten. Auch die fotomechanische Vervielfältigung des Werkes (Fotokopien/ Mikrofilm) oder von Teilen daraus bedarf der vorherigen Zustimmung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

**Herausgeber:** Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 11018 Berlin

**Redaktion:** Prof. Dr. Christiane Funken, TU-Berlin, Mediensoziologie und Geschlechterforschung, Institut für Soziologie, Franklinstraße 28/29, 10587 Berlin  
E-Mail: funken@cognition.iig.uni-freiburg.de

Prof. Dr. Gabriele Winker, FH Furtwangen, Forschungsgruppe *Technology and Gender*, Jakob-Kienzle-Straße 17, 78054 Villingen-Schwenningen  
E-Mail: winker@fh-furtwangen.de

Unter Mitarbeit von Ursula Degener, M.A., Universität Freiburg

**Konferenzorganisation und -durchführung:** Frauen geben Technik neue Impulse e. V., Leitung Dr. Ellen Seßar-Karpp in Zusammenarbeit mit der Expertinnengruppe *Frauen in der Informationsgesellschaft* vertreten durch Prof. Dr. Gabriele Winker und Prof. Dr. Christiane Funken.  
Internet: www.frauen-technik-impulse.de

**Bearbeitung:** Ulrike Struwe, Frauen geben Technik neue Impulse e. V., Wilhelm-Bertelsmann-Straße 10, 33602 Bielefeld

**Gesamtherstellung:** Büro Beckmann, Marktstraße 7a, 33602 Bielefeld

**Fotos:** Ines Großkopf, Frauen geben Technik neue Impulse e. V., Wilhelm-Bertelsmann-Straße 10, 33602 Bielefeld,

Roman Jupitz DGPh Photographie, Hermann-Allmers-Straße 28, 21077 Hamburg

**Bezugsstelle:** Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 53107 Bonn, Telefon: 01 80/5 32 93 29, E-Mail: broschuerenstelle@bmfsfj.bund.de  
Internet: www.bmfsfj.de

Printed in Germany 2002

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung; sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Internationale Konferenz

8.–10. März 2001

Rathaus und Handelskammer

Hamburg

## 5 VORWORT

## 7 BEGRÜSSUNGSREDEN

**8 Dr. Christine Bergmann**, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend  
**Eröffnungsrede** *anlässlich der internationalen Konferenz »Women on the Web (WOW)« am 9. März 2001 in Hamburg*

**12 Krista Sager**, Zweite Bürgermeisterin der Freien und Hansestadt Hamburg, Senatorin für Wissenschaft und Forschung und Senatorin für die Gleichstellung  
**Begrüßungsrede** *anlässlich der internationalen Konferenz »Women on the Web (WOW)« am 9. März 2001 in Hamburg*

**15 Prof. Dr. Gabriele Winker**, Sprecherin der Expertinnengruppe *Frauen in der Informationsgesellschaft*  
**Begrüßungsrede** *anlässlich der internationalen Konferenz »Women on the Web (WOW)« am 8. März 2001 in Hamburg*

## 19 LÄNDERBERICHTE

**20 Görel Thurdin**  
Frauen als Triebkräfte für die Informationsgesellschaft

**25 Prof. Dr. Christiane Funken**  
**Prof. Dr. Gabriele Winker**  
Online-Aktivitäten von und für Frauen im deutschsprachigen Internet

**39 Dr. Rosalind Gill**  
Britische Frauen im Netz

**52 Nevenka Sudar**  
Kroatische Frauen online:  
*Aktuelle Situation und Initiativen für die Zukunft*

**57 Ermenegilda Uccelli-Gravone**  
*»Web without Worry«*  
*Stärkung der Frauenpräsenz im italienischen Internet*

**66 Dr. Sophia Huyer**  
Women on the Web  
*Ein globaler Überblick*

## 77 SAALPRÄSENTATIONEN

**78 Dr. Kristin Körner**  
[www.FRISA.de](http://www.FRISA.de)  
*Fraueninfosystem Sachsen-Anhalt*

**81 Prof. Dr.-Ing. Heidi Schelhowe**  
[www.vifu.de](http://www.vifu.de)  
*Die virtuelle Frauenuniversität*

**Eva Schachinger**  
**89 [www.women-up.at](http://www.women-up.at)**  
*Die Geschichte der virtuellen Frauenstadt im Internet*

**94 Lenka Simerska | Lin Pugh | Joëlle Palmieri**  
[www.WomenAction.org](http://www.WomenAction.org)  
*WomenAction und Karat Coalition*

## BERICHTE DER 101 UNTERNEHMERINNEN

**102 Elisabeth Biehl**  
*Die Internetbranche – ein Paradies für Unternehmerinnen?*

**106 Elizabeth Carlassare**  
*Selbstständige Frauen im Netz*  
*Sechs Trends*

## 111 ZU DEN AUTORINNEN

## Vorwort

Das Interesse von Frauen an den Neuen Medien ist groß. Dies zeigt ihre ständig steigende Beteiligung und Begeisterung für das Medium Internet. Frauen nutzen das Internet als Unternehmerinnen, sie gründen virtuelle Frauenuniversitäten, entwickeln Suchmaschinen und Kataloge für Frauen im Netz. Sie machen sich mit neuen Geschäftsideen in der so genannten New Economy selbstständig. Es könnten aber noch mehr Frauen von den Vorteilen des Internets profitieren.

Mit unserer internationalen Konferenz *WOW – Women on the Web* haben wir den persönlichen und beruflichen Nutzen für Frauen im und um das Netz sichtbar gemacht. Förderungswürdige Internet-Angebote wurden als »Best Practice-Beispiele« vorgestellt. Konkrete Schritte für eine systematische Verbesserung der Beteiligung von Frauen wurden aufgezeigt. Verschiedene Länder stellten ihre Maßnahmen vor, frauenspezifische Internet-Projekte berichteten von ihrer Arbeit und erfolgreiche Netz-Unternehmerinnen präsentierten ihre Geschäftsideen.

Mit der nachfolgenden Dokumentation werden aus unterschiedlicher Sicht Chancen und Nutzen des Internets für Frauen beleuchtet.



**Dr. Christine Bergmann**

*Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*





## Begrüßungsreden

*Dr. Christine Bergmann*

*Krista Sager*

*Prof. Dr. Gabriele Winker*

**Eröffnungsrede**

anlässlich der internationalen Konferenz *Women on the Web (WOW)*  
am 9. März 2001 in Hamburg



**Dr. Christine Bergmann**

*Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*

Ich begrüße Sie ganz herzlich zu unserer internationalen Konferenz *Women on the Web* hier in Hamburg. Ich freue mich, dass unsere Einladung auf so große Resonanz gestoßen ist. Ganz besonders begrüße ich unsere ausländischen Gäste, die von weit her angereist sind und auf dieser Konferenz mitwirken und mitdiskutieren.

Surfen Frauen anders? Wie steht es mit den Start-ups von Frauen im Internet? Wie bekommen die Frauen Zugang zum Netz, die noch nicht drin sind? Wie gestalten sich Leben und Arbeiten in der so genannten New Economy? Diese und viele andere Fragen sind Thema unserer heutigen Konferenz rund um das Internet aus der Perspektive von Frauen.

Ich freue mich sehr, dass die Stadt Hamburg unser Gastgeber und Mitveranstalter ist, denn in dieser Stadt spüren wir eine besondere Dynamik, was das Thema Neue Medien angeht. Dankbar bin ich auch für die Kooperation mit Schweden; ein Land, das in diesem Bereich ebenfalls eine Vorreiterrolle einnimmt. So wurde Schweden im Jahr 2000 von einem Analystenunternehmen zur führenden IT-Nation der Welt erklärt, dicht gefolgt von den USA und anderen skandinavischen Ländern.

Informations- und Kommunikationstechnologien, und hier allen voran Computer, Handy und Internet, spielen heute in allen Bereichen der modernen Welt eine immer größere Rolle. Die Neuen Medien bieten Möglichkeiten, die begeistern – und manchmal auch überfordern. Für viele Menschen ist das Internet noch eine fremde Welt, doch die Nutzerzahlen steigen ständig an. In Deutschland sind es inzwischen mehr als 20 Millionen Menschen, die sich im Internet bewegen. Der Anteil der Frauen an den Internetnutzerinnen und -nutzern beträgt derzeit rund 40% und wächst von Quartal zu Quartal. Damit liegt die Bundesrepublik EU-weit etwa im Mittelfeld. In den USA haben die Frauen die Männer sogar schon überrundet; dort gibt es mittlerweile mehr weibliche als männliche Internetnutzer.

Doch auch in Deutschland steigt die Begeisterung für das Medium Internet sowohl bei jüngeren als auch bei älteren Frauen ständig an. Sie nutzen es für Unterhaltung und Kommunikation, für Ausbildung, Studium und Beruf und agieren als Selbstständige in der New Economy. Zunehmend treten Frauen im Netz als Konsumentinnen auf und nutzen die Möglichkeiten des Online-Shopping und Online-Banking. Die Bundesregierung hat in Bezug auf die Internetbeteiligung von Frauen klare Zielvorstellungen: Im Programm *Innovation und Arbeitsplätze in der Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts* haben wir

uns auf eine gleichwertige Internetbeteiligung der Frauen bis zum Jahr 2005 festgelegt – also 50%. So, wie sich die Entwicklung zurzeit darstellt, bin ich sehr zuversichtlich, dass wir dieses Ziel erreichen werden.

Sehr erfolgreich ist die Bundesregierung mit der seit 1999 laufenden Aktion *Frauen ans Netz*. Zusammen mit der *Deutschen Telekom*, der *Bundesanstalt für Arbeit* und der Zeitschrift *Brigitte* ist ein wahrer Boom von Internetkursen von Frauen für Frauen ausgelöst worden. Mehr als 70.000 Frauen wurden inzwischen im Rahmen der Aktion geschult. Mit über 6 Millionen Zugriffen entwickelt sich die Website *Frauen ans Netz* zu einer der höchstfrequentierten Homepages für Frauen.

[www.frauen-ans-netz.de](http://www.frauen-ans-netz.de)

Unter dem Stichwort »Internet für alle« sind inzwischen in Deutschland weitere umfangreiche Maßnahmen ergriffen worden. Gemeinsam mit der Wirtschaft treibt die Bundesregierung die Anwendung moderner Informations- und Kommunikationstechnik in Bildung, Ausbildung und Weiterbildung voran. Ein Schlüsselbereich sind natürlich die Schulen. Bis Ende des Jahres 2001 sollen alle Schulen mit PC und Internetzugang ausgestattet sein.

Genauso große Bedeutung wird der Fortbildung der Lehrerschaft beigemessen. Mit dem Projekt *Lehrerinnen und Schülerinnen ans Netz* hat die Bundesregierung ein spezielles Internetforum für Lehrerinnen unter dem Kürzel *Leanet* geschaffen. *Leanet* dient dem Austausch von Erfahrungen und praktischen Unterrichtsvorbereitungen und bietet online Weiterbildungsmöglichkeiten an. Viele Lehrerinnen nutzen mittlerweile *Leanet*. Mit dem dazugehörigen Internetangebot *Lizzynet* sollen Schülerinnen motiviert werden, sich z.B. mit einer eigenen Homepage ins Netzgeschehen einzumischen und sich mit IT-Berufen auseinander zu setzen. Die Bundesregierung hat diese beiden Projekte deshalb gestartet, weil wir festgestellt haben, dass das weithin bekannte Programm *Schulen ans Netz* in der Realität viel zu häufig ein Programm für männliche Schüler und Lehrer ist.

[www.leanet.de](http://www.leanet.de)

[www.lizzynet.de](http://www.lizzynet.de)

Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen im Umgang mit dem Computer haben häufig weniger mit dem Geschlecht zu tun, sondern eher mit Vorstellungen darüber, wie Jungen und Mädchen sein sollten. Will man bisherigen Trends entgegenwirken und das Interesse von Mädchen an den neuen Technologien erhöhen, wird man mit geeigneten Hilfen zur technischen Sozialisation immer früher beginnen müssen. Schon im Kindergarten- und Hortbereich zeichnet sich allein dadurch, dass auch dort Computer aufgestellt werden, allmählich der Einzug der neuen Technologien ab. Neue pädagogische Fragen und Inhalte werden damit verbunden sein.

Mädchen und Frauen gehen in der modernen Ausbildungs- und Arbeitswelt bereits in vielen Fällen intensiv und kompetent mit neuen Technologien um, sind vielfach sogar deren Wegbereiterinnen. Es ist längst als Vorurteil belegt, dass Frauenarbeit technikfern ist. Über EDV am Arbeitsplatz verfügen z.B. deutlich mehr Frauen als Männer. Aber: Frauen sind hauptsächlich im Nutzungs- und Anwendungsbereich vertreten. Als Technikentwicklerinnen sind Frauen auf dem Arbeitsmarkt der Informationsgesellschaft nach wie vor stark unterrepräsentiert. Deshalb müssen wir uns in Bezug auf Internet und Neue Medien intensiv darum kümmern, dass mehr Frauen qualifizierte Technikberufe ergreifen.

Die Voraussetzungen dafür sind gut: In Deutschland verlassen jedes Jahr mehr junge Frauen als junge Männer die Schule mit Abitur. Ein großer Teil der jungen Frauen ist mathematisch und fremdsprachlich begabt und interessiert. Sie besitzen gute kommunikative Fähigkeiten und sind interessiert an Neuen Medien. Aber zurzeit haben Frauen in Deutschland an den Auszubildenden in den vier wichtigsten Informationstechnologie-Berufen nur einen Anteil von etwa 14%. Gleichzeitig werden zurzeit IT-Fachkräfte händeringend gesucht. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Studienfachwahl: Bei den Studienanfängerinnen und -anfängern im Ingenieurstudium beträgt der Frauenanteil zurzeit 21%, im

Bereich der Informatik sind es sogar nur 17%. Hier will die Bundesregierung gezielt gegensteuern. In unserem Aktionsprogramm zur Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts haben wir uns konkrete Ziele gesetzt: Wir wollen den Frauenanteil an den IT-Berufsausbildungen und den Anteil von Studienanfängerinnen in Informatik-Studiengängen bis zum Jahr 2005 auf jeweils 40% steigern. Das sind ehrgeizige Ziele. Zur Durchsetzung dieser Ziele ist es wichtig, die Kräfte von Bund, Ländern, Gemeinden auf der einen Seite und der Wirtschaft auf der anderen Seite zu bündeln. Wir brauchen enge Kooperationen mit der Wirtschaft und hier insbesondere natürlich mit den IT-Unternehmen. Denn ohne die Bereitschaft der Wirtschaft ändert sich in vielen Bereichen für Frauen nichts. Deshalb engagiere ich mich zusammen mit meinen Kolleginnen und Kollegen von der Bundesregierung in der Initiative *D21*, die vom Bundeskanzler mit ins Leben gerufen wurde.

*D21* repräsentiert die Informationswirtschaft in Deutschland und verfolgt zusammen mit den staatlichen Stellen das Ziel einer beschleunigten Entwicklung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien in unserer Gesellschaft. Ein Schwerpunkt der Arbeit von *D21* ist der Bereich Frauen und IT. Die IT-Wirtschaft hat die Frauen inzwischen als willkommenes Arbeitskräftepotenzial entdeckt. Das größte gemeinsame Projekt ist zurzeit die Aktion *IDEE-IT*. *IDEE-IT* will Mädchen und junge Frauen für die neuen IT-Ausbildungen gewinnen, Spaß an Informations- und Kommunikationsmedien und Lust auf zukunftsfähige Berufe vermitteln. In dem Projekt wird daran gearbeitet, die IT-Ausbildungen durch neue Inhalte, Praxisphasen und so genannte Train-the-Trainer-Workshops interessanter zu machen.

Was bei den neuen Medienberufen schon gelungen ist, nämlich ein interessanter Mix aus Technik, Ökonomie und Design, fehlt bei den klassischen IT-Berufen noch. In den Berufen der Mediengestaltung, z.B. für die Arbeit im Webdesign oder Marketing, finden sich teilweise über 50% Frauen. Für die klassischen IT-Berufe gilt jedoch, dass dort der neue Zuschnitt aus Technik, Dienstleistung, Ökonomie, Planung und Gestaltung noch nicht richtig erkennbar ist. Hier herrscht immer noch das Bild des manischen Computertüftlers oder des sozial verarmten Technokraten vor. Für die IT-Berufe muss aktiv geworben werden, und zwar mit interessanten Praxisaufgaben, die das ganze Kaleidoskop der Möglichkeiten im IT-Bereich sichtbar machen. Wir brauchen gute berufliche Beispiele, ein modernes berufliches Image für Frauen im IT-Bereich und weibliche Vorbilder.

Ein wichtiges Element der Aktion *IDEE-IT* ist die Arbeit mit so genannten Ambassadors, zu deutsch Botschaftern und Botschafterinnen. Das sind Praktikerinnen und Praktiker aus IT-Firmen, die in Schulen und Freizeiteinrichtungen ihre persönlichen Erfahrungen weitergeben. Als Ambassadorinnen beteiligen sich hier Frauen, die bereits erfolgreich in den neuen IT- und Medienberufen arbeiten, die an ihrem Beruf Freude haben, gut verdienen und gleichzeitig nicht auf eine Familie verzichten. Ich denke, es ist ganz wichtig, durch positive Vorbilder mehr junge Frauen für den IT-Bereich zu interessieren. Ich freue mich, dass schon über 40 Unternehmen und viele Kammern bei *IDEE-IT* mitmachen und hoffe, dass viele neue Ausbildungsplätze dann tatsächlich auch mit Frauen besetzt werden.

Bei der Hochschulausbildung sind die Ingenieurwissenschaften und die Informatik Schlüsselbereiche. Die Vorschläge zur Verbesserung der Situation liegen auf dem Tisch und es sind bereits verschiedene Maßnahmen zur Erhöhung der Attraktivität von IT-Studiengängen für Frauen eingeleitet worden. So wird z. B. an der Fachhochschule in Bremen ein neuer internationaler Frauen-Studiengang Informatik mit neuen Lehrformen und praxisrelevanten Lehrinhalten durchgeführt. Es wird erwartet, dass hier von auch positive Effekte auf die sonstigen Reformbemühungen der hergebrachten Informatik-Studiengänge ausgehen und die Anstrengungen dort beschleunigen.

Unser Bildungssystem und die Gesellschaft insgesamt müssen deutliche Signale setzen, dass Frauen in technischen Studiengängen wie der Informatik gesucht sind. Um mehr Frauen für die IT-Fächer zu gewinnen, reicht es sicherlich nicht, Motivation zu fördern und Curricula zu ändern. Was bringt die beste Ausbildung, wenn die Beschäftigungschancen von Frauen in der IT-Wirtschaft nicht verbessert werden? Eine Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit hat herausgefunden, dass ein technisches Studienfach Frauen bislang im Vergleich zu Männern keineswegs vor höherer Arbeitslosigkeit schützt. Hier sind insbesondere die Unternehmen gefordert, den immer besser qualifizierten und an den Neuen Medien interessierten Frauen gleiche Einstellungs- und Aufstiegschancen zu geben wie Männern.

Trotz einiger Rückschläge wächst der IT-Markt in Deutschland weiterhin überproportional. Damit ist der IT-Sektor zugleich Beschäftigungsmotor Nummer eins in Deutschland. Fachleute werden vor allem im Bereich Internettechnologien, Beratung und Anwendung sowie E-Commerce gesucht. Aber: Der Anteil der Frauen an den Beschäftigten in der Multimediabranche liegt mit derzeit 25% weit unter ihrem Gesamtanteil an den Erwerbstätigen in Deutschland. Und in den Führungsetagen der größeren Internet- und Multimediafirmen sind Frauen im Vergleich zu anderen Bereichen noch seltener vertreten. In diesem Zusammenhang habe ich viel Verständnis für Überlegungen darüber, auch den konkreten Arbeitsbedingungen in der Mediawirtschaft mehr Aufmerksamkeit zu widmen. Die in der Branche teilweise bestehende »Rund-um-die-Uhr-Mentalität« ist für Menschen, die neben ihrem Berufsengagement auch noch Verantwortung für eine Familie übernommen haben, wenig attraktiv. So ist z.B. der Teilzeitanteil im IT-Bereich minimal, aber der Wunsch nach Teilzeit groß.

Ich hoffe, dass das seit 1. Januar 2001 geltende Teilzeitgesetz in Deutschland auch in der IT-Branche dazu beiträgt, Beruf und Familie besser miteinander zu vereinbaren. Dass familienfreundliche Arbeitsbedingungen in modernen Unternehmen möglich sind, zeigen ermutigende Beispiele aus unserem Bundeswettbewerb *Familienfreundlicher Betrieb 2000*. Hier haben wir gezielt solche Betriebe ausgezeichnet, die Mütter und Väter durch familienfreundliche Formen der Telearbeit unterstützen. Viele Betriebe erkennen, dass es sich für sie lohnt, ihren Beschäftigten Lösungen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf anzubieten. Das schafft nicht nur innerbetrieblich Vorteile, sondern auch Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Unternehmen, wenn es darum geht, qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden und zu halten.

Als Alternative zu abhängiger Beschäftigung hat auch in Deutschland in den vergangenen Jahren ein enormer Gründungsboom in der New Economy eingesetzt. Ich freue mich sehr darüber, dass hier auf unserer Konferenz erfolgreiche Unternehmerinnen aus den verschiedensten Ländern über ihre Unternehmen im Netz berichten. Denn auch im Bereich der Firmengründungen in der New Economy gilt es, Frauen Mut zu machen und sie zu unterstützen, gute Geschäftsideen zu realisieren. Der Anteil von Frauen an den Unternehmensgründungen ist zwar in Deutschland in den letzten Jahren angestiegen; die Zahlen aus vielen anderen Industrieländern zeigen aber, dass es hier noch weitere Potenziale gibt.

Ich wünsche mir, dass auf unserer internationalen Konferenz *Women on the Web* der persönliche und berufliche Nutzen des Internets für Frauen auf allen wichtigen Gebieten sichtbar und erlebbar wird. Und dass wir möglichst viele Anregungen mitnehmen zur weiteren Stärkung von Frauen bei der zukünftigen Nutzung des Internets.

An dieser Stelle möchte ich mich auch noch herzlich bedanken bei den Expertinnen des *Forums Informationsgesellschaft*, die mit meinem Ministerium zusammen diese Konferenz initiiert und organisiert haben. Ich wünsche der Tagung einen guten Verlauf und allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern viele informative, interessante und anregende Begegnungen.

**Begrüßungsrede**

anlässlich der internationalen Konferenz *Women on the Web (WOW)*  
am 9. März 2001 in Hamburg



**Krista Sager**

*Zweite Bürgermeisterin der Freien und Hansestadt Hamburg, Senatorin für Wissenschaft und Forschung und Senatorin für die Gleichstellung*

**Sehr geehrte Frau Bundesministerin Bergmann, sehr geehrte Frau Thurdin, sehr geehrte Expertinnen und Konferenzteilnehmerinnen,**

ich freue mich sehr, Sie hier in Hamburg begrüßen zu können, und ich bin vor allen Dingen erfreut darüber, dass diese bedeutende Konferenz in Hamburg stattfindet.

Meine Lieblings-Website, ich gebe es zu, ist keine Frauen-Website. Ich surfe immer wieder sehr gerne auf die Website des grünen Bundestagsabgeordneten Cem Özdemir, weil ich finde, dass man hier sehr viel darüber lernen kann, wie man eine Internetseite als Politikerin verbraucherfreundlich gestalten kann. Vielleicht ist das für Sie ja eine Anregung, mal einen Blick auf diese Seite zu werfen.

Meine Damen, meine Herren, ich hoffe, dass einige von Ihnen Gelegenheit hatten, gestern im Großen Festsaal des Hamburger Rathauses dabei zu sein und dass Sie einen angenehmen Abend hatten. Außerdem hoffe ich, dass diejenigen, die heute erst dazukommen konnten, gut angekommen sind und eine angenehme Fahrt nach Hamburg hatten.

In Hamburg sind wir dabei, ein Netzwerk von und für Frauen in den Informationstechnologien zu schmieden. Frauen machen immer noch den geringeren Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer aus, aber erfreulicherweise hat sich allein in einem Jahr ihr Anteil schon von 26 auf 30% erhöht. Dennoch, probieren Sie einmal, das Suchwort »Frauen« im Internet einzugeben: Sie werden überschwemmt mit pornografischen Angeboten. Unter diesem Stichwort finden Sie aber auch die *Deutschen Frauenorden*, und direkt auf die *Armen Dienstmägde Jesu Christi* folgen schon wieder Telefonsex-Angebote. Man sieht, wir Frauen müssen uns in die Gestaltung des Internets dringend einmischen und die Inhalte mitbestimmen. Dazu brauchen Frauen sicher Vorbilder und sie brauchen vor allen Dingen Netzwerke. In dieser Hinsicht haben wir in Hamburg hervorragende Erfahrungen mit unserer *digitelle* gemacht.

Die *digitelle* war die erste bundesweite Messe mit Kongress für Frauen rund um das Thema Neue Medien, und ich kann sagen, sie hat in Hamburg wirklich eingeschlagen wie eine Bombe. Ich habe gestern erst wieder Frauen getroffen, die mir erzählten, sie hätten sich bei der *digitelle* kennengelernt, und nun hätten sie zusammen ein Unternehmen gegründet. An der *digitelle* haben auch amerikanische Expertinnen eines Frauennetzwerkes aus dem Silicon Valley teilgenommen. Für deutsche Frauen war die Messe hervorragend geeignet, sich in Netzwerken zusammenzuschließen. Und auch viele junge Schülerinnen haben von der Messe profitiert.

Wir müssen, glaube ich, den Frauen noch viel mehr verdeutlichen, wofür sie das Netz nutzen können. Selbst in Lateinamerika nutzen Frauen inzwischen das Internet für ihre Interessen, z.B. für ihre Kampagnen gegen Zwangssterilisationen.

Natürlich besteht die Gefahr, dass diejenigen, die in ein paar Jahren noch immer keinen Zugang zum Internet haben, dann von den Möglichkeiten ausgeschlossen sind, die das Netz bietet; ausgeschlossen also von Bildungs- und Informationsangeboten. Um dies zu vermeiden, müssen wir schon früh bei den Mädchen ansetzen. Dabei – und das ist mir sehr wichtig – geht es nicht einfach darum, Technik in die Schulen zu bringen, sondern es geht vor allen Dingen um die Didaktik und um mädchengerechte Lernkonzepte. Zurzeit begleiten wir vom Hamburger Senatsamt für die Gleichstellung ein Bund-Länder-Modell für Medienerziehung in der Grundschule unter Gender-Gesichtspunkten. Gerade diese Gender-Gesichtspunkte sind ein Thema, mit dem wir uns in Zukunft sehr viel stärker beschäftigen müssen. Was wir bereits festgestellt haben – und das wird sich auch mit Ihren Erfahrungen decken – ist, dass Mädchen in der Schule viel eher fragen: »Wozu brauche ich das Internet?« Sie sind nicht einfach davon begeistert, dass man ihnen Technik in die Schule stellt. Das ist eine entscheidende Feststellung. Wenn wir hier etwas falsch machen, dann kann dies dazu führen, dass sich die Technik zwischen die Mädchen und ihre Interessen stellt.

Das heißt, Mädchen könnten das Interesse an ihren eigentlichen Anliegen verlieren, wenn wir hier nicht vernünftige Lernkonzepte und eine gezielt die Interessen der Mädchen ansprechende Didaktik entwickeln. Diese Lernkonzepte müssen dort ansetzen, wo die Mädchen fragen: »Wozu brauchen wir die neuen Informationstechnologien?«, »Wozu soll das gut sein?« Junge Frauen müssen erleben können, dass das Internet ein Werkzeug ist, das ihnen hilft, ihre Interessen durchzusetzen. Wir können hier in Hamburg leider feststellen, dass Mädchen und junge Frauen – obwohl sie die Mehrheit der Abiturientinnen und Abiturienten sowie der Studienanfängerinnen und -anfänger stellen – überall, wo es um die neuen Medienberufe geht, wo es um Informatik in der Schule geht oder um Informatik im Studium, dass sie dort überall immer noch eine kleine Minderheit sind. Das finde ich bedenklich. Das ist auch ein Zeichen, dass wir hier etwas besser machen müssen, und daran arbeiten wir in Hamburg.

Im Studium beispielsweise legen wir einen Schwerpunkt darauf, junge Frauen auch für naturwissenschaftliche und ingenieurwissenschaftliche Studiengänge zu motivieren. Wir haben festgestellt, dass junge Frauen auch hier eher nach dem lebensweltlichen Bezug suchen und sich eher fragen, was hat das mit unserem Leben, was hat das mit unserer Gesellschaft zu tun. Das heißt, wir erreichen junge Frauen eher mit einem Angebot Umweltinformatik, mit einem Angebot Medieninformatik und mit einem Angebot Umwelttechnik als nur mit Elektrotechnik oder Informatik. Das heißt nicht, dass Frauen schlechtere Informatikerinnen sind. Sie verstehen von ihrem Fachgebiet genauso viel wie die Männer, aber sie haben einen anderen Ansatzpunkt und andere Interessen, und genau da müssen wir sie abholen.

Außerdem werden wir aus einem Frauenförderprogramm, das Bund und Länder zur Hälfte finanzieren, an der Technischen Universität Hamburg-Harburg ein Kompetenz-Center für Frauen einrichten. Hier sollen einerseits Computerkurse für Mädchen stattfinden, und zwar in enger Kooperation mit den Schulen; hier sollen andererseits aber auch Lehrerinnen und Lehrer und das Institut für Lehrerfortbildung an Didaktik und Lernkonzepten arbeiten. Außerdem wollen wir an der Technischen Universität spezielle Angebote für die Studierenden machen, die vor allen Dingen die »Soft Skills« betreffen, also die so genannten Schlüsselqualifikationen wie Teamfähigkeit, Präsentation oder Projektmanagement. Und wir werden gezielt Professuren nur für Frauen im Bereich Technik und Informatik schaffen, und zwar an der Hamburger Fachhochschule, an der

Technischen Universität und an der Hamburger Universität. Mit Hilfe dieser Professuren können Frauen als Vorbilder wirksam werden. Gleichzeitig werden wir diese Frauen mit einbeziehen in einen Gender-Studiengang, der hochschulübergreifend und interdisziplinär sein wird. Augenblicklich befindet sich dieser Gender-Studiengang im Aufbau. In zwei Wochen werden wir in Kopenhagen ein Gespräch führen, um mit skandinavischen Partnern zu einer interdisziplinären Zusammenarbeit im Bereich Gender Studies zu kommen.

Wir brauchen mehr Gender-Kompetenz, sowohl an den Hochschulen als auch an den Schulen. Deswegen muss Gender-Kompetenz auch eine größere Rolle in der Ausbildung an der Universität und an den Fachhochschulen spielen. Wir brauchen einfach mehr interkulturelle und interdisziplinäre Kooperationen, weil wir hier am meisten voneinander lernen können. In Hamburg haben wir gute Erfahrungen gemacht mit der internationalen Frauenuniversität, die ja ein interkulturelles Projekt war. Im Sommer 2000 haben Frauen aus 60 Ländern und aus fünf Kontinenten teilgenommen. Gearbeitet haben all diese Frauen zum Schwerpunkt Information. Wir hoffen, dass wir Anschlussprojekte umsetzen können. Zurzeit finden in diesem Zusammenhang Gespräche auf Bundesebene und mit den Länderministern statt.

Was wir Ihnen noch anbieten können, ist eine Studie zu den Berufschancen von Frauen in den IT-Berufen, die wir in Auftrag gegeben haben. Wenn diese Studie im Herbst diesen Jahres fertig ist, können Sie sie selbstverständlich bei uns bekommen. Außerdem werden wir im Juli diesen Jahres als eine Folgekonferenz der *digitelle* die Tagung *women@work* an der Hamburger Universität veranstalten. Bei der *women@work* wird es um die Arbeitsmöglichkeiten von Frauen in der New Economy gehen. Wir würden uns selbstverständlich freuen, wenn Sie dann wieder in Hamburg bei uns zu Gast sind. Sie sind uns immer herzlich willkommen. Danke schön.



## **Prof. Dr. Gabriele Winker**

*Sprecherin der ExpertInnengruppe »Frauen in der Informationsgesellschaft«*

**Sehr geehrte Frau Ministerin Dr. Bergmann, sehr geehrte Frau Bürgermeisterin Sager, sehr geehrte Frau Ratsvorsitzende Thurdin, sehr geehrte Referentinnen und Gäste aus dem Ausland, liebe Kolleginnen!**

Es freut mich sehr, Sie heute Abend im traditionsreichen Hamburger Rathaus im Namen unserer ExpertInnengruppe *Frauen in der Informationsgesellschaft* anlässlich des Internationalen Frauentags begrüßen zu dürfen.

Auch im Namen unserer ExpertInnengruppe bedanke ich mich herzlich beim Hamburger Senat, bei der Bürgermeisterin Krista Sager, dass wir zu Beginn unserer internationalen Konferenz *Women on the Web* hier zusammen mit Ihnen, den vielen engagierten Hamburger Frauen, den Internationalen Frauentag begehen können. Einen besseren Auftakt hätten wir uns für die WOW-Konferenz nicht wünschen können.

Lassen Sie mich kurz unsere ExpertInnengruppe vorstellen, als deren Sprecherin ich heute Abend vor Ihnen stehe. Unsere Gruppe gibt es seit 1997. Sie ist Teil des *Forums Informationsgesellschaft*, das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie getragen wird. Die Initiative zur Gründung dieser Gruppe ging vor mehr als vier Jahren von der Fachgruppe *Frauenarbeit und Informatik* in der Gesellschaft für Informatik aus. Mit Unterstützung des Deutschen Frauenrats, des Referats *Frauen in Bildung und Forschung* im Bundesministerium für Bildung und Forschung und der damaligen Bundestagspräsidentin, Frau Prof. Dr. Rita Süssmuth, konnte sie eingerichtet werden. An der inhaltlichen Arbeit der ExpertInnengruppe beteiligen sich ca. 30 Frauen und Männer aus Frauenverbänden, Bildung und Wissenschaft, Industrie, Gewerkschaften, Politik und den Medien.

Unsere Aufgabe sehen wir darin, die spezifischen Chancen und Risiken der Informationsgesellschaft für Frauen darzustellen und darauf aufbauend Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln. Wir setzen uns für eine gleichberechtigte Beteiligung von Frauen an der Gestaltung der Informationsgesellschaft ein. Um dies zu erreichen, entwickeln wir Vorschläge, wie über Aufklärungsarbeit und Studienreform der Frauenanteil in den informationstechnischen Berufen erhöht werden kann. Wir sind davon überzeugt, dass das kreative Potenzial von Frauen für eine sozial- und nutzenorientierte Entwicklung der Informationstechnologie genutzt werden kann. Wir engagieren uns für innovative Arbeitsformen wie familienadäquate Telearbeit, verbunden mit individueller Zeitsouveränität. Darüber können unseres Erachtens neue Spielräume eröffnet werden, um eine gerechte Verteilung der bezahlten Erwerbsarbeit und der unbezahlten Haus-

und Sorgearbeit zwischen den Geschlechtern zu erreichen. Wir setzen uns dafür ein, den Zugang von Frauen zum Internet drastisch zu erhöhen, frauengerechte Inhalte im Netz zur Verfügung zu stellen und das grundsätzlich vorhandene Demokratisierungspotenzial des Netzes für Frauenbelange zu nutzen.

Um diese und andere Ziele zu erreichen, arbeiten wir mit Politikerinnen und Politikern auf Bundes- und Landesebene zusammen. Wir setzen uns mit ein für die Umsetzung der Ziele des Aktionsprogramms der Bundesregierung *Innovation und Arbeitsplätze in der Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts*, an deren frauenpolitischer Ausrichtung wir maßgeblich beteiligt waren. In diesem Rahmen ist von unserer ExpertInnengruppe auch die Initiative für die Konferenz *Women on the Web* ausgegangen. Wir wollen damit über den deutschen Tellerrand hinaus schauen und möglichst viel von Erfahrungen und Aktivitäten anderer Länder lernen. Wir freuen uns deshalb ganz besonders, dass Schweden, ein Land, das derzeit die europäische Präsidentschaft inne hat und sowohl im Bereich Gleichstellung als auch im Bereich Informationstechnologie in Europa führend ist, uns in der Organisation dieser Konferenz unterstützt.

Zu Beginn des letzten Jahrhunderts wurde der Internationale Frauentag etabliert, den wir heute feiern. Seit beinahe einem Jahrhundert ist es ein Tag, an dem Frauen und teilweise auch Männer für gleiche und gleichzeitig bessere Arbeits- und Lebensbedingungen kämpfen. Viel hat sich seit Beginn des letzten Jahrhunderts geändert. Gerade in der heutigen Zeit reden wir allerdings sehr schnell von einem »revolutionären« Wandel der Industriegesellschaft hin zur Informationsgesellschaft. Dabei werden jedoch die rasant voranschreitenden technischen Veränderungen mit grundlegendem sozialem Wandel verwechselt. Klar, die verheerenden Erwerbsarbeitsbedingungen in der Industrie, für Frauen z. B. in den Textilfabriken, sind heute zumindest in Europa nicht mehr zu finden. Doch viele der vor hundert Jahren aktuellen Forderungen begleiten uns noch heute. Ich erwähne nur die Forderungen nach Arbeitszeitverkürzung bei existenzsicherndem Lohn und Gehalt, nach gleichem Lohn für gleichwertige Arbeit, nach gleichen Bildungs- und Karrieremöglichkeiten oder nach ausreichenden gesellschaftlichen Einrichtungen zur Kinderbetreuung.

Kämpften unsere Vorgängerinnen – erfolgreich – für das Frauenwahlrecht, so setzen wir uns heute für das Recht und die Möglichkeit ein, tatsächlich eine Informationsgesellschaft mitgestalten zu können. Ob erfolgreich, das werden unsere Enkelinnen zu begutachten haben. Auch benutzen wir inzwischen viele neue Begriffe, um die alten Ziele der Frauenemanzipation voranzutreiben. Statt vom internationalen Frauentag sprechen wir hier und heute von »Gender Mainstreaming«, »Empowerment« und nicht zuletzt von »Frauennetzwerken«. Doch sind wir tatsächlich dank neuer Technologien heute vernetzter als unsere Schwestern vor hundert Jahren? Tauschen sich engagierte Frauen, so vielfältig ihre Ziele heute sind, über ein ebenfalls vielfältig nutzbares elektronisches Netz verstärkt miteinander aus?

Sicherlich kennen wir positive Beispiele von Frauennetzwerken, die sich über Grenzen hinweg unterstützen, beispielsweise während der kriegerischen Auseinandersetzungen in den Balkanstaaten. Doch noch stehen wir damit ganz am Anfang. Selbst in einem reichen Land wie der Bundesrepublik Deutschland geht es noch darum, zunächst einmal den Zugang zum Internet für alle Frauen sicherzustellen. Auch wenn der Frauenanteil im deutschsprachigen Internet immer weiter ansteigt, gibt es noch genug Gruppen, die sich diesen Zugang zu Information und Kommunikation nicht leisten können. Als ein Beispiel nenne ich nur die vielen allein erziehenden Mütter, denen nicht selten genau das fehlt, was für den Zugang zu den Neuen Medien notwendig ist: Geld, Zeit und oft auch eine Erwerbstätigkeit, in der ein Internetzugang selbstverständlich zur Verfügung gestellt wird.

Um diesen hier nur skizzierten »Digital Divide« in unserer Gesellschaft aufzubrechen, haben sich erste öffentlich unterstützte Frauen- und Mädchen-Internetcafés bewährt. In diesen Anlaufstellen und Kommunikations-Orten können sich Frauen mit fachlicher Unterstützung den virtuellen Raum aneignen. Die Zugangssicherung allein genügt allerdings noch lange nicht; es gilt entscheidend auf die Inhalte im Internet Einfluss zu nehmen. Das Internet wird noch weitgehend von den Interessen der Hauptnutzer, der weißen, qualifizierten und jungen Männer, bestimmt. So ist es offensichtlich geprägt von den Freizeitinteressen vieler Männer – ich nenne nur Auto, Computer, Fußball und leider auch Pornografie.

Was mir Mut macht, sind die raschen Entwicklungen, die unsere ExpertInnen-Gruppe *Frauen in der Informationsgesellschaft* mit anstoßen konnte. Es gibt erste Frauen-Landesportale, es gibt viele Frauenberufsverbände, die sich im Netz präsentieren, es gibt erste Ansätze, wie mit dem Prinzip des »Gender Mainstreaming« auch die Angebote im Internet verbreitert und für unterschiedliche Gruppen von Frauen interessant gestaltet werden können. Wir werden dazu in den nächsten zwei Tagen auf der Konferenz noch einiges hören. Was es sicherlich noch deutlich zu wenig gibt, sind konkrete politische Aktionen, die bundesweit, europäisch oder auch international übers Netz koordiniert werden.

Wir alle sind in Zukunft gefordert, über Fraueninitiativen, Parteien und andere Organisationen die Angebote im Internet nicht nur weiterzuentwickeln, sondern auch auszuprobieren, wie für Frauen in unterschiedlichsten Lebenslagen über das Internet mehr Partizipation an der gesellschaftlichen Entwicklung realisierbar ist. Auf diesem Weg der realen und über das Netz auch virtuellen Mitgestaltung der Informationsgesellschaft wünsche ich uns allen noch viele Erfolge!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

## Länderberichte

*Schweden*

*Deutschland*

*Großbritannien*

*Kroatien*

*Italien*

*Kanada*



Görel Thurdin

## Frauen als Triebkräfte für die Informationsgesellschaft

Wir wissen nichts über die physischen und spirituellen Bedürfnisse einer Gesellschaft, in der die Geschlechter in Bezug auf Macht und Einfluss völlig gleichberechtigt sind. Vielleicht ist es eine friedlichere Gesellschaft als die heutige. Wir wissen es nicht, weil es eine solche Gesellschaft noch nicht gibt, von deren Erfahrungen wir lernen könnten. Nicht einmal in Schweden kann wirklich von einer Gleichheit der Geschlechter die Rede sein, obwohl wir hier schon vergleichsweise lange darum kämpfen. Deswegen ist es uns so wichtig, auf dieser Konferenz die Gelegenheit zu nutzen, um Erfahrungen vergleichen, austauschen und diskutieren zu können, die von der Vorstellung einer gleichberechtigten Informationsgesellschaft mit gleich gestellten Lebensverhältnissen ausgehen.

Informations- und Kommunikationstechnologien durchdringen die ganze Gesellschaft. Wir finden sie in jedem Sektor der Wirtschaft und des öffentlichen Lebens sowie im Privaten und in den privaten Haushalten. Die neuen Techniken beeinflussen uns alle, nicht zuletzt unsere Kinder, in Lebensstil und -qualität. Deswegen ist es von besonderer Bedeutung, dass Frauen und Männer gleichermaßen von ihnen profitieren und auch gleichberechtigt ihre Entwicklung mitbestimmen. Wenn dies nicht geschieht, haben wir große Rückschritte im Kampf um die Gleichberechtigung der Geschlechter zu erwarten. Frauen müssen Zugang zum Internet, aber auch zu den Aufsichtsräten und Managementtagen der IT-Unternehmen bekommen und in entscheidenden Positionen an der wissenschaftlichen Lehre und Forschung zu Informationstechnologien beteiligt werden. Allein die quantitative Nutzung des Internets zu thematisieren ist nicht ausreichend.

Schweden ist eine der fortschrittlichsten IT-Nationen der Welt, mit einer starken industriellen Verankerung und breiten Nutzung der neuen Technologien im öffentlichen und privaten Bereich. Wir haben einen erstaunlichen Gründungsboom unter Männern und Frauen in diesem Sektor erlebt, auch wenn in der letzten Zeit eher katastrophale Nachrichten von der Börse kommen. Frauen haben es allerdings im Wettbewerb um Risikokapital und Unterstützung für ihre Geschäftsideen auch in Schweden immer noch deutlich schwerer als Männer.

Wir haben im schwedischen Kommunikationssektor eine lange Tradition von Innovation und Technik. Deswegen hat sich die Nutzung und Akzeptanz der Informationstechnologien bei uns auch besonders schnell in weiten Teilen der Gesellschaft verbreitet. Es gibt aber auch politische Erklärungen für diese schnelle Verbreitung, wie z. B. die Möglichkeit, als Angestellter einen privaten PC über Steuererleichterungen zu finanzieren, eine sehr öffentlichkeitswirksame Maßnahme, die die schwedische Regierung schon vor einigen Jahren

### SCHWEDEN

initiiert hat. Auch heute noch ist der möglichst breite Zugang zu Computer und Internet eine der Prioritäten der schwedischen Regierung.

Man kennt Schweden schon lange für sein hohes Ausmaß an Gleichberechtigung. Sie wurde bei uns sehr früh rechtlich festgeschrieben, was sich für ihre politische Implementierung als absolut notwendig erwiesen hat. Wir haben für die Repräsentation von Frauen in der Politik gekämpft und sehen heute ausgewogene Geschlechterverhältnisse auf den Nominierungslisten und in den Gremien. Aber wenn wir nicht auf der Stelle stehen bleiben wollen, müssen wir nun noch die Einstellungen, Werte und Strukturen bekämpfen, die das Alte konservieren.

1999 wurde mir vom Wirtschaftsministerium angeboten, den Vorsitz einer Kommission mit dem Titel *JämIT* (Gleichstellungskommission für Transport und IT), einzunehmen. Deswegen bin ich heute hier. Unsere Aufgaben und Zielsetzungen sind sehr weit gefasst. Wir sollen nicht nur Bestandsaufnahmen der gegenwärtigen Situation erheben und Lösungen vorschlagen, sondern auch öffentliche Diskussionen zu entstehenden politischen Fragen anstoßen. Wir sollen Fragen des gleichen Zugangs, der Bildungsangebote und vorhandenen Kompetenzen, der regionalen Balance, Sicherheit, Lebensqualität und der nachhaltigen Entwicklung untersuchen und so weit wie möglich klären. Wir haben damit begonnen, geschlechtsspezifische Statistiken zu erstellen, die über die Situation der Frauen und Männer in den Informations- und Kommunikationstechnologien Aufschluss geben.

Der Anteil der Bürgerinnen und Bürger mit Zugang zu einem eigenen privaten Computer ist von 3% im Jahr 1985 auf inzwischen mehr als 50% angestiegen. Und diese Entwicklung beschleunigt sich noch immer; zwischen 1997 und 1998 ist der Zugang nach den Statistiken der Regierung von 48 auf 67% gestiegen. Das gegenwärtige Ungleichgewicht folgt den klassischen Strukturen gesellschaftlicher Ungleichheitsverhältnisse. Das bedeutet, dass Menschen in Großstädten Neue Medien immer noch sehr viel stärker nutzen als in ländlichen Gegenden, dass Gebildete noch immer eher Zugang zum Netz haben, mehr Jüngere als Ältere das Internet nutzen, dass die Wahrscheinlichkeit eines Zugangs mit dem Einkommen steigt und dass außerdem mehr Männer das Netz nutzen als Frauen. 1998 hatten allerdings im Vergleich zu 70% bei den Männern 66% aller Frauen Zugang zu einem Computer. Hier haben wir schon eine relativ gleichberechtigte Situation. (Tabelle 1)

Fast alle 15- bis 24-Jährigen hatten nach einer unserer Umfragen schon einmal oder häufiger einen Computer benutzt, aber nur 20% der über 65-Jährigen. 94% aller Akademikerinnen und Akademiker hatten im Vergleich zu 58% aller Bürgerinnen und Bürger mit einem einfacheren Schulabschluss schon ein- oder zweimal einen Computer benutzt; 80% der Stockholmer Bürgerinnen und Bürger, aber nur 63% der nordschwedischen Bevölkerung gaben an, schon einmal mit einem PC umgegangen zu sein. Man kann jedoch bei all diesen Gruppen einen ständigen Zuwachs der Nutzerinnen und Nutzer feststellen.

Seit 1995 können wir einen starken Anstieg in der Zahl der Anwenderinnen und Anwender des Internets beobachten: Von damals 3% ist ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung im Jahr 2000 auf 46% gestiegen. Bei der Analyse der Nutzung von E-Mail und World Wide Web haben wir festgestellt, dass Männer beide Anwendungen dominieren. (Tabelle 2)

Die meisten Menschen nutzen das Internet im Arbeits- oder Bildungszusammenhang. Es ist jedoch unabhängig vom Ort der Nutzung festzuhalten, dass Männer, jüngere genauso wie die älteren, es nicht nur häufiger, sondern auch länger nutzen. Jungen im Alter von neun bis 17 Jahren sitzen durchschnittlich ca. 50 Minuten länger vor dem Bildschirm um zu surfen als Mädchen desselben Alters. Je exklusiver die Art der Nutzung (eine exklusive Art der Nutzung sind z.B. Diskussionsforen), desto stärker ist in der Regel die männliche Dominanz. (Tabelle 3)

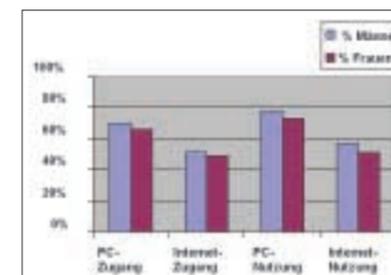


Tabelle 1: Zugang zu und Nutzung von PC und Internet in Schweden im Jahr 1998. Quelle: SOU 2000: 31, S. 8

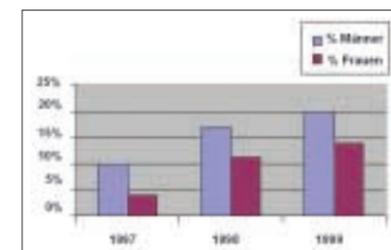


Tabelle 2: Männer- und Frauenanteile an täglicher E-Mail- und Internetnutzung in Schweden. Quelle: SOU 2000: 31, S. 8

Geschlecht	Alter	Zuhause	Schule Arbeit	Insg.
Männer	9-79	43	63	106
Frauen	9-79	37	56	93
Männer	18-79	39	66	105
Frauen	18-79	40	60	100
Jungen	9-17	66	49	115
Mädchen	9-17	27	40	67

Tabelle 3: Dauer der Internetnutzung schwedischer Userinnen und User an einem normalen Tag in Minuten nach Geschlecht, Alter und Zugangsort. Quelle: Nordicom 2000

## SCHWEDEN

Es gibt schwedische Portale und Netzwerke speziell für Frauen. Meistens sind sie kommerziell, aber es gibt z.B. Unterstützung von Seiten der EU für Netzwerke von Existenzgründerinnen und selbstständigen Frauen, damit sie ihre Erfahrungen mit Erfolgen und Niederlagen teilen und voneinander profitieren können. Die Regierung unterstützt ein ähnliches Projekt mit dem Namen SHENET. Die Initiatorin und Geschäftsführerin dieses Projekts ist eine junge, erst 27-Jährige Unternehmerin. Sie ist auf dieser Konferenz ebenfalls mit einer Präsentation vertreten. Wir möchten sie darin unterstützen, ihre Ideen für eine breite Öffentlichkeit attraktiv zu machen, damit sie mit ihrem Unternehmen bald ganz auf eigenen Füßen stehen kann. Ein weiteres Portal namens *opk* hat es sich zur Aufgabe gemacht, kompetente Frauen im IT-Sektor in einer langen Liste von Namen sichtbar zu machen. In meiner Heimatregion gibt es eine Homepage, die innovative Frauen vernetzt, und auf dem Land gibt es einen Zusammenschluss von Online-Anbieterinnen handwerklicher Produkte, wie z.B. Möbeln, die von Frauen hergestellt wurden. Es gibt auch Vernetzungsprojekte für arbeitslose Frauen, deren Erfolg gerade analysiert wird.

Oberflächlich besehen, hat sich die Situation auf dem Arbeitsmarkt für Frauen stark verbessert. Im internationalen Vergleich haben wir einen sehr hohen Anteil an erwerbstätigen Frauen; dies gilt auch für Frauen mit niedrigem Bildungsstand. Auf der anderen Seite jedoch soll nicht unterschlagen werden, dass der schwedische Arbeitsmarkt eine weit stärkere Arbeitsmarktsegregation als viele andere Länder aufweist. Das heißt, dass immer noch sehr viel weniger Frauen als Männer in der freien Wirtschaft arbeiten; stattdessen sind sie im sozialen Sektor besonders stark vertreten. Im IT-Sektor sind Schwedinnen zu ca. 30% beschäftigt. Viele von ihnen sind Sekretärinnen oder arbeiten in Stellungen, in denen sie keine Entscheidungen treffen können, geschweige denn Entwicklungen mitbestimmen. In Führungspositionen finden wir nur noch sehr wenige Frauen. In den 60 IT-Firmen, die im Februar an der Börse gemeldet waren, saßen in den Aufsichtsräten nur 4% Frauen, 6% Frauen bekleideten Managementpositionen und nur 20% der Beschäftigten waren insgesamt weiblich. In 640 IT-Unternehmen gab es nur 26 Geschäftsführerinnen. (Tabelle 4)

Auf die Frage, warum sie nicht mehr Frauen einstellen, antworten männliche Führungskräfte aus dem IT-Sektor etwa: »Nun, es gibt einfach keine Frauen, die kompetent genug sind«, oder »Ein Aufsichtsratsmitglied trägt eine große Verantwortung, die schlecht mit der Verantwortung für eigene Kinder vereinbar ist«. Es gibt erwiesenermaßen genügend kompetente Frauen in Schweden, aber Männer betrachten die Kompetenzen von Frauen nicht gern als ebenso qualifiziert wie die eigenen. Sie rekrutieren lieber Aufsichtsratsmitglieder aus ihren eigenen männlichen Netzwerken. In unserer Kommission sind wir zu dem Schluss gekommen, dass die so genannte New Economy im IT-Sektor durchaus noch von alten Strukturen und Einstellungen geprägt ist. Ob in solch einem Umfeld qualitativ hochwertiges Wachstum erzeugt werden kann?

So lange wir Mädchen und Jungen unterschiedlich erziehen, werden sie verschiedene Erfahrungen und Einstellungen haben, unterschiedliche Fragen stellen, verschiedene Probleme sehen. Die Lebensbedingungen von Frauen und Männern sind nicht die gleichen, und in Schweden ist zumeist auch das Arbeitsumfeld unterschiedlich, weil die Segregation im Arbeitsmarkt so hoch ist. Es ist zu fragen, wie ein Unternehmen den Bedürfnissen der Kundinnen entgegenkommen will, wenn Männer in ihm Diskussionen und Entscheidungen dominieren? Fehlen ihnen hier nicht entscheidende Kompetenzen? Sie brauchen die Frauen als Triebkräfte einer neuen Unternehmenskultur, aber auch auf dem Markt, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Das schwedische Institut für Industrielle und Technische Entwicklung hat eine sehr interessante Untersuchung gemacht (NUTEK, 1999). 14.000 Unternehmen wurden hier auf die Rentabilität der Gleichstellung in Unternehmen hin

untersucht. Es hat sich tatsächlich gezeigt, dass die in der Umsetzung der Gleichstellung erfolgreichsten Unternehmen sich stabiler entwickelt hatten. Die Repräsentation und die hierarchische Verteilung der Positionen unter Frauen und Männern wurden ebenso untersucht wie die Einkommensverhältnisse und schließlich die Dauer der in Anspruch genommenen Erziehungsurlaube.

In den Firmen, in denen diese Variablen unter Frauen und Männern relativ gleich verteilt waren, ließen sich höhere Motivation und die bessere Ausnutzung der Kapazitäten des Personals und auch seiner Kontakte feststellen; hier wurden große Potenziale für Synergieeffekte freigesetzt. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter konnten alte Probleme mit neuen Augen sehen. Wir alle wissen, dass ein sich nachhaltig entwickelndes Unternehmen mit flexiblen und offenen Angestellten wettbewerbsfähiger ist als seine Konkurrenten, die diese Vorzüge nicht aufweisen. Wenn Sie also nicht in den Frauen selbst die treibenden Faktoren der zukünftigen New Economy sehen mögen, dann stellen wir Ihnen hiermit die Gleichstellung als Katalysator für eine florierende Wirtschaft vor. Die Studie zeigt, dass es uns allen schaden wird, wenn wir uns nicht für Gleichstellung einsetzen.

Um die Situation zu verändern, brauchen wir mehr Frauen mit technischen Kompetenzen, die die Wissenschaft direkter beeinflussen. Frauen sind gute Webdesignerinnen, Buchhalterinnen und Psychologinnen etc., aber zu wenige von ihnen sind so nah an der technischen Entwicklung, dass sie sie beeinflussen könnten. Frauen stellen andere Fragen, sie haben andere Bedürfnisse und stellen andere Ansprüche an Technologien.

In unserer Kommission sind wir zu dem Schluss gekommen, dass wir ohne eine Veränderung des Erziehungssystems in Bezug auf den Zusammenhang von Geschlecht und Technik nicht weiterkommen. Die pädagogischen Ansätze greifen meist gar nicht oder nicht ausreichend die geschlechtsspezifischen Zugänge zu Technik auf, die nun einmal unterschiedlich sind, sondern betrachten die Art und Weise, wie Jungen mit Technik umgehen, als Standard und Ausgangspunkt für ihren Unterricht. Dies ist die Ursache für die niedrige Motivation von Mädchen und jungen Frauen, sich an entsprechenden Bildungs- und Ausbildungsangeboten zu beteiligen, und auch für ihre starke Abbruchneigung bei IT-relevanten Studiengängen. Die Statistiken sprechen für sich.

Schwedische Frauen sind im Durchschnitt besser ausgebildet als männliche Schweden. Im Jahr 1997 waren 15% aller Erwerbstätigen mit akademischer Ausbildung Frauen; nur 13% waren Männer.

Im IT-Sektor jedoch gibt es wenige Frauen mit hohem Ausbildungsniveau. von allen Angestellten in einträglichen Positionen hatten in diesem Bereich 1997 nur 14% Frauen, aber 48% Männer einen Hochschulabschluss. (Tabelle 5)

Das Verhältnis von Mädchen und Jungen in den beiden beliebtesten Kurschwerpunkten der Sekundarstufen – Sozialwissenschaften und Naturwissenschaften – zeigen, dass Mädchen und Jungen ihre Wahl immer noch nach traditionellem Muster treffen. Nur 16% der Schülerinnen und Schüler in den naturwissenschaftlich-technischen Zweigen sind Mädchen. (Tabelle 6)

Insgesamt haben mehr Frauen als Männer Hochschulabschlüsse. Im Jahr 1998 waren sogar 60% aller Absolventinnen und Absolventen schwedischer Hochschulen Frauen. (Tabelle 7)

In Studiengängen wie Angewandte Systemwissenschaften und Informatik sind die Männer jedoch deutlich in der Überzahl. Darüber hinaus ist seit 1991 der Frauenanteil noch von 46 auf 34% gesunken. (Tabelle 8)

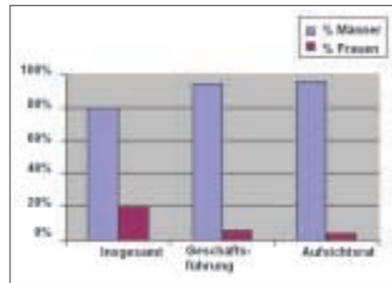
Der Anteil der weiblichen Absolventinnen in IT-relevanten Ingenieurstudiengängen schwankt seit Anfang der neunziger Jahre zwischen 5 und 11%. (Tabelle 9)

So ist es auch nicht überraschend, dass in diesen Fachbereichen in der Forschung die Männer noch stärker dominieren. Im Vergleich zu einem Anteil von

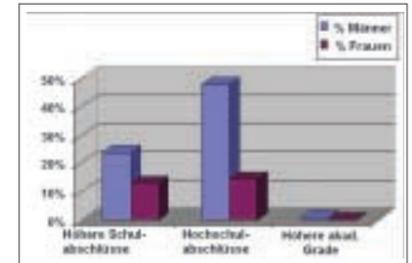
[www.shenet.nu](http://www.shenet.nu)

[www.opk.nu/listan/kvinnorna.html](http://www.opk.nu/listan/kvinnorna.html)

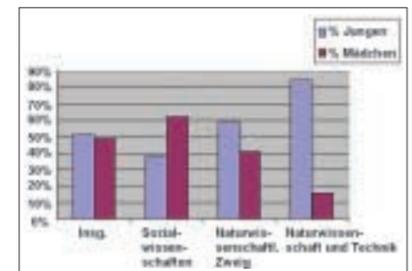
[www.swede.com/verlandskvinnor/](http://www.swede.com/verlandskvinnor/)



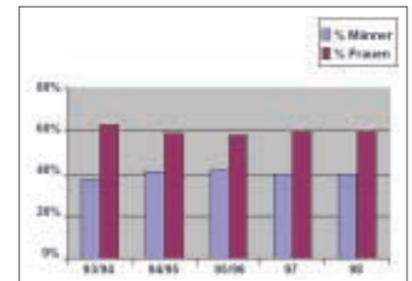
**Tabelle 4: Männer- und Frauenanteile in an der Börse gemeldeten IT-Unternehmen in Schweden im Februar 2000. Quelle: SOU 2000: 31, S. 23**



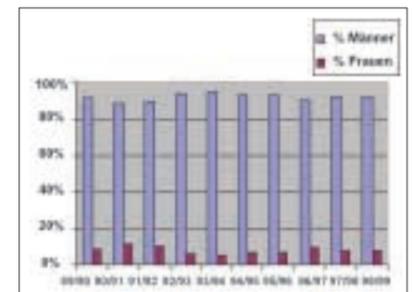
**Tabelle 5: Bildungsniveau der schwedischen Erwerbstätigen in einigen IT-relevanten Berufen im Jahr 1997. Quelle: SOU 2000: 31, S. 22**



**Tabelle 6: Mädchen- und Jungenanteile in Kursprogrammen der schwedischen Sekundarstufen, Oktober 1998. Quelle: SOU 2000: 31, S. 11**



**Tabelle 7: Hochschulabschlüsse in Schweden nach Geschlecht 1993-1998. Quelle: SOU 2000: 31, S. 14**



**Tabelle 8: Absolventinnen und Absolventen der Informatik und Systemwissenschaften an schwedischen Hochschulen 1989-1999. Quelle: SOU 2000: 31, S. 14**

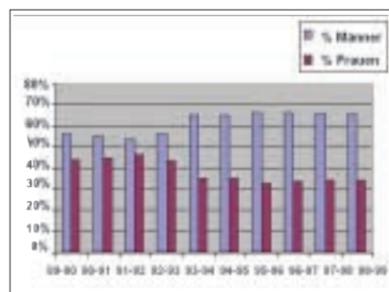


Tabelle 9: Hochschulabschlüsse in IT-relevanten Ingenieurstudiengängen 1989–1999 in Schweden. Quelle: SOU 2000: 31, S. 15

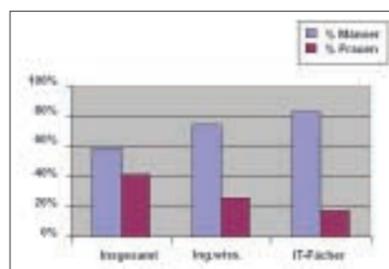


Tabelle 10: Männliche und weibliche Postgraduierte an schwedischen Hochschulen. Quelle: SOU 2000: 31, S. 16

41% an allen aktiven Postgraduierten sind an technischen Forschungsprogrammen nur 26% Frauen beteiligt. Die Auswirkungen dieser Entwicklung auf das Verhältnis von Frauen zum Internet sind nicht zu unterschätzen. (Tabelle 10)

Pädagogische Ansätze müssen diesen Missständen auf allen Ebenen des Bildungssystems von der Grundschule bis zur Universität begegnen und sich grundsätzlich einer Philosophie der Geschlechtergleichheit öffnen. Vor allem muss das Lehrmaterial von der Gender-Perspektive aus evaluiert werden.

Wenn wir dies nicht erreichen, werden wir Frauen und Mädchen nicht für die Entwicklung des IT-Sektors gewinnen können. Wir sollten im Kopf behalten, in was für einer entscheidenden Phase ihres Lebens sich Mädchen in unseren Schulen für technische oder sozialwissenschaftliche Kurse entscheiden; es ist die Phase, in der Mädchen zu jungen Frauen werden und mit ihrer geschlechtlichen Identität zu kämpfen haben. Hier erwarten Schule und Gesellschaft von Mädchen noch immer, dass sie sich aus eigenem Interesse und Antrieb für eine Ausbildung entscheiden, die ihrer Form, ihrem Wesen und ihrer Sprache nach eine Männerdomäne ist und auszudrücken scheint, dass hier kein Platz für Frauen sei.

Wenn wir den IT-Sektor objektiv und von verschiedenen Aspekten her beurteilen und untersuchen wollen, müssen wir Männer und Frauen an diesem Prozess beteiligen. Es gibt hier wichtige Diskussionen zu führen: über höheres Stress-niveau, die steigende Unsicherheit der Lebensverhältnisse und die sich vergrößernde Ungleichheit in der New Economy, aber auch über die Chancen der Informations- und Kommunikationstechnologien für Behinderte sowie für mehr Sicherheit in der Altersfürsorge. Wir müssen all diese Aspekte in die Entwicklung dieser Techniken einbeziehen, um sie auf positive, humane Art nutzen zu können.

#### Literatur

**NUTEK (1999):** Jämställdhet och lönsamhet. (NUTEK R 1999:19) [www.itps.nu/pdf/JLANG.PDF](http://www.itps.nu/pdf/JLANG.PDF)

**Linnakivi, Tina:** Jämställdhet och IT. På uppdrag av Jämit. Stockholm: Fritzes offentliga publikationer, 2000. (SOU 2000:31)

**SOU (2000:31)** (Svenska offentliga utredningar): Jämställdhet och IT. En kartläggning på uppdrag av Jämit. Als pdf-Datei herunterladen (auch englische Zusammenfassung) unter: [www.regeringen.se/propositioner/sou/sou2000.htm](http://www.regeringen.se/propositioner/sou/sou2000.htm)



Prof. Dr. Christiane Funken (s.o.) | Prof. Dr. Gabriele Winker

## Online-Aktivitäten von und für Frauen

im deutschsprachigen Internet<sup>1</sup>

### 1. Einleitung

Der Wandel von der Dienstleistungsgesellschaft hin zur Informationsgesellschaft beeinflusst nicht nur zukünftige Arbeitswelten, sondern auch unsere privaten Lebenswelten, die sozialen Beziehungen, unser Kommunikationsverhalten, unsere Wissensverarbeitung oder z.B. das Lernen und die Bildung. Das bedeutet, dass zukünftig die ausschlaggebenden Bedingungen zur Teilnahme am sozialen, wirtschaftlichen oder politischen Leben immer weniger über materielle Ressourcen, physische Arbeitsprozesse oder Face-to-Face-Beziehungen abgesichert werden können, sondern auf Wissen und Information beruhen. Diese Informatisierung ist ein (technisch vermittelter) sozialer Prozess, der gesellschaftliche Partizipation fördern oder behindern kann. Innerhalb dieser Entwicklung der Informatisierung stellt das Internet nicht nur eine wichtiger werdende Informationsquelle für Arbeit und Privates dar, sondern es bietet auch eine zusätzliche Plattform der öffentlichen Kommunikation. Was bedeutet dies für die Zukunft der Frauen?

<sup>1</sup> Die Ergebnisse basieren auf einer Studie zum deutschsprachigen Internet, die im Jahr 2000 an der Universität Freiburg (Christiane Funken) und der Fachhochschule Furtwangen (Gabriele Winker) vorgenommen wurde. Angebot, Nutzung und Struktur des Internets wurden in einer geschlechtsspezifischen Analyse untersucht. Die Internetrecherchen wurden von Ursula Degener durchgeführt.

### 2. Visionen vom virtuellen Wandel der Geschlechterordnung

Von der computervermittelten öffentlichen Kommunikation wurde erwartet, dass sie ethnische und geschlechtliche Grenzen überwinden könne. Die technischen Möglichkeiten und vor allem die Tatsache, dass im Internet anonym und körperlos kommuniziert werden kann, wurden und werden mit einer Vielzahl von Visionen im Hinblick auf eine neu gelebte und experimentierbare Geschlechtlichkeit verbunden.

#### 2.1. Qualitativer Wandel der Geschlechterordnung

Das elektronische Netz wird als Freiraum der Selbstinszenierung gefeiert. Entsprechend lassen sich auch unendliche Kombinationen zur Bestimmung des Geschlechts denken, die Abschied nehmen von der Aufteilung der Geschlechter in Mann und Frau.

Amy S. Bruckman (1993) beschwört z.B. die Loslösung von bipolaren Geschlechterrollen durch spielerischen Identitätenwechsel. Das nun beliebig formbare Geschlecht entziehe sich jeder Determination und werde zu einer Größe, die durch einen Code, ein Bit in einer Datenstruktur widerrufen werden könne. In der Folge würden von den Netznutzern die Implikationen reflektiert, die unsere Gesellschaft an das Geschlecht knüpft, um es dann neu und eigenständig zu konstruieren. Auch Elizabeth Lawley (1993) vertritt die Auffassung, dass Frauen im Netz den Grenzen entkommen könnten, die in der Vergangenheit ihre Aktivitäten eingeschränkt hätten. Die neue Technologie gebe ihnen



Prof. Dr. Gabriele Winker | 9. März 2001

die Möglichkeit, sich selbst außerhalb der historischen Kategorien »Frau«, »das Andere« oder »das Objekt« neu zu definieren. Gleichmaßen vermutet Paul J. Kelly (1997) in den virtuellen Welten die große Chance, dass soziale Barrieren und Hierarchien für die Geschlechter schwänden.

Elizabeth Reid (1994) konstatiert aufgrund der Abwesenheit körperlicher Merkmale die Möglichkeit zur Subversion der Geschlechterkategorien. Gleichwohl kritisiert sie, dass die Optionen zum virtuellen Selbstentwurf wegen der geschlechtsspezifischen Verhaltensweisen, die (leider) auch im Netz, z.B. in MUDs<sup>2</sup> zu finden seien, stark eingeschränkt blieben. Weibliche Charaktere würden völlig anders als männliche Charaktere behandelt. Sie seien mit einer Geschlechterhierarchie konfrontiert, wie man sie aus sozialen Situationen außerhalb des Netzes kenne. Frauen würden zwar mit besonderem Zuvorkommen behandelt – was sich durchaus als Vorteil in der virtuellen Spielwelt herausstellen kann –, sie seien aber auch Anträgen mit verdeckter oder offener sexueller Konnotation und zahlreichen Belästigungen ausgesetzt.

Ebenfalls eine eher kritische Sicht auf die scheinbar existierenden Freiheiten der Geschlechtskonstruktion im Netz lieferten Erhebungen, die sich mit Geschlechtsunterschieden in der Online-Kommunikation beschäftigten.

### 2.2. Geschlechtsspezifische Kommunikation im Netz

Susan Herring (1994) untersucht die Kommunikationsstile von Männern und Frauen in Mailing-Listen und kommt zu dem Ergebnis, dass sich diese eindeutig unterscheiden<sup>3</sup>: Männer zeigen ein eher auf Widerspruch zielendes, zur Darstellung der eigenen Person neigendes Verhalten. Sie grenzen sich ab und pflegen in ihrer Wortwahl und Argumentationsweise einen eher feindseligen Stil. Ihre Beiträge sind stets deutlich länger als die von Frauen. Männer äußern in der anschließenden Befragung ihre grundsätzliche Freude an kontrahierenden Diskussionen, in denen unterschiedliche Positionen zum Tragen kommen, Widersprüche offen zu Tage treten und die Gegensätze nicht verwischt werden. Bei der Beschreibung ihres Kommunikationsverhaltens verwenden Männer Begriffe aus dem Metaphernfeld Kampf: Man schärft die Argumentation, stellt Positionen klar, verteidigt diese, geht in die Offensive, schießt den Gegner ab etc. Wenn Frauen hingegen überhaupt an den Diskussionen teilnehmen, dann stellen sie eher Fragen, äußern sich vorsichtiger und zielen auf Verständigung ab. Frauen neigen eher dazu, den Kommunikationspartner ernst zu nehmen, seine Position gegen andere abzuwägen, den eigenen Standpunkt dabei durchaus in Frage zu stellen und sich ganz allgemein in freundlichem Umgangston zu äußern.

Diese Ergebnisse werden u.a. von Barbara Becker<sup>4</sup> bestätigt, die über längere Zeit eine themenspezifische Mailing-Liste zu den Schriften des französischen Soziologen Pierre Bourdieu beobachtete. Männer machen auch hier offensive Aussagen, Frauen formulieren vorsichtiger und werden als Reaktion darauf nicht wirklich ernst genommen. Der Stil der Männer ist häufig harsch, einschüchternd und abgrenzend und dient somit der Etablierung und dem Kampf um Machtpositionen. Frauen äußern sich eher positiv gegenüber dem oder der anderen, geben ihrer grundsätzlichen Wertschätzung des Gegenübers trotz unterschiedlicher Positionen Ausdruck und vermeiden aggressive Attacken. Als Reaktion auf einen solchen Kommunikationsstil ziehen Frauen sich nicht selten zurück, ihr Interesse und damit ihre Präsenz in diesen Diskussionen nimmt ab.

Diese Netzkonversation spiegelt die vertrauten Unterschiede im Kommunikationsverhalten von Männern und Frauen<sup>5</sup> wider, die auch aus der nichtvirtuellen Realität, dem so genannten Real Life (RL)<sup>6</sup> bekannt sind. Dabei komme, so Becker, in der Kommunikation im Web noch ein erschwerender Faktor hinzu: Während auf den klassischen Konferenzen und in traditionellen Diskussionszusammenhängen die körperliche Gegenwart der Beteiligten ein Garant dafür sei, dass Frauen – wenn auch seltener an Diskussionen beteiligt – zumindest »materiell«

## DEUTSCHLAND

präsent seien, verschwinde im Netz auch noch die augenscheinliche Anwesenheit, wenn Frauen nicht beachtet würden oder auf ihre Diskussionsbeiträge nicht reagiert werde.

### 2.2.1. Emoting

Lynn Cherny (1994) macht kommunikative Geschlechtsunterschiede im Internet anhand der unterschiedlichen Verwendung von so genannten Emotes fest. Mit diesen Begriffen können in MUDs Körperreaktionen, Handlungen und Gefühle zum Ausdruck gebracht werden. Frauen benutzen hier z.B. viermal so häufig Umarmungen und so genannte »Knuddler« (whuggles) als Männer. Allerdings setzen Frauen ihre gefühlvollen VR-körperlichen Verhaltensweisen keineswegs Männern und Frauen gegenüber gleich ein: Das mehr für Virtual Reality reservierte Verb »strubbeln« oder »knuddeln« verwenden sie gegenüber männlichen wie weiblichen Charakteren, während das mehr mit Real Life assoziierte Verb »umarmen« fast ausschließlich für Frauen reserviert bleibt. Cherny vermutet, dass »Knuddeln« eher als eine unverfängliche Form der Gefühlsäußerungen angesehen wird, während Umarmungen bereits eine spezifische, u.U. animierende Bedeutung aus dem Real Life haben. Außerdem inszenieren Männer eine breitere Palette von körperlichen Verhaltensweisen als Frauen. Deutlich wird bei der Auswertung von MOO-Logfiles<sup>7</sup>, dass klare Verhaltensregeln existieren. Werden diese nicht eingehalten – z.B. ein Fremder umarmt – wird das Fehlverhalten von den übrigen Anwesenden gerügt. Auch Belästigung von Frauen wird im hier untersuchten MOO offen diskutiert und eindeutig nicht gebilligt.

Diane F. Witmer (1997) erhebt die Nutzung von Emoticons – »graphische Akzente« – in computervermittelter Kommunikation<sup>8</sup>. Sie stellt fest, dass überhaupt nur in 13,2% der Fälle<sup>9</sup> graphische Akzente benutzt würden und zwar hauptsächlich von Frauen. Dies lege nahe – so Witmer –, dass die besondere ästhetische Qualität von Frauensprache (vgl. Mulac/Lundell, 1986) und ihre besondere emotionale Expressivität in die computervermittelte Kommunikation übertragen würden. In dem ausgewählten Sample neigen Frauen jedoch auch signifikant öfter als Männer dazu, provokant zu kommunizieren und Hetznachrichten zu versenden. Deshalb vermutet Witmer, dass bei computervermittelter Kommunikation der (Geschlechter-)Status unwichtig (Sproull/Kiesler, 1991) sei. Entsprechend fühlen Frauen sich in der relativ anonymen Umgebung der computergenerierten Kommunikationsräume wohler. Allerdings seien die meisten Frauen, die sich derzeit in computervermittelter Kommunikation engagieren, bereits in männlich dominierten Institutionen – wie etwa High-Tech-Firmen oder Wissenschaftsgemeinden – sozialisiert. Somit spiegele das Ergebnis nicht die diskursive Praxis von Frauen im Allgemeinen wider<sup>10</sup>.

### 2.2.2. Wahl des »Nicknames«

Im Chat liegt die geschlechterindifferente Variationsmöglichkeit darin, sich entweder einen neutralen Namen zu geben, an dem das Geschlecht nicht ablesbar ist, oder aber einen Namen, der für beide Geschlechter verwendet werden kann. Im MUD kann man lediglich zwischen den Geschlechtern männlich und weiblich auswählen. In den Spielwelten der MUDs geben sich vor allem Männer häufig einen Geschlechtscharakter, der nicht mit ihrem biologischen Geschlecht übereinstimmt. Sonja Utz (2000) stellt in ihrer Fragebogenerhebung in drei MUDs mit einer Stichprobengröße von 103 Personen fest, dass 63% der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Untersuchung ihren zugeschriebenen Gender-Charakter beibehalten. 32% wählen hingegen einen Cross-Gender-Charakter, 3% stellen zwei Cross-Gender-Charaktere dar, und lediglich 1% nimmt mehrere Cross-Gender-Charaktere ein.

Im MOO hingegen<sup>11</sup> stehen noch weitere sieben Geschlechter zur Auswahl: —neuter (Pronomen: it, it, its, its, itself),

7 Ein MOO (Multi-User-Dungeon, Object-Oriented) ist ein MUD, das stark objektorientiert und bisher noch textbasiert ist. Logfiles sind Protokolle, die die Aktivitäten des Computers festhalten.

8 Sie testete dabei drei Annahmen: Erstens, Frauen benutzen mehr graphische Akzente in der computervermittelten Kommunikation als Männer; zweitens, Männer verwenden mehr provokante Ausdrücke und drittens, Männer betreiben mehr »Flaming« (Beschimpfungen, feindselige Äußerungen) als Frauen. Es ließ sich nur die erste Hypothese bedingt bestätigen. Insgesamt wurden kaum geschlechterübergreifende graphische Akzente benutzt.

Beispiele für Emoticons:  
%-6 Brain dead (hirntot);  
&.(. Weeping (weinend);  
&-l Tearful (unter Tränen);  
^-:) Moving left eyebrow (mit hochgezogener Augenbraue);  
8-l Eyes wide with surprise (vor Staunen geweitete Augen);  
:-9 Licking his lips (seine (!) Lippen befeuchtend)  
Beispiele für Akronyme:  
(bg) With a broad grin (mit einem breiten Grinsen);  
FUBB F\*cked up beyond belief (unglaublich kaputt);  
(gbh) Great big hug (große Umarmung).

9 Ausgewertet wurden 3000 Nachrichten aus öffentlichen Newsgroups und Spezialinteressengruppen des Anbieters CompuServe.

10 Als weitere Einschränkung der Ergebnisreichweite gibt Witmer zu bedenken, dass sich bei einer stärkeren emotionalen Expressivität von Frauen gegenüber Männern auch signifikante Unterschiede hinsichtlich eines unterstützenden oder aber doppeldeutigen Sprechens ergeben könnten. Aus statistischen Gründen – so Witmer – konnten aber z.B. Ausdrücke der Entschuldigung oder auch Relativierung nicht in die Studie aufgenommen werden, so dass unklar ist, ob nicht auch ein entschuldigender oder provozierender Sprachgebrauch für Frauen typisch sei.

11 z.B. Lambda-MOO, URL: telnet://lambda.moo.mud.org:8888/.

## DEUTSCHLAND

- \_\_\_ either (s/he, him/her, his/hers, his/hers, (him/her)self)
- \_\_\_ splat (\*e, h\*, h\*, h\*s, h\*self),
- \_\_\_ plural (they, them, theirs, theirs, themselves),
- \_\_\_ royal (we, us, our, ours, ourselves),
- \_\_\_ 2nd (you, your, yours, yours, yourself) und
- \_\_\_ spivak (e, em, er, er, emself).

Im LambdaMOO, einem der größten MOOs mit etwa 8000 Charakteren, sowie im MediaMOO<sup>12</sup> wählen trotz der breiten Wahlmöglichkeiten immerhin die Hälfte aller Spieler und Spielerinnen das männliche Geschlecht. Im MediaMOO entscheiden sich nicht einmal ein Drittel der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für ein unkonventionelles Geschlecht jenseits von männlich und weiblich und in LambdaMOO tun dies lediglich ein Fünftel (vgl. Danet, 1996).

Brenda Danet (1996) wertet einen Korpus von 260 Nicknames aus vier Chat-Kanälen (IRC<sup>13</sup>) aus und stellt fest, dass weniger als ein Fünftel der Chat-Teilnehmerinnen und -teilnehmer geschlechtlich identifizierbar sind. Die häufige Wahl von geschlechtsneutralen Bezeichnungen und Namen verweise laut Danet auf das Verlangen, befreit vom Geschlecht zu experimentieren. Danets Einschätzung wird jedoch konterkariert durch die IRC-Netiquette<sup>14</sup>, nach der es unhöflich sei, wenn das Geschlecht nicht angegeben werde<sup>15</sup>. Denn, so die Erfahrungen aus dem Netz: wird die Möglichkeit einer klaren Geschlechtsbestimmung verweigert, rufe dies ein Gefühl starker Verunsicherung hervor, das etwa in ständigen Nachfragen, in Bitten um die Telefonnummer und die Adresse der Homepage mit »echtem« Foto zum Ausdruck komme.

### 2.3. Geschlecht als zentrale Orientierungskategorie

Selbst dort also, wo im Prinzip neue Zuschreibungskriterien für die Einordnung des Gegenübers erprobt werden könnten, da die überkommenen Weiblichkeits- und Männlichkeitsbilder durch das anonymisierende Medium neutralisierbar sind, bleibt die Kategorie des Geschlechts ein zentrales Ordnungsprinzip, gleichwohl mit umgekehrten Vorzeichen: In realweltlichen Begegnungen gehört die Darstellung bzw. unvermeidbare Wahrnehmung des Geschlechts einer Person zur Ausgangssituation jeder Kommunikation und bestimmt den weiteren Verlauf des Geschehens, das im ursprünglichsten Sinne die Entscheidung über die sexuelle Fortpflanzung bestimmt. In der virtuellen Begegnung hingegen ist die Bestimmung des Geschlechts Resultat der Begegnung und dient zunächst und vor allem dazu, kommunikative Unsicherheit abzubauen.

Da im elektronischen Netz nicht endgültig zu klären ist, ob die zu »lesende« Person tatsächlich mit der Realität übereinstimmt, bleibt die Geschlechtszuschreibung vakant und hängt ausschließlich von dem Gelingen der kommunikativen Prozedur ab. Die kulturelle Dimension der Geschlechterordnung verliert so nicht an Bedeutung, sondern es ändert sich »lediglich« ihre soziale Funktion: Die scheinbare kategoriale Sicherheit, die in der kommunikativen Ausgangssituation den weiteren Verlauf der Face-to-Face-Interaktion bestimmt, wird im Netz fundamental verunsichert und wirkt erst im kommunikativen Prozess – wenn überhaupt – ordnungstiftend (Funken, 2000, 2001).

## 3. Quantitativer Wandel

### 3.1. Geschlechtsspezifische Internetnutzung

Den vergleichsweise euphorischen Visionen zum Wandel der Geschlechterordnung stehen der immer noch geringe Anteil von weiblichen Netznutzerinnen und die ernüchternde Anzahl einschlägiger Angebote und Nutzungen gegenüber. Deshalb ist es notwendig, Visionen und tatsächliche Netzangebote und -nutzungen einer kritischen Prüfung zu unterziehen:

Nach wie vor nutzen Frauen das Internet zögerlicher als Männer. Zwar hat sich mit der weiteren Verbreitung der Internetnutzung auch die sehr starke Unterrepräsentanz von Frauen im Internet verringert, dennoch bleibt die Zurückhaltung von Frauen gerade in Bezug auf eine intensive Internetnutzung auffällig.

Nach einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) beträgt der Frauenanteil bei der Internetnutzung heute bereits 42%.<sup>16</sup> Zu einer deutlich niedrigeren Prozentzahl kommt jedoch das Hamburger Marktforschungsunternehmen W3B, nach dessen Online-Befragung der Frauenanteil bei der Internetnutzung bei 33,9% liegt.<sup>17</sup>

Auffällig ist, dass der Frauenanteil unter den Internetnutzerinnen und -nutzern je nach Erhebungsart (bevölkerungsrepräsentative oder selbstrekrutierende Befragungen) der zumeist kommerziellen Studien stark schwankt. Angesichts dieser deutlich divergierenden Zahlen ist zu beachten, dass die GfK in Telefoninterviews repräsentativer Haushalte auch die gelegentliche Nutzung des Internets zu Hause oder im Büro einbezieht, während es sich bei W3B um Online-Studien handelt, bei denen durch die Form der Datenerhebung über Online-Fragebögen vor allem regelmäßige Nutzer und Nutzerinnen befragt werden. Die Geschlechterdifferenz ist damit bei der regelmäßigen Internetnutzung erheblich ausgeprägter als bei der gelegentlichen Internetnutzung.

Die weiblichen Internetnutzerinnen sind deutlich jünger als ihre männlichen Kollegen. Es sind vor allem Frauen unter dreißig Jahren, die heute zu den Hauptnutzerinnen des Internets zählen (Fittkau/Maaß, 2000, 22). Auch bei den Berufsgruppen zeigen sich starke Unterschiede: Während unter Schülerinnen und Schülern und Auszubildenden im Netz noch rund 43% weiblich sind, reduziert sich bereits bei den Studierenden der Anteil auf 35%. Von den Angestellten im Netz sind ein Viertel weiblich, wohingegen bei den Beamten und Selbstständigen nicht einmal jede fünfte Person eine Frau ist. (ebd.)

Ca. 21% der von W3B befragten Frauen (im Vergleich zu nur 15% der Männer) sind im Herbst 2000 Auszubildende, Schülerinnen oder Studentinnen. Unter den berufstätigen Frauen ist – ähnlich wie bei ihren männlichen Kollegen – der überwiegende Teil als Angestellte beschäftigt. Die Tatsache, dass Frauen weniger selbstständig tätig sind, schlägt sich auch in der Internetgemeinde nieder. Nur knapp jede Zehnte (10%) ist selbstständig – gegenüber einem Anteil von 16% bei den Männern. (ebd., 57)

Nach wie vor steigt der Anteil der Nutzerinnen und Nutzer signifikant mit der Höhe des Einkommens<sup>18</sup>. Dies zeigt, dass den einkommensschwächeren und bildungsferneren Frauen weiterhin der Zugang zum Internet fehlt. Nach einer ARD/ZDF-Online-Studie im Jahre 2000 beteiligten sich nur 21,3% aller Frauen am Netzgeschehen (gegenüber 36,6% aller Männer, Eimeren/Gerhard, 2000).

### 3.2. Intensität und Art der Netznutzung

Die meisten Userinnen und User nutzen sowohl einen privaten Computer als auch den Anschluss am Arbeits- oder Ausbildungsplatz zum Surfen und E-Mails. Allerdings können sich nach der ARD/ZDF-Online-Studie (2000) deutlich mehr Männer (39%) als Frauen (24%) von beiden Orten aus einwählen, während Frauen häufiger entweder über einen Internetzugang zu Hause oder im Beruf verfügen (Eimeren/Gerhard, 2000, 339).

Grundsätzlich nutzen Frauen das Internet weniger intensiv als Männer. Ca. 21% aller Frauen nutzen das Internet maximal drei Stunden pro Woche; unter Männern liegt der Anteil bei 14% (Fittkau/Maaß 2000, 66). Auch die Anzahl der Nutzungstage pro Woche ist bei den Frauen niedriger als bei männlichen Internetnutzern<sup>19</sup>. (ebd.) Ausnahmen sind jedoch Frauen über 50, stellte die Firma Netvalue fest. Sie sind im Verhältnis zum Frauendurchschnitt von 10 Tagen im Monat immerhin 13 Tage im Netz und damit sogar noch länger als ihre männlichen Mitstreiter, die im Schnitt an 12 Tagen online sind<sup>20</sup>.

<sup>16</sup> GfK Online Monitor: www.gfk.de. Die im Dezember 2000 und Januar 2001 befragten Personen sind zwischen 14 und 69 Jahre alt und wurden mit Computer Assisted Telephone Interviews befragt. Ein Internetnutzer ist hier eine Person mit Zugang zum Netz und gelegentlicher Nutzung des Internets.

<sup>17</sup> W3B Online-Befragung: www.w3b.de. Die 12. www-Benutzer-Analyse der Hamburger Marktforscher Susanne Fittkau und Holger Maaß wurde im April bis Mai 2001 mit rund 87.528 Teilnehmerinnen und Teilnehmern abgeschlossen.

<sup>18</sup> www.gfk.de, März 2001; die Steigung ist proportional bis zu einem Haushaltsnettoeinkommen von 5000 DM; zwischen 5000 und 6000 DM gibt es einen Einbruch, aber den höchsten Anteil verzeichnet sehr deutlich die Gruppe mit über 6000 DM.

<sup>19</sup> Dies wird von weiteren Studien – auch für den internationalen Zusammenhang – bestätigt, (DIW 2000; international: Nielsen/NetRatings 2000).

<sup>20</sup> www.com-online.de/2001/02/14c.html

<sup>12</sup> www.cc.gatech.edu/fac/Amy.Bruckman/MediaMOO/

<sup>13</sup> IRC steht für Internet Relay Chat, ein Internetprotokoll wie ftp oder http. Es ist ein Mehrbenutzer-Kommunikationssystem, auf dem sich Leute unter bestimmten »Nicknames« auf so genannten »Kanälen« in Gruppen oder individuell unterhalten können. Mehr Informationen dazu unter <http://irc.hu-berlin.de>

<sup>14</sup> Unter »Netiquette« versteht man detaillierte Verhaltensanweisungen für die virtuellen Räume des Internets.

<sup>15</sup> Vgl. <http://people.frankfurt.netsurf.de/Michael.Weil.lol.htm>. Für diese Angabe siehe Funken, 1999, S.93.

## DEUTSCHLAND

Die Nutzung des Internets variiert erheblich, wenn sie nach Diensten differenziert wird. Auch hier lassen sich Geschlechterunterschiede feststellen. Nach der elften W3B-Untersuchungswelle vom Oktober/November 2000 surfen Frauen im World Wide Web im Beruf deutlich seltener als Männer. Der Studie von Fittkau und Maaß zufolge nutzen ca. 35% der Frauen, aber 44% der Männer das WWW beruflich sehr oft. Allerdings geben auch ca. 27% der Frauen und 18% der Männer an, das WWW beruflich nie zu verwenden. Bei der privaten Nutzung ist die Häufigkeit zwischen den Geschlechtern viel ausgeglichener verteilt (Fittkau/Maaß, 2000, 67f.).

E-Mails als moderne Form der Kommunikation werden heute von fast allen Internetnutzerinnen und -nutzern eingesetzt. Sowohl bei Frauen als auch bei Männern sind es jeweils über 95%, die zumindest gelegentlich E-Mails versenden.

In Chat Rooms sind weibliche Internetnutzer überrepräsentiert. Zudem ist die Nutzungsmotivation von Chat Rooms geschlechtsspezifisch unterschiedlich ausgeprägt. Neben der reinen »Unterhaltung«, die sowohl für Frauen als auch für Männer das Hauptmotiv für den Besuch von Chats darstellt, freuen sich Frauen vor allem darauf, hier »Menschen aus aller Welt kennen zu lernen« (39,7% versus 32,0% der Männer) bzw. »interessante Menschen zu treffen« (41,9% versus 34,9%). Auch die Möglichkeit, sich im Netz anonym ausleben zu können, wird von Frauen etwas mehr geschätzt als von Männern (14,9% versus 11,6%) (Fittkau/Maaß 2000, 27).

Anders sieht es hingegen bei den Newsgroups, den themenorientierten Diskussionsforen im Internet, aus. Diese Form des Austausches nutzen deutlich mehr Männer als Frauen (ebd.). Frauen treten erheblich seltener als Diskussionspartnerinnen in Mailing Listen oder Newsgroups in Erscheinung. Diese geringe Präsenz wird in der Literatur darauf zurückgeführt, dass der im Netz gepflegte Kommunikationsstil Frauen eher davon abhält, sich an Diskussionen zu beteiligen (vgl. u.a. Becker/Funken, 1998).

### 3.3. Digital Divide

Mit der Zunahme der Internetgemeinde verringert sich die drastische Unterrepräsentanz von Frauen. Vor allem junge Frauen sind beinahe genauso häufig wie gleichaltrige Männer im Internet vertreten. Eine deutliche Diskrepanz zwischen den Geschlechtern zeigt sich jedoch nach wie vor bei den Newsgroups.

Innerhalb der Internetnutzung lässt sich zwischen aktiver und passiver Teilnahme am Medium unterscheiden (Greve, 1996): Unter passiver Nutzung – hier sind Frauen mehr zu finden – fällt das Rezipieren von WWW-Seiten und die Inanspruchnahme verschiedener Online-Dienste, wie etwa E-Mail oder Chats. Aktive Nutzung dagegen meint die Erstellung eigener Seiten, die Einspeisung eigener Infos, also die Mitgestaltung des Netzes. Hier sind eher die Männer zu finden. So kennen Frauen beispielsweise weniger technische Begriffe, die für eine aktive Nutzung notwendig sind (»Browser« 4% Frauen/20% Männer oder »Homepage« 15% Frauen/31% Männer; vgl. ifd-allensbach, 1999).

Aus den dargestellten empirischen Daten ergeben sich zunächst folgende Schlussfolgerungen:

- Im Internet sind Frauen Novizinnen; Frauen sind im Umgang mit der neuen Technologie unerfahrener als Männer.
- Frauen investieren i.d.R. (z.B. durch die Doppelbelastung Beruf/Familie) weniger Zeit, um das Internet entweder intensiv oder spielerisch zu nutzen. Dieser Befund deckt sich mit den geschlechtsspezifischen Ereignissen aus der Freizeitforschung, wonach sich Männer in ihrer Freizeit auf ein Hobby »spezialisieren« und dieses exzessiv betreiben, wohingegen Frauen ihre Freizeit auf unterschiedliche Interessen verteilen (u.a. Funken, 1996).
- Das gängige WWW-Angebot ist für viele Frauen eher uninteressant, wie sich im Folgenden zeigen wird.

## 4. Angebote

Leider gibt es keine abgesicherten Untersuchungen, worin die Gründe für die zögerliche Nutzung des Internets durch Frauen liegen. Allerdings ist zu vermuten, dass einer der Hauptgründe die mangelnde Qualität des Angebotes darstellt. Dies lässt sich stützen durch die Ergebnisse des »Verweigereratlanten« von *Emnid* (Mai 2001), nach dem rund 60% der Frauen gegenüber ca. 44% der Männer die private Nutzung des Internets verweigern<sup>21</sup>.

Das Medienforschungszentrum *Ipsos-Reid* hat in einer Presseerklärung vom 13. Juni 2001 eine globale Studie über die Motivationen der »Verweigerer« aus 30 verschiedenen Ländern vorgestellt. Die Mehrzahl der »Internetmuffel« (40%) gibt hier an, das World Wide Web schlicht nicht zu brauchen; etwa ein Drittel hatte keinen Computer für einen Internetzugang, und ein Viertel der Befragten war einfach nicht daran interessiert<sup>22</sup>. *Ipsos Deutschland* lässt in einer Erklärung vom 26. April 2001 verlauten, 58% der Deutschen haben kein Interesse am Internet; dies sei der höchste Prozentsatz an Internetverweigerern innerhalb Europas<sup>23</sup>.

Und positiv formuliert kommt eine ARD/ZDF-Studie zu dem Schluss, dass für die meisten Anwenderinnen und Anwender das Internet ein Medium sei, das einen konkreten, alltagsrelevanten Gebrauchswert aufweise. Entsprechend stünden der Versand und Empfang von E-Mails, der Abruf tagesaktueller Nachrichten sowie von Ratgeber- und Serviceangeboten im Vordergrund. Unterhaltungsmotive seien dagegen eher nachrangig (Eimeren/Gerhard, 2000). In Bezug auf eine systematische Untersuchung des deutschsprachigen Angebots stehen wir noch ganz am Anfang. Hier sehen wir großen Forschungsbedarf. Um die Qualität von Informationssystemen im WWW zu beurteilen, ist es wichtig, die unterschiedlichen Lebenslagen, in denen sich Frauen allgemein und im Vergleich zu Männern in unserer Gesellschaft befinden, zu berücksichtigen. Daraus lassen sich Bedürfnisse nach Informationen ableiten, die für Frauen besonders interessant sind und/oder zur Zeitersparnis und Arbeitserleichterung beitragen können.

Unter dem Aspekt des »Gender Mainstreaming« ist es besonders wichtig, neben expliziten Frauenseiten auch darauf zu achten, inwieweit die unterschiedlichen Informationsbedarfe auch in allgemeinen Informationsseiten berücksichtigt sind.

### 4.1. Geschlechtersensitivität als Qualitätskriterium

In diesem Zusammenhang wurde das Qualitätskriterium Geschlechtersensitivität für die Informationsbereitstellung entwickelt (Winker/Preiß, 2000). Die Geschlechtersensitivität von Informationen wird nach diesem Ansatz anhand von zwei Dimensionen überprüft. Es wird erstens nach der Existenz und Breite von Informationen gefragt, die für die Arbeits- und Lebensbedingungen von Frauen von besonderem Interesse sind. Zweitens wird untersucht, ob die Suche nach diesen Informationsangeboten im Netz auch möglich ist. In diesem Zusammenhang wird auch danach gefragt, ob vorhandene Informationen eine Differenzierung nach Geschlecht zulassen.

1. Existenz und Breite von frauenrelevanten Informationen. Informationen sind die entscheidende Basis des heutigen Webs. Hier kann die Qualität daran überprüft werden, inwieweit Informationen zu vorhandenen Angeboten bereitgestellt werden, die Frauen in bestimmten Lebenslagen nachfragen. Gibt es z.B. Anlaufstellen zur Schwangerenberatung und für Frauen, die durch Vergewaltigung oder häusliche Gewalt in Not geraten sind? Sind spezifische Angebote für Mädchen zu finden? Ist es möglich, gezielt über das Netz politische Fraueninitiativen zu finden?

2. Geschlechterdifferenzierung vorhandener Informationen bei der Suche. Suchmöglichkeiten im WWW sind allgemein schlecht, aber für das Auffinden

21 <http://emind.emnid.de/news/studien.html>  
 22 [http://www.angusreid.com/media/content/displaypr.cfm?id\\_to\\_view=1244](http://www.angusreid.com/media/content/displaypr.cfm?id_to_view=1244)  
 23 <http://www.ipsos.de/cgi/news-anzeigen.pl?news988273826>

## DEUTSCHLAND

von Informationen absolut wichtig. Wo für die Verbesserung der Suchmöglichkeiten etwas getan wird, passiert dies allzu oft ohne Berücksichtigung spezieller Informationsbedarfe von Frauen. Bei diesem Qualitätskriterium geht es darum, ob der Nutzerin in bestimmten Bereichen eine Differenzierungsmöglichkeit der Suche nach Geschlecht gegeben wird. Können aus einer Ärztedatenbank praktizierende Ärztinnen selektiert werden und Frauen-Selbsthilfegruppen auf einen Blick gefunden werden? Sind Weiterbildungsangebote und Branchenbücher geschlechtersensitiv aufgebaut?

Gerade die Flexibilität der neuen IT-Technologie erlaubt es, Gender Mainstreaming in allen Bereichen real umzusetzen. Heute muss nicht mehr darum gerungen werden, ob Frauenprojekte getrennt oder integriert dargestellt werden sollen. In einem datenbankbasierten Informationsangebot ist beides gleichzeitig realisierbar und die Nutzerinnen entscheiden, welche Darstellungsart ihren Bedürfnissen besser entspricht. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass im Systementwurf Fraueninteressen überhaupt mitgedacht werden (vgl. Winker, 1999).

Nach Rötzer (1996) lassen sich überhaupt nur Seiten finden, die besondere Aufmerksamkeit erlangen. Und diese Aufmerksamkeit ist in der Informationsflut des Internets nur über die so genannten Portale zu erzielen. Die wichtigsten Portale stellen heute die Eingangsportale von Providern dar, die häufig auch Suchmaschinen integrieren. Zu den Portalen gehören darüber hinaus bekannte WWW-Adressen wie die Stadtinformationssysteme. Auch wenn es noch viele weitere Portale gibt, die es zu untersuchen gälte (z.B. Frauenzeitschriften), sollen in diesem Artikel ausschließlich Suchmaschinen und Stadtinformationssysteme betrachtet werden.

#### 4.2. Suchmaschinen

Je mehr Themen im Netz angeboten werden, umso schwieriger wird das Auffinden dieser Seiten, da sich das Internetangebot zunächst völlig unstrukturiert darstellt. Deswegen sind auch Suchmaschinen die mit Abstand meistgenutzten Seiten im Internet.

Neben der computergesteuerten Volltextrecherche erhalten manuell erstellte Kataloge, in denen das Internetangebot gesichtet, verschlagwortet und kategorisiert wird (vgl. Karzauninkat, 1998), einen immer höheren Stellenwert. Beide Suchmethoden werden mehr und mehr miteinander verknüpft (ebf. Karzauninkat). Bei der rapide wachsenden Anzahl von Internetseiten kann die Suche, Verschlagwortung und Katalogisierung von Informationsangeboten nie vollständig sein. Darüber hinaus werden die Informationsbedürfnisse unterschiedlicher Interessengruppen ungleich bedient; ins Hintertreffen geraten so vor allem die meisten frauenrelevanten Themen. Ein unverhohlener Androzentrismus steckt oft vor allem im Aufbau der Schlagwortkataloge.

Zu den meistbesuchten deutschsprachigen Portalen gehören nach einem Rating von *Jupiter* MMXI (Mai 2001<sup>24</sup>) *Web.de*, *Lycos.de*, *AOL.de* (Suchmaschine betrieben von *Dino-online*) und *Yahoo.de*. Aufgrund von geschlechtersensitiven Kriterien lassen sich drei Typen differenzieren, die hier exemplarisch dargestellt werden:

1. Beim ersten dieser Typen ist die Suchmaschine stark in den Hintergrund gerückt; im Vordergrund steht die magazinartige Aufmachung der Seiten, die der Unterhaltung dienen soll. Redaktionell bearbeitete Artikel zu bestimmten Themen werden jeweils mit einigen dazu passenden Links versehen. Hier ist die Kategorie »Frauen« thematisch eingegrenzt und beruht ausschließlich auf klischeehaft traditionellen Zuschreibungen. Auf der Startseite von *AOL* beispielsweise tauchen Frauen gemeinsam in einer Kategorie mit »Lifestyle« auf. Unterkategorien sind Fashion, Beauty, Job/Geld. Anfang März 2001 gab es sogar Artikel über Sex in der Schwangerschaft, zur talentfreien Karriere und zu der Frage, wie viel Busen die Mode zeigen darf. Ein zweites Beispiel ist *Lycos*.

Die Sparte »Frauen« ist diesmal eine Unterkategorie von »Entertainment« (neben Erotik, TV und Lifestyle), bei der es ein paar Surftipps zu Mode & Design, Wellness und Beauty, Frauen im Netz, aber doch auch »Männer im Netz« (!), Wohnkultur, Beziehung und Ehe sowie Essen und Trinken gibt.

2. Den magazinartigen Seiten von *AOL* und *Lycos* steht das neue Interface des deutschen Webkatalogs *Web.de* gegenüber. Es bietet eine Art Zwischenlösung zwischen einem unterhaltungsorientierten Portal und einem systematischen Link-Verzeichnis: Hier erscheinen »Dienste« und »Nachrichten« neben gut geordneten Links zu »Themen«. Der eigentliche Webkatalog ist zwar nachgeordnet; aber inhaltlich sehr unterschiedliche Seiten, die sich speziell an Frauen wenden, sind leicht recherchierbar. Über die Kategorien »Gesellschaft und Politik« und dann »Gesellschaftsgruppen« gelangen Suchende im Webkatalog zur Kategorie »Frauen«, hinter der sich wiederum 18 Unterkategorien und sechs »verwandte Rubriken« verbergen. Diese sind übersichtlich geordnet. Allerdings sind hier nicht allzu viele Links gesammelt.<sup>25</sup> Damit mag das Angebot zwar überschaubar bleiben, die Qualität als Katalog ist jedoch sehr eingeschränkt. So ist es auch kein Wunder, dass wichtige Adressen, wie z.B. die des Deutschen Frauenrats als Dachorganisation vieler Frauenorganisationen, fehlen.

3. Der *Yahoo-Webkatalog* ist, was die Integration frauenrelevanter Themen in eine Vielfalt von Kategorien angeht, am umfangreichsten und konsequentesten. Er geht von der Anlage her ähnlich vor wie *Web.de*. Frauenthemen kommen jedoch auch unter anderen Kategorien vor, z.B. unter Gesundheit, Bildung etc. Gleichzeitig gibt es auch unter Gesellschaft/Soziales eine Rubrik »Frauen«, unter der dann wieder frauenspezifische Bildungs- und Gesundheitsseiten zu finden sind. Aber die dort zu findenden Links und Inhalte sind nicht umfassend und oft nicht aktuell.

Bei Suchmaschinen wie *AOL* und *Lycos* erscheinen Frauen in der Regel als das Besondere, das Andere, in einer gesonderten Kategorie, die dem Bereich Familie, Beziehung oder, moderner ausgedrückt, »Lifestyle« zugeordnet wird. Frauen werden in die Ecke des attraktiven Heimchens am Herd gedrängt, und die Artikel und Links fallen inhaltlich auf das Niveau von schlecht gemachten Boulevardzeitschriften zurück. Es wird das alte Stereotyp rekonstruiert, wonach Frauen für das Private, die Beziehungen, das Schöne und das Familiäre zuständig sind. Ergebnisse aus der Frauen- und Geschlechterforschung haben immer wieder nachgewiesen, wie diese Absonderung von Frauen als spezifische Gruppe und ihre Zuordnung zu einem einzigen Bereich des vielfältigen menschlichen Lebens die Grundvoraussetzung für die Abwertung von Frauen in unserer Gesellschaft bildet. Anstatt diese Zuordnung und Stereotypisierung von Frauen mit einem neuen Medium, das vielfältigste Zugriffe auf einzelne Informationen erlauben würde, aufzubrechen, wird dieses Vorgehen bei den genannten, sehr häufig besuchten Portalen geradezu zementiert.

Andere sind auf dem Weg, auch frauenrelevante Themen such- und findbar zu machen, allerdings bestehen dabei enorme Lücken in der Durchsetzung des Gender Mainstreaming-Gedankens. Auch bei *Yahoo*, dem einzigen Webkatalog, der frauenspezifische Fragen in mehrere Kategorien integriert, ist die Auswahl dieser Kategorien oft noch willkürlich. Die Kategorien sind nicht selten kaum mit Inhalten gefüllt. In anderen Bereichen bleiben Informationen, die insbesondere Frauen ansprechen, im Aufbau des Katalogs vollständig unberücksichtigt. Solche Schlagwortkataloge ermöglichen letztendlich kein gezieltes Suchen nach Themen, die für einzelne Gruppen von Frauen, z.B. berufliche Wiedereinsteigerinnen oder allein erziehende Mütter, interessant sein könnten.

Um der dargestellten Problematik der Suchmaschinen und Kataloge zu entgehen, wurden im amerikanischen Raum zwei Suchmaschinen – *WWWomen* und *Femina* – speziell für Frauen erstellt, bei denen durch die Art der Suche und die redaktionelle Aufbereitung des Informationsangebots frauenrelevante Themen

<sup>25</sup> Die Unterkategorie »Frauenbildung« zeigt nur fünf Links. Keiner davon führt zu einer Weiterbildungsseite. Solche Seiten finden sich erst neuerdings neben Berufsorganisationen unter »Frau und Beruf«. Die Kategorie »Frauenforschung«, die es früher einmal unter »Sozialwissenschaften« gab, ist inzwischen aufgelöst. Unter »Frauenbeauftragte« finden sich lokale Frauenbeauftragte, aber z.B. nicht die bundesweit relevante Seite der Vernetzungsstelle für Gleichberechtigung, Frauenbeauftragte und Gleichstellungsbeauftragte. Die Seite des Deutschen Frauenrates sucht man unter »Frauenvereine« vergeblich; stattdessen findet man auch hier Ortsvereine. Auch taucht die Kategorie »Frauen« z.B. im Bereich der Kultur unter der Kategorie »Literatur« oder »Projekte« nicht auf. Erst seit kurzem gibt es die Kategorie »Mädchenseiten«.

<sup>24</sup> [www.searchenginewatch.com/reports/mediamatrix.html](http://www.searchenginewatch.com/reports/mediamatrix.html)

[www.suchfibel.de](http://www.suchfibel.de)

[www.web.de](http://www.web.de), [www.lycos.de](http://www.lycos.de), [www.aol.de](http://www.aol.de)  
[www.yahoo.de](http://www.yahoo.de)

## DEUTSCHLAND

und Perspektiven besonders berücksichtigt werden. Auch im deutschsprachigen Raum gibt es einzelne Frauensuchmaschinen, wie z.B. *Powercat*, *Wom@n* von *w4w* oder die kommerzielle und bisher nur in der magazinartigen graphischen Aufmachung repräsentative »Frauenecke«. Unter Berücksichtigung des ehrenamtlichen Engagements, das hinter Portalen wie *Powercat* oder *Wom@n* steht, werden dort außergewöhnliche Leistungen geboten wie z.B. bei *Powercat* ein Branchenbuch. Im deutschsprachigen Raum scheint uns dieser Sonderweg von speziellen Frauensuchmaschinen zur Zeit allerdings wenig erfolgversprechend, da die finanziellen Ressourcen fehlen, um einen tatsächlich umfassenden Katalog aufzubauen.

#### 4.3. Öffentliche Internetauftritte

Auch bei vielen öffentlichen Portalen im Internet stellt sich immer wieder die Frage, ob getrennte Frauenserver aufgebaut werden sollen oder die verschiedenen Informationsbedarfe, die sich aus den unterschiedlichsten Lebensbedingungen ergeben, in die Stadt-, Land- oder Bundesauftritte integriert werden sollen. Über den besten Weg lässt sich lange trefflich streiten. Angesichts der Tatsache, wie schwierig es bisher ist, alltäglich interessante und wichtige Informationen im Netz zu finden, sollte aus unserer Sicht auch auf beiden Wegen vorangegangen werden.

Gerade auf Landesebene bestehen eine Reihe von Ansätzen, eigene Frauenserver aufzubauen und zu pflegen. Im Beitrag von Kristin Körner in diesem Band wird das zeitlich erste bundesdeutsche Landesportal, *Fraueninfosystem Sachsen-Anhalt*, vorgestellt. Weitere Beispiele sind [www.frauenonlinieniedersachsen.de](http://www.frauenonlinieniedersachsen.de), [www.frauenetz.schleswig-holstein.de](http://www.frauenetz.schleswig-holstein.de) sowie das neue Frauenportal von Nordrhein-Westfalen: [www.frauen nrw.de](http://www.frauen nrw.de). Im Entstehen begriffen ist [www.frauen-aktiv.de](http://www.frauen-aktiv.de) vom Land Baden-Württemberg. Auch im kommunalen Bereich gibt es gesonderte Frauenseiten, z.B. gibt es *Münsters Frauen online*, das Hamburger Angebot für Frauen im Bürgerportal oder auch den Bremer Bürgerinnen-Führer *Gesche.online*. Beim Münsteraner Projekt können Link-Listen zu den Themen Politik, Kultur, Netzwerke, Migrantinnen, Erwerbstätigkeit, Beratung, Mädchen, Seniorinnen, Bildung, Lesben, Gesundheit, etc. gefunden werden. Allerdings ist die gesonderte Pflege eines Servers auf kommunaler Ebene vergleichsweise kostenintensiv, so dass allzu oft diese gesonderten Internetauftritte kaum Weiterentwicklungsmöglichkeiten haben.

Auch auf der bürgernahen Ebene der Kommunen ist die Integration der frauenrelevanten Themen in den kommunalen Internetauftritt dringend geboten. Allerdings zeigt eine Studie zu den Internetauftritten der bundesdeutschen Landeshauptstädte (Winker/Preiß, 2000), dass Fraueninteressen im bisherigen deutschsprachigen Angebot kaum mitgedacht werden. Zusammenfassend kommt diese Studie zum Ergebnis, dass die virtuelle Abbildung der Städte noch weitaus schlechter als die städtische Realität ist, die bei der Unterstützung von Frauenbelangen ebenfalls noch viel zu wünschen übrig lässt.

Deutsche Landeshauptstädte sind noch weit davon entfernt, mit ihren elektronischen Stadtinformationssystemen ein Angebot für Frauen zur Verfügung zu stellen, das zur Zeitersparnis und Arbeitserleichterung führen kann und die vorhandenen Angebote von und für Frauen im öffentlichen Raum präsent werden lässt. Es fehlen in der Darstellung – in der kommunalen Realität durchaus vorhandene – Weiterbildungsangebote, Schwangerenberatungsstellen, Notfallanlaufstellen, Kinderbetreuungseinrichtungen, Mädchenzentren, Frauenorganisationen und vieles mehr (ebd.). Positiv fällt in vielen Bereichen der Internetauftritt der Freien Hansestadt Bremen auf. Zum Themenbereich »Soziales« gibt es in Bremen neben »Männer« usw. eine Kategorie »Frauen«, unter der Initiativen und Gruppen vorgestellt und Links zu Beratungszentren etc. bereitgestellt werden, von denen auffällig viele vernetzt sind.

Suchmöglichkeiten nach Geschlecht werden – auch dort wo es Sinn machen würde – kaum angeboten. Nach Veröffentlichung der genannten Studie hat wiederum Bremen sehr zügig reagiert. Dort gibt es z.B. inzwischen einen Ärztenavigator, in dem nicht mehr nur nach Fachgruppe und Bezirk, sondern auch gezielt nach Ärztinnen gesucht werden kann.

Auffällig ist, dass kommunale Frauenseiten in Österreich bereits ein Stück weiter sind, wie die Beispiele aus Linz und Wien zeigen. So hat z.B. das *Frauenbüro Wien* zu jedem seiner Arbeitsschwerpunkte viele nützliche Links übersichtlich und graphisch ansprechend versammelt. Und das *Frauenbüro Linz* informiert nicht nur über zahlreiche Linzer Fraueneinrichtungen, sondern z.B. auch über die Geschlechterverteilung in den politischen Gremien der Stadt.

Noch völlig unterentwickelt ist der europäische Gedanke in beinahe allen öffentlichen Internetauftritten. Der Inhalt der Webangebote ist allerhöchstens auf englisch übersetzt. Und die Suche nach einer Waldorfschule in Madrid oder eines deutschsprachigen Gymnasiums in Paris wird zum Alptraum. Ähnliches werden all die Mitbürgerinnen zu berichten wissen, die aus einem europäischen Nachbarland in die BRD zugezogen sind.

#### 4.4. Androzentrische Angebote im WWW

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das WWW noch weit davon entfernt ist, tatsächlich verschiedenartigen Informationsbedürfnissen, die vor dem Hintergrund unterschiedlichster Lebenslagen entstehen, gerecht zu werden. Die auffindbaren Seiten weisen nach ersten Untersuchungen nach wie vor einen deutlich männlichen Fokus auf. Das Internet wird von den Interessen der Mehrheit seiner Anwenderinnen und Anwender bestimmt, und das sind im deutschsprachigen Raum immer noch vorrangig junge, gut qualifizierte Männer mit ihren ausgeprägten Freizeitinteressen im Bereich Auto, Computer, Sport und leider auch Pornographie.

Das bedeutet, dass die Unterrepräsentanz von Frauen im Internet nicht nur in Zusammenhang mit schlechteren Zugangsbedingungen für Frauen gesehen werden kann. In Zukunft müssen auch sehr sorgfältig die Inhalte und Strukturen des WWW analysiert und gestaltet werden. Der Alltag von Frauen unterscheidet sich in der Regel noch immer recht deutlich vom typischen Männeralltag. Nach wie vor sind vor allem Frauen für die unbezahlte Haus- und Sorgearbeit zuständig. Die Bewältigung dieses Alltags – zunehmend verbunden mit paralleler Erwerbsarbeit – wird aufgrund vielschichtiger Individualisierungsprozesse in unserer Gesellschaft immer komplexer. Damit gewinnen Informationssysteme, die zu einer Erleichterung des Alltags beitragen können, an Bedeutung.

Folgerichtig müssen neben kommerziellen Angeboten im WWW auch öffentliche Informationsangebote finanziert werden, die primär Bürgerinnen bei ihren Aufgaben im Alltag unterstützen und ihre politische Beteiligung fördern. Wichtig sind qualifizierte Redaktionen, die das Prinzip des »Gender Mainstreaming« integrieren. Gleichzeitig kann über geschlechtersensitive öffentliche Alltagssysteme auch die Präsenz von Frauen in der städtischen und kommunalen Öffentlichkeit erhöht werden.

#### 5. Repräsentation von Frauenorganisationen im WWW

Eine ganze Reihe deutscher Frauenorganisationen sind inzwischen mit einer Webseite vertreten, aber nur wenige nutzen diese Webseiten über die Selbstdarstellung hinaus. Vereinzelt gibt es Diskussionsforen und die Möglichkeit zum Mitgliederbeitritt online. Die Vernetzung einiger der Frauenorganisationen funktioniert über direkte Links und teilweise seit neuestem auch über den Deutschen Frauenrat.

[www.magwien.gv.at/index/in\\_frau.htm](http://www.magwien.gv.at/index/in_frau.htm)

[www.linz.at/](http://www.linz.at/)

[www.frisa.de](http://www.frisa.de)

[www.frauenonlinieniedersachsen.de](http://www.frauenonlinieniedersachsen.de)

[www.frauenetz.schleswig-holstein.de](http://www.frauenetz.schleswig-holstein.de)

[www.frauen nrw.de](http://www.frauen nrw.de)

[www.frauen-aktiv.de](http://www.frauen-aktiv.de)

[www.frauen.muenster.org](http://www.frauen.muenster.org)

[www.hamburg.de/buerger/buerger\\_frauen.htm](http://www.hamburg.de/buerger/buerger_frauen.htm)

[www.bremen.de/buerger.html](http://www.bremen.de/buerger.html)

## DEUTSCHLAND

Für den Internetauftritt dieser Netzwerke steht bisher eindeutig die Vermittlung von Informationen im Vordergrund. Es wird das eigene Netzwerk präsentiert, auf Veranstaltungen hingewiesen und Hintergrundmaterial zum Themenspektrum des Netzwerkes zur Verfügung gestellt. Das Internet wird also primär als einseitiges Medium benutzt. Gleichzeitig sehen sich Frauennetzwerke nicht isoliert, sondern sind sehr breit mit anderen Frauenorganisationen über Links verbunden. Mit dieser Vernetzung werden den Nutzerinnen grundsätzlich eine Reihe weiterer wichtiger Informationen zur Verfügung gestellt, allerdings ohne die Möglichkeit, gezielt nach Inhalten über Schlagworte zu suchen.

Noch deutlich unterrepräsentiert sind demgegenüber Internetangebote, die darauf abzielen, mit den Nutzerinnen in eine Diskussion zu kommen und damit die Interaktivität des Mediums zu nutzen. Das Internet wird noch kaum als Instrument zur interaktiven Meinungsbildung eingesetzt. Es waren kaum Diskussionsforen zu bestimmten Themen, geschweige denn moderierte Foren zu finden. Verbreiteter sind hingegen themenunspezifische Chat-Angebote und Gästebücher, die gerade wegen ihrer fehlenden Kontextanbindung kaum auf Resonanz stoßen. Erste Ansatzpunkte zu einer breiteren Diskussion der Netznutzerinnen untereinander können in einzelnen Newsgroups und Mailing-Listen gesehen werden.

Insgesamt werden die grundlegenden Potenziale des Internets als Informations- und Kommunikationsmedium von den Frauenorganisationen noch nicht bewusst und umfassend genutzt. Denn eine Webpräsenz kann es unter bestimmten sozialen Bedingungen ermöglichen, eine spezifische Öffentlichkeit für spezielle Frauenbelange herzustellen, diese Anliegen über breit geführte Diskussionen voranzubringen und in die sehr enge Arena des Parlaments hineinzutragen.

In der Schweiz lässt sich ein politischeres Auftreten der Frauenorganisationen beobachten. Die Seite *Alliance-F* oder *BSF* (Bund Schweizerischer Frauenorganisationen) zeigt ähnlich wie die schweizerischen Unternehmerinnennetzwerke deutlich ihre Präferenzen zu aktuellen Referenden und politischen Entscheidungen. Das noch immer oft zitierte *Österreichische Frauennetzwerk* ist zumindest im Netz nicht mehr aktiv, die Webseite des *Dachverbands der Frauenorganisationen* ist seit 1998 nicht mehr aktualisiert worden.

Im bundesdeutschen Web sind die Aus- und Weiterbildungssparte, die Jobvermittlung und die Karriereberatung auffallend stark vertreten. Es gibt viele spezifische Beratungsangebote für den Wiedereinstieg in den Beruf. Auffallend sind auch die vielen Existenzgründerinnennetzwerke. Man muss sich angesichts der geringen Beteiligung von Frauen in der IT-Branche fragen, ob es überhaupt so viele Unternehmerinnen wie Netzwerke für sie gibt. Deutlich ist jedenfalls, dass viele dieser Netzwerke vorerst nur mäßig funktionieren oder langsam eingehen.<sup>26</sup> Durchzusetzen scheinen sich Unternehmerinnennetzwerke in Form von Branchenbüchern. Ein gutes Beispiel hierfür ist das nordrhein-westfälische *www.u-netz.de*, das explizit (im Gegensatz zu vielen privatwirtschaftlichen Branchenbüchern) die Branchenverzeichnisse aus anderen Regionen bzw. »konkurrierende« Seiten angibt. (Mehr über Existenzgründerinnen kann im Beitrag von Elisabeth Biehl, Geschäftsführerin und Mitgründerin der Firma *Echopool Consulting* nachgelesen werden).

Im Schweizer Netz treten Existenzgründerinnen- oder Unternehmerinnennetzwerke meist deutlich selbstbewusster und politischer auf als in der Bundesrepublik Deutschland. Hier ist vor allem der *Verband der Wirtschaftsfrauen der Schweiz* zu nennen. Dieser Verband mit 400 beigetretenen Unternehmerinnen (1999) und führenden Managerinnen versteht sich explizit als politische Interessenvertretung, die den Beitrag der Frauen besser zur Geltung bringen will. Es werden »Parolen« für die Referenden ausgegeben, Veranstaltungen angekündigt und Mentoring-Programme für weibliche Nachwuchskräfte angeboten. Mitglieder werden ermutigt, selbst Artikel auch zur politischen Situation zu schrei-

ben. Ein inzwischen nach Deutschland und Frankreich importiertes Modell eines Unternehmensnetzwerks über das Internet ist das *NEFU – Netzwerk für Einfrau-Unternehmen*.

Auffallend ist, dass sich in den Frauennetzwerken kaum deutsch-österreichisch-schweizerische Kooperationen finden. Hier bleiben Synergieeffekte ungenutzt. Eine der wenigen Ausnahmen ist das Angebot der *Frauen-Computer-Schulen AG*, das über Computerschulen zumindest in Deutschland und Österreich informiert.

## 6. Fazit

Die wirtschaftliche Bedeutung des Internets steht außer Frage. Globalisierung, IT-Branche oder E-Commerce sind Stichworte, die den Diskurs über die Informationsgesellschaft beherrschen. Die gesamtgesellschaftliche Bedeutung des Internets findet dagegen kaum Beachtung, obgleich das Netz unsere privaten Lebenswelten, die sozialen Beziehungen, unser Kommunikationsverhalten, unsere Wissensverarbeitung oder z.B. das Lernen und die Bildung beeinflusst. Wer an der öffentlichen Kommunikation und damit an gesellschaftlichen Prozessen partizipieren will und sozial integriert sein möchte, muss zukünftig vernetzt sein.

Dies gilt auch für Frauen! Dennoch sind Frauen seltener im Netz anzutreffen als Männer, obgleich ihre Nutzungsanteile in den letzten Jahren erheblich gestiegen sind. Überdies erweist sich die vergleichsweise geringe weibliche Netznutzung entgegen den euphorischen Prognosen als erstaunlich konventionell, das heißt Frauen nutzen das Netz eher passiv und überlassen die konkrete Gestaltung des Internets den Männern. Auch die vielbeschworene Dekonstruktion der bipolaren Geschlechterordnung bleibt Vision. Ungebrochen spiegeln sich Geschlechterstereotype in den Netzangeboten wider. Diese sind inhaltlich und grafisch erstaunlich traditionell und zumeist kommerziell organisiert.

Die Hoffnung, das Internet als neue öffentliche Kommunikationsplattform zu etablieren, die Männer und Frauen gleichermaßen einbezieht, bleibt vorerst Illusion. Der Wandel der Netzstruktur, der sich in der Netznutzung von Frauen und den Netzangeboten für Frauen dokumentiert, lässt sich mit den Schlagworten »Quantitativer Zuwachs« und »Qualitative Stagnation« charakterisieren. Nur wenn Frauen selbst die Initiative ergreifen und das Internet als öffentliche Kommunikationsplattform nutzen und gestalten, werden sie am gesellschaftlichen Wandel angemessen teilhaben.

## Literatur

**Becker, Barbara, Funken, Christiane (1998):** Elektronische Kommunikation. In: Winker, Gabriele und Oechtering, Veronika (Hrsg.): Computernetze – Frauenplätze. Frauen in der Informationsgesellschaft. Opladen: Leske + Budrich, S. 175–185.

**Bruckman, Amy S. (1993):** Gender Swapping on the Internet. <http://ftp.game.org/pub/mud/text/research/gender-swapping.txt>.

**Cherny, Lynn (1994):** Gender Differences in Text-Based Reality. In: Proceedings of the Berkeley Conference on Women and Language. Linguistic Department, Stanford University. <http://Bhasha.Stanford.Edu/~cherny/genderMOO.html>.

**DIW (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung) (2000):** DIW Wochenbericht 41/00, [www.diw-berlin.de/deutsch/publikationen/wochenberichte/docs/00-41-2.html](http://www.diw-berlin.de/deutsch/publikationen/wochenberichte/docs/00-41-2.html)

**Danet, Brenda (1996):** Text As Mask: Gender and Identity on the Internet. <http://atar.mscc.huji.ac.il/~msdanet/mask.html>.

**Eimeren, Birgit van; Gerhard, Heinz (2000):** ARD/ZDF-Online-Studie. In: Media Perspektiven 8/2000, S. 338–349. [www.br-online.de/br-intern/medienforschung/md\\_mm/onlinestudie00.pdf](http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/md_mm/onlinestudie00.pdf)

**Emnid (2001):** [www.emnid.tnsofres.com](http://www.emnid.tnsofres.com). Eurobarometer 50.1 (1999): Measuring Information Society, Bericht im Auftrag der DG XII, März 1999, [http://europa.eu.int/ISPO/basics/measuring/eurobaro/archives/j\\_meurin\\_50\\_1.html](http://europa.eu.int/ISPO/basics/measuring/eurobaro/archives/j_meurin_50_1.html).

<sup>26</sup> Ein Beispiel dafür ist das Freiburger [onyva.de](http://onyva.de). Ein weiteres Beispiel das Deutsche Gründerinnenforum, gefördert vom BMBF, dessen Homepage seit über einem Jahr nicht mehr aktualisiert wurde.

[www.worldwidejobs.de](http://www.worldwidejobs.de)

[www.u-netz.de](http://www.u-netz.de)

[www.wirtschaftsfrauen.ch](http://www.wirtschaftsfrauen.ch)



Dr. Rosalind Gill

## Britische Frauen im Netz

**Fittkau & Maaß (Hrsg.) (2000):** Frauen im Internet. WWW-Benutzer-Analyse, Oktober/November 2000.

**Funken, Christiane (1996):** Geschlecht, Informatik und Schule. Oder: Wie Ungleichheit der Geschlechter durch Koedukation neu organisiert wird. Sankt Augustin: Academia Verlag.

Dies. (1999): Mustererkennung – Zur (Re)-Codierung von Geschlechtszugehörigkeit im Internet. In: Freiburger Frauen Studien 1/99. Freiburg, S. 91–106.

Dies. (2000): Körpertext oder Textkörper. In: Barbara Becker und Irmela Schneider (Hrsg.): Was vom Körper übrig bleibt. Medialität – Körperlichkeit – Identität. Frankfurt, Campus, S. 103–129.

Dies. (2000): Sex virtuell. In: Die ZEIT, Nr. 45, S. 51.

Dies. (2000): Topographie der Anonymität. In: Andriopoulos, S./Schanbacher, G./Schumacher, E. (Hrsg.), Die Adresse des Mediums. Köln, 2000, S. 64–82.

Dies. (2001): Imaginäre Nähe. Kommunikationsstrukturen im Netz. In: Tagungsband zum Kongress »Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel« der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft (ÖGK) und der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Wien, S. 447–465.

Dies. (Herbst 2001): Körper Online?! In: Kornelia Hahn und Michael Meuser (Hrsg.): Soziale Repräsentationen des Körpers – Körperliche Repräsentationen des Sozialen.

**Gfk Online-Monitor (2001):** www.gfk.de.

Greve, Dorothee (1996): Mehr als nur eine virtuelle Welt – soziale Bewegungen im Internet. In: Kleinstauber, Hans J. (Hrsg.): Der Information Superhighway. Amerikanische Visionen und Erfahrungen. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 236–256.

**Herring, Susan (1994):** Gender differences in computer-mediated communication. In: Making the Net Work. www.cpsr.org/cpsr/gender/herring.txt.

**Infratest Burke (2001):** Monitoring Informationswirtschaft. Auszug aus der Sekundärstudie zum Thema Internet im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. München, Mai 2001.

**Institut für Demoskopie Allensbach (ifd) (1999):** Frauen auf dem Vormarsch. Der Anteil der weiblichen Computer- und Online-Nutzer wächst rasch. ACTA-Online-Studie 1999 www.acta-online.de/pdf/frauen.pdf.

**Ipsos (2001): Internationale Studie zeigt:** Deutsche haben keine klare Zukunftsvorstellung. Presseerklärung vom 26. April 2001. www.ipsos.de/news/frame-news.html.

**Ipsos-Reid (2001):** Why Aren't More People Online? Presseerklärung vom 13. Juni 2001, www.angusreid.com.

**Jupiter Mediamatrix (2001):** http://de.jupitermmxi.com/home.jsp.

**Karzauninkat, Stefan (1998):** Die Suchfibel. Leipzig: Klett Schulbuchverlag. www.suchfibel.de.

**Kelly, Paul J. (1997):** Human Identity Part 1: Who Are You? www\_home.calumet.yorku.ca./pkelly/www/id1.htm.

**Lawley, Elizabeth (1993):** Computers and the communication of gender, www.itcs.com/elawley/gender.html.

**Mulac, Anthony/Lundell, Torborg L. (1986):** Linguistic contributors to the gender-linked language effect. In: Journal of Language and Social Psychology 5 (2), S. 91–101.

**Postl, Gertrude (1991):** Weibliches Sprechen. Wien: Passagen Verlag.

**Pusch, Luise (1980):** Das Deutsche als Männer-sprache – Diagnose und Therapieempfehlungen. Linguistische Berichte 69, S. 59–74.

**Reid, Elizabeth (1994):** Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities. Masters Thesis on MUDs, Melbourne, Australia, Kapitel 3, S. 75–95. www.rochester.edu/College/FS/Publications/ReidIdentity.html.

**Rötzer, Florian (1996):** Aufmerksamkeit – der Rohstoff der Informationsgesellschaft. In: Bollmann, Stefan; Heibach, Christiane (Hrsg.): Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Mannheim: Bollmann Verlag, S. 83–97.

**Utz, Sonja (2000):** Social information processing in MUDs: The development of friendships in virtual worlds. Journal of Online Behavior, 1, 1/00. www.behavior.net/JOB/v1n1/utz.html.

**Sproull, Lee und Kiesler, Sarah (1991):** Connections: New ways of working in the networked organization. Cambridge: MIT Press.

**Trömel-Plötz, Senta (1996):** Frauensprache: Sprache der Veränderung. Frankfurt am Main: Fischer. W3B (2001): www.w3b.com.

**Winker, Gabriele (1999):** Geschlechterverhältnis und vernetzte Systeme. In: Zeitschrift für Frauenforschung 17, Heft 1+2/1999, S. 9–25.

**Winker, Gabriele und Preiß, Gabriele (2000):** Unterstützung des Frauen-Alltags per Mausclick? Zum Potenzial elektronischer Stadtinformationssysteme. In: Zeitschrift für Frauenforschung und Geschlechterstudien, Heft 1+2/2000, S. 49–80.

**Witmer, Diane F. (1997):** On-Line Smiles: Does Gender Make a Difference in the Use of Graphic Accents? In: Journal of Computer-Mediated Communication 2, 4/1997. www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/witmer1.html.

### 1. Einleitung

In diesem Bericht soll das Verhältnis britischer Frauen zum Internet im beginnenden 21. Jahrhundert dargestellt werden. Er ist in fünf Teile gegliedert. Der erste Teil erklärt den Hintergrund der Diskussion über Frauen und Internet, indem er verschiedene Perspektiven feministischer Theorie über das Thema eröffnet und die Nutzung des Internets durch Frauen in den gender-theoretischen Diskurs zu Informations- und Kommunikationstechnologien einordnet. Im zweiten Kapitel werden demografische und andere Zugangsfaktoren diskutiert und das Nutzerverhalten analysiert; vor diesem Hintergrund kann schließlich im dritten Teil das Angebot für Frauen im Internet näher betrachtet werden. Frauenportale, Informationen von und über Frauen und die Repräsentation von Frauen im Netz werden hier thematisiert. In einem vierten Teil sollen politische Initiativen zur Stärkung von Frauen im Netz diskutiert werden; das betrifft Maßnahmen zur Erleichterung des Netzzugangs, aber auch zur Integration in den neuen IT-Arbeitsmarkt; der fünfte Abschnitt schließlich soll mit einem Ausblick schließen – hier werden Aufgaben der Forschung und Ideen für politische Maßnahmen zur Stärkung der Frauen entwickelt.

### 2. Hintergrund und Kontext

#### 2.1. Theoretische Perspektiven des Verhältnisses von Gender und Informationstechnologien

Um die Diskussion über den Zugang zum Internet, seine Nutzung und die Beschäftigung im Arbeitsmarktsegment rund um das Medium Internet zu verstehen, mag es sinnvoll sein, einige theoretische Perspektiven zu umreißen, die von Theoretikerinnen und Theoretikern wie auch in der politischen Praxis zum Problem Gender und Technologien eingenommen werden. Hier lassen sich fünf Ansätze zur Ungleichheit der Geschlechter im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologien unterscheiden:

1. Radikalfeministische/ökofeministische Ansätze: Diese Position betrachtet Technik eher als Symptom für männliche Dominanz. Sie tendiert zu einem Essenzialismus, der Männern und Frauen ein unterschiedliches Wesen, eine unterschiedliche Natur zuschreibt, und zu Determinismus, indem sie das angeblich patriarchale Wesen der Gesellschaft mit dem patriarchalen Wesen der Technik vermengt.

2. Die liberalfeministische Position: Liberale Feministinnen und Feministen betrachten die Neuen Medien an sich als etwas Geschlechtsneutrales. Sie interessieren sich vielmehr für das Verhalten von Männern und Frauen gegenüber neuen Technologien. Die hier beobachteten Verhaltensunterschiede resultieren

ihrer Meinung nach aus der Erziehung und aus der Prägung von Geschlechterstereotypen, die Frauen bisher davon abhalten, sich mit den neuen Technologien auseinander zu setzen.

3. Kulturelle Ansätze: Während der letzten zehn Jahre wurden die liberal-feministischen und die öko- oder radikalfeministischen Theorien stark kritisiert. Die These, dass das schwierige Verhältnis vieler Frauen zu Technik durch Zugangsprobleme oder die Effekte der Geschlechterstereotypen bedingt sei, wird hier ebenso skeptisch überprüft wie die Idee abgelehnt wird, dass die Technik-Abstinenz der Frauen mit einer essenziell geschlechtsspezifischen Sichtweise der sozialen Welt zu tun habe. Stattdessen seien die Schwierigkeiten der Frauen mit der Technik in der historischen und kulturellen Konstruktion der Technologie als einem maskulinen Terrain begründet. Männlichkeit und Technik werden als symbolisch ineinander verwobene Einheiten betrachtet: Während einerseits technische Kompetenz ein wichtiger Bestandteil männlicher Identität in der abendländischen Kultur geworden ist, ist auf der anderen Seite eine bestimmte Auffassung von Männlichkeit zentral für unsere Vorstellung von Technik geworden.

4. Postmoderne oder konstruktivistische Perspektiven haben viel mit dem eben referierten kulturellen Ansatz gemeinsam. Sie unterscheiden sich von ihm jedoch in der Ablehnung der These, dass Technik oder bestimmte Technologien Werte – seien sie nun geschlechtsspezifisch konnotiert oder nicht – verkörpern könnten. Sie argumentieren, dass die Eigenschaften von Technik, die wir für männlich oder weiblich halten, nicht in ihr selbst begründet seien und sich auch nicht in ihr ausdrückten, sondern über den Diskurs produziert würden. Diese Perspektive betrachtet Technologien wie die Neuen Medien als verschiedene Interpretationen eines Textes. Einige Vertreterinnen und Vertreter dieser Theorie beziehen sich auf das Werk Michel Foucaults; aber auch andere postmoderne Theoretikerinnen und Theoretiker, die ein kritisches, epistemologisches Konzept von Wissen vertreten, werden zur theoretischen Fundierung hinzugezogen.

5. Cyber-Feminismus nennt sich der fünfte und letzte Ansatz in dieser Reihe von Perspektiven auf Gender und Neue Medien. Besonders beliebt und bekannt ist hier die Theoretikerin Donna Haraway, von deren Figur des *Cyborgs* sich viele haben inspirieren lassen. Andere nehmen optimistischere Positionen zum Internet und den Neuen Medien ein. Sie betrachten sie als einen Kommunikationsraum, der sich für die Befreiung von den Fesseln der Geschlechterzuschreibungen besonders gut eigne. Eine beträchtliche Anzahl von Arbeiten hat die Möglichkeiten der Gender Transgression, der Überschreitung der Geschlechtergrenzen, in virtuellen Technologien untersucht.

Hier ist jedoch Vorsicht geboten: Es gibt große Unterschiede zwischen den Positionen von Individuen innerhalb dieser Traditionen. Außerdem hat sich gezeigt, dass nur wenige empirische Untersuchungen sich für eine einzelne dieser Perspektiven entscheiden (Gill/Grint, 1995). In diesem Bericht wird davon ausgegangen, dass dem Internet, seinen Anwendungen und technischen Möglichkeiten keine geschlechtsspezifischen Barrieren inhärent sind, die Frauen die Partizipation und Nutzung des Mediums auf andere Weise als Männern erschweren könnten. Um die qualitativen und quantitativen Unterschiede der Nutzung dieses Mediums zu verstehen, sollten wir eine Reihe zusammenhängender Faktoren betrachten wie z.B.

- die kulturelle Konstruktion von Informationstechnologien als einer maskulinen Technik;
- unterschiedliche Bildungschancen für IT-Kompetenzen;
- das Ausmaß sexistischer und Frauen diskriminierender Inhalte des Internets;
- die Kommerzialisierung des Netzes und
- geschlechtsspezifische (ebenso wie ethnische, soziale und altersmäßige) Strukturen von Erfahrung und Wahrnehmung.

## 2.2. Frauen und Arbeit in der Informationsgesellschaft

Die langfristige Marginalisierung von Frauen im IT-Sektor wurde in den letzten zwanzig Jahren gründlich dokumentiert (Wajcman, 1991; Webster, 1996). Neueste Zahlen aus Großbritannien weisen die Konzentration der Frauen im Niedriglohnsektor, in Text- und Datenverarbeitung nach (*Women's Unit*, 2000); Frauen in Führungspositionen sind in Großbritannien immer noch stark unterrepräsentiert: Nur 18% der IT-Systemkaufleute sind Frauen; 6% der Angestellten im Software-Ingenieurwesen, 8% der Informatikerinnen und Informatiker und 20% der Programmierer und Analytikerinnen sind weiblich.

Besonders interessant ist in diesem Zusammenhang auch, dass die Partizipation der Frauen im IT-Sektor insgesamt in den letzten fünf Jahren abgenommen hat – während 1994 noch 29% der Beschäftigten weiblich waren, sind es 2000 nur noch 24% (*Labour Force Survey*, März 2000). Die Frauen, die tatsächlich in Führungspositionen arbeiten, sind oft mit Barrieren in Form von einer »männlichen« Arbeitskultur und einer ständigen Doppelmoral bezüglich des angemessenen Verhaltens von Frauen konfrontiert (Tierney, 1995).

Es ist nicht einfach, genaue Informationen über neuere internetbasierte Jobs zu finden. Die Regierungskommission mag sich über den Frauenanteil von fast einem Drittel der britischen Start-ups in den Neuen Medien freuen, aber die Frauenorganisation *Women Connect* hat über extreme Wettbewerbssituation und Überstundenkultur in der Welt des Webdesign, der Animation und des Web Content berichtet – dies sind die Bereiche, in denen die meisten Frauen arbeiten. Die Stereotypisierung der Angestellten als männlich überrascht ebenso wenig.

In einer Studie, die ich mit Kolleginnen und Kollegen in fünf europäischen Ländern durchgeführt habe, stellte sich heraus, dass überall die Frauen in gleichen Positionen schlechter bezahlt wurden, weniger feste Arbeitsverträge hatten, weniger von Netzwerken profitieren konnten und oft noch Zweitjobs suchen mussten, um ihre Verdienste aufzubessern. Außerdem wurde ihnen meist signalisiert, dass es ihre Karriere gefährden werde, wenn sie Diskriminierung aufgrund ihres Geschlechts thematisieren wollten – diese Position, die ich mit dem Zitat »man spricht nicht über Frauenprobleme, wenn man vorankommen will« verbinde, habe ich das postfeministische Problem genannt (Gill/Dodd, 2000; Gill, 2001).

Viele der Forschungsprojekte zur geschlechtsspezifischen Chancengleichheit im IT-Sektor haben sich auf den Bildungssektor konzentriert. Qualitative Untersuchungen haben sehr detailliert Schulkulturen, Interaktion im Klassenzimmer und unbewusste Diskriminierung auf ihre Effekte für die Dominanz der Jungen im Bereich Internet, Neue Medien und Computer hin beobachtet und beschrieben. Im Jahr 2000 jedoch haben die Mädchen am Ende der Sekundarstufe I tatsächlich bessere Noten in den IT-relevanten Fächern erzielt als die Jungen: 61,2% der Mädchen haben die Noten A–C bekommen, während bei den Jungen nur 53,9% diese guten Noten erreichten (DfEE, 2000). Trotzdem hatten sich in der Oberstufe nur 15% der Mädchen in die Informatik-Kurse eingetragen. Man sollte zum besseren Verständnis auch genauer die Erfahrungen von Mädchen und Jungen nach dem Schulabgang, im Übergang zu Hochschul- und Berufsausbildung untersuchen.

Es ist deutlich geworden, dass die Dominanz der Männer im IT-Bereich und besonders ihre Konzentration in Führungspositionen mit der kulturellen Assoziation von Informationstechnologien mit Vorstellungen von Männlichkeit zusammenhängt. Diese Gedanken bilden einen Hintergrund, ohne den die Untersuchung der Nutzung, der Beteiligung und der Beschäftigung von Frauen in der Informationsgesellschaft nicht angemessen zu leisten ist.

### 3. Frauen als Netznutzerinnen

#### 3.1. Demografische Faktoren

Zu Beginn der Internetnutzung wurde diese in Großbritannien klar von weißen Mittelklasse-Männern unter 35 Jahren, die Netzzugang am Arbeitsplatz hatten, dominiert. In den letzten fünf Jahren – und vor allem in den letzten 18 Monaten – hat sich dies dramatisch verändert. Zuverlässige und allgemein akzeptierte Schätzungen gehen davon aus, dass Frauen inzwischen 40–50% der Internetnutzerinnen und -nutzer ausmachen. Eine Studie der Firma *Jupiter Communications* vom Februar 2001 berichtet, dass die Männer unter denjenigen, die einen privaten Netzzugang nutzen, immer noch mit 49,8% in der Mehrheit seien, während der Frauenanteil bei 35% eher stagniert und der der Kinder im Alter von 2–14 Jahren bei 15,2% liegt (*Jupiter Communications*, 2000).

Der Frauenanteil insgesamt liege bei 43% der Online-Community, meint MMXI *Jupiter* (2000). Diese Studie zeigt, dass Großbritannien und die Bundesrepublik Deutschland im Moment gemeinsam die Tabellen der Frauenanteile an den Internetanwenderinnen und -anwendern anführen und dass die beiden Länder mehr als die Hälfte der netznutzenden Europäerinnen und Europäer stellen. Das hängt allerdings auch mit ihrer hohen Bevölkerungsdichte zusammen. Wenn wir jedoch den Anteil der netznutzenden Frauen an der gesamten weiblichen Bevölkerung betrachten, liegen die Zahlen nur noch bei ca. 15–20% und zeigen mit deutlich schmalere Steigerungen ein realistischeres Bild der Netznutzung der Bevölkerung.

Interessant wird es auch, wenn man den Faktor Alter hinzunimmt. In ganz Europa machen unter 35-Jährige mit 53% immer noch den Löwenanteil der Nutzerinnen und Nutzer aus, die 35–55-Jährigen stellen ca. 38%, und nur 9% schließlich sind über 55 Jahre alt (*Jupiter Consumer Research*, 2000). In Großbritannien ist der Anteil der über 35-Jährigen (7,4 Mio) größer als der der Userinnen und User unter 35 Jahren (5,9 Mio), das heißt, das Nutzerprofil ist durchschnittlich älter als in anderen europäischen Ländern und auch in den USA.

Leider stand mir keine geschlechtsspezifische Aufschlüsselung der Altersgruppen in den Statistiken zur Verfügung. IDC jedoch haben eine Untersuchung von mehr als 500 Nutzerinnen in Europa, den USA, Japan und Lateinamerika gemacht (2000), die uns hier weiterhelfen kann. Hier stellte sich heraus, dass 4% der Internetnutzerinnen unter 19 Jahre alt waren, während immerhin 22% der Frauen zwischen 40 und 50 Jahren alt waren. Demnach ist anzunehmen, dass das Altersprofil der Frauen etwas älter ist als das der Männer (dabei sollte man allerdings im Auge behalten, dass diese Daten nicht länderspezifisch sind) – ein häufig vernachlässigter Punkt bei Behauptungen, dass es wenig regionale Unterschiede in der Netznutzung von Frauen gebe (*IDC Projektatlas II*, 2000).

Beruflich mit dem Internet arbeitende Frauen sind hauptsächlich im öffentlichen Dienst (Gesundheits- und Bildungssektor) und im IT-Bereich zu finden. Nur 5% der das Netz nutzenden Frauen waren nicht erwerbstätig oder in der Ausbildung. Die Netznutzerinnen sind in der Regel hochgebildet, 82% haben einen Hochschulabschluss, und 34% haben sogar höhere akademische Abschlüsse.

Aus diesen Fakten lässt sich eine »typische« britische Netznutzerin skizzieren. Sie ist zwischen dreißig und vierzig Jahre alt, erwerbstätig, professionell, einigermaßen wohlhabend und hochgebildet. Daraus ergeben sich Vermutungen über die Frauen, die das Netz nicht nutzen – ärmere, junge und alte Frauen aus der Arbeiterklasse, die keine akademische Bildung genossen haben, Hausfrauen, die für ihre Kinder oder pflegebedürftigen Familienangehörigen sorgen. Diese Bevölkerungsgruppen sind in der Internetnutzung im Vergleich zu anderen Bevölkerungsgruppen deutlich unterrepräsentiert, wie auch Bee nachweist (2001).

#### 3.2. Lokale Zugangsbedingungen

Die meisten Netznutzerinnen nutzen das Netz von zu Hause und vom Arbeitsplatz aus. Das Marktforschungsunternehmen IDC hat festgestellt, dass Frauen fast zwei Drittel der Online-Zeit zu Hause verbringen – diese Zahl ist allerdings umstritten. Eine Sprecherin von *iVillage.co.uk* (einem Frauenportal) ist der Meinung, dass mehr Frauen von der Arbeit aus surfen, und tatsächlich lassen sich täglich zwei Hauptnutzungszeiten ausmachen – frühmorgens, bevor die Arbeit beginnt und in der Mittagszeit (vgl. Bee, 2001).

Obwohl die britische Regierung viel unternimmt, um die Zugangsbedingungen zu verbessern – sie richtet vor allem Zugänge von öffentlichen Einrichtungen, Schulen, Bibliotheken, Supermärkten und Ämtern aus ein – und damit den Digital Divide zu schmälern, sind die eigenen vier Wände und der Arbeitsplatz noch immer die häufigsten Orte des Netzzugangs. Mehr und mehr Unternehmensgründungen zielen jedoch auf die gemeinschaftliche Nutzung von Internetzugängen ab – seien es Internetcafés oder einfach öffentliche Internetzentren (z.B. die der »Easy«-Gruppe). Dem Vernehmen nach sind junge Männer die Hauptnutzer dieser Infrastrukturen. Allerdings scheint es hier ein großes Gefälle zwischen Städten und ländlichen Gegenden zu geben. In den ländlichen »Telecottages« ist die Zahl der Nutzerinnen deutlich höher als in ähnlichen Einrichtungen im urbanen Bereich (Liff, 2000). Dies ist wohl auch auf die Bedeutung der »User-Kultur« und die Ausstattung der Cafés etc. zurückzuführen. Einige Frauen empfinden »typisch männerdominierte« Internetcafés aufgrund von Dekor, Beleuchtung, Musik und überwiegend männlichem Personal als abstoßend und befremdend.

Frauen (und natürlich auch Männer) sind in Großbritannien noch immer mit hohen Kosten für die Internetnutzung konfrontiert, obwohl es erstaunt, wie schnell sie sinken. So haben vor zwei oder drei Jahren noch mehrere Internetprovider monatliche Grundgebühren verlangt, die die Kunden neben den Telefonkosten und der Online-Gebühr zu zahlen hatten. Inzwischen bieten die meisten Provider Call-by-Call-Verbindungen an, und CD-ROMs mit der Software zur Einrichtung des Internetzugangs fallen praktisch täglich aus Zeitungen und Zeitschriften heraus oder können im Kiosk oder Supermarkt kostenlos mitgenommen werden.

Es zeichnet sich ab, dass wir bald die Höchstnutzungszahlen erreicht haben werden. Wir erwarten dramatische Restrukturierungen in den Beziehungen zwischen Providern und Telekommunikations-Konzernen, sobald die Breitbandtechnologie sich in breiteren Bevölkerungsschichten durchsetzt. Andere Arten des Internetzugangs werden über WAP-fähige Mobiltelefone und digitales Fernsehen entstehen, aber diese bieten bisher nur eingeschränkte Dienste und für Texte und Grafiken nur mindere Qualität. Eine detaillierte Analyse und politische Betrachtung dieser Veränderung kann in diesem Zusammenhang leider nicht geleistet werden.

#### 3.3. Nutzung von und Beteiligung an verschiedenen Diensten des Internets

Im Allgemeinen gibt es eine chronische Informationsarmut bei qualitativen Daten zur Internetnutzung, vor allem wenn es für ihre Erforschung keinen kommerziellen Anlass gibt. Hier sind dringend qualitative und ethnografische Studien erforderlich, die Interessen und Bedürfnisse von Frauen im Netz untersuchen. Die bisherige Forschung gibt nur sehr oberflächlich Aufschluss über die Gewohnheiten des Surfens. Das *Marketing Magazine* vom November 2000 hat z.B. behauptet, dass »Frauen und Männer im Alter zwischen 25 und 34 ähnliches Verhalten zeigen«. Aber der »Beleg« dafür war schließlich, dass sie die gleichen Webseiten am häufigsten aufrufen – *Microsoft.com*, *Freeserve.com* und *Yahoo.com*. Zwei dieser Seiten repräsentieren Provider, die dritte ist eine der größten Suchmaschinen, daher ist dies nun wirklich keine überraschende

Erkenntnis! Es sagt überdies nichts über das Nutzerverhalten von Frauen und Männern und einiges über die Verzerrung des Marktes durch die großen Konzerne aus.

Interessanter sind da schon die Zahlen von AC Niensens *Net Ratings*, die belegen, dass Frauen weniger lang im Netz sind als Männer. Im August 2000 hat demnach der durchschnittliche männliche Nutzer fünf Stunden und 56 Minuten im Netz verbracht, verglichen mit drei Stunden und 46 Minuten bei den Frauen. Könnte es sein, dass Frauen im Netz wirklich zielstrebig ihre Interessen verfolgen als Männer? Wenn wir diese Zahlen nach der Anzahl der aufgerufenen Seiten pro Sitzung differenzieren, stellen wir fest, dass die Gruppe der Frauen, fast 38% der 8000 untersuchten Surferinnen und Surfer, in neun Sitzungen durchschnittlich 301 Seiten aufgerufen hatte, während die Männer durchschnittlich 469 Seiten in zwölf Sitzungen aufgerufen hatten.

Die Marktforschungsabteilung des Frauenportals *iVillage.com* hat herausgefunden, dass Frauen dazu tendieren, weniger Seiten mit Bookmarks zu versehen als Männer. Hier liegen die Zahlen sehr weit auseinander: Frauen hatten sechs oder sieben Bookmarks gesetzt, während die Männer oft mehr als 100 Adressen ihrer Lieblingsseiten gespeichert hatten. Beim US-amerikanischen Frauenportal *Women.com* ist man der Meinung, dass Frauen pragmatischer surfen als Männer – sie suchen gezielt nach spezifischen Informationen und bestimmten Typen von Unterhaltung. Man glaubt hier, dass Frauen sich besonders von Expertenforen und Nachrichtentickern angezogen fühlen, die ihnen schnelle Antworten zu beispielsweise Gesundheitsfragen liefern können.

Es ist sehr schwer, die Partizipation von Frauen in Chat Rooms, Newsgroups und Mailing-Listen zu untersuchen. In Großbritannien versuchen akademische Institutionen, die solche Dienste anbieten, die Daten der Teilnehmenden zu erheben, und kommen dabei meist zu dem Ergebnis, dass Frauen unterrepräsentiert seien. Die meisten Anbieter dieser Dienste erheben diese Daten nicht oder veröffentlichen sie zumindest nicht. Durch die vielfach anonyme und passive Teilnahme ist es leider unmöglich, die einfache Anwesenheit in einem Chat Room zu untersuchen, das heißt seine »Besucherinnen und Besucher« auch nur zu zählen.

Die Erkenntnisse aus der US-amerikanischen Forschung legen jedoch nahe, dass die Geschlechterverhältnisse in den virtuellen Räumen nicht so gleichberechtigt sind wie sie vielleicht zunächst erscheinen – die Möglichkeit des Experimentierens mit geschlechtlichen Identitäten mag von einigen Zwängen befreien, aber sie schaltet weder sexuelle Diskriminierung noch Belästigung aus.

E-Mail mag die positive Ausnahme der niedrigeren Beteiligung der Frauen an internetbasierten Diensten sein. Sonia Livingstone und Moira Bovill (1999) haben in einer groß angelegten Untersuchung die sehr unterschiedlichen Motivationen von Jungen und Mädchen bei der Nutzung des Computers erforscht, die sich sogar dann unterscheiden, wenn Jungen und Mädchen gleich viel Zeit vor dem Rechner verbracht hatten. Grob zusammengefasst kann man sagen, dass die Mädchen in der Regel vor allem E-Mail-Dienste nutzen und die Jungen mehr Zeit mit Online-Spielen verbringen. Neuere britische Forschung hat bestätigt, dass in E-Mails oft intimere und persönlichere Informationen stecken als im persönlichen Gespräch. Ein Schluss daraus könnte sein, dass das Versenden und Empfangen von E-Mails den traditionell »weiblichen« Fähigkeiten sehr entgegenkommt – Intimität, Mitteilbarkeit, Empathie und Fürsorge (Livingstone/Bovill, 1999).

Sicherlich brauchen wir jedoch mehr Forschung über die Nutzung des Internets und seine Implikationen für die Geschlechterverhältnisse. Die gegenwärtige Forschung ist leider stark von den Bedürfnissen der Wirtschaft abhängig; dadurch werden auf der einen Seite der unabhängigen Forschung viele Informationen aus Wettbewerbsgründen vorenthalten, auf der anderen Seite werden andere Fragen gar nicht erst gestellt.

#### 4. Strukturen und Inhalte des Internets

##### 4.1. Frauenportale

Es gibt zahlreiche britische Frauenportale, von denen sich sehr viele erst in den letzten 18 Monaten entwickelt haben. Beispiele hierfür sind *www.femail.com*, *www.beme.com*, *www.wewomen.com*, *www.flametree.com* und *www.iVillage.co.uk*, um nur einige zu nennen. *www.handbag.com* hält sich für das erfolgreichste dieser Portale. Es ist die einzige Webseite in diesem Sektor, die ihre Zugriffszahlen von ABC Electronic untersuchen lässt. Im November wurden hier 367.000 Besucherinnen und Besucher verzeichnet – die Zahl ist mehr als doppelt so hoch wie die Statistiken und Schätzungen der anderen Portale. Viele der britischen Frauenportale werden von großen Medienunternehmen (*IPC National Magazine Company*) oder von Supermärkten (*Tesco*) unterstützt oder finanziert.

Die Inhalte dieser Frauenportale orientieren sich stark an traditionellen Rollenvorstellungen – die Betonung liegt auf den klassischen Themen der Frauenzeitschriften wie Mode, Schönheit, Gesundheit, Astrologie, Beziehungen etc. Im Appendix zu diesem Artikel sind zwei Beispiele zum Design und zum inhaltlichen Auftreten dieser Portale abgebildet. Der *Convention Report 2000* des Lebensmittelkonzerns IGD schreibt Frauenportalen ein enormes Potenzial zu. Sie sind nicht nur ein simples Werkzeug, um Produkte zu bewerben, sondern auch ein Mittel, Bedürfnissen der Konsumentinnen zu »begegnen und ihnen entgegenzukommen«. Das heißt, dass die Informationen, die diese Seiten sammeln, auf lange Sicht wertvoller sind als der kurzfristige Werbeeffekt für bestimmte Produkte. (Tabelle 1)

##### 4.2. Information und Repräsentation

Die Masse an Informationen für britische Frauen im Internet ist unermesslich. Es gibt Informationen über fast alles, was Frauen sich vorstellen können, über nahezu alle Bedürfnisse, die Frauen entwickeln können. Dies betrifft auch spezifische Frauenrechte und Frauenbelange wie z.B. Abtreibung, Schutz vor häuslicher Gewalt, Unterstützung bei sexueller Belästigung etc. Die Online-Community scheint fast so bunt zu sein wie die reale Welt; es gibt Seiten für lesbische Frauen, Bisexuelle, Transsexuelle und Transvestiten, Frauen in der Umweltbewegung, Anarchistinnen und viele andere frauenspezifische und frauenbewegte Seiten. Es gibt frauenspezifische Informationen und Institutionen von der Regierung (z.B. das *Women's Unit*), aber natürlich auch viele Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Individuen, die Diskussionen anstoßen oder einfach nur ihre Meinungen äußern wollen.

Zwei Gesichtspunkte des frauenrelevanten Webangebots im britischen Internet sollten hier jedoch nicht unerwähnt bleiben. Der erste betrifft die Beobachtung, dass trotz der Vielfalt an nützlichen und interessanten Informationen für, über und von Frauen die Suchmaschinen bei Eingabe der Worte »Frau« oder »Frauen« oder sogar »lesbische Frauen« zunächst vor allem pornografische Seiten präsentieren. Es ist offensichtlich, dass pornografische Seiten im britischen Netz wie auch in anderen Ländern in diesem Bereich stark dominieren. Hier ist vielleicht hinzuzufügen, dass viele britische Männermagazine für Internetzugänge mit dem Versprechen pornografischer Angebote geworben haben (ein Beispiel ist im Anhang zu diesem Artikel abgebildet).

Die zweite Beobachtung ist die Vorherrschaft der amerikanischen Seiten. Bei Eingabe einer allgemeinen Suche in eine Suchmaschine werden immer noch häufig vor allem US-amerikanische Ergebnisse produziert. Nur wenige Suchmaschinen ermöglichen die ausschließliche Suche auf britischen Seiten (zwei Beispiele sind *www.ask.co.uk* und *www.uk.altavista.com*). Durch die Sprachgemeinschaft wird das Angebot des britischen Internets oft stark überschätzt, weil in der Tat die meisten der Seiten amerikanischer Herkunft sind.

Beme.com	
Betreiber	IPC
Beginn	Februar 2000
Altersgruppe	18–35
www.CharlotteStreet.com (inzwischen: www.femail.co.uk)	
Betreiber	Associated New Media
Beginn	Oktober 1999
Altersgruppe	–
www.Handbag.com	
Betreiber	Boots plc, Hollinger Telegraph New Media
Beginn	Oktober 1999
Altersgruppe	25–45
www.iVillage.co.uk	
Betreiber	Tesco
Beginn	Ende 2000
Altersgruppe	25+
www.uk.women.com	
Betreiber	National Magazine Co.
Beginn	Januar 2001
Altersgruppe	30+

Tabelle 1: Ausgewählte britische Frauenportale, ihre Betreiber und Zielgruppen. Eigene Zusammenstellung

[www.womens-unit.gov.uk](http://www.womens-unit.gov.uk)

[www.ask.co.uk](http://www.ask.co.uk), [www.uk.altavista.com](http://www.uk.altavista.com)

## GROSSBRITANNIEN

Die Grenzenlosigkeit des Netzes macht immer noch einen Großteil seiner Anziehungskraft aus – solange es nicht zu sehr auf der amerikanischen Dominanz beruht.

#### 4.3. Suchmaschinen

Es fanden sich keine Belege für die Existenz von britischen Suchmaschinen speziell für Frauen. Die meisten sind geschlechtsneutral – so wird jedenfalls behauptet. Oft ist kaum bekannt, wie stark die Hierarchie der Suchergebnisse durch Allianzen der Suchmaschinenbetreiber und der Webseiteninhaber zustande kommt, deren Seiten z.B. in den ersten zehn Suchergebnissen der Suche nach einer bestimmten Information vertreten sind. Es ist offensichtlich, dass diese Positionen meist käuflich sind, wodurch die Möglichkeiten und Ansprüche der Suchmaschinen, unabhängig und neutral zu sein, stark eingeschränkt sind. Angesichts des gegenwärtigen Ausmaßes an Pornografie im Internet mag es notwendig sein, eine spezielle Frauensuchmaschine einzurichten – so lange ihre Ansprüche und Ziele nicht zu eng definiert werden.

#### 5. Initiativen zur Stärkung der Frauen im Netz

Man kann auf diesem Gebiet zwei Typen von Maßnahmen unterscheiden. Eine Reihe politischer Maßnahmen ist auf die Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt gerichtet – es gibt einen klaren ökonomischen Imperativ für diese Maßnahmen, und es scheint Konsens zu sein, dass Frauen die »Lösung« zum gegenwärtigen Problem des Arbeitskräftemangels im IT-Sektor darstellen. Die zweite Sorte politischer Maßnahmen soll den Zugang zum Internet erleichtern. Sie wird wohl auch nicht zuletzt von (Spar-)Maßnahmen getragen, die die Online-Abwicklung öffentlicher Informationen und Dienste anstreben. Einige Banken und Telekommunikationsunternehmen haben schon aufgehört, gedruckte Werbesendungen und Broschüren zu produzieren und zu verteilen. Sie bieten nur noch im Web ihre Dienste an. Die Befürchtung, dass mehr und mehr nichtvirtuelle Dienste eingespart werden (siehe z.B. die Diskussion über die Schließung ländlicher Bankfilialen), scheint nicht unbegründet zu sein.

##### 5.1. Der internetbasierte Arbeitsmarkt

Es gibt viele Initiativen, die Arbeit suchende oder in die Selbständigkeit strebende Frauen in der Internetwirtschaft unterstützen. Die *Women's Unit* der Britischen Regierung unterstützt einige Projekte, die Frauen den Weg in die Informations- und Kommunikationstechnologien erleichtern sollen:

— *21<sup>st</sup> Century Woman* ist ein auf drei Jahre angelegtes Projekt, das vom Ministerium für Bildung und Arbeit finanziert wird, um das Interesse für Arbeitsplätze in IT-Firmen und internetbasierten Diensten schon bei Studentinnen zu wecken. Das Projekt, das von IBM und Andersen Consulting (inzwischen Accenture) mitfinanziert wird, soll auch die Informationsmöglichkeiten für Frauen in diesen Berufen erweitern und organisiert in Workshops verschiedener Arbeitgeber die Begegnung mit weiblichen Vorbildern. [www.scottishbusinesswomen.com](http://www.scottishbusinesswomen.com) ist ein Forum, das Unternehmensgründerinnen in Schottland unterstützt. Hier wird Networking mit Frauen in der gleichen Situation und mit etablierten Unternehmerinnen organisiert.

— »Taster Days«, von der *Women's Unit* organisiert, sollen Mädchen auf den Geschmack bringen, nicht-traditionelle Berufe zu ergreifen. Microsoft, IBM und Sun Microsystems sind die kooperierenden Partner.

Außerdem gibt es eine Reihe nicht speziell auf Frauen ausgerichtete Projekte.

— *IT's your life* ist ein Workshop-Projekt, das von der nationalen Organisation *e-skills* organisiert wird, um Studentinnen und Studenten für eine Karriere im IT-Bereich zu motivieren.

— *Project Gemini* ist ein von der südwestenglischen Bezirksregierung finanziertes Projekt, das von der Nationalen Organisation für die Ausbildung in Elektro- und Software-Ingenieurwesen, der Universität Reading und dem Surrey Institute of Art and Design durchgeführt wird. Hier geht es ebenfalls um die Entschärfung des IT-Arbeitskräfte-Mangels, es werden aber auch gezielt Studierende aus nicht-technischen Studiengängen angesprochen.

— Außerdem gibt es einige neue Stipendien des Handelsministeriums für die Technologie-Wirtschaft: Es handelt sich um Mikro-Projektstipendien, Studienstipendien und Stipendien für größere Projekte, die technologische Perspektiven der Entwicklungspolitik untersuchen.

Diese Initiativen sollen junge Leute und vor allem Frauen in die IT-Branche bringen und verbinden so eine sozial erwünschte Absicht (die Anwerbung von Frauen für nicht-traditionelle Berufe) mit einem ökonomischen Ziel: die chronische Arbeitskräftearmut der britischen IT-Industrie zu verringern. Margaret Jay, Staatssekretärin der *Women's Unit* der britischen Regierung, betonte in einer Presseerklärung vom November 2000 die Notwendigkeit der Rekrutierung von Frauen: »Frauen machen weniger als ein Viertel der IT-Arbeitskräfte aus, und die Tendenz ist fallend. Der Schlüssel für den Expertenmangel muss jetzt und in Zukunft die Ermutigung der Frauen für die IT-Wirtschaft sein.«

Es ist Teil der Aufgabe der *Women's Unit*, Frauen für Herausforderungen zu begeistern, die sie aufgrund der herrschenden geschlechtlichen Arbeitsteilung nicht naheliegend finden. Einige dieser Projekte arbeiten auf kultureller Ebene, und die Zeitschrift *Voices* z.B. veröffentlicht Fotos und Interviews mit »normalen« Frauen, die Dinge tun, »von denen sie nie geträumt hätten«. Das folgende Beispiel ist typisch:

Jan Henry, 41 Jahre alt, aus Stockton on Tees, ist von ihrer neu erlangten Fachkenntnis in der Computerbranche selbst erstaunt. Sie war 17 Jahre lang Raumpflegerin bei einer lokalen Bildungseinrichtung gewesen, als der Direktor sie eines Tages überzeugte, dass sie an einem Online-Computer-Kurs bei *Learning Direct* teilnehmen solle. Inzwischen gibt sie selbst an vier Abenden die Woche Kurse und sorgt nebenher für ihre vier Kinder im Alter zwischen 2 und 21 Jahren. »Noch vor wenigen Monaten hatte ich Angst davor, den Computer zu Hause auch nur abzustauben«, erzählt sie. »Jetzt arbeite ich mehr daran als irgendjemand anders.«

Die Flexibilität des *Learning Direct-Finanzierungsprogramms* hat es ihr leicht gemacht, die Kurse mit der Familienarbeit zu vereinbaren, erzählt sie. »Man kann lernen, wann es einem passt«. Jans Fortschritte waren so gut, dass sie inzwischen gefragt wurde, ob sie nicht lieber eine ganze Stelle als Kursleiterin annehmen möchte. Sie besucht also noch mehr Kurse, um ihre didaktischen Kenntnisse zu erweitern. »Ich habe seit meinem Schulabschluss vor mehr als zwanzig Jahren nichts mehr zu lernen versucht. Jetzt habe ich zum ersten Mal in meinem Leben das Gefühl, es doch noch zu etwas bringen zu können.«

Zusätzlich zu den Initiativen der Regierung gibt es eine Reihe von Organisationen, die Netzwerke für Frauen in der IT-Branche unterstützen. Beispiele für diese Netzwerke sind die *Webgrrrls*, die *e-lancers* und *net.imperative*. Auch auf lokaler Ebene gibt es viele Initiativen, die von kommunalen oder Bezirksregierung, manchmal auch von der EU finanziert werden.

##### 5.2. Netzzugang und Emanzipation

Wie wir gesehen haben, gibt es viele kommunale und regionale Projekte, um Frauen in den IT-Arbeitsmarkt zu integrieren. Die britische Regierung bemüht sich darüber hinaus mit einer Reihe von Projekten um die Erleichterung des Netzzugangs; formuliert wird das im Strategiepapier *UK Online*. Für dieses Programm sind 252 Millionen Pfund angesetzt, um die 700 Online-Zentren sollen bis zum Frühjahr 2002 in benachteiligten Regionen entstehen.

## GROSSBRITANNIEN

Diese Online-Zugänge sollen in Freizeitzentren, Pubs und Schulen installiert werden und kostenlos oder zu einem geringen Selbstkostenbeitrag nutzbar sein. Premierminister Tony Blair hat persönlich zugesichert, dass allen Bürgerinnen und Bürgern Großbritanniens, die das wollen, bis 2005 ein Zugang zum Internet ermöglicht werden soll. Eins der Projekte ist das *National Grid for Learning*, eine groß angelegte nationale Informationsplattform zum Thema Bildung, und ein Projekt, das alle Schulen bis 2002 ans Netz bringen soll. Außerdem sollen allen Sozialhilfeempfängerinnen und -empfängern kostenlose Computerkurse angeboten werden, und mit der »Wired-up-Community« sollen vor allem in sozial schwachen Regionen durch Private-Public Partnership Heimcomputer und IT-Weiterbildungen finanziert werden.

### 5.3. Probleme und Herausforderungen in der politischen Praxis

Die Politik darf nicht die Augen vor der Realität der Lebenslagen von Frauen verschließen und muss akzeptieren, dass die Nutzung der möglichen Chancen, die die Informationstechnologien für Frauen bieten, von einer Reihe anderer Faktoren wie sprachlichen Fähigkeiten, sicherem Transport, finanzieller Situation und Kinderbetreuung abhängt. Hier wird oft ausschließlich die ökonomische Dimension der Online-Kommunikation betrachtet und so aus den Augen verloren, dass Frauen sich z.B. bewusst für einen sozialen Beruf und gegen einen Beruf in der freien Wirtschaft entschieden haben. Diese Frauen werden durch einen Großteil der politischen Programme gar nicht berührt. Anderen Vorteilen des Internets – Selbsthilfe, Bildung, Freizeit, Kunst, Medien, Öffentliche Dienste etc. – könnte daher durchaus größeres Gewicht beigemessen werden.

Zum Erlernen von IT-Kompetenzen brauchen wir sichere, frei zugängliche Räume, von denen einige Frauen vorbehalten bleiben sollten. Wir müssen aber auch besonders die kulturellen Gruppen berücksichtigen, die selten ihre Gemeinschaft, sei es nun eine reine Frauengemeinschaft oder eine ethnische Gemeinschaft, verlassen. Es sollte für Betreuung jüngerer, aber auch älterer Kinder gesorgt sein, und die Ausbilderinnen und Ausbilder sollten speziell für den Unterricht von Frauen und anderen Gruppen vorbereitet sein. Außerdem ist es hier unbedingt geboten, langfristige Kurse anzubieten – ein Seminarabend reicht einfach nicht aus. Frauen in der Technik brauchen besondere Unterstützung, und das Image dieser Berufe sollte gestärkt werden. Es darf aber auf keinen Fall angenommen werden, dass der Online-Zugang für den größten Teil der Frauen das Allheilmittel gegen Armut und Ungleichheit sei.

### 6. Abschließende Bemerkungen, methodologische Annahmen und Forschungsdefizite

Im europäischen Vergleich sind die britischen Frauen im Internet sehr präsent. Schon annähernd 43% der Nutzerinnen und Nutzer sind weiblich, und man nimmt an, dass ihr Anteil bis 2005 den der Männer erreicht, wenn nicht überholt haben wird (*In-Store Marketing Magazine*, November 2000). Britische Frauen sind zurzeit für eine von drei britischen Internet-Start-up-Firmen verantwortlich, und auch dies nimmt vermutlich noch zu. Oben wurden einige Initiativen genannt, die Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen, aber auch einfache Userinnen unterstützen, und es ist wahrscheinlich, dass dem gegenwärtigen Expertenmangel durch kompetente Frauen zum großen Teil abgeholfen werden kann.

Es gibt viele Frauenportale im britischen Internet, die Fraueninteressen auf sehr enge Weise und ähnlich wie die üblichen Print-Frauenmagazine interpretieren und präsentieren. Obwohl die Welt der britischen Frauen im Internet sehr lebhaft und bunt ist, ist es schwer, sie aus der Masse der amerikanischen und (von männlichen Interessen dominierten) pornografischen Seiten herauszufiltern.

Wir wissen immer noch sehr wenig über die vielfältige Praxis der Internetnutzung. Zusätzlich zu der relativen Neuartigkeit des Phänomens gibt es drei Faktoren, die dazu führen, dass dieses Forschungsdefizit wohl auch weiter bestehen wird:

- die Tatsache, dass Forschung über Internetnutzung bisher nur von Internet-Consultingfirmen durchgeführt wurde und wird. Dies hat zu sehr begrenzten Fragestellungen und Kontexten geführt – die Marktforschungsagentur IDC z.B. kann uns »marktrelevante« Profile von Surferinnen und Informationen über online getätigte Einkäufe verkaufen, aber darüber hinaus gibt es wenig Erkenntnisse über das Verhalten der Nutzerinnen.
- die Tatsache, dass das Interesse der Regierung am Internet dazu tendiert, den Internetzugang überzubewerten auf Kosten der Fragen nach den tatsächlichen Bedürfnissen, die an das Internet gerichtet werden und der Bedeutung des Internets für das Leben offline.
- Die Abwesenheit akademischer Forschung – vor allem qualitativer Forschung über die Fragen zur Integration des Internets und der Informationstechnologien in Privat- und Berufsleben der Menschen, Identitäten, Beziehungen etc. – repräsentiert eine große Lücke in unserem Wissen, die von den kommerziellen Marktforschungsinstituten nur teilweise gefüllt werden kann.

Es gibt also noch viel zu erforschen: Es fehlen Daten über die Internetnutzung ethnischer Gruppen, denn die Unterschiede zwischen den ethnischen Gruppen sind mindestens ebenso wichtig wie die zwischen Frauen und Männern.

Systematische Untersuchungen über frauenspezifische Inhalte im Internet sind von Interesse, um zu verstehen, inwieweit die Kommerzialisierung eine Bedrohung für die gesellschaftliche Vielfalt ist. Weitere zu bearbeitende Fragen wären, wie Frauen interaktive Foren (MUDs, Chat Rooms etc.) nutzen, was Frauen vom Internet erwarten und welche soziale Bedeutung diese Bedürfnisse haben.

Das Internet ist eine Institution der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien mit einem großen Potenzial für Bildung und Kontaktmöglichkeiten. Die Herausforderung für Politikerinnen und Politiker ist es nun, sicherzustellen, dass das Netz die Bedürfnisse der Menschen anerkennt und erfüllt und zu einem Forum für Chancengleichheit und Vielfalt wird.

### Danksagung

Ich danke Kamyar Naficy für seine Hilfe bei den Recherchen zu diesem Bericht.

## GROSSBRITANNIEN

## Anhang

Typisches britisches Frauenportal: [www.handbag.com](http://www.handbag.com)

Wie bei heterosexuellen Männern für das Internet geworben wird...

## Literatur

**AC Nielsen (2000):** eRatings, ACNielsen, London. August 2000.

**Bee, Deborah (2001):** Wound Up Not Wired Up. The Guardian Online, 19. April [www.guardian.co.uk/Archive/Article/0,4273,4172391,00.html](http://www.guardian.co.uk/Archive/Article/0,4273,4172391,00.html).

**Gill, Rosalind und Grint, Keith (1995):** The Gender Technology Relation: Contemporary Theory and Research. London: Taylor and Francis.

**Gill, Rosalind und Dodd, Diane (2000):** New Media: Working Practices in the Electronic Arts. A Report Prepared for Directorate General 5, European Commission.

**Gill, Rosalind (2001):** Cool, Creative and Egalitarian? Exploring Gender in Project Based Communication Studies. Under Submission to Information and Communication Studies.

**IDC (2000):** IDC Project Atlas II, Bulletin #W22102: Women on the Web – Their Internet Usage and Buying Habits, Mai 2000. [www.itresearch.com/alfatst4.nsf/unitabx/W22102?openDocument&q=women+on+the+web](http://www.itresearch.com/alfatst4.nsf/unitabx/W22102?openDocument&q=women+on+the+web).

**Jay, Margaret (2000):** Women are Key to Unlocking the ICT Skills Gap. Rede am 10.11.2000 vor IT-Seminar in London, Pressemitteilung [www.cabinet-office.gov.uk/2000/news/001110\\_ictskillsgap.htm](http://www.cabinet-office.gov.uk/2000/news/001110_ictskillsgap.htm).

**Jupiter Communications (2000):** Jupiter Tracking Study 2000: Europeans Online: Jupiter Consumer Research vol. 5.

**Liff, Sonia, Watts, Peter and Steward, Fred (2000):** Routes to Inclusion in the Information Society: the Contribution of e-gateways. In: Milne, Claire und Creighton, Sean (Hrsg.): Universal Community Service. Access for all to Internet Services at Community Level. (Malta Conference, 2.-3. November 1999). Strasbourg: Media Division, Directorate of Human Rights, Council of Europe. Herunterzuladen unter: [www.humanrights.coe.int/media/](http://www.humanrights.coe.int/media/).

**Livingstone, Sonia und Bovill, Moira (1999):** Young People, New Media. London: London School of Economics. [http://psych.lse.ac.uk/young\\_people](http://psych.lse.ac.uk/young_people).

**Marketing Magazine (2000):** Gender Analysis of Web Site Use Suggests a Unifying of the Sexes. 9. November.

**MMXI/Mediametrix/Jupiter (2000):** [www.mediametrix.com](http://www.mediametrix.com).

**Office for National Statistics (ONS) (2000):** Labour Force Survey. März 2000.

**Tierney, Margaret (1995):** Negotiating a Software Career: Informal Work Practices and »the Lads« in a Software Installation. In: Gill, Rosalind und Grint, Keith (1995): The Gender Technology Relation: Contemporary Theory and Research. London: Taylor and Francis.

**Wajcman, Judy (1991):** Feminism Confronts Technology. Cambridge: Polity.

**Webster, Juliet (1996):** Shaping Women's Work: Gender Employment and Information Technology. London: Longman.

**Women Connect (1999):** A Report on Women and Information and Communication Technologies for PAT 15. [www.womenconnect.org.uk](http://www.womenconnect.org.uk).

**Women's Unit (2000):** [www.womens-unit.gov.uk](http://www.womens-unit.gov.uk).



Nevenka Sudar

## Kroatische Frauen online:

*Aktuelle Situation und Initiativen für die Zukunft*

### 1. Allgemeine Informationen

Die Republik Kroatien ist als einer der sechs Nachfolgestaaten des ehemaligen Jugoslawien seit 1991 unabhängig. Im Juli 1999 wurde die Bevölkerung auf knapp 4,7 Mio. Einwohner geschätzt, von denen etwa 2,4 Mio. Frauen waren, also etwas mehr als 51%. Da es in Kroatien praktisch gar keine geschlechtsspezifischen Statistiken gibt, stammen die meisten Zahlen, die ich hier nennen kann, aus Untersuchungen von unabhängigen Forschungsinstituten oder aus den Medien.

Der Anteil der Nutzerinnen und Nutzer des Internets an der kroatischen Gesamtbevölkerung ist sehr gering. Nur 5,6% (also ca. 230.000 Personen) aller Kroatinnen und Kroaten nutzen das Internet aktiv (diese Zahlen stammen von [www.IPSA.hr](http://www.IPSA.hr), Mai 1999). 23% der kroatischen Bevölkerung haben nach dieser Studie nie etwas vom Internet gehört, 28% wissen nicht genau, was sie sich darunter vorzustellen haben, und 37% wissen, was das Internet ist, aber haben es noch nie benutzt.

Die Mehrheit aller Surferinnen und Surfer lebt in vier kroatischen Großstädten (52%), weitere 40% leben in kleineren Städten, aber nur ca. 1% wohnt auf dem Land. In einer Untersuchung unter 5,6% der Aktiven war das Verhältnis von Männern zu Frauen 6:4, das heißt 58% aller Anwenderinnen und Anwender des Internets waren männlich. Das Netz wird vorwiegend von arbeitenden oder studierenden, jedenfalls meist sehr jungen Menschen genutzt: 50% sind jünger als 26, ein Drittel ist zwischen 26 und 35 Jahre alt, und ein Fünftel ist im Alter zwischen 36 und 55 Jahren. Weniger als 3% aller untersuchten Personen waren älter als 55 Jahre. Leider gibt es keine Informationen über die Altersverteilung unter den weiblichen Netzanwenderinnen. Nach Statistiken von Ende 2000 stieg die Zahl der Internetnutzerinnen und -nutzer auf 280.000; gegen Ende dieses Jahres erwartet man eine Steigerung auf ca. 450.000.

### 2. Kroatische Frauen und das Internet: die aktuelle Situation

In Kroatien gibt es keine Frauenportale, keine Initiativen, um Mädchen für den Umgang mit dem Internet zu schulen oder zu ermutigen, keine auf Frauen zugeschnittenen Suchmaschinen und keine Informationen zu für Frauen wichtigen Themen wie Abtreibung, allein Erziehende oder Gewalt gegen Frauen. Patriarchale Geschlechtsstereotype sind im kroatischen Cyberspace die Regel. Abbildungen von Frauen werden nur für dekorative Zwecke verwendet, und die meistverwendete kroatische Suchmaschine *Iskon* bietet unter der Kategorie »Frauen« die typischen »Frauenthemen« Astrologie, Fitness, Beauty, Links, Kunst und Frauen und Sport.

[www.IPSA.hr](http://www.IPSA.hr)

<http://iskon.hr>

## KROATIEN

### 2.1. Die Berichte über kroatische Netzfrauen im E-Zine CROW

Das einzige elektronische Magazin (E-Zine) für Frauen in Kroatien, CROW hat zwei Online-Befragungen zur Internetnutzung durchgeführt: eine erste im Jahr 1997 und eine weitere im Jahr 2000. Hier wurde eine Liste kroatischer privater Homepages untersucht.

1997 waren von 567 hier verzeichneten Homepages nur 30 von Frauen gestaltet worden. Schon allein diese Feststellung mutet tragisch an, aber die näheren Umstände förderten eine weit schlimmere Situation zu Tage: Nachdem wir diese 30 Homepages besucht hatten, mussten wir feststellen, dass ganze elf dieser Seiten nur die Wörter »not found«, »forbidden« oder »under construction« enthielten. Von den verbliebenden 19 Seiten trugen zwei zwar den Namen einer Frau, aber der Autor war offensichtlich der Freund oder der Vater dieser Frau gewesen. Die restlichen 16 Seiten waren schließlich meist nichts als Online-Kontaktanzeigen nach dem Motto: »Dies sind meine Hobbies«, »mein schönstes Urlaubsfoto« oder »hier könnt ihr über euer Lieblingsbild von mir abstimmen«.

Zwei Jahre später, im Jahr 2000, untersuchte CROW mit Hilfe der aktualisierten Liste persönlicher Homepages in kroatischer Sprache 1.458 Internetseiten, von denen 210 (also 14%) von Frauen gestaltet worden waren. Wiederum hatten 44 der aufgeführten Frauenseiten keinerlei Inhalt, waren im Aufbau begriffen, gesperrt oder nicht auffindbar. Es bleiben nur 166 Homepages, also 11,3%. Abzüglich der von Institutionen und Firmen erstellten Präsentationen ihrer Mitarbeiterinnen blieben nur noch 8,3% oder 121 Frauenseiten. (Tabelle 1)

Das Verhältnis zwischen englisch- und kroatischsprachigen Seiten war fast gleichgewichtig: Kroatisch: 62,65% – Englisch: 59,63%. Einige der Autorinnen benutzten beide Sprachen.

### 2.2. Inhalte der Internetseiten von Frauen

Der größte Anteil der Seiten bietet Informationen über Schulen und Universitäten, die die Urheberinnen besuchen. Ist die Besitzerin der Seite berufstätig, so besteht die Seite zumeist aus Informationen über ihre Firma oder die Institution, für die sie arbeitet (am häufigsten sind hier Internetagenturen). Die zweite große Gruppe sind die Seiten, die hauptsächlich Informationen über Inhalte im Internet verbreiten: Hier finden sich je nach Geschmack der Web Mistress Links zu bekannten Schauspielern oder Musikerinnen. Die dritte Gruppe von Inhalten ist die populärste Form der Selbstdarstellung im kroatischen Internet: die Ausstellung eines Fotoalbums mit Bildern aus allen Lebensphasen, von anderen Familienmitgliedern und Freunden, meist dem Lebenspartner oder Ehemann gewidmet. (Tabelle 2)

Eine beträchtliche Anzahl der Frauenseiten ist veraltet: Diese Seiten bestehen aus nichts als einem farbigen Hintergrund und der E-Mail-Adresse ihrer Besitzerin. Meist sind sie nicht ein einziges Mal aktualisiert worden, seit sie zum ersten Mal geladen wurden, oftmals als Aufgabe in der Schule. Einige Seiten gehören nur dem Namen nach Frauen; aus den Texten kann man leicht entnehmen, dass jemand anders sie mit Inhalten gefüllt hat. Manche Seiten sind ganz dem Freund gewidmet und wirken wie ein Cyber-Schrein mit Reliquien des Geliebten.

Auch wenn sie oft Sprachen studiert haben, zeigen die Frauen auf ihren Seiten zumeist wenig Neues und Kreatives, kaum Informationen oder Unterhaltendes. Mädchen werden nicht in gleichem Maße zur Nutzung des Internets als Ausdrucksmittel ermutigt wie Jungen, und es gibt keine Initiativen, um ihnen den gleichen Zugang zu Internetnutzung und diesbezüglichen Bildungsangeboten zu ermöglichen wie ihren männlichen Altersgenossen. Die Geschlechterstereotype, von denen kroatische Frauen und Mädchen umgeben sind, sind so stark, dass sie, wenn sie denn zur Nutzung des Internets angehalten werden, oft besonders auf die Seiten über Schönheit, Mode, Unterhaltung oder auf die Frauenmagazine aufmerksam gemacht werden.

[www.crowmagazine.com](http://www.crowmagazine.com)

[www.crolinks.com/homecros.htm](http://www.crolinks.com/homecros.htm)

Kinder	1,8%
Teenager	3,0%
Studentinnen	39,0%
Erwachsene	40,0%
Unbekannt	16,2%

Tabelle 1: Verteilung von Frauen gestalteter Homepages in kroatischer Sprache nach Altersstufen. Eigene Zusammenstellung

Politik	0,60%
Kochen	1,20%
Geschichte	1,80%
Familie	3,00%
Computer	3,00%
Sport	3,00%
Bücher	3,00%
Mode	3,60%
Reisen	3,60%
Webdesign	3,60%
Online-Tagebuch	4,20%
Partner	5,42%
Vorbilder	6,02%
Musik	9,63%
Gedichte/Prosa	10,20%
Tiere	10,24%
Freunde	10,84%
Städte	13,80%
Was ich (nicht) mag	15,66%
Hobbys	16,66%
Fotoalben	19,27%
Links	27,10%
Schule/Universität	43,97%
Verschiedene	7,80%

Tabelle 2: Häufigkeit der Inhalte von kroatischen Homepages in Prozent. Eigene Zusammenstellung

## KROATIEN

In der kroatischen Presse wurde viel über eine junge Frau berichtet, aus deren Wohnung eine Online-Reality-Show übertragen wurde. Diese Show, die natürlich von Männern organisiert worden war, zeigte einige Prominente, die von der Bewohnerin in ihrer Wohnung interviewt wurden; danach nahm sie vor der Kamera ein Bad und telefonierte mit ihren Freunden. Fast alle Tageszeitungen berichteten von diesem Webereignis. Die Protagonistin erhielt schließlich einen Job in einem Internetcafé, wo sie angeblich 4.715 E-Mails erhielt.

Diese Geschichte, so stereotyp sie ist, ist symptomatisch für das öffentliche Bewusstsein im Umgang mit dem Thema »Frauen und Internet«. In der kroatischen Presse werden Artikel dazu immer mit Top-Models in Bikinis illustriert oder berichten über Online-Pornografie, Pädophilie, Hacker oder Computerspiele. Die Möglichkeiten, die das Internet für die professionelle Entwicklung von Frauen bietet, sind in den Medien bisher unentdeckt geblieben. Die Mehrheit der Bevölkerung, die, wie eingangs erwähnt, nicht einmal die Möglichkeiten des Internets selbst erobern kann (darunter besonders viele Frauen), ist also überzeugt, dass das Internet ein dunkler, gefährlicher Ort ist, für den man sich nicht interessieren muss.

### 3. Initiativen für die Zukunft

#### 3.1. Frauenorganisationen in Kroatien

Die meisten Frauenrechtsgruppen in Kroatien arbeiten mit dem Internet. Sie nutzen E-Mail und sind Mitglieder in vielen internationalen Mailing-Listen und Netzwerken. Von ca. 40 Frauenorganisationen haben jedoch nur wenige eine eigene Homepage. Beispiele hierfür sind das Zentrum für Frauenstudien, ein Zentrum für Ausbildung und Berufsberatung für Frauen, eine Frauen-Infothek und die Seite der Frauenrechtsorganisation *B.a.B.e* – Be active – be emancipated – die einzige dieser Seiten, die von einem Mitglied der Organisation selbst gestaltet wurde. Unsere Hoffnung ist, dass diese praktischen Beispiele für eine inhaltliche und aufklärerische Nutzung des Internets durch Frauen Schule machen und mehr Frauen zur aktiven und kreativen Teilhabe im Netz ermutigen.

#### 3.2. Initiativen von einzelnen Frauen

Da wir festgestellt haben, dass die wenigen Frauen im kroatischen Internet als enthusiastische Individuen agieren, die viel Geld und Zeit in ihre Aktivitäten im Cyberspace investieren, möchte ich hier einige Frauen nicht unerwähnt lassen, die als Vorbilder und erfolgreiche Homepage-Bastlerinnen sicher zur Ermutigung der Kroatinnen für die Partizipation im Internet beitragen:

Kristina Mihalec hat eine Homepage mit dem Titel *Women, State, Culture* (Frauen, Staat, Kultur) geschaffen, die als die beste Online-Bibliografie gilt. Sie enthält Angaben zu über 100 Zeitschriftenartikeln, Dokumentationen, E-Mails, Büchern und Vorträgen zu Anthropologie, Frauenforschung, Menschenrechten, Sozialwissenschaften und Politik im Raum des ehemaligen Jugoslawien. Die URL dieser Homepage erscheint nicht selten als Literaturangabe zu Seminaren in der ganzen Welt.

Jagoda Munić, eine mutige junge Höhlenforscherin, die in sehr tiefe Höhlen hinabsteigt, hat Webseiten mit Informationen zum Kroatischen Bergsteigerverein, der Kroatischen Höhlenforschungsgesellschaft und ihrem Physikalischen Institut gestaltet. Auf der Seite des CROW-Magazins ist ein englischsprachiges Interview mit ihr zu lesen.

Jasmina Mutabžija hat eine Webseite mit Regeln und Informationen zum Spiel *Igo* und Ratschlägen zu Reisen nach Japan gestaltet.

Die exzellent aufbereiteten Seiten von Mira Lulić stellen uns die Stadt Osijek sowie einige Fakultäten der dortigen und anderer Universitäten vor; vor allem die Fakultät für Internationales Recht wird neben nützlichen und unterhaltsamen Links ausführlich beschrieben.

[www.zamir.net/~zenstud](http://www.zamir.net/~zenstud)

[www.zamir.net/~cesi](http://www.zamir.net/~cesi), [www.zinfo.hr](http://www.zinfo.hr)

[www.babe.hr](http://www.babe.hr)

<http://k.mihalec.tripod.com>

[www.irb.hr/~jagoda/index.html](http://www.irb.hr/~jagoda/index.html)

<http://jagor.srce.hr/speleo>

[www.crowmagazine.com/jagoda.htm](http://www.crowmagazine.com/jagoda.htm)

<http://klub.posluh.hr/jmutabzi>

[www.gfos.hr/~miral](http://www.gfos.hr/~miral)

Nach meinem Dafürhalten ist die spannendste dieser Seiten die Homepage einer jungen Künstlerin, Andreja Kulunžić, mit dem Titel *Closed Reality – Embryo*. Das Projekt der bislang wohl einzigen kroatischen Künstlerin, die sich des World Wide Webs als Medium ihrer Kunst bedient, verläuft in drei Phasen, die hier dokumentiert sind. In der ersten Phase haben sich zwei Besucher oder Besucherinnen als Online-Pärchen formiert. Sie konnten sich für den »Embryo«, den sie gemeinsam virtuell »erzeugen« sollten, verschiedene Eigenschaften aussuchen. In der zweiten Phase des Projektes wurden die »Embryos«, die auf diese Weise gestaltet wurden, mit dem realen gesellschaftlichen Umfeld verglichen. In einer dritten Phase wurden über eine Mailing-Liste alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer aufgefordert, ihrer Meinung zu diesen Ergebnissen Ausdruck zu geben oder die Ideen anderer Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu kommentieren.

<http://embryo.inet.hr>

#### 3.3. CROW – das einzige Frauen-E-Zine in Kroatien

CROW ist das erste und einzige elektronische Magazin (E-Zine) für Frauen in Kroatien. Es existiert seit 1997, und seitdem wurden neun Ausgaben mit Themenschwerpunkten online veröffentlicht. Die bisherigen Themen waren: »Frauen und Medien«; »Frauen, die alleine reisen«; »Frauen und Krieg«; »Frauen mit Lebenszielen«; »Frauen und Politik«; »Frauen und Internet«; »Nie besungene Heroinnen« und »Der Mythos der Mutterschaft«. Insgesamt gibt es mehr als 700 Seiten in kroatischer und englischer Sprache.

CROW ist das einzige kroatische Frauenmagazin, das offen die schwierigen frauenrelevanten Themen wie Verhütung, Abtreibung, sexuelle Diskriminierung, Medieneinfluss auf Geschlechterstereotypen, ökonomische Diskriminierung von Frauen etc. anspricht. Obwohl es fast von mir allein geschrieben, gestaltet und erfunden worden ist, hat es über die Jahre einige Anerkennung erlangt, und inzwischen erhalte ich Beiträge von Frauen aus der ganzen Welt. Die Zeitschrift hat mehrere Preise gewonnen – einer davon der Preis des Kroatischen Multimedia-Institutes für neue Initiativen des Jahres 2000 – und gewinnt Tag für Tag neue Abonnentinnen und Abonnenten. Informatik-Professorinnen haben sie ihren Studentinnen ebenso empfohlen wie Grafikerinnen.

[www.crowmagazine.com](http://www.crowmagazine.com)

#### 4. Schlussbemerkung

Es gibt Verbesserungen für die kroatischen Frauen im Internet, wenn auch sehr langsam. Der Bedarf an Informationen über Frauenbelange ist groß und steigt offenbar noch immer. In den beinahe vier Jahren, in denen die Online-Zeitschrift CROW nun existiert, kann man die Veränderungen auch an den Zugriffen auf die Seiten dieser Homepage ablesen. Der Zähler, der hier installiert ist, zeigte anfangs ein bis zwei kroatische Besucherinnen und Besucher gegenüber Dutzenden, zuweilen sogar Hunderten von Zugriffen aus aller Welt. Zu dieser Zeit hatten nur wenige Institutionen und noch weniger Individuen in Kroatien Zugang zum Internet, und das Angebot an kroatischen Seiten war sehr gering. Im Jahr 2000 nun zeigte der Zähler erstmals deutlich mehr kroatische Besucherinnen und Besucher als ausländische. 1000 Kroatinnen und Kroaten standen jetzt 300 Interessentinnen und Interessenten aus aller Welt gegenüber. Das heißt, das Verhältnis ist inzwischen genau umgekehrt.

Wenn jedoch nicht von staatlicher Seite die Initiative ergriffen wird, wenn nicht die speziell an Frauen gerichtete Erziehung und Ermutigung zur Nutzung und Gestaltung des Netzes zum normalen Inhalt der Schulbildung und des universitären Lehrplans wird, wenn nicht Mädchen jeden Alters ständig zur Beteiligung, zum Entdecken und zum Erlernen der Techniken netzspezifischen Handelns und Wissens angehalten werden, wenn nicht die Medienkonzerne ihre Haltung zum Internet als Medium für ihre sexistischen Botschaften aufgeben,

wenn nicht mehr Frauen beginnen, den Inhalt des Internets selbst mitgestalten zu wollen, wird sich nichts oder nur sehr wenig ändern, was den Inhalt der Frauenseiten und das Verhalten der Userinnen in Kroatien betrifft. Wir laden alle europäischen Frauen, die auf dem langen Weg zur nachhaltigen Beteiligung von Frauen im Netz schon ein ganzes Stück weiter sind, ein, unsere Anstrengungen nach Kräften zu unterstützen.



Ermenegilda Uccelli-Gravone

## »Web without Worry« Stärkung der Frauenpräsenz im italienischen Internet

### 1. Einleitung

Ich freue mich, als Vertreterin für das italienische Fraueninternetprojekt *MeDea* zu dieser Konferenz aktiv beitragen zu dürfen. Unser Projekt *MeDea* will nicht nur die Präsenz von Frauen im Internet stärken, sondern auch die Informationsgesellschaft aus der Gender-Perspektive untersuchen und öffentlich darstellen. *MeDea* war zum Zeitpunkt ihrer Gründung 1996 die erste italienische Website für Frauen, und seitdem beobachten wir, wie viele Frauen das Internet zu nutzen beginnen und welche Aktivitäten sie im Netz suchen und anbieten.

[www.provincia.venezia.it/medea](http://www.provincia.venezia.it/medea)

Um den Bericht für diese Konferenz zu verfassen, haben wir beschlossen, einigen italienischen Frauenprojekten aus verschiedenen Bereichen des Internets selbst eine Stimme zu verleihen: Sie haben daraufhin ihre Aktivitäten für diesen Bericht zusammengefasst, um zusammen ein möglichst vollständiges Bild davon abzugeben, wie Frauen das italienische Internet nutzen. Nach einer kurzen Übersicht über die demografische Situation sollen also diese verschiedenen Frauenprojekte die Möglichkeit haben, sich und ihren Arbeitsbereich zu präsentieren. Wir möchten dabei besonders die positiven Erfahrungen unterstreichen, die die Präsenz und Sichtbarkeit der Frauen stärken können und werden diesen Erfahrungen in unserem Bericht den Vorzug vor der Analyse der Hindernisse beim Zugang zum Internet geben, die gleichwohl auch in Italien immer noch bestehen.

### 2. Demografische Faktoren der Internetnutzung und Nutzungsverhalten

#### 2.1. Internetzugang

Ungefähr vier Millionen italienische Frauen nutzen derzeit das Internet; damit stellen sie einen Anteil von etwa einem Drittel aller italienischen Anwenderinnen und Anwender (Nielsen *NetRatings*, März 2001). Der *Nationale Rat für Arbeit und Wirtschaft* (CNEL) hat in einer Studie zur Verbreitung des Internets in Italien festgestellt, dass ungefähr 18% aller Frauen und ca. 29% aller italienischen Männer online seien (CNEL, Juli 2001).

Selbst die präsenten Frauen nutzen das Internet nicht sehr häufig. Das Nord-Südgefälle ist stark: die meisten Online-Frauen sind zwischen 25 und 30 Jahre alt und leben im Norden und im Zentrum Italiens.

#### 2.2. Typologie der Anwenderinnen

Der Zugang der Frauen zum Internet ist immer noch stark an den Arbeitsplatz gebunden. In den großen Städten (Turin, Mailand, Florenz und Venedig) hat die Gründung von kommunalen Netzwerken und Servern jedoch vielen privaten

## ITALIEN

Haushalten kostenlosen oder günstigen Zugang zum Internet ermöglicht. Frauen haben von diesen Initiativen stark profitiert. Bisher machen Hausfrauen jedoch nur ungefähr 3% der Nutzerinnen und Nutzer aus.

21% aller Surferinnen und Surfer sind Studierende, aber auch unter ihnen sind die Männer noch immer in der Überzahl. Internetcafés gibt es vor allem im Norden Italiens, aber hier sind nicht einmal junge Frauen häufig anzutreffen. Rentnerinnen und Rentner stellen neben den Hausfrauen und Arbeitslosen den kleinsten Anteil der Internetgemeinde. In der arbeitenden Bevölkerung ist es eher die Mittelschicht, die das Internet nutzt; der Niedriglohnsektor und die Bildungselite sind gleichermaßen in der Unterzahl.

### 2.3. Nutzerinnenverhalten: vergleichsweise pragmatische Nutzung

Italienische Frauen surfen vor allem, um Informationen abzurufen und um nützliche oder günstige Serviceangebote zu nutzen. Für sie liegen die Vorteile des Internets vor allem in der Zeitersparnis, weniger in der Unterhaltung, in Spielen oder im Umhersurfen. Frauen im Alter von über 50 Jahren nutzen das Internet vor allem dann, wenn es die Kommunikation mit Töchtern oder Söhnen erleichtert und günstiger macht, die beispielsweise für die Zeit ihrer Ausbildung in fernen Ländern leben.

### 2.4. Verschiedene Dienste im Internet

Das Versenden und Empfangen von E-Mails ist die von italienischen Frauen am häufigsten genutzte Anwendung. Studentinnen haben über den Server ihrer Universität Zugang dazu, aber z.B. für Mädchen in der Schulausbildung ist dies nicht so einfach.

Die Teilnahme an und die Anzahl der Mailing-Listen steigt. Zu Beginn unserer Aktivitäten im Jahr 1996 gab es nur sehr wenige Listen, die sich mit Frauenthemen beschäftigten. Nach dem Internetboom haben sich viele Websites und Listen zur Diskussion über die Bedürfnisse und Wünsche von Frauen entwickelt, die Frauen jedoch mehr und mehr als Konsumentinnen anzusprechen suchten. Die sehr bekannte Liste *Femminismi*, die von *Il Paese delle donne online* (s.u.), und dem kritischen Frauenmagazin *Marea* gestartet wurde, erfährt große Beliebtheit und hat enorme Beteiligungsraten erreicht. Diese Liste hat auch sehr stark die Kontakte unter den verschiedenen Generationen von Frauen gefördert.

Chat Rooms werden von jungen Frauen bevorzugt genutzt. Ihnen liegt diese Art der Konversation und sie macht ihnen Spaß. Frauen über 30 Jahren engagieren sich hier in der Regel eher, um Freundinnen zu gewinnen, die ihnen die Einsamkeit vertreiben könnten. Ältere Frauen über 50 oder 60 Jahren geben an, dass sie nicht am Chatten interessiert seien und die direkte Kommunikation noch immer bevorzugten.

Die Zahl der Newsgroups nimmt noch immer zu; hier sind z.B. folgende Themen vertreten: Abtreibung, allein erziehende Mütter, Gewalt gegen Frauen, sexueller Missbrauch, politische Aktionen gegen die G8, etc.

## 3. Struktur und Inhalt des Internets aus der Geschlechterperspektive

### 3.1. Il Paese delle donne (Das Land der Frauen)

*Il Paese delle donne* entstand 1985 als Beilage der römischen Tageszeitung *Il Paese Sera*. Als diese politisch links orientierte Zeitung niedergelegt wurde, hat eine Reihe der Redakteure und Journalisten, darunter auch Marietta Pivetta, die heutige Direktorin, beschlossen, die Beilage als unabhängige Wochenzeitung weiter zu publizieren (*Il foglio del paese delle donne*).

Von Anfang an hat *Il paese delle donne* einen Bruch mit dem traditionellen »Kanon« der Kommunikation bedeutet. Die Zeitung war nicht nur ein Instru-

ment, das Frauen mit ihren eigenen Realitäten eine Stimme verleihen sollte, welche die traditionelle und auch die linke Presse für irrelevant zu halten schien, sondern sie präsentierte diese Stimmen auch ohne die Verzerrung durch journalistische Vermittlung: Hier schrieben Leserinnen von Anfang an auch selbst.

Die ursprüngliche Absicht der Redaktion war es gewesen, politische Verbindungen zu anderen italienischen Frauen und, wo immer dies trotz sprachlicher Barrieren möglich war, auch zu ausländischen Frauen zu knüpfen. Das Kapital, von dem die Zeitung zehrte, war vor allem das Netzwerk von Kontakten, das damals wie heute eine lebenswichtige Basis für unsere gemeinsame Arbeit war und ist. Möglicherweise haben die Fähigkeit und Überzeugung, ohne hierarchische Strukturen im römischen Redaktionsteam arbeiten zu können, dazu geführt, dass die Arbeit mit dem Internet uns als natürliche Ergänzung und Weiterentwicklung unserer Pressearbeit erschien.

Als ausschließlich abonnementfinanzierte Zeitung war *Il paese delle donne* angesichts hoher Druckkosten ständig vom Aussterben bedroht; da drängte sich uns die Idee auf, dass eine Internetpräsenz eine weitere und vor allem günstige Möglichkeit zur Verbreitung wäre. Die Website war für uns vergleichbar mit einer Versicherungspolice, die in harten Zeiten das Überleben sichert. Außerdem war uns die Idee sympathisch, dass das virtuelle Netzwerk mit dem echten interagieren könnte, aber ich muss gestehen, dass ich zum Zeitpunkt unseres Online-Debüts doch noch nicht so genau wusste, was auf uns zukommen würde. Es war ein Sprung ins kalte Wasser.

Im Oktober 1995 war es dann soweit: Wir waren online, in einer neuen und für uns unbekanntem Welt. Wir alle waren froh, als kurz darauf auch andere Frauenprojekte beschlossen, online aufzutreten. Ich denke hier an *MeDea* und ihre Veröffentlichung *Info@perla*, *Server donne di Bologna*, *La libreria delle donne di Firenze* und noch einige andere.

In den ersten zwei Jahren hatten wir also die Gelegenheit, uns regelmäßig mit diesen anderen Frauen zu treffen, und dieser Erfahrungsaustausch war für uns von fundamentaler Bedeutung. Leider ist dieses institutionalisierte Treffen nun eingeschlafen – nicht zuletzt aufgrund der Schwierigkeiten, die die Aufrechterhaltung einer Diskussion zwischen virtuellen »Körpern« mit sich bringt. Die »Ciccia«-Beziehungen spielen aber im politischen Bereich immer noch eine wichtige Rolle.

Mit der Zeit haben wir unsere Webpräsenz immer weiter ausgebaut, und in Verbindung mit der Registrierung eines neuen Domain-Namens haben wir begonnen, uns systematisch mit den Problemen der Kommunikation und der Arbeitsorganisation in Verbindung mit dem neuen Medium auseinander zu setzen. Unser Redaktionsteam hatte z.B. beschlossen, dem Inhalt vor der grafischen Darstellung den Vorzug zu geben. Aber im Internet war diese Art der Präsentation im Gegensatz zum Printmedium einfach unangemessen. Das wäre vielleicht vergleichbar mit der Aussendung der Fernsehsendung *I promessi sposi* als einem Lauftext. Natürlich könnte man sagen »Na und? Es ist doch immer noch *I promessi sposi*.« Aber die Art der Darstellung nutzt bei weitem nicht die Möglichkeiten, die dieses Medium für die Kommunikation bietet und die wir nicht ignorieren können.

Ein weiteres Problem war die Häufigkeit der Aktualisierung. In einer Zeit, in der Portale von großen Medienkonzernen betrieben werden, die mehr und mehr den Frauenbeilagen der italienischen Zeitungen gleichen, ist das nicht einfach: Diese Portale sehen aus wie Frauenzeitschriften mit Horoskopen, Rezepten, Mode- und Schönheitstipps, Artikeln über das Familienleben und auch ein wenig Information über Arbeit und Fitness. Die Beilage einer der größten italienischen Tageszeitungen, *la Repubblica*, heißt *Donna Moderna* und ist im Netz zu finden. Ein bekanntes Frauenportal ist z.B. *Margheritanet* von der Firma *Ciccycyber.com*.

[www.provincia.venezia.it/medea/](http://www.provincia.venezia.it/medea/)

[www.women.it](http://www.women.it)

[www.women.it/libreriafirenze/fili.htm](http://www.women.it/libreriafirenze/fili.htm)

[www.womenews.net](http://www.womenews.net)

[www.womenews.net](http://www.womenews.net)

[www.marea.it](http://www.marea.it)

[www.womenews.net](http://www.womenews.net)

[www.mondadori.com/donnamoderna](http://www.mondadori.com/donnamoderna)

[www.margherita.net](http://www.margherita.net)

## ITALIEN

Wir zweifelten, ob es angesichts der Fülle solch finanzstarker Anbieter noch Bedarf gäbe für eine elektronische Zeitschrift wie unsere. Unsere Internetpräsenz war sehr auf die Mitarbeit eines Redaktionsmitglieds angewiesen, das zufällig auch als Webdesignerin arbeitete. Fraglich war auch, wie Copyright-Restriktionen mit unserer Überzeugung zu vereinbaren wären, dass es ein universelles Recht auf Information gäbe und diese damit frei zirkulieren müsse. Und wie würde man die Telefonkosten, die Servergebühren, die Web Mistress bezahlen?

Im Jahr 1999 haben wir beschlossen, dass wir die wichtigsten Artikel der Wochenzeitung online verfügbar machen würden – oft auch entsprechend anders strukturiert als die gedruckten Artikel. Leider mussten wir auch eine Gebühr für die Online-Verfügbarkeit aller Artikel in Betracht ziehen. Während anfangs das Redaktionsteam wenig Interesse an der Seite zeigte, die hier als »Luxus« und als Anhängsel der »echten« Zeitung betrachtet wurde, haben seit dem letzten Jahr fast alle Redakteurinnen begonnen, das Netz auch für sich als Quelle zu nutzen und ihre Artikel an die Bedürfnisse der Netznutzerinnen anzupassen.

Angesichts der steigenden Nutzung des Internets durch Frauen haben wir erfahren, dass während der letzten drei Jahre das Arbeiten mit E-Mails ein Privileg sein kann, das uns die unmittelbare Kommunikation zwischen dem Redaktionsteam und den Autorinnen wie auch den Leserinnen in Italien und weltweit beachtlich erleichtert. Ich möchte Ihnen als Beispiel auch unsere Aktivitäten während des Kosovo-Krieges nennen. Unser Netzwerk umfasst nicht nur die Seiten von Frauenprojekten, die direkt mit unserer Homepage verlinkt sind und außerdem unser Konzept von Information unterstützen, sondern auch Frauenorganisationen aus der Friedensbewegung. Diese Kontakte haben uns ständig mit den vielseitigsten und aktuellsten Informationen versorgt, und die Seite hat in dieser Zeit stark an Zugriffen gewonnen. Es wäre schön, wenn die Europäische Union oder die italienische Regierung mehr Unterstützung für die elektronischen Veröffentlichungen von Frauen übrig hätten. Das Gesetz von 1981 hat schon ein wichtiges Zeichen für die finanzielle Unterstützung von demokratischen Zeitungen gesetzt, in dem es ihre sozialen Funktionen anerkannte; es mag sicher einige Monster produziert haben, aber für wenigstens ein paar Jahre hat es kleine Zeitungen gegen die großen Medienkonzerne gestärkt.

*Christina Papa, Webmistress von Womenews.net, Rom, Januar 2001.*

### 3.2. Donne Toskana, Frauennetzwerk in der Toskana

Ziel dieses Netzwerks ist es, die Präsenz der Frauen zu stärken und sie mit vor allem lokalen Informationen zu versorgen. Ein Dokumentationszentrum und die Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten Institutionen sollen die Gleichberechtigung von Männern und Frauen fördern. Die Webseite des Netzwerks informiert über Kurse, die im Umgang mit Informationen und Informationstechniken schulen und bietet Datenbanken.

*Eugenia Galatieri, fili@donne.toscana.it*

## 4. Politische Initiativen für die Stärkung der Frauen im Netz

### 4.1. MeDea

Das Projekt *MeDea* fördert die Gleichstellung der Geschlechter in den Kommunikations- und Informationstechnologien durch Kurse und Zusammenarbeit mit Institutionen und erforscht die Veränderungen, die die neue Art der Kommunikation für das Leben von Frauen mit sich bringt, um den Digital Divide möglichst zu entschärfen. *MeDea* hat eine Website ohne Copyright, um Frauen ein Forum zu eröffnen, wo sie über die digitale Gesellschaft reflektieren können.

Wir haben drei Ausgaben einer Zeitschrift über Frauen im italienischen Internet herausgegeben, um eine Brücke zwischen den engagierten jungen Frauen und den Frauen zu bauen, die von der Informationstechnik noch weit entfernt sind:

*Info@Perla 1997* hat die Ergebnisse unserer ersten Studie über italienische Frauen im Netz mit vielen journalistischen Beiträgen verbunden. *Info@Perla 1998* hat einen neuen Fragebogen veröffentlicht, der es uns ermöglichen sollte, die Forschung über die Bedeutung der Technologien für die Lebenssituationen der Frauen noch weiter zu vertiefen. Wir wollen den Weg der Online-Information mit Projekten und Aktionen von und für Frauen begleiten und ihnen helfen, über unsere Seite miteinander in Kontakt zu treten. *Info@Perla 1999*, mit dem Titel *Infoperline*, handelte davon, wie Frauen Computer nutzen. Wir organisieren auch Kurse speziell für Frauen in Zusammenarbeit mit Institutionen wie dem venezianischen Frauenzentrum, um die Präsenz der Frauen im Netz zu stärken.

*Ermenegilda Uccelli-Gravone, MeDea*

### 4.2. Server Donne – Freiheit und Unabhängigkeit in der geschlechtsspezifischen Anwendung von Informationssystemen

[www.women.it](http://www.women.it)

Nach der Einführung von neuen Möglichkeiten des Datentransfers über die neuen Kommunikations- und Informationstechnologien laufen vor allem Frauen ein beträchtliches Risiko, nach Alters-, sozialen und kulturellen Gesichtspunkten aus dieser Entwicklung ausgeschlossen zu bleiben. Wir sind deswegen davon überzeugt, dass diese Techniken nicht einfach den Regeln des Marktes überlassen bleiben dürfen, welche die ohnehin schon vorhandene Tendenz verstärken würden, Bürgerinnen nur noch als Konsumentinnen elektronischer Dienste zu sehen. Darum haben wir 1996 unser Konzept eines Frauenservers entwickelt.

Gemäß den neuesten amerikanischen Statistiken (Nielsen//*Netratings*, Juli 2001) haben in den Vereinigten Staaten die Frauen bei der Internetnutzung die Männer überholt: 52%. In den weitesten Teilen Europas sind wir dagegen immer bei Anteilen von etwa einem Drittel (*Mediametrix*, Mai 2001). Frauen werden vor allem als extensive Konsumentinnen und als Expertinnen allenfalls in Chat Rooms betrachtet. Ich möchte hier einen italienischen Journalisten zitieren, um das verzerrte und illusionäre Bild weiblichen Know-hows zu verdeutlichen, dem wir im Internet häufig begegnen:

»Das Netz ist offenbar recht weiblich: Es ist voller spaßiger junger Mädchen mit Bauchnabel-Piercing, voller schwangerer Frauen, die Kinderwagen hinterherjagen... Hausfrauen mit Schürzen fragen sich hier, ob sie es sich noch leisten können, durchsichtige Nachthemden zu tragen. »Surfen« ist allerdings angesichts dieser Entwicklung ein großes Wort. Man möchte doch lieber ganz profan von »Küstenschiffahrt« sprechen und damit eins der am tiefsten verwurzelten Klischees über Frauen bestätigen, nach dem diese weniger geneigt seien, in den großen Weiten der unbekannteren See nach den Abenteuern zu suchen, die von den Männern so heiß ersehnt sind.« (Ricci, August 2000)

Diese Analyse lässt sich durch eine schnell erstellte Typologie frauenspezifischer Internetseiten auch in Italien bestätigen, die doch stark auf den E-Commerce ausgerichtet sind. Ein Beispiel für solch kommerzielle Seiten ist die Suchmaschine *SuperEva* (»die Primadonna, die Dich durchs Netz führt«).

[www.supereva.it](http://www.supereva.it)

Aber zurück zum Konzept unseres Projekts. Die Informations- und Kommunikationstechniken müssen zum persönlichen Lernmittel und zum Instrument für die Schaffung neuer Gemeinschaften werden. Außerdem müssen Wissen und Erfahrungen von Frauen in die Gestaltung der Städte und Provinzen und ihrer politischen Ordnung einbezogen werden. Unser Projekt möchte das Konzept der »Gender Saliency« nicht nur auf den Ebenen der angebotenen Informationen und Dienste einführen, sondern auch auf der Ebene der Software und Hardware. Es gibt einen großen Unterschied zwischen den Frauenprojekten und den männlich dominierten Verhältnissen in allen Technologien und selbst in den alternativen Visionen von Telematik und Informationswelten.

Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien ermöglichen uns den effizienten und komplexen Informationsfluss zwischen Server und Nutzern

## ITALIEN

über ein Verhältnis von Server und Client, das mit niedrigen Kosten und ohne viel Personalaufwand betrieben werden kann. So kann Unabhängigkeit von großen Computerzentren oder den Redaktionsteams von großen Zeitungen, die zumindest bisher nur wenige Frauen beschäftigten, gewahrt bleiben.

Um jedoch das stille Übereinkommen innerhalb eines Kommunikationsmediums, das auf der sexistischen (Programmier-)Sprache der Neutralität beruht, zu vermeiden, müssen die neuen Informations- und Kommunikationstechniken unseren Bedürfnissen angepasst werden. Die Standardisierungsprozesse, die der Verbreitung der Technologien über die ganze Welt zugrunde liegen, haben das Problem der Geschlechterdifferenz nie angesprochen, und die verschiedenen ISO-Komitees sind noch nie auf die Idee gekommen, dass Frauenkultur einen interessanten Beitrag nicht zuletzt zur Methodologie leisten könnte. Es ist offensichtlich, dass auch noch so viele Frauenorganisationen oder -netzwerke nicht einen Markt beeinflussen können, der von den Produzenten der Hardware und der Sprache beherrscht wird. Diese Frauengruppen können den Markt aber auf der Ebene der Software beeinflussen, indem sie angemessene Schnittstellen zu Programmen und Projekten bieten können, die von der Geschlechterdifferenz »markiert« sind.

Diese Idee der demokratischen Vernetzung ist immer noch relevant, auch wenn der Idealismus, mit dem sie von manchen Technik-Enthusiasten immer noch verfolgt wird, wohl illusorisch ist. Frauennetzwerke, NGOs, Jugendzentren, soziale Bewegungen können jedoch – mit anderen Themen – an der doppelten Demokratisierung, der doppelten Souveränität des virtuellen Raums innerhalb der Öffentlichkeit arbeiten, die wir »Teledemokratie« nennen.

Während des Internetbooms von 1995–1996 war die Stadt Bologna die erste europäische Stadt – und die einzige, wie die Internetchroniken berichten –, die ein Bürgernetzwerk, einen Server für alle Bürger einrichtete. Sobald die Stadtverwaltung ihren Server hatte, hatten auch die Frauen der Stadt ihren Rechner, den sie in eigener Regie und vollständiger politischer Unabhängigkeit betreiben konnten. Aber neben den »Visionen« und der theoretischen Ebene, die ein wichtigerer Faktor ist, als man zunächst meinen könnte, bleibt die praktische Verwirklichung der unmittelbaren Idee; die Ebene der Machbarkeit für unser Projekt ein besonders wichtiger Punkt.

Von 1995 bis heute haben wir in zwei Richtungen gearbeitet: an der Schaffung eines tatsächlichen Informationssystems, also des *Servers Donne* und an der Errichtung eines Frauenzentrums für Informationstechnologien (Informations- und Telematiklabor). In diesem Labor haben wir eine Art technische Brücke zwischen dem Personal des CDD (des Frauendokumentationszentrums) und der Bibliothek geschaffen, um das technische Management für das Internetcafé und das CDD- und Bibliotheks-Rechenzentrum (dort stehen zehn ständig öffentlich zugängliche Internet-Computer-Terminals) aufbauen zu können. Hier gibt es Computer- und Internetkurse (dafür wird das Café zum Klassenzimmer) und technischen Rat für Frauen, die einen Zugang über Modem installieren wollen. Verschiedenste technische Probleme werden hier gelöst, Systemoperationen werden am Server vorgenommen und Frauengruppen und -netzwerke können Texte und Informationen im Internet veröffentlichen.

Ein Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen Frauen in der Politik und Frauen mit technischen und informationellen Kompetenzen ist der inzwischen ermöglichte Zugang zu Internetkommunikationsdiensten, die für Frauenprojekte auf der ganzen Welt nutzbar sind. Die CDD/Library wird von der Frauenorganisation *Orlando* betrieben, unter deren Mitgliedern viele italienische Politikerinnen, Akademikerinnen und Aktivistinnen der verschiedensten nationalen und internationalen politischen Gruppierungen sind. Dadurch konnten wir ein Gender-Portal errichten, das Kommunikationsdienste, Informationsflüsse, Archive und Datenbanken versammelt, die in antisexistischer Sprache arbeiten.

Diese Sprache kann nicht neutral sein, sie muss unserer Subjektivität entsprechen. Der Inhalt dieser Sprache ist Ausdruck eines größeren politischen Projekts, das dem neuen Informationsinstrument Sinn und Bedeutung geben soll.

*Marzia Vaccari, Server Donne, Bologna*

## 5. Eine kommerzielle Seite von und für Frauen

### 5.1. *dol's* – Die Seite für Online-Frauen

[www.dols.net](http://www.dols.net)

*dol's*, ein virtueller Marktplatz, auf dem internetinteressierte Frauen Erwartungen, Erfahrungen, Zweifel und Gedanken teilen können, ist seit Mai 1999 online. *dol's*, »die Seite, die Frauen im italienischen Web suchen«, ist von vier Frauen zwischen 27 und 50 Jahren gegründet worden. Giuliana Isola, Caterina Della Torre, Bettina Jacomini und Giovanna Fusé Morisetti haben sich Folgendes zum Ziel gesetzt:

1. die Präsenz von Frauen im Internet zu fördern;
2. Frauenarbeit im IT-Bereich aufzuwerten und sichtbar zu machen: von Managern über E-Commerce-Start-ups bis zu Webdesignerinnen, und
3. den sozialen Aspekt des Internets durch den direkten Kontakt von Mensch zu Mensch zu unterstreichen.

Wir haben mit pragmatischer Orientierung, aber offen gegenüber allen Anregungen die Explosion des Internets in den letzten Jahren beobachtet und uns zur Aufgabe gemacht, dem zunehmenden Bedarf an Information, den Frauen in Bezug auf die New Economy und die neuen Berufsbilder ausdrückten, entgegenzukommen. Vor allem junge Frauen in Kleinstädten und über 40-Jährige, die sich weiterbilden oder umschulen wollten, haben unsere Informationen nachgefragt.

*dol's* ist in einer Gemeinschaft professioneller Frauen entstanden, die ihre Aktivitäten mehr und mehr ausweiten konnten. Wir aktualisieren unsere Seiten wöchentlich, geben online Ratschläge, bieten offline Kurse und Rabatte für die Kurse befreundeter Institutionen an. Ein Newsletter kann abonniert werden, Frauen können sich in eine Mailing-Liste eintragen und einer Community beitreten. Wir haben in Zusammenarbeit mit der italienischen Tageszeitung *Corriere della sera* und der wichtigsten italienischen Technik-Messe (*Smau*) Online-Forschung über Frauen, Arbeit und neue Technologien betrieben. Arbeit und Bildung bilden immer noch den thematischen Kern unserer Seiten, aber wir haben inzwischen auch weitere Themengebiete erschlossen: Recht, Finanzen, Gesellschaft, Kultur, Ernährung und Psychologie.

In Italien wächst die Online-Gemeinde noch immer. Aber große Konzerne investieren viel in Online-Werbung, und kommerzielle Portale sind vor allem für unerfahrene Surfer meist die ersten und oft auch die letzten Seiten, die sie besuchen. Dadurch entstehen stark monopolisierte Angebotsstrukturen. In diesem Kontext und nach zwei Jahren großartiger Feedbacks mussten wir die Kooperation mit anderen Seiten suchen. Wir haben ein kleines Unternehmen gegründet (*donnonline srl*), um die Potenz unserer Seiten weiterentwickeln zu können; dies soll vor allem durch die Platzierung von Werbung und andere Marketing-Aktivitäten finanziert werden. Das Ziel ist, weitere Dienste für italienische Online-Frauen anbieten zu können.

### 5.2. Frauen und New Economy in Italien

Die letzte unserer Studien vom Oktober 2000 (zu bestellen bei [dols@dols.it](mailto:dols@dols.it) oder einzelne Daten auch unter [www.dols.net/def/lavoro/Smaudonnerslt.asp](http://www.dols.net/def/lavoro/Smaudonnerslt.asp)) hat die generellen Eindrücke bestätigt, die wir in zwei Jahren Erfahrung mit unseren Seiten gesammelt haben:

[www.dols.net/def/lavoro/Smaudonnerslt.asp](http://www.dols.net/def/lavoro/Smaudonnerslt.asp)

Italienische Frauen im Internet (von denen 74% jünger als 40 Jahre sind) betrachten die New Economy als gute Möglichkeit, sich im Beruf zu professionalisieren und zu verwirklichen. Sie glauben, dass sie hier mit mehr Chancen und weniger Hindernissen konfrontiert sind. Jedenfalls bis heute. Weniger hierarchische Strukturen in einem Sektor, in dem es noch viel zu erfinden und zu entdecken gibt, machen es

## ITALIEN

Frauen leichter, sich zu engagieren. Nicht selten hört man Kommentare wie »New Economy ist ein neutraleres Feld für uns«. Und tatsächlich:

— Viele Frauen sind weiterhin enthusiastisch, neugierig und zufrieden mit ihrem Job.

— Sie schätzen die Flexibilität, die Teamarbeit und die Kreativität, die hier verlangt wird.

— 80% aller Frauen in diesem Sektor halten ihre berufliche Entwicklung für stabil. Andererseits gibt es auch Beschwerden über stressige Zeitpläne, Überstunden und die hohen Ansprüche an das Engagement, die in Unternehmen der New Economy verlangt werden (dies wird indirekt dadurch bestätigt, dass 61% dieser Frauen keine Kinder haben und 37% finden, dass die Familie das größte Hindernis in diesem Feld ist: Vergessen Sie nicht, dass wir in Italien sind und es hier praktisch keine Unterstützung für arbeitende Mütter gibt). Außerdem wird über Ignoranz gegenüber den beruflichen Erfahrungen aus anderen Bereichen geklagt. Wir sind der Meinung, dass es noch mehr Faktoren gibt, die den Zugang und die gleichberechtigte Beteiligung der Frauen an der New Economy erschweren:

#### 1. Zugang zu Bildung

Die Vielfalt der Weiterbildungsmöglichkeiten ist zwar inzwischen groß, aber die Orientierung ist vor allem für Frauen vom Land oder aus kleinen Städten schwierig. Wenige Kurse sind wirklich auf die Bedürfnisse von Frauen zugeschnitten, die je nach Lebenssituation und -planung, Beruf und Qualifikation sehr unterschiedliche Kompetenzen für den Beruf und/oder die Organisation des privaten Lebens brauchen.

#### 2. Finanzielle Probleme

Die Möglichkeit, sich im Bereich der New Economy selbstständig zu machen, ist für Frauen noch immer mit mehr Schwierigkeiten verbunden als für Männer. Es ist nicht leicht, finanzielle, konzeptuelle und ideelle Unterstützung für eine Unternehmensgründung zu finden. Private Inkubatoren<sup>1</sup> und Investoren sind oft nur an sehr großen und technisch ambitionierten Projekten interessiert. Öffentlich unterstützte Venture-Capital-Initiativen sind in diesem Sektor Frauen gegenüber aufgeschlossener, aber oft noch mit unzureichender Expertise ausgestattet. Keine dieser Einrichtungen ist bisher speziell auf die Unterstützung von Frauen ausgerichtet, soweit wir den italienischen Venture-Capital-Markt überblicken.

#### 3. Sozialisation und Frauenbild

Es gibt bei einer großen Anzahl Frauen noch immer starke, mit der Eigenwahrnehmung verbundene, psychologische Barrieren, die einer Unternehmensgründung im Wege stehen: Dies betrifft vor allem die Unterschätzung der eigenen Kompetenzen und Durchsetzungskraft. Viele Frauen warten immer noch darauf, dass Hilfe vom Himmel fällt, anstatt die Zügel selbst in die Hand zu nehmen: »Unternehmergeist« will geübt sein.

Der italienische Arbeitsmarkt ist jedoch stark in Bewegung. Vor einem Jahr gab es einen großen Mangel an Arbeitskräften mit IT-Kompetenzen, sodass es keine starke Selektion für spezifischere Kompetenzen gab.

Heute ist der große Boom der »reinen« Internetunternehmen vorbei und wir nehmen an, dass der größere Teil des Arbeitsmarktes weiterhin von Unternehmen der »Old Economy« rekrutiert wird, die einen Teil ihrer Aktivitäten über das Web vermitteln werden: Die gefragten Bewerbungsprofile werden sich verändern, und »Old Requirement« wird wieder in den Vordergrund treten. Besonders die Erfahrungen in Management-Tätigkeiten werden wieder ins Blickfeld rücken. Das wird die Chancen von Frauen vermutlich wieder reduzieren.

Um dieses neu-alte Hindernis zu überwinden, ist es unserer Ansicht nach unerlässlich, spezielle Lehrpläne zu entwickeln, die verschiedene Kompetenzen miteinander verbinden: beispielsweise Technik, Management und Logistik (oder E-Commerce, Web Publishing, etc.). Das Ziel wäre, »einzigartige« Kombi-

nationen von Know-how zu entwickeln, die Frauen mit weniger linearen Lebensläufen eine bessere Position in Konkurrenz zu denen zu geben, die schon »zwei oder drei Jahre Management-Erfahrung« bieten können. Wir brauchen Bildungsprogramme, die verschiedene dieser Aspekte integrieren. Während wir auf politische Entscheidungen und Implementierungen warten, müssen wir uns diese Lehrpläne selbst aufstellen, indem wir unsere »Bildungslöcher« selbst entdecken und auffüllen.

*Caterina della Torre, dol's*

## 6. Schlussbemerkung

Die hier dargestellten Projekte geben einen Eindruck von den politischen Aktivitäten italienischer Frauenorganisationen und -projekte, die helfen sollen, die Präsenz der Frauen im italienischsprachigen Internet zu stärken und Frauen zu helfen, nicht nur Konsumentinnen von Internetdiensten und -informationen zu sein, sondern zu Protagonistinnen der Informationsgesellschaft zu werden.

## Literatur

**ACNielsen (2001):** Nielsen//Net Ratings CNEL (Consiglio Nazionale dell' Economia e del lavoro) (2001): Internet: collegato un italiano su quattro. Presseerklärung vom 3. Juli 2001, [www.cnel.it/rassegna/body\\_rass125.html](http://www.cnel.it/rassegna/body_rass125.html).

**dol's (2000):** Donne nella new economy – un sondaggio italiano, Oktober 2000 [www.dols.net/def/lavoro/Smaudonnerst.asp](http://www.dols.net/def/lavoro/Smaudonnerst.asp).

**Mediamatrix/Jupiter Online (2001):** <http://it.jupitermmxi.com/home.jsp>.

**Ricci, Maurizio (2000):** Adesso Internet è donna: sorpasso delle navigatrici. *la Repubblica*. 11.08.2000

<sup>1</sup> Kommerzielle »Brutkästen«, in denen Gründerfirmen durch Unterstützung in der Infrastruktur auf die Beine kommen sollen, bevor sie sich im Markt bewähren müssen.



Dr. Sophia Huyer

## Women on the Web

Ein globaler Überblick

In diesem Vortrag möchte ich einen Überblick über die globale Situation der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien durch Frauen bieten und dabei einen Schwerpunkt auf Internet- und WWW-Zugang legen. Ich möchte mit den Zugangsstatistiken in verschiedenen Regionen beginnen; dort, wo es möglich ist, mit geschlechtsspezifischen Zahlen. Daran schließt sich die Frage an, auf welche Weise die Frauen, die über einen Internetzugang verfügen, diesen nutzen. Welches sind ihre Interessen und was finden sie vor? Schließlich soll in einem letzten Schritt die Frage nach einem »frauenfreundlichen« Internet gestellt werden, bevor einige Empfehlungen aus internationalen Dokumenten zur politischen Steuerung der Informations- und Kommunikationstechnologien diskutiert werden.

Das Internet ist das sich am schnellsten verbreitende Kommunikationsmedium der Geschichte. Im November 2000 hatten 407,1 Millionen Menschen Zugang zum Netz, während es 1999 noch 201 Millionen und im Jahre 1997 nur 76 Millionen waren. Über 33% der Internetnutzerinnen und -nutzer weltweit wohnen in den USA, Japan, der Bundesrepublik Deutschland und Kanada, und wenn man Südkorea, China und Taiwan hinzunimmt, hat man beinahe 70% der internetnutzenden Weltbevölkerung erfasst.

Im Jahr 2000 war Afrika, das 13% der Weltbevölkerung stellt, mit einem Anteil von weniger als 1% (3.1 Millionen) in der Online-Weltbevölkerung vertreten. 93% aller Nutzerinnen und Nutzer zählen zu den reichsten 20% in der Welt, während nur 0,2% zur Fraktion der ärmsten zählt. Die Begriffe »reich« und »arm« bemessen sich an Einkommensgruppen in Nord und Süd, das heißt, die Reichen in den Entwicklungsländern gehören zu der Gruppe mit den meisten Zugängen, während die Ärmsten im Norden zu der mit den wenigsten gehören (NUA Surveys; Unifem 2000, Tabelle 1).

Das niedrige Niveau der Kommunikations-Infrastruktur in Entwicklungsländern ist ein starkes Hindernis für die Nutzung der Informationstechnologien in diesem großen Teil der Welt, z.B. in Südasien und in Afrika südlich der Sahara gibt es durchschnittlich ungefähr eineinhalb Telefonleitungen für 100 Menschen; in den USA sind es 64. In Südamerika haben 17,3% der Bevölkerung Zugang zu einer Telefonverbindung, in den USA sind es 80%.

Der Zugang zum PC ist ähnlich ungleich verteilt. 1999 waren in unterentwickelten Regionen auf der ganzen Welt durchschnittlich 12 Computer pro 1000 Menschen vorhanden, während in Nordamerika 388 von Tausend einen Computer hatten; in Europa waren es 204 (Unifem 2000; Nua, 2001).

Wir beginnen also die Diskussion mit der Beobachtung, dass die am wenigsten entwickelten Länder in der Entwicklung der Informationsgesell-

[www.nua.ie/surveys/how\\_many\\_online/index.html](http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html)

Region	Nutzerinnen und Nutzer
Afrika	3,11 Millionen
Asien/Pazifik	104,88 Millionen
Europa	113,14 Millionen
Mittlerer Osten	2,4 Millionen
Nordamerika	167,12 Millionen
Lateinamerika	16,45 Millionen

Tabelle 1: Internetnutzung weltweit nach Regionen. Quelle: Nua/Unifem 2000

### KANADA

schaft ebenso außen vor bleiben wie in anderen Bereichen. Wenn wir die Frauen ins Spiel bringen, werden die Ungleichheiten noch drastischer. Frauen machen in den meisten Regionen weit weniger als die Hälfte der Anwenderinnen und -anwender des Internets aus, nur in den USA und in Kanada beginnen Frauen die Männer in Sachen Internetzugang zu überholen. Die Tendenz ist jedoch auch in den europäischen Ländern und sogar in den Entwicklungsländern stark steigend.

Diese Zahlen jedoch können leicht missverstanden werden, denn sie reflektieren natürlich weder die Quantität noch die Qualität der Internetnutzung von Frauen, z.B. nutzen Männer das Internet meist häufiger und länger. Frauen hingegen verfügen oft über niedrigere Übertragungsraten, und Studien über die Nutzung von öffentlichen Zugängen in Bibliotheken oder anderen öffentlichen Einrichtungen haben gezeigt, dass es viele unbeantwortete Fragen über den Zugang von Frauen zu öffentlichen Orten gibt.

Denise Osted z.B. hat in ihrem Artikel *Getting Women Online: Experience* (2000) gezeigt, dass der Begriff »Zugang« in der Internetforschung nicht immer gleich definiert wird. Was bedeutet Zugang? Örtliche Nähe zu einem Zugang? Oder Zugang im Haushalt? Einige kanadische Studien, stellt sie fest, gehen davon aus, dass Frauen »Zugang« zum Netz haben, wenn sie in der Nähe einer öffentlichen Bibliothek wohnen, die einen Internetanschluss bietet, ob sie nun von dem Computer wissen oder nicht.

Osteds Ansicht nach sollen Studien über Internetzugang weitere Fragen beantworten. Wenn es einen Computer im Haushalt gibt, ist es interessant zu wissen, ob und in welchem Maß männliche Bewohner des Haushaltes dessen Nutzung dominieren, und wie lange Mädchen und Frauen ihn im Vergleich zu Jungen und Männern nutzen. Inwieweit können Frauen und Mädchen Computer und Internet bedienen? Wissen Frauen um öffentliche Computerzugänge in ihrer Nähe? Gibt es ein entsprechendes Kursangebot und inwieweit haben sie Zeit und Mittel, um dieses wahrzunehmen? Wie häufig und wie lange sind die öffentlichen Computer belegt? Wie hoch ist der Anteil der Frauen und Mädchen an ihrer Nutzung und wie lange nutzen sie im Gegensatz zu Männern und Jungen diese Zugänge (Osted, 2000)?

Ellen Balka hat in einer noch nicht veröffentlichten Studie die Internetzugänge der Vancouver Public Library untersucht. Zwei Drittel der Nutzerinnen und Nutzer sind männlich, stellt sie fest, und die meisten nutzen sie für Unterhaltungszwecke: Spielen, Chatten und E-Mails. Bei Untersuchungen öffentlicher Zugänge muss jedoch beachtet werden, dass die Nutzung des Internets durch die Unmöglichkeit des Speicherns sowie des Abrufens persönlicher Informationen an einem öffentlichen Ort stark beeinflusst wird. Außerdem sind die Nutzerinnen und Nutzer in der Dauer des Surfens durch Regelungen oder Druck von Wartenden eingeschränkt.

Manche Frauen fürchten vielleicht auch im Haushalt Repressalien (z.B. könnte ein Ehemann leicht entdecken, dass sich seine Frau oder Tochter über Gewalt gegen Frauen informiert hat). Hier ist zu überlegen, an welchen Orten am ehesten z.B. persönliche Nachrichten unbeobachtet geschrieben werden können. Die Frage nach der Sicherheit ist für viele Frauen sehr wichtig, nicht nur in Bezug auf Online-Shopping und die Bestellung von Produkten, sondern auch, wenn es um E-Mail-Nachrichten oder auch andere Formen von Informationen im WWW geht.

### 1. Zugangsstatistiken

Frauen stellen 36% aller Nutzerinnen und Nutzer in Europa; diese Zahlen zeigen jedoch beträchtliche Differenzen zwischen Osteuropa und Westeuropa und zwischen den einzelnen Ländern.

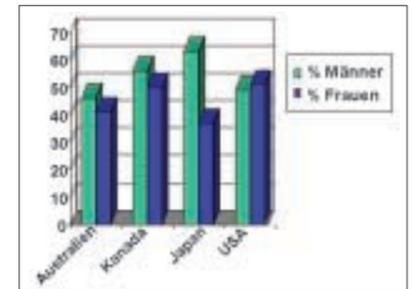


Tabelle 2: Internetzugang nach Geschlecht in Nordamerika, Japan und Australien. Quelle: Eigene Zusammenstellung versch. Quellen

## KANADA

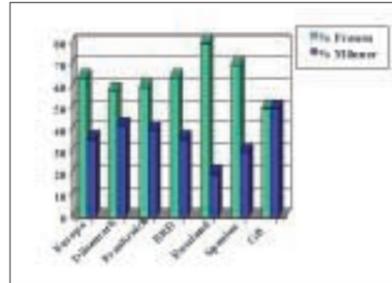


Tabelle 3: Frauen- und Männer mit Internetzugang in Europa. Eigene Zusammenstellung

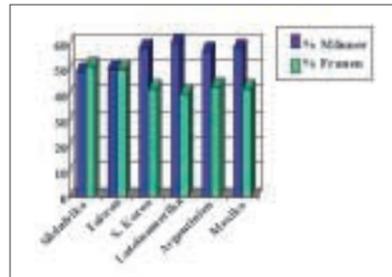


Tabelle 4: Frauen- und Männeranteile unter den Internetnutzenden in einzelnen Entwicklungsländern. Eigene Zusammenstellung

## Europa

36% aller Internetnutzerinnen und -nutzer in Europa sind Frauen. (Tabelle 3)

## Entwicklungsländer

Frauen in Entwicklungsländern sind doppelt benachteiligt. Eines der so genannten »Best Case-Beispiele« für den Internetzugang von Frauen im Süden sind die Philippinen, wo 51% aller Nutzerinnen und Nutzer Frauen sind – allerdings hat weniger als 1% der Gesamtbevölkerung Zugang zum Netz. In vielen Regionen ist es ähnlich. In Tabelle 4 sind Statistiken der Länder, für die Daten erhältlich sind.

## Nutzerverhalten

In Indien sind von einer Milliarde Menschen eine Million online. Es gibt 4,3 Millionen PCs und 26 Millionen Festnetz-Telefonleitungen. 40% der Bevölkerung sind Analphabeten. 77% derjenigen, die über einen Internetanschluss verfügen, sind junge, wohlhabende Männer. Die Frauen nutzen eher einen Zugang über eine Bildungsinstitution oder ihren Arbeitsplatz (meist Forschungsinstitute), oder die wohlhabenden nutzen den Zugang ihres Ehemanns im Haushalt. Eine Studie von Unifem (2000) hat herausgearbeitet, dass nur drei von fünf etablierten Frauenorganisationen in Indien über einen Internetanschluss verfügen; eine dieser Organisationen hatte nicht einmal einen Computer. In Südafrika haben ca. 4–5% der Bevölkerung Zugang zum Internet; darunter sehr viele Weiße. In vielen anderen Teilen Afrikas liegt der Prozentsatz der Nutzerinnen und Nutzer bei null.

In Asien nutzen Frauen das Internet vor allem für geschäftliche Zwecke – hier führen Frauen ca. 35% der kleinen und mittleren Unternehmen. Aber außer in Taiwan, Korea und China (siehe oben: Diagramm zu den Entwicklungsländern) haben sehr wenige Frauen Zugang zum Internet, z.B. haben nur 12% der 15.000 Mitglieder der indonesischen Businesswomen's Organisation einen E-Mail Account.

## 2. Hindernisse der Internetnutzung

Niedrige Zugangsraten zu Informations- und Kommunikationstechniken werden von einer Reihe Faktoren beeinflusst, die von soziokulturellen Einstellungen zum Verhältnis der Frauen zu Technologien, über Kosten und bis zur Struktur technologischer Zusammenhänge reichen. Patricia Stamp nennt in ihrem Buch *Technology, Gender and Power in Africa* (1989) eine Reihe gängiger Annahmen, die den Prozess und die Implementierung von technologischen Neuerungen für die Entwicklungszusammenarbeit betreffen:

- Regierungen und Agenturen für die Entwicklungszusammenarbeit tendieren dazu, Technologien als etwas Neutrales, als wertfreie Werkzeuge zu betrachten, ohne soziale, ökonomische und ökologische Effekte dieser Technologie zu antizipieren.
- Oft wird angenommen, dass die Etablierung neuer Technologien zwangsläufig der Entwicklung nützt.
- Das Verhältnis von Frauen zu Technologien wird meist schlicht ignoriert.
- Der ungleiche Zugang von Frauen zu den Ressourcen der Entwicklungsarbeit inklusive Informationen, Bildungsmaßnahmen und Krediten wird ebenfalls übersehen (Stamp, 1991).

Außerdem trifft man nicht selten auf die Einstellung, dass die Existenz der Technologie selbst ausreichend sei, um die Menschen voranzubringen.

Ellen Balka hat in ihrer Studie an der *Vancouver Public Library* ein Vorhaben der kanadischen Regierung untersucht, nach dem in allen öffentlichen Bibliotheken in Kanada Computer-Terminals und ein Internetanschluss bereitgestellt

werden sollen, um »allen Kanadiern den Internetzugang über unsere öffentlichen Bibliotheken zu ermöglichen und um die Internetnutzung in Bibliotheken für Lebenslanges Lernen, die Gemeinschaft und den wirtschaftlichen Fortschritt nutzbar zu machen« (*Canada's SchoolNet, 1999, 1–2*).

Es gibt jedoch weder Computer- und Internetkurse noch im Computer installierte Informationen und Hilfen, um diesen Zielen gerecht zu werden, sodass die Computer schließlich, wie schon erwähnt, meist von Jungen und Männern für Spiele, zum Chatten und zum Versenden und Empfangen von E-Mails genutzt werden (Balka, erscheint in Kürze). Diese Annahmen sind symptomatisch für die Implementationsprozesse von neuen Informations- und Kommunikationstechniken insgesamt.

Zusätzlich zum Ausbildungsbedarf in der Nutzung von Computern und Internet versteht sich, dass man den Zugang der Frauen zu Computern nicht einfach so erwarten darf, wenn keine gender-sensiblen Ansätze in der Einführung dieser Technologien verfolgt werden. Eine Reihe von Barrieren für die Nutzung der Technologien folgt aus solchen falschen Annahmen im Rahmen der Implementierung Neuer Medien und Technologien. Frauen sind überall und immer mehr von Analphabetismus und mangelnden Kenntnissen im Umgang mit Computern betroffen als Männer. Mädchen wählen deutlich weniger und seltener Mathematik- und Informatikkurse als Jungen.

Analphabetismus ist, global gesehen, die Hauptbarriere für den Zugang zu Informations- und Kommunikationstechniken. Frauen stellen 64% der insgesamt 867 Millionen Analphabeten auf der ganzen Welt, und es ist nicht anzunehmen, dass dieser Anteil und die Zahlen zum Analphabetismus insgesamt sinken werden. Jede zweite Frau in Entwicklungsländern kann nicht lesen, und zwei Drittel der Mädchen haben nicht einmal Zugang zu einer schulischen Grundbildung. Außerdem schränken soziokulturelle Barrieren die Ausbildung von Mädchen und Frauen in Naturwissenschaften, Mathematik und Technik stark ein und versperren nicht nur den Weg in die damit verbundenen Branchen und Berufe, sondern auch zur Nutzung dieser Techniken überhaupt.

Weitere Probleme:

- Probleme der Infrastruktur: Elektrizitäts- und Telefonleitungen sind oft nicht stabil.
- Fehlendes Kursangebot: zu hohe Kosten, zu weite Distanz und Zeit- sowie kulturelle Probleme verhindern die Teilnahme an Kursen für den Umgang mit den Technologien. Frauen haben im Allgemeinen weniger Geld zur eigenen Verfügung als Männer. Ihre reproduktiven und produktiven Tätigkeiten erlauben ihnen oft keine weiteren Reisen. In einigen Kulturen dürfen Frauen den Haushalt nicht verlassen. Manchen Frauen ist auch der Kontakt mit Männern, mit denen sie nicht verwandt oder verschwägert sind, nicht gestattet.
- Oft fehlt die technische Unterstützung für Reparatur und Wartung der Geräte – dies ist ein gängiges Problem der technischen Zusammenarbeit mit Entwicklungsländern. Außerdem tendieren die Wartungs- und Reparaturkosten bei Informations- und Kommunikationstechniken in Entwicklungsländern oft zu unerschwinglichen Ausmaßen.
- Englisch ist noch immer die dominierende Sprache im Internet; Chinesisch wird vermutlich ab 2005 die verbreitetste Sprache im Internet sein. Informationen in lokaler Sprache sind sehr knapp, also sind Sprachkenntnisse ebenfalls eine wichtige Voraussetzung im Umgang mit dem Netz. (Tabelle 5)
- Frauen haben aufgrund ihrer produktiven, reproduktiven und Gemeinschaftsaufgaben oft weniger Zeit zur freien Verfügung als Männer; und diese Zeit wird mit der schleichenden Umweltzerstörung und zunehmenden Aufgaben vom Staat in die Familie noch knapper. In ihrem Interesse sind also die Möglichkeiten zur Vereinfachung des täglichen Lebens und ihrer Verantwortlichkeiten durch diese Techniken. Frauen brauchen praktische und

Die meistverwendeten Sprachen im Internet	%
Englisch	68,39
(Englisch im Jahr 2000)	(95,00)
Japanisch	5,85
Deutsch	5,77
Französisch	2,96
Spanisch	2,42
Russisch	1,88

Tabelle 5: Die am häufigsten verwendeten Sprachen im Internet. Quelle: CyberAtlas, Juli 2000

## KANADA

einfache Informationen, die ihren Interessen, ihren Verantwortlichkeiten und Bedürfnissen entgegenkommen.

— Oft überschreiten die Kosten von Telefonleitungen und anderen nötigen Anschaffungen den Rahmen des Möglichen.

— In vielen Kulturen im Norden und im Süden werden Frauen als weniger begabt im Umgang mit technischen Geräten betrachtet. Technische Zusammenarbeit richtet sich oft ausschließlich an Männer und übersieht die Perspektiven und Bedürfnisse von Frauen; damit werden soziokulturelle Annahmen der Unfähigkeit von Frauen mit Technik umzugehen noch bestätigt.

Neben geschlechtsspezifischen Ausschlussgründen gibt es aber auch noch andere, z.B. demografische Exklusionsfaktoren für die Nutzung des Internets, die auch Frauen treffen können. Hier kommen vor allem ethnische und ökonomische Faktoren in Betracht.

In den USA ist zu beobachten, dass Schwarze und Lateinamerikaner grundsätzlich seltener über Zugang zum Internet verfügen können. Im Vergleich zu 50% in der US-Gesamtbevölkerung haben 44% der aus Südamerika stammenden und nur 36% der schwarzen Bevölkerungsteile Zugang zum Netz. In Kanada haben nur wenige Ureinwohner Zugang, und vor allem in Südafrika sind die Nutzerinnen und Nutzer vorwiegend weiß.

Das Einkommensniveau ist nicht nur in den USA ein noch wichtigerer Faktor zur Erklärung der Verteilung von Internetzugängen als ethnische Zugehörigkeit oder Alter. Ein Fünftel der US-Bevölkerung lebt in Haushalten mit einem Einkommen unter 15.000 Dollar. Man erwartet, dass bis 2005 weniger als die Hälfte dieser Haushalte online sein wird, in Zahlen sind das ca. 3 Millionen. Zum Vergleich: 15 Millionen Haushalte mit Einkommen über 75.000 Dollar werden Schätzungen zufolge in diesem Zeitraum Zugang zum Internet bekommen. In Entwicklungsländern sind Nutzerinnen und Nutzer ganz überwiegend gebildete Eliten in Großstädten.

### 3. Wie nutzen Frauen das Internet?

Wenn wir betrachten, auf welche Weise Frauen surfen, müssen wir eine Unterscheidung zwischen Informationstechnologien und Information treffen. Das bedeutet, dass wir zwischen Technik und Hardware auf der einen Seite und der Information auf der anderen Seite unterscheiden müssen, die über diese Techniken produziert und verbreitet wird. Dieses Wissen sollte in beide Richtungen für Frauen nutzbar gemacht werden: Frauen sollten Zugang zu der von ihnen benötigten und gewünschten Information haben können; gleichzeitig sollten sie eine gleichberechtigte Rolle bei der Bereitstellung von inhaltlichem Angebot und technischem Design spielen.

Wie die Arbeitsgruppe *Gender und Information* des in Kanada angesiedelten *Internationalen Zentrums für Entwicklungsforschung* (IDRC) der Gender-Arbeitsgruppe des *UN-Kommissariats für Wissenschaft und Technik* (UNCSTD) berichtete, ist noch wenig Forschungsmaterial über die Informationsbedürfnisse der Menschen in Entwicklungsländern und ihre Erfüllung erhältlich. Dies ist eine bedeutende Forschungslücke, denn das Feld der Information und Kommunikation erfährt innerhalb von Wissenschaft und Technik eine weiterhin zunehmende Bedeutung und wird in der Entwicklungszusammenarbeit sicher mehr und mehr die Bildungspolitik dominieren sowie zur Schaffung von Lern-, Interaktions- und Partizipationsgemeinschaften im kommunalen, nationalen und internationalen Rahmen beitragen.

Die Arbeitsgruppe hat zwei kritische Fragen gestellt: Die erste war die nach der Art der Information, das heißt zu welchen Themen Information zugänglich ist, auf welche Weise sie zugänglich ist und welches ihre geschlechtsspezifischen

Merkmale und Effekte sind. Die zweite kritische Frage war die nach dem Prozess der Informationstechnologie oder nach der Art und Weise des Zugangs zu diesen Techniken, das heißt, wie leicht sie zu bedienen sind, und wie sehr ihre Einführung von Beratungen und Policy-Prozessen begleitet sind oder waren. Wurden die Techniken in einem technologie-dominierten oder einem konsultativen Prozess eingeführt (*Gender Information Working Group*, 1995)?

Dies im Hinterkopf, können wir unsere Definition von Informationstechnologien erweitern, z.B. ist das Radio ebenfalls eine wichtige Informationstechnologie für Frauen. Das *Radio for Development* in Zimbabwe zeichnet Dorfgemeinschaftsversammlungen von Frauen auf, in denen über lokale Fragen und Probleme diskutiert wird. Diese Versammlungen werden über das nationale Radio übertragen und haben den Einfluss der Frauen auf lokale und nationale Politik deutlich verbessert. Mit Solarenergie betriebene oder Kurbelradios sind eine Revolution der Technik – über zwei Millionen dieser Radios existieren in Afrika und versorgen viele Kommunen mit Informationen, die über keine verlässliche Stromversorgung verfügen (Sibanda, 2000). 1993 haben 48% der ländlichen Bevölkerung Zugang zu einem Radio gehabt, aber nur 3,4% hatten einen Fernseher (Khasiani, 1999).

Mobilfunktelefone werden in Bangladesh von der Grameen Bank an Dorffrauen verleast, die als lokale Telefonanbieterinnen zu arbeiten bereit sind. Sie verleihen das Telefon an alle Bewohnerinnen und Bewohner des Dorfes, ermöglichen die Nutzung von Short Message Services (SMS) und bieten die Möglichkeit, über dieses Telefon erreichbar zu sein. Später sollen Telefax, E-Mail und andere Dienste auf diese Weise zugänglich gemacht werden. Dadurch verdienen die Frauen ein Einkommen, gewinnen deutlich an Status im Dorf und verbessern den Zugang zu Informationen für das gesamte Dorf.

Dort, wo in Entwicklungsländern Internetzugang besteht, wird er vor allem für das Versenden und Empfangen von E-Mails genutzt. Der Zugang zum WWW ist in aller Regel auf Regierungen, Forschungsinstitute und andere große Organisationen und Unternehmen beschränkt. Nur sehr wenige Frauen haben am Arbeitsplatz eine Verbindung zum Netz.

Ein Beispiel von Internetnutzung, von der auch Frauen profitieren, sind Nichtregierungsorganisationen, die das Internet für Diskussionen in Mailing Lists oder für die Herstellung von internationalen Kontakten nutzen, um Informationen aus der Welt zu bekommen, sich bei aktuellen Fragen und Debatten auf dem neuesten Stand zu halten und von Konferenzen und Treffen zu erfahren, sowie nicht zuletzt, finanzielle Unterstützung zu suchen. Die Nutzung zum Zweck des Vertriebs oder des Einkaufs von Produkten oder Diensten ist noch sehr selten.

Im nordamerikanischen Raum ist die Nutzung des Internets für das Versenden und Empfangen von E-Mails immer noch die häufigste Art der Nutzung unter Frauen. Wenn sie das WWW nutzen, hat das oft sehr pragmatische Gründe, wie die Suche nach Informationen über Krankheiten, Kinderbetreuung, Ferienplanung oder auch die finanzielle Planung. Zum Teil entspricht dies dem generellen Trend in Nordamerika, denn das Versenden und Empfangen von E-Mails ist aufgrund der niedrigeren Anforderungen an die technische Ausrüstung und damit an die Anschaffungskosten immer noch deutlich günstiger als das Surfen im WWW. 55% der US-amerikanischen Internetverbindungen laufen z.B. immer noch bei 14,4 Kilobytes pro Sekunde, während sich nur ca. 12% über richtig schnelle Verbindungen wie Kabel oder einen örtlichen Server (LAN) einwählen. Die E-Mail-Kommunikation ist die Hauptaktivität im Internet überhaupt, gefolgt von Lern- und Bildungsaktivitäten. In der Tat hat das *PEW Internet Project* festgestellt, dass das Internet noch immer mehr für Information und Kommunikation genutzt wird als zum Kauf oder Verkauf von Produkten.

## KANADA

**4. Wofür nutzen Frauen das Internet?**

Frauen nutzen das Internet für die Organisations- und Lobbyarbeit bereits seit vielen Jahren; dies begann spätestens mit der auf regionalem und internationalem Level stattfindenden Vor- und Nachbereitung der *UN Weltfrauenkonferenz* in Peking 1995. Die Anzahl und Bedeutung der Internetkampagnen zu Frauenfragen ist vielfältig und wächst; es gibt Kampagnen über Frauenrechte in Afghanistan, über die Rechte der sexuellen Reproduktion im Süden Afrikas bis hin zu politischen Kampagnen zu nationalen, regionalen und internationalen Wahlen und politischen Entscheidungen und Planungen.

Die *WomenAction* ist ein Zusammenschluss von über 40 Frauenmediennetzwerken, die sich von März 1999 an für die Vorbereitung der Nachfolgekonferenz *Peking+5* gebildet hat. Sie hat eine globale Website aufgebaut, die regionale Seiten auch für den afrikanischen Raum, Asien/Pazifik, Lateinamerika/Karibik, Ost- und Westeuropa und Nordamerika bietet. Zu den Offline-Aktivitäten der *WomenAction* gehören vor allem Workshops für die Erstellung von Internetseiten, die Ermöglichung regionaler und nationaler Diskussionsgruppen und die Komprimierung von Daten und Informationen, die vom Internet herunterzuladen sind.

Das *Women's Human Rights Net* ist eine andere wichtige globale Initiative auf diesem Gebiet. Von zehn nationalen, regionalen und globalen Frauenrechtsgruppen finanziert, funktioniert diese Seite als Gateway zu Informationen über Kampagnen, Aktivitäten, Interessen und Diskussionen um Frauenrechte und Frauenrechtsorganisationen weltweit. Regionale Ressourcen finden sich unter *Asian Women's Resource Exchange*, *WomensNet* im Süden Afrikas, *Women of Uganda Network*, *LaNeta* in Lateinamerika und das *Maghreb Gender Linking and Information Project* im Maghreb/Mittlerer Osten.

Frauen nutzen das Internet auch, um sich den Alltag zu erleichtern, zum Beispiel durch Fernuniversitäten und Distanzunterricht. Unternehmerische Aktivitäten werden durch den Zugang zu Informationen über Märkte, Preise und Handelsinformationen unterstützt. Außerdem nutzen Frauen das Internet für die Herstellung von Gemeinschaft und Kontakten, für professionelle und private Zwecke.

Ein Gebiet jedoch, wo Frauen nach wie vor einem Defizit ausgesetzt sind, ist die Versorgung mit technischer Unterstützung und Informationen zur technischen Ausrüstung und Bedienung. Frauen sollten besser und umfassend über neue und neueste Technologien informiert werden, die ihnen die tägliche Arbeit erleichtern. Sie müssen lernen, die existierende Technologie selbst für ihre Bedürfnisse anzupassen und zu verfeinern, sie sollten daher alle Mittel in die Hand bekommen, um Technologien selbst zu gestalten.

**5. Was sollte getan werden?**

Erst seit kurzem wird auch von bedeutenden internationalen politischen Akteuren anerkannt, dass Frauen Informations- und Kommunikationstechniken brauchen und gebrauchen sollten, und dass es wichtig ist, Frauen zur Partizipation an Gestaltung und Inhalten der Kommunikationstechnologien und -prozesse zu ermutigen. 1995 hat die Pekinger Aktionsplattform noch mit ihrem starken Schwerpunkt auf Kommunikation darauf hingewiesen, wie wichtig die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechniken durch Frauen ist und sein wird.

*Peking+5* im Juni 2000 hat viel stärker mit einbezogen, dass die technologischen Neuerungen nur dann echte Chancen für die Frauen in sich bergen, wenn Frauen wirklich zu ihrer Gestaltung beitragen, was wiederum gleichen Zugang und gleiche Ausbildungsmöglichkeiten voraussetzt. Das Schlussdokument stellt daher fest, dass »Frauen an der Definition, Gestaltung, Entwicklung, Implementierung und Untersuchung der geschlechtsspezifischen Auswirkungen dieser politischen Prozesse beteiligt werden müssen«.

Das *Global Knowledge Partnership* (GK) ist eine internationale Initiative zur Information über Entwicklungsprozesse, die ursprünglich von der Weltbank und der *Canadian International Development Agency* (CIDA) in Toronto im Juni 1997 initiiert worden war. GK97 hatte schon immer eine starke Frauenlobby gehabt, in ihrem Mittelpunkt ein lokales »Ad hoc-Komitee«, das für mehr Partizipation von Frauen im Vorstand und für die Einladung von mehr weiblichen Gästen kämpfte. Sie erreichten eine recht starke Gender-Präsenz während der Konferenz durch Kampagnen in der *GK97 Discussion List* und in den Mailing-Listen der *Women in Global Science and Technology*, der *WIGSAT-L-Mailing-Liste* und der *Women-SciTech-Liste* (Hafkin, 1999 und Huyer, 1999).

Die Folgeinitiative von GK97, also GKII, wurde im März 2000 in Indonesien abgehalten. Hier gab es ein Frauenforum, auf dem eine Reihe von Empfehlungen für die Partizipation von Frauen aus der Informationspolitik für die Entwicklung abgegeben wurden:

- \_\_\_ Einführung von mobilen Internetdiensten und -cafés mit Schwerpunkten für Frauen und Mädchen.
  - \_\_\_ Förderung der Gründung von Internetcafés und Telekommunikationszentren durch Frauen.
  - \_\_\_ Unterstützung von Frauen und Mädchen in der Nutzung dieser Telekommunikationszentren.
  - \_\_\_ Anerkennung des indigenen Wissens der Frauen, Schutz ihres intellektuellen Selbstbestimmungsrechts.
  - \_\_\_ Unterstützung der Frauen in der Softwareentwicklung.
  - \_\_\_ IT-Kompetenz-Förderung für Mädchen.
  - \_\_\_ Entwicklung von speziellen Kursen für Frauen mit Offenheit für ihre Perspektiven und Bedürfnisse.
  - \_\_\_ Öffentliche Initiativen für die Ermunterung von Frauen und Mädchen, IT-Kompetenzen in Kursen zu erwerben und/oder aufzubessern.
  - \_\_\_ Etablierung von Maßnahmen für lebenslanges Lernen, die Frauen ein flexibles Zeitmanagement und die Vereinbarung mit familiären Verpflichtungen erlauben.
  - \_\_\_ Einführung von lokalen, leicht zugänglichen Internetverbindungen.
- Frauen müssen ihre Bedürfnisse, Wahrnehmungen und auch ihre Kenntnisse im Internet reflektieren können. Dies bedeutet, dass die IT-Kompetenzen von Frauen und Mädchen in technischer und inhaltlicher Gestaltung gefördert werden und dass die Strategien zur Einführung dieser Techniken prozessorientiert und nicht technikorientiert vonstatten gehen sollten.

Vor kurzem wurden unter kanadischen Beschäftigten im öffentlichen Dienst informelle Beratungen über die kanadische Beteiligung an der *G8-Dot-Force* gestartet. Die *Digital Opportunities Task Force* wurde von den *G8* eingeführt, um den so genannten »Digital Divide« einzudämmen. Ein Bericht ist für Juli 2001 geplant; die Task Force wird dann für zukünftige Maßnahmen Vorschläge machen. Als Teilnehmerin in der kanadischen Diskussion hat die *WIGSAT (Women in Global Science and Technology)* gefordert:

- \_\_\_ regelmäßige und umfassende Untersuchungen der kommunalen und nationalen Maßnahmen zum IT-Zugang im Hinblick auf ihre geschlechtsspezifischen Auswirkungen hin in Auftrag zu geben;
- \_\_\_ Forschung über Strategien zur Einbindung von Frauen in die Gestaltung von IT-Systemen und -Inhalten zu finanzieren;
- \_\_\_ systematische Bestandsaufnahmen von Best Practice- und Fallstudien zu machen;
- \_\_\_ systematische Informationen über Schlüsselkontakte für die Integration und Repräsentation von Frauen in der IT-Entwicklung auf nationaler und regionaler Ebene zu sammeln;
- \_\_\_ Frauen, die Inhalte im Web anbieten wollen, tatkräftig zu unterstützen.

[www.globalknowledge.org](http://www.globalknowledge.org)[www.womenaction.org](http://www.womenaction.org)[www.whrnet.org](http://www.whrnet.org)[www.jca.apc.org/aworg](http://www.jca.apc.org/aworg)<http://womensnet.org.za>, [www.wougnet.org](http://www.wougnet.org)[www.laneta.org](http://www.laneta.org)[www.women-machreq-maghreb.com](http://www.women-machreq-maghreb.com)[www.dotforce.org](http://www.dotforce.org)[www.wigsat.org](http://www.wigsat.org)

## KANADA

Während es in der Entwicklungspolitik inzwischen nahezu überall akzeptiert ist, dass die Kategorie »Gender« in Planung und Evaluation einbezogen wird, sind die Instrumente und Erfahrungen von Inklusionsstrategien auf diesem Feld noch lange nicht Allgemeingut. Gender-sensible Ansätze, Perspektiven und Bewertungen müssen dringend in IT-Politik- und -Entwicklungsprozesse eingebunden werden, wenn Frauen nicht all das verlieren wollen, was sie bisher erreicht haben.

## Literatur

**Balka, Ellen und Peterson, Brian J. (im Druck):** Jacques and Jill at VPL: Citizenship and the Use of the Internet at Vancouver Public Library. Erscheint in Kürze in: M. Pandakur und R. Harris (Hrsg.). Citizens at the Crossroads: Whose Information Society? Ottawa: Queen's Press.

**Carr, Marilyn (2000):** Gender, Science and Technology for Development in the Context of Globalization. In: AWIS Magazine, Herbst.

**Cyberatlas:** [www.cyberatlas.internet.com](http://www.cyberatlas.internet.com)

**Fuchs, Richard (1997):** The Best Man for the Job is a Woman. In: If you Have a Lemon, Make Lemonade: A Guide to the Start-up of the African Multipurpose Community Telecentre Pilot Projects. IDRC. [www.idrc.ca/acacia/outputs/lemonade/lemon.html](http://www.idrc.ca/acacia/outputs/lemonade/lemon.html).

**Global Knowledge II Women's Forum (2000):** Transcending the Gender Information Divide. [www.globalknowledge.org.my/GKII\\_WomenForum\\_FinalReport.doc](http://www.globalknowledge.org.my/GKII_WomenForum_FinalReport.doc).

**Grameen Telecom:** [www.grameen.org](http://www.grameen.org).

**Hafkin, Nancy (2000):** Issues in Gender, Information Technology and Development. Vortrag am Harvard Institute for International Development, 21. März 2000, Boston.

**Hafkin, Nancy (1999):** Convergence of Concepts: Gender and ICTs in Africa. In: Eva M. Rathgeber and Edith Ofwona Adera (Hrsg.): Gender and the Information Revolution in Africa. Ottawa: International Development Research Centre.

**Huyer, Sophia (1999):** Shifting Agendas at GK97: Women and International Policy on Information and Communication Technologies. In: Harcourt, Wendy (Hrsg.) Women@internet. London: Zed Books. S. 114–130.

**Huyer, S. (1997):** Women's Use of Information and Communications Technologies for Sustainable Development. Bericht für das IDRC ACACIA Programme, Gender and Sustainable Development Unit, am 18. Februar 1997. [www.idrc.ca/acacia/outputs/womenicts.html](http://www.idrc.ca/acacia/outputs/womenicts.html).

**Khasiani, Shanyisa Anota (1999):** Enhancing Women's Participation in Governance: The Case of Kakamega and Makeni Districts in Kenya. In: Eva M. Rathgeber and Edith Ofwona Adera (Hrsg.): Gender and the Information Revolution in Africa. Ottawa: International Development Research Centre. [www.idrc.ca/books/focus/903/11-chp08.html](http://www.idrc.ca/books/focus/903/11-chp08.html).

**Lake, David. (2001)** Quick and Easy in The Standard. February 28. Retrieved from: [www.planeta.com/ecotravel/period/master/master.html](http://www.planeta.com/ecotravel/period/master/master.html) oder [www.thestandard.com/article/0,1902,22342,00.html](http://www.thestandard.com/article/0,1902,22342,00.html).

**ACNielsen NetRatings.** [www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com).

**Nua Surveys.** [www.nua.ie/survey](http://www.nua.ie/survey).

**Osted, Denise. (2000):** Getting Women Online: Experience. Womenspace 4, 4/2000. [www.womenspace.ca/magazine/44ws/vol44e.html](http://www.womenspace.ca/magazine/44ws/vol44e.html).

**Panos Southern Africa (2000):** Signposts on the Superhighway: African Gender. A Guide to News and Resources on the Internet. Lusaka, Zambia. PEW Internet Project: <http://pewinternet.forumone.com/>.

**Shade, Leslie Regan (1997):** Using A Gender-based Analysis in Developing a Canadian Access Strategy: Hintergrundbericht für den Workshop über den Zugang zum Information Highway. Vorbereitet im Ad Hoc Committee für den Workshop »Developing a Canadian Access Strategy: Universal Access to Essential Network Services«, am 6.– 8. Februar 1997 in Toronto. [www.fis.utoronto.ca/research/iprp/ua/gender/GenderBased.html](http://www.fis.utoronto.ca/research/iprp/ua/gender/GenderBased.html).

**Sibanda, Jennifer (2000):** Presentation, Conference Women Change Power. Hamburg, 9.–11. October 2000.

**Stamp, Patricia (1991):** Burying Otiena: the Politics of Gender and Ethnicity in Kenya. Signs, 16, 4/91, S. 808–845.

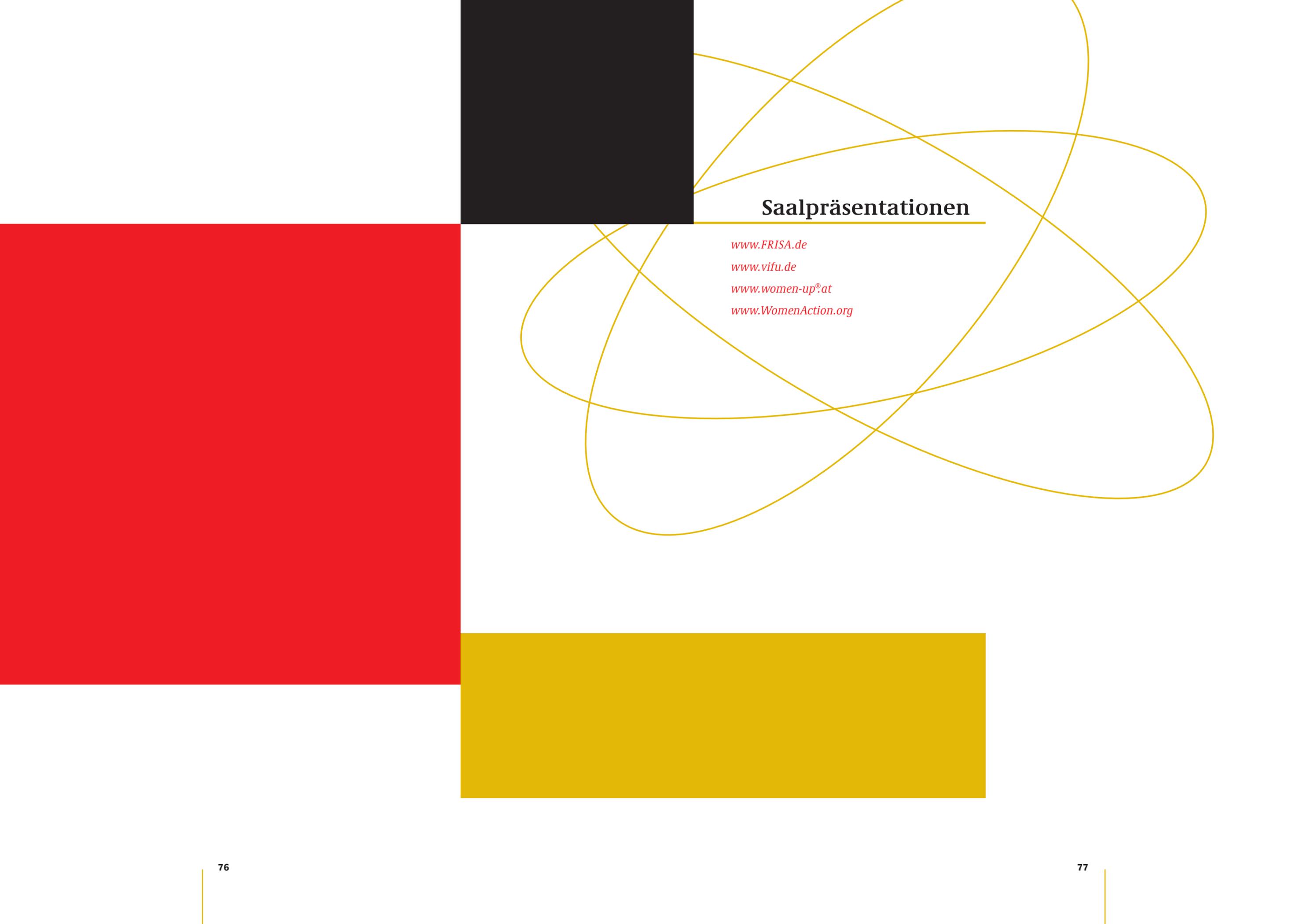
**Stamp, Patricia (1989):** Technology, gender and power in Africa. Ottawa: International Development Research Centre.

**UNIFEM (2000):** Progress of the World's Women 2000. [www.unifem.undp.org/progressww/2000/index.html](http://www.unifem.undp.org/progressww/2000/index.html).

**United Nations (2000):** The World's Women 2000. Trends and Statistics. New York. United Nations Development Programme

**UNDP (1995):** Human Development Report. New York, United Nations.

**Walker, Anne S. (2000):** A Gender-Balanced Perspective on the Information Revolution. Vortrag vor einem High-Level Panel über die Bedeutung von Informations- und Kommunikationstechnologien in der Entwicklung, ECOSOC. Juli 2000.



## Saalpräsentationen

*[www.FRISA.de](http://www.FRISA.de)*

*[www.vifu.de](http://www.vifu.de)*

*[www.women-up.at](http://www.women-up.at)*

*[www.WomenAction.org](http://www.WomenAction.org)*



Dr. Kristin Körner, Deutschland

[www.FRISA.de](http://www.FRISA.de)

*Fraueninfosystem Sachsen-Anhalt*

#### **Sehr geehrte Damen, liebe Tagungsteilnehmerinnen,**

in der nächsten Viertelstunde möchte ich Ihnen FRISA, das *Fraueninfosystem Sachsen-Anhalt* vorstellen. Obwohl FRISA längst nicht mehr zu den ersten Fraueninternetplattformen in Deutschland und sicher auch nicht zu den ausgefeiltesten und peppigsten gehört, ist FRISA doch etwas Einmaliges in der deutschen Fraueninternetszene. Es sind vor allem drei Dinge, die das Fraueninfosystem Sachsen-Anhalt zu einem besonderen Angebot machen:

— Zum Ersten ist FRISA die erste überregionale und landesweite öffentliche Internetplattform und Adressdatenbank, die sich explizit als bürgerinnenorientierte Dienstleistung versteht. FRISA ist seit September 2000 am Netz und wird seitdem monatlich von ca. 10.000 Nutzerinnen frequentiert.

— Zum Zweiten ist FRISA ein Beispiel für lebendiges Networking in der Gleichstellungspolitik. Die Plattform entstand und wächst in der Kooperation und dem inhaltlichen Austausch von zwei Institutionen und drei Nichtregierungsorganisationen: Das Frauenministerium Sachsen-Anhalt, die Hochschule Magdeburg-Stendal, der Landesfrauenrat, der Verein *Frauenpolitische Bildung Sachsen-Anhalt* und die Bildungsvereinigung *Arbeit und Leben* arbeiten gleichberechtigt und arbeitsteilig in einem Kooperationsverbund zusammen. Seit Januar diesen Jahres wird der Verbund durch eine vom Frauenministerium finanzierte Redakteurin unterstützt. An dieser Stelle gleich etwas zu Aufbau und Funktionsweise: FRISA versteht sich als Eingangsportale für alle frauenspezifischen und gleichstellungspolitischen Informationen und Anbieterinnen in Sachsen-Anhalt. Deshalb sind auf unserer Homepage über die Navigationsleiste nicht nur die Logos der Partnerinnen zu sehen, sondern diese können als Links aktiviert werden, um direkt zu den eigenen Internetangeboten der Partnerinnen zu gelangen. Und dementsprechend ist FRISA ein offenes System und kann und soll durch die Nutzerinnen mitgestaltet werden: von der Verlinkung mit eigenen Angeboten bis hin zu Vorschlägen zur Weiterentwicklung von FRISA über »Post an uns«.

— Die dritte Besonderheit ist meiner Meinung nach die interessanteste: FRISA ist kein Auftragswerk an eine Internetfirma, sondern im besten Sinne ein »Entwicklungsprojekt«. Frauenpolitische Fachfrauen und Internetexpertinnen haben über ein Jahr lang in einer Arbeitsgruppe daran getüftelt, wie Inhalt und Technik in ansprechender Weise miteinander verknüpft werden können. Am Anfang waren eine Unmenge von Übersetzungsleistungen und Reflektionsschleifen vonnöten, am Ende hatten beide Seiten sehr viel voneinander gelernt. Über die Kooperationspartnerinnen hinaus wird FRISA auch durch Studentinnen und im neuesten Projekt auch

von Schülerinnen mitgestaltet. Mädchen bereiten zukunftsorientierte Berufe so auf, wie sie sie selbst im Netz vorfinden möchten; quasi ganz nebenbei lernen sie mit der Technik umzugehen.

Entstanden ist FRISA aus dem *Frauenschungelbuch*, einer Sammlung von frauenrelevanten Adressen in Sachsen-Anhalt, das 1997 erstmals als Printversion veröffentlicht worden ist. Ein Teil der mühevoll zusammengetragenen Adressen war aufgrund der Schnelllebigkeit der Projektlandschaft bereits bei der Drucklegung schon veraltet. Was liegt da näher als eine Online-Fassung? So ist die Adressdatenbank zum Herzstück von FRISA geworden. In etwa einem Jahr Arbeit haben Studentinnen der Hochschule Magdeburg über 500 Adressen von Frauenprojekten und -vereinen, Gleichstellungsbeauftragten, Beratungsstellen, Selbsthilfegruppen und Institutionen recherchiert und aufbereitet. Die Nutzerin kann also sowohl nach der Frauensportgruppe oder dem Frauensammtisch in ihrem Ort als auch nach der nächsten Institution für Schwangerschaftskonfliktberatung oder der Frauenvertreterin ihrer Gewerkschaft suchen.

In der Suchmaske des digitalen *Frauenschungelbuches* sind die Adressen verschlagwortet und Regionen zugeordnet worden. Dementsprechend können sich die Nutzerinnen zwischen zwei Kombinationsuchen und der Freitextsuche entscheiden. Bei der Suche nach Schlagwörtern können die Nutzerinnen zwischen Oberbegriffen wie »Ämter und Behörden«, »Arbeit und Beruf« oder auch »Gesundheit« wählen. Das Pull-down-Menü »Region« enthält alle Städte und Landkreise des Landes Sachsen-Anhalt. Bei der Suche nach Angebotskategorien besteht z.B. die Wahl zwischen »Fortbildung«, »Freizeitangebote«, »Krisenintervention« oder »Geschütztem Wohnen«.

Wenn also eine Frau im Jerichower Land, die von ihrem Lebenspartner misshandelt worden ist, nach Hilfe sucht, wird sie in der Kombination »Geschütztes Wohnen« und »Jerichower Land« u.a. Angebote über »Betreutes Wohnen« in Burg und das »CJD-Beratungszentrum« in Genthin finden. Die Angebote enthalten nicht nur die Anschrift inklusive Telefonnummer, sondern auch die Ansprechpartnerinnen, eine Selbstdarstellung des Trägers und eine Beschreibung des Angebotes.

Was Sie hier sehen, ist natürlich noch lange nicht das Endprodukt. So werden die Studentinnen in diesem Jahr an einer Verbesserung der Suchergebnisse und einer übersichtlicheren Gestaltung der Ausgabeseiten tüfteln. Unser größtes Problem war und ist jedoch der immens hohe Aufwand bei der Recherche und die Qualität der Rückläufe. Um hier voranzukommen, ist als nächster Schritt eine interaktive Eingabeseite geplant. Soweit zur Adressdatenbank als dem Hauptbestandteil von FRISA.

Auf die weiteren Möglichkeiten von FRISA kann ich nur noch ausschnittsweise eingehen. Hinter dem Button »Themen« verbergen sich Informationen zu den Bereichen Politik, Wirtschaft, Bildung, Gewalt und Lebenslagen. Zu jedem Thema gibt es, wie beispielsweise zum Themenfeld »Politik«, einen kurzen Informationstext. Dieser kann dann in der Regel durch einen Link zu einem Angebot der Partnerinnen erweitert werden – wie hier zur Präsentation des Frauenministeriums, wo der Gender Mainstreaming-Ansatz erläutert wird.

Gestatten Sie mir an dieser Stelle einen kleinen Einschub zur Arbeitsweise des Kooperationsverbundes. Die Zusammenarbeit von staatlichen Institutionen und Nichtregierungsorganisationen in einem solchen Projekt ist heutzutage sicherlich ein außergewöhnliches Experiment. Es ist nicht vermeidbar, dass zu bestimmten Fragen unterschiedliche Auffassungen und Interessen bestehen. Um auch unter diesen Rahmenbedingungen Aktualität und Vielfalt der Angebote nicht zu behindern, wurde folgender Kompromiss gefunden:

Auf den unmittelbaren FRISA-Seiten werden nur Informationen eingestellt, mit denen sich alle Partnerinnen identifizieren können, das gilt jedoch nicht für Seiten der Partnerinnen und anderer Anbieterinnen, die nicht direkt mit

FRISA verlinkt sind. Abstimmungsprozesse werden per E-Mail organisiert, so dass Entscheidungen bisher nie länger als zwei Tage gedauert haben.

Als zweiter Bestandteil findet sich unter den einzelnen Themen eine Link-Liste. Die Link-Listen werden ständig aktualisiert und erweitert und enthalten inhaltliche Angebote der unterschiedlichsten Anbieterinnen aus Sachsen-Anhalt und auch bundesweit. Bei der Auswahl folgt der Kooperationsverbund dem nutzerinnenfreundlichen Prinzip, dass externe Links grundsätzlich nur auf inhaltliche Seiten, Projektpräsentationen und Datenbanken gelegt werden, nicht aber auf Homepages von Trägern. Über die Linkliste »Politik« können sich die Nutzerinnen momentan über gesetzliche Grundlagen und Fördermöglichkeiten für Frauenprojekte in Sachsen-Anhalt informieren, aktuelle Aktionen finden, wie z.B. zu den im Mai stattfindenden Kommunalwahlen, oder aber auch die historischen Frauenorte Sachsen-Anhalts erkunden.

Eine weitere Offerte von FRISA ist ein frauenpolitischer Veranstaltungskalender. Frauenvereine, Institutionen u.a. können hier per Mausclick monatsweise ihre gleichstellungspolitischen Tagungen, Kurse und Diskussionsrunden veröffentlichen.

Damit bin ich auch am Ende meiner Präsentation, nämlich den Vorhaben zur Weiterentwicklung von FRISA. Auf unserer Auftaktagung im Herbst 2000 gab es hierzu eine Vielzahl von Ideen. Einige haben wir schon umgesetzt, z.B. eine unkomplizierte interaktive Seite mit einer Eingabemaske für Veranstaltungsankündigungen, über die Nutzerinnen mit wenig Aufwand ihre Veranstaltungen, Links und Publikationen ins Netz und zu FRISA bringen können. Die Anbieterinnen können sich an einem Raster orientieren, mit dessen Hilfe sie Ihre Veranstaltung beschreiben können. Per Mausclick landet die Veranstaltungsankündigung bei der Webmasterin und wird in der Regel sofort ins Netz gestellt.

Bei Unsicherheiten, ob es sich z.B. tatsächlich um eine überregionale frauenspezifische und/oder gleichstellungspolitische Veranstaltung handelt, gibt es per E-Mail eine Rückkopplung mit dem Kooperationsverbund. Die interaktiven Eingabeseiten sind seit Anfang Februar funktionstüchtig, und es hat sich schon gelohnt: Im Kampfesmonat März haben mehr als 25 Projekte und Institutionen fast 70 Veranstaltungsankündigungen im FRISA-Kalender veröffentlicht.

Die »Schallmauer« der breiten und selbstverständlichen Nutzung als Informationsquelle und Medium der Öffentlichkeitsarbeit hat FRISA jedoch nach so kurzer Zeit noch nicht überwunden. Was wir in unserem Aufbruchsenthusiasmus z.B. überschätzt haben, ist die IT-Ausstattung der Projekte und die Internetkompetenz der gleichstellungspolitischen Akteurinnen in Sachsen-Anhalt.

Schwerpunkt für die Arbeit der nächsten Monate ist daher vor allem die Öffentlichkeitsarbeit auf »herkömmlichem« Wege und das Angebot von Support-Leistungen. Der aufwändigste Weg hat sich dabei mal wieder als der erfolgreichste erwiesen: Über gezielte persönliche Gespräche und im Rahmen von Veranstaltungen konnten in den letzten Wochen eine Reihe von Projektträgern dafür gewonnen werden, eine eigene Internetpräsentation vorzubereiten, um mit FRISA verlinkt zu werden. Darüber hinaus sind Fortbildungsangebote für Nutzerinnen und für Anbieterinnen, insbesondere im ländlichen Bereich, verstärkt worden. So startete erst vor drei Tagen das mobile Fortbildungsprojekt *Cyber Queen Mobil*.



Prof. Dr.-Ing. Heidi Schelhowe, Deutschland

[www.vifu.de](http://www.vifu.de)

*Die virtuelle Frauenuniversität*

Dass Technologie nur ihren eigenen, immanenten Gesetzmäßigkeiten folgt und somit »neutral« gegenüber ihren Anwendungen ist, ist ein Mythos, der in der sozialen und politischen Alltagspraxis zäh weiterlebt, nicht zuletzt auch in der Praxis der Technikwissenschaften selbst. Informatik als eine Wissenschaft der (Post-) Moderne macht hier zunächst keine Ausnahme. Allerdings haben die politischen Bewegungen und die wissenschaftstheoretischen Ansätze, die die Gründung dieser Disziplin – in Deutschland meist aus der Mathematik heraus – begleiteten, bewirkt, dass eine starke Anwendungsorientierung und teilweise auch eine Reflexion der Anwendungen (an einigen Universitäten explizit unter Titeln wie »Informatik und Gesellschaft«) in den Kanon der Lehr- und Forschungsbereiche aufgenommen wurden.

Die Konferenz *Women on the Web* hat sich die Aufgabe gestellt, »konkrete Schritte für eine systematische Verbesserung der Beteiligung von Frauen« aufzuzeigen und Perspektiven zu entwickeln, »die dazu beitragen, Frauen einen angemessenen Platz im Internet einzuräumen« (aus dem Beitrag von Christine Bergmann, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend im Tagungsprogramm). Die eine Seite ist dabei die verstärkte Nutzung des Netzes für und durch Frauen, die heute Realität zu werden scheint. Die andere Seite aber ist die Entwicklung von Inhalten und die Konstruktion von Technologie. Beides wächst heute immer mehr zusammen, wie unter anderem auch in der Fusion von Medienkonzernen für die Content- und die Technologieentwicklung deutlich wird.

Wenn Inhalte und Technologie nicht unabhängig sind von den Motiven und Absichten, die bei ihrer Produktion und von den verantwortlichen Produzenten verfolgt werden, dann kommt es nicht nur darauf an, »Frauen ans Netz« zu bringen, sondern vor allem auch darauf, dass Frauen Einfluss auf die Gestaltung der Angebote, sowohl in inhaltlicher wie auch in technologischer Hinsicht, gewinnen. Und hier, so scheint mir, gibt es noch sehr viel zu tun!

Mit dem Projekt *Virtuelle Internationale Frauenuniversität (vifu)*, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung finanziert wurde, hatten wir die Gelegenheit, in einem von Frauen getragenen Entwicklungsteam, das vorwiegend aus Informatikerinnen bestand, Technologie für einen spezifischen Kontext von Frauen zu gestalten. Frauen standen im Zentrum des Projektes, sowohl als Nutzerinnen als auch als Konstrukteurinnen von Technik. Nicht nur analysierend (wie es in der Gender-Forschung sonst weitgehend der Fall ist), sondern konstruierend, Technik gestaltend, konnten wir aus der Perspektive eines Frauenprojektes forschen und unsere Vorstellungen praktisch umsetzen, in dieser Weise auch die Frage nach dem Geschlecht in der Informatik oder nach dem Geschlecht der Informatik aufwerfen.

Nach diesem kurzen, eineinhalbjährigen Projekt ist es nicht möglich, eine Antwort darauf zu geben, ob diese Technik von Frauen für Frauen denn nun »anders« sei. Vielleicht ist diese häufig geäußerte Frage auch falsch gestellt, da in den letzten Jahrzehnten der Frauenbewegung erfahrbar wurde, dass es keineswegs »die Frauen« gibt, sondern eine große Vielfalt von Frauen und von Fraueninteressen und dass wir Gefahr laufen, neue Stereotypisierungen und Einengungen vorzunehmen, wenn wir nach einer »frauenspezifischen« Technologiegestaltung fragen. So muss die Frage an die Informatik eher lauten, wie wir die Entwicklung technologischer Konzepte und ihre Einbettung in die sozialen Umgebungen fördern können, die offen sind für die Bedürfnisse ganz unterschiedlicher Frauen, ihnen einen lustvolleren Zugang ermöglichen und ihre Neugier wecken.

Den Leserinnen selbst sei es überlassen, Schlussfolgerungen in dieser Richtung zu ziehen, wenn ich im Folgenden darstelle, was wir im Projekt *vifu* getan haben, was unsere Ziele und Hoffnungen waren und was wir erreicht haben.

Nicht nur für mich, sondern ich glaube, ich kann das für die Frauen aus unserem Team insgesamt sagen, war es das aufregendste, erlebnisreichste und befriedigendste Informationstechnologie-Projekt, an dem wir bis dahin beteiligt waren:

Das Aufregende und intellektuell Herausfordernde des *vifu-Projektes* war, dass wir unsere Entscheidungen beim Aufbau eines Servers für eine virtuelle internationale Frauenuniversität immer als eine Frage enger Verzahnung von sozialen Zielsetzungen, theoretischen Überlegungen und technologischen Möglichkeiten begriffen, diskutiert und umgesetzt haben. Im Projekt teilten wir feministische Anliegen für eine Technikgestaltung, und wir verfolgten das Ziel, möglichst viele Frauen zu selbstbewussten und kompetenten Gestalterinnen von Technologie zu machen. Wir haben heute einen deutlicheren Eindruck davon, was die Entwicklung einer Technikkultur im positiven Sinne bedeuten kann, einer Kultur, in der technologisches Know-how vorhanden ist und entwickelt wird, einer Kultur technologischen Handelns und der Gestaltung einer technologischen Umgebung. Wir haben erlebt, dass es eine lustvolle Tätigkeit ist und dass dies Macht verleiht im positiven Sinn von Empowerment. Eine langweilige, bornierte, verbiesterte, wichtiguerische und ausschließende Expertenkultur, die so viele Frauen mit Informatik verbinden, gehörte nicht zu unseren Alltagserfahrungen.

Erlebnisreich waren die enge Verbundenheit mit den Nutzerinnen, ihre kompetenten Rückmeldungen und Gestaltungsanliegen, die Kooperation mit ihnen und das Lernen von ihnen. Wir alle haben nicht nur während der Präsenzphase, sondern auch davor und danach intensive Kontakte zu den Nutzerinnen gehabt. Wir haben von ihnen tagtäglich gelernt, was an unseren Überlegungen noch unvollständig, an unseren Tools noch unausgereift, an unseren Anwendungskonzeptionen nicht zu Ende gedacht war.

Das Befriedigende war und ist, dass die Nutzerinnen ihr Selbstbewusstsein und ihre Kompetenz in der Nutzung, in der Analyse und in der Gestaltung des Internets steigern und intensivieren konnten. Dies wurde in jeder Phase der *ifu*, vor, während und jetzt nach der Präsenzphase, immer deutlicher. Wir haben viel positive Bestätigung bekommen, und wir haben erlebt, wie die Frauen durch unsere Art der Technikgestaltung, -anwendung und -einführung souveräner wurden, neue Welten erobern konnten und wie Netzwerke entstanden sind und immer noch entstehen.

Zunächst jedoch möchte ich die *ifu*, die *Internationale Frauenuniversität*, kurz vorstellen und die Rolle der *vifu* in diesem Kontext. Ich möchte darstellen, wovon unsere Vorstellungen einer »Virtuellen Universität« geprägt sind, wie wir Softwareentwicklung verstehen und wie wir technologisches Lernen und Arbeiten im Rahmen der *ifu* organisiert haben. Abschließen möchte ich mit einem Überblick über die vor und während der *ifu* entstandenen und fortwirkenden Kommunikationen und Netzwerke.

### Auf dem Weg zu einer virtuellen Universität

In den Diskussionen um virtuelle Universitäten wird heute gern folgendes Szenario entwickelt: Durch die weltweite Verfügbarkeit von Wissen werden Studierende sich nur noch bei den »besten« Universitäten ihre Informationen »abholen«. So würde z.B. eine Informatik-Studentin sich nicht mehr mit dem durchschnittlichen Angebot einer mittelmäßigen deutschen Universität zufrieden geben, sondern über das Netz beim MIT oder bei einem exzellenten privaten Bildungsanbieter mit einem guten Multimedia-Produkt studieren. Virtualität, so diese Behauptung, führt zu einer Zentralisierung des Bildungsmarktes. Dem müssten sich alle Universitäten stellen. Virtuelle Angebote, mit denen sie sich eine Nische im weltweiten Wettbewerb erobern, sollen das Überleben sichern. Als Beispiel wird häufig die inzwischen größte US-amerikanische Privatuniversität, die *University of Phoenix* und insbesondere ihr Internezzweig *Phoenix Online*, zitiert. Die UOP konzentriert sich ausschließlich auf Studienangebote, die sich rasch in Mark und Pfennig bzw. US-Dollar auszahlen. Eine solche Art von virtueller Universität halten wir nur für begrenzt tauglich für universitäre Bildung, nämlich für den Fall einer strikten Orientierung auf direkt verwertbares, individualisiertes Training.

Die *ifu* war demgegenüber ein Angebot für postgraduierte Studentinnen. 1500 Frauen hatten sich für dieses Angebot, das als Präsenzveranstaltung für drei Monate während der EXPO 2000 stattfand, beworben. Die gastgebenden Hochschulen waren die Universitäten Hannover, Hamburg, Kassel und die Fachhochschule Nordostniedersachsen (Suderburg), sowie für zwei Wochen auch die Universität Bremen. Um die 800 Frauen konnten schließlich – nach einem vom DAAD (*Deutscher Akademischer Austauschdienst*) in Zusammenarbeit mit der *ifu* organisierten Auswahlverfahren und der Einwerbung zahlreicher Stipendien – das Studium in Deutschland aufnehmen. Die Teilnehmerinnen stammten aus mehr als 100 Ländern, 60% davon kamen aus Afrika, Asien, Lateinamerika und Osteuropa, 20% aus den USA, Australien, Kanada und westeuropäischen Ländern, 20% aus Deutschland. Viele von ihnen waren hochqualifizierte Frauen, die nicht nur eine wissenschaftliche Ausbildung, sondern auch vielfältige praktische oder politische Erfahrungen mitbrachten. Auch die Dozentinnen und Tutorinnen kamen aus allen Erdteilen, das Curriculum war in internationalen Teams entwickelt worden.

Die Arbeit an der *ifu* wurde für die drei Monate in sechs interdisziplinär zusammengesetzten Projektbereichen organisiert: Arbeit, Information, Körper, Migration, Stadt, Wasser. Alle diese Themen waren in der Planung und Durchführung ausdrücklich auch auf die Gender-Perspektive hin orientiert. Leitendes Prinzip der *ifu* war das interkulturelle Lernen, das sich nicht als ein Wissenstransfer von den klassischen Industrienationen zu den armen Ländern verstehen lässt. Die *ifu* hatte eine sehr heterogene Teilnehmerinnenschaft und ein ausgesprochen breites Spektrum von Beweggründen und Überlegungen auf Seiten der Teilnehmerinnen. So konnten die *ifu* und damit auch die *vifu* von Anfang an nur als Unternehmungen verstanden werden, die das Entstehen einer lernenden Gemeinschaft befördern, das wechselseitige Lernen ermöglichen und auf diese Weise ein weltumspannendes Wissen hervorbringen können.

Die virtuelle *ifu*, die sich nicht in Konkurrenz zur Präsenzuniversität *ifu* verstand, sondern die Aufgabe hatte, die drei Monate in Deutschland im Internet vorzubereiten, zu begleiten und fortzusetzen, orientierte sich an diesen Zielsetzungen. Die *vifu* bestand aus vier Teilprojekten, dem Projekt zum Aufbau des Servers am Institut für Informatik an der Humboldt-Universität zu Berlin und drei Projekten, die darüber hinaus spezielle Tools und Lernumgebungen für die Projektbereiche »Arbeit«, »Information« und »Stadt« zur Verfügung stellten und erprobten.

<http://online.phoenix.edu>

Wir verfolgten ein Konzept, in dem Virtualität als neue Chance für Bildung, als ein Zuwachs an Qualität für Lehren und Forschen und als eine Ergänzung und Erweiterung von Präsenzlehre verstanden wird. Die Prinzipien der *ifu*, Interkulturalität, Interdisziplinarität und Gender-Orientierung im Rahmen eines postgraduierten, forschungsorientierten Angebots sollten in der Virtualität ihre angemessene Unterstützung finden. Dabei wird die soziale Innovation, die Verfolgung neuer, der heutigen Situation angemessener Bildungskonzepte als Ausgangspunkt für die technologische Innovation betrachtet, nicht umgekehrt. Technologie setzt Bedingungen und eröffnet Möglichkeiten, kann jedoch nicht die politische und pädagogische Gestaltung von Bildungsumgebungen ersetzen oder determinieren. Das spezifische Profil der *ifu* als einer postgradualen, vernetzten und interkulturellen Universität, in der nicht in erster Linie »gelehrt« wird, sondern wo die Vernetzung von Teilnehmerinnen und ihres Wissens unterstützt und strukturiert wird, findet sich in den Zielsetzungen der *vifu* wieder.

Die Chancen der Internettechnologie sehen wir in erster Linie darin, dass sie die Herausbildung von Lern- und Forschungs-Communities über Zeit und Raum hinweg unterstützen und Daten als verknüpftes und flexibel darstellbares Wissen organisieren kann. Beim Aufbau des *ifu-Servers* und in der Gestaltung der techno-sozialen Umgebung entwickelte sich »Interaktion« in allen Bereichen (Methodik der Softwareentwicklung und -auswahl, funktionales und grafisches Design, Vermittlung von Internetkompetenz, Wissensorganisation) zum zentralen Orientierungsmuster. Die Technologie, den Server, die Tools und die Lernumgebungen versuchten wir anhand dieser Leitlinie für ein gemeinschaftsbildendes und situiertes Forschen und Lernen zu gestalten; Wissen begreifen wir als eine Frage von Kooperation, von gemeinsamer interkultureller Konstruktion und Vernetzung.

#### Partizipation und Kooperation bei der Softwareentwicklung

Der Server wurde in enger Kooperation mit (späteren) Nutzerinnen und auch Nutzern nach partizipativen Methoden, die im Software-Engineering in der Informatik (vor allem im skandinavischen Raum, in Deutschland von Christiane Floyd et al., 2000) entwickelt wurden, aufgebaut. Ende Dezember 1999 war ein erster Prototyp für die neue *vifu-Site* erstellt, der in Zusammenarbeit mit Grafik-Designerinnen konzipiert worden war. Dieser wurde von (potenziellen) Nutzerinnen insbesondere auch im Hinblick auf das funktionale Design evaluiert (Januar bis März 2000). Die evaluierende Nutzerinnengruppe spiegelte in ihrer Zusammensetzung unterscheidbare Nutzertypen der *vifu* wider. Um die zum damaligen Zeitpunkt noch nicht vorhandene Gruppe der Studentinnen zumindest annäherungsweise berücksichtigen zu können, wurden Studentinnen der Humboldt-Universität einbezogen, über das Diskussionsforum im Netz auch Studentinnen aus anderen Ländern. Das Design des Prototyps wurde im Rahmen von Workshops, Interviews, Mailing-Listen und Diskussionsforen unter Verwendung von Nutzungsszenarien intensiv diskutiert und danach überarbeitet.

Der partizipative Ansatz wurde nicht nur beim Aufbau verfolgt, sondern vor allem bei der Weiterentwicklung des Servers; nachdem die Studentinnen in Deutschland waren, erfuhr er noch zunehmende Bedeutung und Dynamik. Die auf dem Server nach und nach angebotenen Dienste wurden von den Studentinnen, von ihren Nutzungszugängen und Bedürfnissen geprägt. Die enge Verbindung von Schulungs- und Trainingsangeboten und der technischen Konstruktion des Servers erwies sich dabei als Dreh- und Angelpunkt für die Vermittlung zwischen den Anforderungen der Studentinnen und den Konstruktionstätigkeiten der Informatikerinnen (siehe hierzu auch Abschnitt 3).

Studentinnen konzipierten z.B. im Verlauf der Präsenzphase ein »Expertinnen-datenbank« genanntes Verzeichnis, das vom *vifu-Team* implementiert wurde. Studentinnen kümmerten sich selbst darum, dass die Teilnehmerinnen der *ifu*

ihre Daten – aktualisierte Personaldaten, Fotos, Angaben zum kulturellen, wissenschaftlichen, politischen Hintergrund, Praxiserfahrungen, Interessen – selbst eintrugen. Die dafür entwickelte passwortgeschützte Webschnittstelle gibt eine gewisse Gewähr dafür, dass diese Daten relativ aktuell bleiben können. Auch diese Schnittstelle wurde von den Studentinnen während der Präsenzphase erprobt und aufgrund ihrer Hinweise verbessert. Das Internettraining während der Präsenzphase war entscheidend für diese Art der Verknüpfung von sozialen Interessen und technischer Konstruktion, für die Kooperation zwischen Informatikerinnen und Anwenderinnen und für die Entwicklung von Gestaltungskompetenz auf Seiten der Studentinnen.

Die partizipative Methodik hat sich gerade im interkulturellen und ausgesprochen heterogenen Kontext der *ifu*, wo die Anforderungen nur schwer vorhersehbar waren, ausgesprochen bewährt und wesentlich zur hohen Akzeptanz des Servers beigetragen. Die *ifu-Website*, vor allem aber die für die Kommunikation und Vernetzung angebotenen Dienste und die Erfahrung, dass diese veränderbar und beeinflussbar sind, bewirkten, dass die Studentinnen den Server zunehmend als »ihr« Medium verstanden.

Für den Server wurde fast ausschließlich »Open Source-Software« (mit dem Betriebssystem LINUX als Basis und verschiedenen »Open Source-Tools« wie E-Mail-Dienst, Verzeichnisdienst, Diskussionsforum und so weiter) verwendet. Dies bot entscheidende Vorteile gerade in einer partizipativ angelegten Entwicklungsumgebung: Die Zugänglichkeit des Quellcodes ermöglichte große Flexibilität und Anpassbarkeit für wechselnde Anforderungen – ein entscheidendes Qualitätsmerkmal im Rahmen der partizipativen Entwicklungsmethodik. Anforderungen, die nicht vorhersehbar waren und aus dem Kommunikationsprozess mit den Teilnehmerinnen erwachsen, konnten durch Veränderungen in der Software flexibel erfüllt werden.

#### Technologisches Lernen im ifu-Zusammenhang

Während der drei Monate, die die Studentinnen in Deutschland verbrachten, standen an allen gastgebenden Universitäten für sie Computer-Pools zur Verfügung, zumindest am Nachmittag, teilweise aber auch ganztägig. Die Computer-Pools waren überraschend gut besucht und wurden für die Studentinnen zu einem zentralen Bezugsort. Es waren nicht nur Räume mit technischen Geräten, sondern Zentren der Begegnung, des (technologischen) Lernens und der persönlichen und wissenschaftlichen Kommunikation. Die *vifu-Teams* organisierten jeweils eine personelle Betreuung in diesen Räumen. Die Studentinnen wurden jeweils von technisch kompetenten Frauen, aber auch von zwei Männern, meist Informatikstudierenden, beraten und geschult.

Es wurden an den Nachmittagen kurze »Spots«, Kurse und Workshops organisiert, von der Einführung in grundlegende Anwendungen des Internets (wie Browser, E-Mail usw.) über Nutzung und Hintergründe von Suchverfahren und Suchmaschinen bis zu HTML-Kursen. Als grundlegendes Prinzip des Lernens wurde ein Konzept des »Learning-by-doing-and-asking« entwickelt: Die Vorstellung, die damit verfolgt wurde, war, dass die Studentinnen mit ihren Anliegen, die aus dem Lehrangebot der *ifu* oder ihren Kommunikationsbedürfnissen erwachsen, zum Computerraum kommen und dort die Unterstützung bekommen sollten, die sie benötigten, um diese Bedürfnisse zu befriedigen.

Darüber hinaus aber war es unser Ziel, die Situation dafür zu nutzen, ihre Neugier im Hinblick auf neue, bisher nicht bekannte Anwendungen, eine Fragehaltung gegenüber der technologischen Umgebung entstehen zu lassen und die Studentinnen darin zu fördern, dass sie diese Fragen entwickeln und formulieren können. Statt Probleme schnellstmöglich von Seiten der »Expertinnen« lösen zu lassen, schien es uns zentral, dass die Teilnehmerinnen ihre Probleme formulieren lernen und ihre eigene Art des Umgangs entwickeln, z.B. wurde

das Interesse, den Umgang mit Bildern, den entsprechenden Formaten, mit Bildbearbeitung und Versendung zu lernen, geweckt, indem ein Laptop mit integrierter Kamera strategisch günstig an einem Platz neben den Druckern positioniert war, wo alle vorbeikamen.

Der Erwerb von Internetkompetenz wurde als eine gemeinsame Angelegenheit betrachtet, in der auch diejenigen, die gerade erst Kenntnisse erworben hatten, diese weitergaben. Insbesondere für Frauen aus den Ländern, in denen Internetkompetenz bisher wenig vorhanden ist, war dies ein wichtiger Effekt des »Empowerment«.

Ein weiteres entscheidendes Prinzip war, Technologie als ein von Menschen hergestelltes Produkt zu zeigen, als Dienstleistung, die sichtbar und transparent sein muss und eingefordert werden kann – nicht als ein abgeschlossenes Produkt, das nicht mehr verändert werden kann. Wir wollten die Nutzerinnen zu Kritik und Mitgestaltung ermutigen. Im Fall der *vifu* waren die Bedingungen dafür besonders gut, vor allem dadurch, dass die Entwicklerinnen teilweise selbst im Training engagiert waren, jedenfalls zum gleichen Team gehörten und den Kontakt herstellen konnten.

So konnten die Studentinnen erfahren, dass Tools, die auf dem Server angeboten wurden, während der drei Monate geändert wurden, wenn es in der Nutzung Schwierigkeiten damit gab. Sie waren bei einigen Projekten, z.B. der Entwicklung der so genannten Expertinnendatenbank, sogar selbst die Initiatorinnen des Dienstes und in die Entwicklung involviert. Nutzungsprobleme konnten nicht selten als Mängel in der Software anstatt als Defizite bei den Nutzerinnen identifiziert werden. Die Studentinnen bekamen Lust, sich an der bei der Internettechnologie eng mit technischem Know-how verknüpften Gestaltung von Inhalten zu beteiligen. So wurden z.B. die HTML-Kurse am stärksten nachgefragt.

Einige der Studentinnen äußerten explizit, dass für sie eine der wichtigsten Erfahrungen aus dem Computerpool die Erkenntnis sei, dass für Technologieentwicklung konkrete Menschen verantwortlich seien, die auch dafür zur Verantwortung gezogen werden können.

#### **Kommunikation, Netzwerke und interkulturelle Wissensstrukturen**

Die Nutzung des Servers, der am 15. März ans Netz gegangen war, war von vornherein außerordentlich hoch. Im Vorfeld der Präsenzphase waren die verschiedenen Diskussionsforen das beliebteste Medium der Teilnehmerinnen, die in dieser Zeit ihre Zulassungen erhielten, um sich auf die *ifu* vorzubereiten. In den Diskussionsforen, die sowohl projektbereichsspezifisch wie auch *ifu*-übergreifend angeboten wurden und von jeder Webseite aus erreichbar waren, entstand durch die Beiträge der Studentinnen zunehmend deutlicher die Vorstellung von der heterogenen, weltumspannenden *ifu-Community*, die im Sommer zusammentreffen würde. Es fanden erste inhaltliche Diskussionen statt, und es entstand ein Eindruck vom jeweils unterschiedlichen kulturellen, wissenschaftlichen und politischen Hintergrund.

Neben dem inhaltlichen Austausch entwickelten sich auch gegenseitige Beratung und Information für den Aufenthalt in Deutschland, es zeichnete sich ein Klima von Unterstützung, Empathie und gegenseitigem Voneinander-Lernen ab. Dies drückte sich z.B. in der Gründung des so genannten W.O.M.A.N. (*We Organize a Money Allocating Network*)-Funds aus. Es hatte sich abgezeichnet, dass nicht alle Studentinnen, die eine Zulassung erhalten hatten, an der *ifu* würden teilnehmen können, da die Zahl der Stipendien nicht ausreichte. So organisierten und finanzierten die Studentinnen selbst – neben der Organisation von Schlafplätzen und sonstiger Hilfe – einen Unterstützungsfond.

Die Kenianerin Mweru Mwingi, die an einer Universität in Südafrika arbeitete, ihre Doktorarbeit plante und in den Genuss dieser Unterstützung gekommen

war, formulierte bei der Eröffnungsfeier in Hannover ihre Erfahrungen mit der Herausbildung einer Community im Internet:

»Meine tatsächliche Anwesenheit bei der *ifu* ist vor allem den kollektiven Bemühungen einer Handvoll Frauen zu verdanken, die einige Monate zuvor E-Mail-Kontakt miteinander und mit mir geknüpft hatten. Obwohl unsere Interessen und Ideale sehr unterschiedlich waren, gab es doch einen roten Faden, der sich durch unsere Diskussionen zog und uns zusammenhielt. Durch diese virtuelle Kommunikation entwickelten sich sehr intensive und interessante Freundschaften. Ohne die technischen Möglichkeiten, die diese Kontakte ermöglichten, hätte meinem Kommen viel im Wege gestanden. Bis heute stehe ich der Macht und dem Einfluss moderner technischer Kommunikation ehrfurchtsvoll gegenüber.« (Siehe [www.ifu.de](http://www.ifu.de), *Open Space*, 28.7.2000).

Zuletzt (das Projekt endete im März 2001) haben wir auf dem *ifu-Server* über 50 Mailing-Listen betrieben. Diese sind teils nach Gruppenzusammenhängen, die sich während der Präsenzphase gebildet haben, organisiert, teils nach Themen (z.B. »Education«, »Health Care« oder »Sexual Rights and Violence against Women«), in denen projektbereichsübergreifend diskutiert wird, zum Teil auch unter Einbeziehung neuer Personen, die nicht an der *ifu 2000* teilgenommen haben. Sie dienen der Konzeption von gemeinsamen Veröffentlichungen oder der Vorbereitung von wissenschaftlichen Konferenzen, für die gemeinsame Beiträge geplant werden; sie werden als Job- und Informationsbörsen über alle Erdteile hinweg genutzt, Treffen werden verabredet und organisiert.

Die Diskussionen in den öffentlichen Foren haben dagegen im Vergleich zur Phase vor Beginn der *ifu 2000* an Beliebtheit verloren. Es haben sich über die *ifu-Zusammenhänge* hinaus auch verschiedene thematisch oder lokal orientierte Netzwerke gegründet, deren Organisationsraum der *ifu-Server* ist, z.B. das African Network, eine NGO, die von *ifu-Studentinnen* des Projektbereichs »Water« gegründet wurde. Der Vernetzung dient auch eine kommentierbare Fotogalerie und das vielgenutzte *ifu-Directory*.

Auffallend war von Anfang an die aktive Haltung der *ifu-Studentinnen* zum Server und ihr Gestaltungswille. Viele der Projektgruppen oder einzelne Studentinnen hatten von vornherein den Wunsch, ihre Ergebnisse auf dem Server vorzustellen. 25 studentische Projektpräsentationen liegen gegenwärtig auf dem Server. Gerade hier waren nach der Präsenzphase besonders hohe Zugriffsraten zu verzeichnen.

Auf dem *ifu-Server* ist aus den Curriculumplanungen, aus Dokumenten (Vorträgen, Vorlesungen) von Dozentinnen, aus den Ergebnissen studentischer Projekte sowie aus den gesammelten Verweisen eine Fülle von wissenschaftlichem Material zu den im Rahmen der *ifu* relevanten Themen entstanden. Dieser »Fundus« könnte einen Ausgangspunkt für interkulturelle und interdisziplinäre Forschung bieten, die die Geschlechterfrage einbezieht. Dazu müsste er systematisch überarbeitet und um im Web vorhandene Materialien, Dokumente, Datenbanken, elektronische Zeitschriften und Bibliotheken ergänzt werden.

Wir sehen es als die große Chance, dass eine so entstandene Community vernetzter Wissenschaftlerinnen, die mit Interesse und Engagement die Entwicklung eines Internetserver verfolgt und ihn zu ihrem eigenen macht, ein Fundament sein könnte für den Aufbau einer vernetzten, interkulturellen Wissensbasis. Die Perspektive dabei ist, Wissen nicht als zentralisiertes und lieferbares Angebot zu begreifen, sondern es gemeinsam im Rahmen eines beeinflussbaren, veränderlichen, situierten und doch globalen Zusammenhangs zu erzeugen.

Auf der Ebene einzelner Veranstaltungen wurden interessante Erfahrungen in dem *vifu-Teilprojekt*, das den Projektbereich »Work« unterstützte, gemacht. Concept Maps wurden dort genutzt, um eine »sichere, leichtere und schnelle Transformierbarkeit von Strukturen, eine höhere Beweglichkeit in Begriffsnetzen und Systemen und eine Flexibilität bei dem Wechsel von Gesichtspunkten und

Perspektiven« zu erreichen (*vifu-Projektteam*, 2000, 187). So wurde z.B. der Begriff »Gender« im Kontext geschlechterbezogener Arbeitsteilung vor unterschiedlichem kulturellem Hintergrund als Concept Map aufbereitet und im Internet für die Teilnehmerinnen zur Verfügung gestellt. Dozentinnen nutzten Concept Maps im Rahmen ihrer Veranstaltungen, um die Struktur ihrer Zugänge und ihrer Präsentationen deutlich zu machen. Dies wirkte aktivierend und anregend für die Studentinnen, kulturelle Unterschiede und Gemeinsamkeiten z.B. zum Gender-Begriff in Frage zu stellen, zu diskutieren und diese Strukturen neu zu ordnen.

Die Neustrukturierung von Wissen als interkulturelles Wissen wäre auch auf der Ebene der gesamten Struktur des Servers denkbar. Die bisherige Wissensorganisation des Servers, die im Wesentlichen an der Organisationsstruktur der *ifu* und ihrer Projektbereiche orientiert ist, zeigt jetzt wie auch schon im Verlauf der Präsenzphase ihre Grenzen. Die lokale Suchmaschine erlaubt zwar eine Volltextsuche über den gesamten Datenbestand; ein inhaltsbezogener, klassifizierter Zugang ist allerdings nur über die *ifu-Struktur* möglich und ist damit zu starr und unflexibel. Interaktion, das heißt eine offene, vernetzte und veränderbare Wissensorganisation – und dies wäre eine Aufgabe für die Zukunft – müsste auch in Bezug auf die Struktur der Dokumente und Materialien auf dem Server zum leitenden Prinzip gemacht werden.

#### Literatur

**vifu-Projektteam (2000):** Virtualität als Teil des Studienreformprojektes Internationale Frauenuniversität. In: Ayla Neusel (Hrsg.): Die eigene Hochschule. Internationale Frauenuniversität »Technik und Kultur«. Opladen: Leske + Budrich, 2000.



Eva Schachinger, Österreich

## www.women-up®.at

*Die Geschichte der virtuellen Frauenstadt im Internet*

Eigentlich wollte ich nur die neuen Webseiten meines Heimatdorfs Hagenberg finden, doch es war der erste Schritt zu meiner beruflichen Selbständigkeit, zusammen mit eben dieser Webdesignerin, deren Seiten ich suchte.

Zu dieser Zeit hatte ich seit 21 Jahren bei einer oberösterreichischen Bank gearbeitet, wo ich für die Mitarbeiterbetreuung in Sachen PC zuständig war – ich betreute eine Hotline für Textverarbeitung, Datenbankprogramme, Kalkulationsprogramme und in der letzten Zeit auch Internet und E-Mail. Aufgrund meiner selbst erworbenen Kenntnisse im Erstellen von Webseiten – meine ersten Seiten habe ich für Freunde und den Tierschutz gestaltet – war es dann auch meine Aufgabe, die Webseiten für die Bank zu entwerfen.

#### Vom »Giga-Toaster« zum Multimedia-PC

Richtig in der Schule oder in Kursen gelernt hatte ich dies alles nicht, vielmehr war ich eine der Ersten, die überhaupt mit einem PC in Berührung kamen. Zuvor gab es natürlich die ganz normalen Schreibmaschinen, sogar elektrische, die sich in Folge Schreibautomaten nannten, weil eine digitale Textzeile auf einem schmalen Display zu sehen war. Es gab auch schon mehr Funktions-Tasten zu betätigen, und rote und grüne Lämpchen leuchteten auf, die auf Speichererfolg oder -misserfolg aufmerksam machten – auf Disketten versteht sich, die sich in einer kleinen Klappe drehten. Immerhin – man konnte schon ein gesamtes Schriftstück drauf speichern, wieder aufrufen, abändern, neu ausdrucken. Eine tolle Sache und eine massive Zeitersparnis gegenüber der Matrizenschreiberei oder dem »solange Schreiben bis kein Fehler mehr drin war«. Zu jeder neuen Maschine gab es ein Manual – man sagte noch Handbuch dazu –, das sich natürlich nicht die zur Gemüte führen mussten, die sich für den Kauf dieser neuen Schreibgeräte entschlossen hatten, sondern die Mitarbeiter, meistens waren es ja die Mitarbeiterinnen, die sofort auf Knopfdruck die tollsten Schriftstücke damit erstellen durften bzw. mussten.

Nun, ich war technikinteressiert, und so war es dann, als die ersten PCs auf meinen Schreibtisch gestellt wurden, eine Herausforderung, die ganzen Zusammenhänge, sprich Betriebssystem, Schreibprogramm, Fehlerbehebung und Hardware zu verstehen und das Beste herauszuholen. Die »Disketten-Fächer« ähnelten eher einem Giga-Toaster und die Rechner einem Bar-Kühlschrank. Sie brausten wie ein Staubsauger, dafür waren die Bildschirme relativ klein und spiegelten. Mit der Zeit änderte sich das, die Disketten waren halb so groß, die Rechner hatten mehr Leistung, das Betriebssystem wurde umfangreicher, genauso auch die Textprogramme. Auch die Software vermehrte sich – die ersten Serienbriefe wurden zusammen mit Datenbankprogrammen erstellt. Nein, die Daten wurden nicht vom Großrechner einfach eingespielt, die Verbindung klappte noch nicht, und noch mal eintippen, hieß es.

Mit den neuen Betriebssystemen, besonders Windows, und den dazugehörigen Programmen wurde dann der PC auch für immer mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter interessant. Konnte man doch nun Statistiken erstellen und Kalkulationen durchführen; Berichte beinhalteten tolle Grafiken als Unterstützung. Mehr und mehr wurde ich nun für die PC-Schulung der Mitarbeiter eingesetzt. Mit dem Internet endlich mussten nun auch die Chefs einen PC auf ihrem Tisch stehen haben oder besser noch einen mobilen Laptop.

#### »Ich bin die Eva, wer bist denn du ...?«

Also ich suchte im WWW und fand die Homepage meines Heimatortes Hagenberg im Mühlviertel. »Wer hat die bloß gemacht?«, fragte ich mich. Ich las den Namen Heidi Schoißengeier. In meiner E-Mail an die mir noch unbekannte Heidi schrieb ich »Hallo Heidi, ich bin die Eva, bin auch aus Hagenberg und mache auch Webseiten. Wer bist denn Du?« Dazu muss ich sagen, Hagenberg hatte damals knapp 2000 Einwohner. Tatsächlich bekam ich bald eine Retour-Mail, und nach einigem Hin und Her trafen wir uns im Computerclub in Hagenberg. Noch am selben Abend(!) beschlossen wir eine Webdesign-Firma zu gründen. Der Name für unsere Firma stand auch bald fest: Indivisu@l Webdesign.

Meine Freizeit reduzierte sich gleichsam auf Null, war ich doch tagsüber in der Bank beschäftigt, abends und am Wochenende mit der Gestaltung von Webseiten in meiner eigenen Firma. Und dazulernen gab es auch jede Menge.

#### Quereinsteigerin mit Ideen

Auch Heidi Schoißengeier war eine Quereinsteigerin. Die gelernte technische Zeichnerin für Maschinenbau und Flugzeugbau war 20 Jahre lang zusammen mit ihrem Mann selbstständig gewesen und führte eine Großtankstelle und Autowerkstätte. Daher hat sie ihre Erfahrung in der Führung einer Firma. Doch auch ihre Leidenschaft für die Technik hat sie schon früh mit dem Computer zusammengeführt. Computer auseinander zu nehmen und wieder zusammenzubauen war eine Selbstverständlichkeit für sie. Zudem war sie die Erste, die der Mineralölfirma ihre Auswertungen mit selbstprogrammierten Anwendungen ausdruckte und zukommen ließ. Um ihre Computer- und Internetkenntnisse zu vertiefen, belegte sie einen einjährigen Kurs im Softwarepark Hagenberg, wo dann auch die Homepage von Hagenberg entstand.

#### »Grüße von der Cyber-Alm«

Das erste Büro unserer gemeinsamen Firma war in Heidis Haus, wo wir erst mal unsere eigene Firmenhomepage kreierte. Ein paar Monate später, nach Heidis Scheidung, kauften wir gemeinsam ein Haus. Für kurze Zeit war hier in diesem Blockhaus im Wald, fast 1000m hoch über Linz, unser Büro einquartiert – wir nannten es deshalb »Cyber-Alm«, und auch unser Grußformel lautete »Grüße von der Cyber-Alm«. Unser jetziges Büro ist in Linz, in bester Lage, mit Blick auf die Donau und ins Grüne.

Bereits von Anfang an hatten wir gute Aufträge, meistens für Klein- und Mittelbetriebe, die uns gleich mit Datenbankanbindung herausforderten. Es war ganz schön viel, was da auf uns hereinprasselte. Es ist ja nicht einfach so, dass man einfach hübsche Seiten ins Netz stellt und dafür einen Haufen Geld kassiert. Man muss diese Aufträge auch erst bekommen, hat eine Menge Ausgaben für Hard- und Software, fürs Büro und natürlich auch für Werbung. Konkurrenz gab und gibt es wie Sand am Meer – wir mussten also besser sein, mit Besonderheiten auf uns aufmerksam machen. Um effizienter zu arbeiten und um mehr Zeit für Beratungsgespräche mit unseren Kunden zu haben, lagerten wir erst einmal den technischen Teil aus. Wir gingen Kooperationen ein, die einen Teil der Datenbankprogrammierung übernahmen und begannen, mit einem Netzwerkspezialisten zusammenzuarbeiten, der nicht nur unser eigenes Netzwerk betreut, sondern jetzt immer mehr auch die Netzwerke unserer Kunden.

#### Homepage von der Stange?

Wir überlegten, warum Firmen gerade bei uns eine Homepage in Auftrag geben sollten und nicht bei der günstigeren, meist studentischen Konkurrenz. Um eine wirklich persönliche und firmengerechte Homepage zu gestalten, bedarf es einer Menge Zeit, auch nach der Fertigstellung für Aktualisierungen und Änderungen. Studierende sind jedoch oft nach kurzer Zeit nicht mehr greifbar, haben »Wichtigeres« zu tun, als sich um »alte« Homepages zu kümmern. Ein Unternehmen kann diese Kontinuität dagegen bieten.

Außerdem sollte sich eine Firma auch mit einem individuell gestalteten Internetauftritt präsentieren, nicht mit einer billigen Homepage oder gar einer Gratis-Webseite »von der Stange«. Im Netz gibt es vermehrt solche Angebote, z.B. von großen Providern.

Eine gute Firmenhomepage sollte eine Visitenkarte im weltweiten Netz sein, Wiedererkennungswert haben in Printmedien wie Foldern, Plakaten, Zeitungswerbungen und anderem mehr. Es sollte immer mal wieder Neues aufscheinen, das den Seitenbesucher animiert wiederzukommen – neue Angebote, Aktuelles und Interessantes im Newsletter, vielleicht sogar ein Gewinnspiel – und das Wichtigste: das aktuelle Datum. Kein Mensch interessiert sich für eine tolle Seite mit ihren Angeboten, wenn das Datum ein Jahr zurückliegt.

»Das mach ich mir dann alles selbst«, nehmen sich so manche Geschäftsleute vor. Die Realität zeigt, dass das zunächst glückt, aber zunehmend geht wertvolle Zeit verloren, in der sie andere für ihr Geschäft relevante Dinge erledigen könnten. Die meisten schließen dann doch einen Wartungsvertrag ab – mit einer Firma geht das!

Ein wichtiger Punkt ist auch das Optimieren der Homepage für Suchmaschinen und die Anmeldung für diese Dienste. Was nützt die schönste Webseite mit den tollsten aktuellen Angeboten, wenn sie nicht gefunden wird? Auch das gehört zum seriösen Webdesign, ebenso wie die kontinuierliche Registrierung bei Suchmaschinen, wenn eine Firma ganz oben im Ranking mit dabei sein will.

Nicht jeder oder jede verfügt über eine Standleitung oder hat die neueste Software oder die modernste Computerausstattung. Da werfen sich Fragen auf wie: Sind die Seiten schnell ladbar? Werden die Seiten auch mit einer älteren Browserversion oder verschiedenen Browsern richtig angezeigt? Ist es deshalb notwendig, eine Seite mit den allerneuesten animierten Darstellungstechniken zu programmieren, was obendrein ein Vielfaches kosten würde? Weitere Fragen lauten: Wie ist mit der Navigation zurechtzukommen? Sind die Seiten gut lesbar, oder sind sie mit einem Suchbild zu vergleichen?

#### One-Woman-Shows im Netz

Dann gelang uns ein Schachzug, der uns mit einem Mal die Medienpräsenz garantierte: die virtuelle Stadt der Frauen, »women-up®«. Unter unseren Kundinnen und Kunden waren natürlich auch Frauen, meistens so genannte »One-Woman-Shows«. Auch sie wollten natürlich im Internet nicht nur mit einer Homepage vertreten sein, sondern auch damit bekannt werden – genauso wie wir. Auch wir überlegten, wie wir das Interesse der Medien und somit der Kunden auf uns ziehen könnten – alle wollen im Grunde dasselbe. Warum nicht alles unter einen Hut bringen?

Die besten Gedanken kommen, wenn man es gar nicht erwartet – beim Rasenmähen oder Haarföhnen... Dann am besten alles fallen lassen und die Gedanken niederschreiben. Die Idee einer virtuellen Frauenstadt im Internet war geboren.

#### women-up® – die virtuelle Stadt der Frauen

Virtuelle Städte oder Dörfer gab es zu dieser Zeit bestimmt schon im weltweiten Internet, aber wie war diese Quantensprung-Theorie doch gleich, die Geschichte mit dem hundertsten Affen...? Jedenfalls waren wir begeistert von unserer Idee und machten uns unverzüglich an die Verwirklichung unseres Gedankens.

Es war eine Möglichkeit, den trockenen Branchennamen Leben einzuhauchen, Menschen in Straßen und Gassen, auf Plätzen und in Avenuen »wohnen« zu lassen – in der Kunstgasse die Malerinnen, Schauspielerinnen, Autorinnen, Musikerinnen, etc. Am Bildungsweg jene Frauen, die alle möglichen Seminare anbieten, im Vitalpark sind Ärztinnen genauso wie Massagetherapeutinnen, Ernährungsexpertinnen und viele andere Wellness-Berufsgruppen zu finden. Oder nehmen wir die Businessarkade, in der Frauen aus der Finanz- und Wirtschaftswelt ihr »Zuhause« haben. All diese Straßen sind über den Stadtplan erreichbar, der gleich nach einem Klick auf der Einstiegsseite erscheint – und die Stadt wächst und wächst.

Warum? Unser Konzept ging deshalb auf, weil alle diese Frauen eine Plattform gefunden haben, in der sie untereinander vernetzt werden und von der PR profitieren, die *women-up*® bekannt gemacht hat. So verkauft eine Frau aus Pregarten Vitamintabletten inzwischen nicht mehr nur in ihrem Freundeskreis und in ihrer Umgebung, sondern im ganzen deutschsprachigen Raum und darüber hinaus. Eine Massagetherapeutin musste zwei neue Kräfte einstellen, weil nach einer Fernsehpräsentation über *women-up*® sich spontan Ärzte bei ihr meldeten und ihre Patienten zu ihr zur Nachbehandlung überwiesen. Seminaranbieterinnen haben »plötzlich« volle Terminkalender. Und das Schöne dabei für uns ist, diese Bewohnerinnen melden sich bei uns und tun ihre Freude über ihren Erfolg kund, schauen spontan einfach vorbei »auf einen Kaffee«. Dabei erfahren wir ganz nebenbei, dass sie eine Geschäftspartnerin suchen oder größere Räumlichkeiten. So mancher Unternehmerin konnten wir spontan eine weitere Bewohnerin nennen, die genau die Lösung darstellte – so ist die virtuelle Stadt bereits eine Drehscheibe für das reale Geschäfts-Leben geworden.

#### Leben in der virtuellen Stadt »www.women-up.at«

Aus diesen persönlichen Gesprächen entwickelte sich der *women-up*®-Terminplaner. Termine für Seminare und Events werden dort für die *women-up*®-Bewohnerinnen kostenlos angekündigt, jemand möchte sein Auto oder seine Wohnung privat verkaufen – all diese Meldungen und Annoncen werden wöchentlich an ca. 1200 Terminplaner-Bezieherinnen verteilt. Der monatliche Newsletter ist ein informatives und beliebtes PR-Instrument. Er wird von einer Medienfachfrau und einer Expertin für Powertraining gestaltet. Diese beiden Frauen, Mag. Doris Schulz und Christina Binder-Hartl, lernten wir ganz zu Anfang unseres Projektes kennen. Mittlerweile zählen wir sie als Freundinnen zu unserer Crew. Der Anlass für die Zusammenarbeit war eine knallige Werbeausendung an etwa 400 ausgewählte Adressen im Raum Oberösterreich im Februar 2000 mit einer sagenhaften Rückantwortquote von 25%. »Ich glaube, euch ist noch gar nicht bewusst, was ihr da mit eurer Stadt geschaffen habt«, verdeutlichte uns Doris, die Medienfachfrau, und bot sich sogleich mit Christina als unsere PR-Mitarbeiterin an. Von nun an brauchten wir uns um diesen Teil auch nicht mehr zu kümmern, wir wussten ihn in guten Händen.

Über das Arbeitsamt erfuhren wir von Förderungsmöglichkeiten des Landes Oberösterreich im Bereich Internet und Neue Medien. Wir knüpften sofort die entsprechenden Kontakte und mussten unsere Projektziele und unsere Ein- und Ausgaben für einen Finanzierungsplan darlegen. Bei der Frauenbeauftragten des Landes Oberösterreich Brigitte Lohnecker und bei Landesrätin Ursula Haubner fanden wir ebenfalls Begeisterung für unser Projekt *women-up*®. Durch eine ungewöhnlich hohe Förderungssumme profitierten auch die Bewohnerinnen unserer virtuellen Stadt davon.

Unser preisgünstiges Homepage-Paket hat einen Umfang von bis zu fünf A4-Seiten bzw. bis zu einem Megabyte. Das Design wird natürlich der jeweiligen Corporate Identity angepasst, und die Firmen erhalten neben der WWW-Seite und ihrer Gestaltung ein E-Mail-Konto mit der Adresse *firmenname@women-up.at*.

Das Service-Paket wird aus der Anmeldung und Eintragung in Suchmaschinen, der Eintragung in die *women-up*®-Datenbank, Aktualisierungen und kleineren Wartungen geschnürt. Außerdem können die Bewohnerinnen der Stadt der Frauen den Newsletter mitgestalten oder hier »schnelle Meldungen« platzieren. Sie können zu günstigeren Preisen an Workshops und Seminaren teilnehmen und genießen auch offline eine tolle Medienpräsenz, die von den Printmedien bis zum Fernsehen reicht.

#### Die innovativsten Frauen

Durch unsere eifrige PR-Mitarbeiterin Doris war die Internetadresse *www.women-up.at* durch die Medien schon recht bald bekannt. Unser Bekanntheitsgrad und der von *women-up*® erhöhte sich jedoch noch einmal schlagartig, als wir im Herbst 2000 von der Bevölkerung zu den innovativsten Frauen Oberösterreichs gewählt wurden. Wir erhielten den Preis *EVA 2000* des Landes Oberösterreich in der Kategorie Innovation. Diese Auszeichnung hat Heidi und mich, zwei Frauen über 40, die einen beruflichen Neustart in einer Männerdomäne gewagt haben, erneut darin bestärkt, unsere immer wieder sprudelnden Ideen auch weiterhin durchzusetzen.

Die Zahlen geben uns Recht: Zu Beginn, im März 2000, konnten wir knappe 10.000 Besucherinnen und Besucher pro Monat verzeichnen, Ende Februar 2001 waren es bereits 1.225.000 Zugriffe, und die Tendenz ist immer noch steigend. Sehr schön kann man anhand der Zahlen herauslesen, zu welchem Zeitpunkt wieder ein großer Bericht in den Medien erschien. Diesen Erfolg spüren auch die Bewohnerinnen der virtuellen Stadt – je bekannter *www.women-up.at*, umso bekannter werden auch deren Bewohnerinnen und profitieren davon.

#### Schöne Aussichten

Mittlerweile sind wir schon zu viert in unserem neuen Büro *Zur schönen Aussicht*. Zwei ideenreiche junge Powerfrauen unterstützen uns jetzt – Silvia Rumetshofer und Susanne Hörack. Auch sie sind beruflich Quereinsteiger. Bei unseren regelmäßigen Besprechungen sprudelt es nur so von neuen Ideen für unsere virtuelle Stadt *women-up*®: Unter dem Motto »reales Netzwerken« gilt es, regelmäßige Treffen der Stadtbewohnerinnen – und derer, die es noch werden wollen – in ansprechendem Rahmen zu organisieren. In der virtuellen Stadt selbst sollen neue Straßen und Gassen entstehen, in denen es im *Jahr der Jugend* um die Mädcheninteressen gehen und vermehrt Informationen über die Gleichstellung geben soll.

An der Marketingstrategie wird gefeilt, und, und, und... Die Expansion in die restlichen österreichischen Bundesländer (später Deutschland und Schweiz) ist ebenso geplant wie die Errichtung eines Marktplatzes mit Vermietung von Werbeflächen. Die Stadt der Frauen wird mit Hilfe ihrer Bewohnerinnen nicht nur größer werden, sondern auch mehr zu bieten haben: ein virtuelles Kompetenzzentrum ist angedacht, die Stadt soll als überparteiliche Plattform auch zum Ort von Medien-Kooperationen werden.

Es war ein Gedanke beim Haareföhnen – es wurde eine energiegeladene, lebendige Kommune – es ist eine junge, dynamische Stadt der Frauen im Cyberspace...



Lenka Simerska (s.l.), Tschechien

Lin Pugh, Niederlande | Joëlle Palmieri, Frankreich

## www.WomenAction.org

*WomenAction und Karat Coalition*

Lassen Sie mich zunächst den Organisatorinnen dieser Konferenz für ihre Einladung danken. Wir freuen uns sehr über diese Chance, Ihnen unsere Arbeit vorzustellen, und wir sind dankbar dafür, von Ihren Erfahrungen lernen zu dürfen.

Ich spreche hier im Namen der *Europäischen und Nordamerikanischen WomenAction* (ENAWA). Diese Organisation ist eine sehr bunt zusammengesetzte, interaktive Dachorganisation verschiedener Frauengruppen. Daher soll auch diese Präsentation interaktiv sein: Wir haben sie zu dritt gestaltet und werden sie nun auch zu dritt vortragen.

Bevor wir damit anfangen, möchten wir uns kurz vorstellen. Ich fange bei mir selbst an: Mein Name ist Lenka Simerska, ich bin Soziologin im Bereich »Arbeitsmarktforschung und Gender« an der Tschechischen Akademie der Wissenschaften. 1996 kam ich zum ersten Mal mit der Frauenbewegung in Berührung, und als ich das Internet zu nutzen begann, war ich 20 Jahre alt. Ich arbeite außerdem für das *Gender Studies Centre* in Prag, wo ich ein Online-Magazin für Frauen- und Männerforschung und Gender Studies sowie den ersten tschechischen Informations-Server zum Thema betreibe.

Lin Pugh ist Projektleiterin der Abteilung für Internationale Zusammenarbeit beim *Internationalen Informationszentrum und Archiv der Frauenbewegung* (IIAV) in Amsterdam. Lin, die in Australien geboren und aufgewachsen ist, kam in den späten 70er Jahren nach Europa, um den internationalen Austausch zwischen den Anti-Atom- und Frauenbewegungen und den Menschenrechtsorganisationen in Australien und Europa zu forcieren. Seitdem arbeitet sie als Aktivistin und Netzwerkerin für das IIAV und andere Nichtregierungsorganisationen. Das IIAV als Gründungsmitglied der *WomenAction* ist für die Pflege der Website der ENAWA zuständig, die URL dieser Homepage ist [www.womenaction.org](http://www.womenaction.org) (hier muss man sich nach Europa und Nordamerika »durchklicken«).

Joëlle Palmieri ist Mitbegründerin der französischen feministischen Organisation *Les Pénélopes*. Diese Organisation bemüht sich um den weltweiten Austausch, die Verbreitung und die Übermittlung von Informationen über und von Frauen durch jedes Medium. Die Homepage hat unter anderem für ihr integriertes Fernsehprogramm *Cyberfemmes* Preise gewonnen. Auch *Les Pénélopes* sind seit Beginn der *WomenAction* Mitglied und vertreten die ENAWA im globalen Vorstand. Im *Peking+5-Prozess* und hier vor allem in der Medienberichterstattung waren *Les Pénélopes* sehr engagiert. Joëlle ist in der ENAWA für Medien im Allgemeinen und Public Relations, Information und Kommunikation im Besonderen zuständig. Sie ist auch an den französischen Protesten gegen den Neoliberalismus sehr engagiert. Ihre Arbeit für *Les Pénélopes* ist ehrenamtlich; beruflich ist Joëlle im Multimedia-Consulting tätig. Zurzeit betreibt sie ein Internetportal über sozioökonomische Solidarität.

### Vorstellung von WomenAction und Karat Coalition

Nun möchten wir mit der Vorstellung unserer Arbeit und unserer Organisationen beginnen. In meinem Vortrag würde ich Ihnen gern eine andersartige Vorstellung des Internets aus der Sicht von Frauen präsentieren. Wir begreifen das Internet weniger als Herausforderung, als Ort, den Frauen sich langsam erobern, sondern aus unserer (globalen, aber auch besonders der osteuropäischen) Sicht gibt es gar keine Alternative zum Internet.

Lassen Sie mich dies erklären, indem ich Ihnen die *Europäische und Nordamerikanische WomenAction* vorstelle. Die *WomenAction* war 1999 gegründet worden, um Frauen und ihren Organisationen die Kommunikation, das Verbreiten, Teilen und Finden von Information und die strategische Zusammenarbeit zu ermöglichen.

Warum 1999? Zu dieser Zeit war die Frauenbewegung der ganzen Welt mit der Vorbereitung des so genannten *Peking+5-Prozesses* beschäftigt, einem Instrument für die Forcierung des Emanzipationsprozesses, der mit der Pekinger Konferenz von 1995 in Gang kam. Die *Peking+5-Aktion* sollte den Erfolg der Plattform von 1995 zeigen und dokumentieren. Für die Frauengruppen war das sehr wichtig, weil hier auch ein neuer Zeitplan und neue Strategien für die weitere Zusammenarbeit beschlossen werden sollten. Die *WomenAction* sollte in diesem Prozess mit Hilfe des Internets den Informationsfluss und -austausch sichern – und dies ist ihr gelungen.

Die ENAWA ist Teil des globalen Netzwerks und, wie ich eingangs schon betonte, eine sehr bunte Organisation. Weil unsere Arbeit mit den Vorbereitungen des anlaufenden *Peking+5-Prozesses* begann, haben wir »Europa und Nordamerika« nach den Kriterien der Vereinten Nationen verstanden – das bedeutet, EU-Staaten und Nicht-EU-Staaten in Europa, Russland und all den postsowjetischen Staaten plus USA, Kanada, Israel und die Türkei. Wenn wir das Internet und die Nutzerinnenzahlen in dieser Region betrachten, sehen wir, dass Europa und Nordamerika – im Ganzen gesehen – hier zu den Spitzenreitern gehören. Das Internet ist nicht nur hier entwickelt worden, sondern verzeichnet schließlich auch in dieser Region die höchsten Nutzerinnen- und Nutzerzahlen.

Auf der anderen Seite gibt es ein recht großes Gebiet innerhalb Europas, das von dieser Entwicklung noch nicht profitieren konnte und nur in geringem Maße an den neuen Informations- und Kommunikationstechniken teilhat – das Gebiet der postkommunistischen Staaten. Gestern haben Sie die Analyse über die kroatischen Frauen im Netz gehört; lassen Sie mich heute nur ein wenig hinzufügen und wiederholen. Ich möchte das Beispiel der Tschechischen Republik nehmen, aus der ich stamme. Der Frauenanteil an den Internetnutzern und -nutzerinnen liegt bei 12–18% – niemand kennt die genauen Zahlen, denn die Forschung steht hier noch ganz am Anfang. Junge Leute sind die größte Gruppe der netznutzenden Bevölkerung, und was mir persönlich Hoffnung macht, ist die Tatsache, dass in der Altersgruppe bis zu 15 Jahren der Mädchenanteil bei 40% liegt. Tschechische Frauen sind meist noch nicht online, aber sie wachsen offenbar in diese neue Welt hinein.

Die Inhalte im tschechischen Netz sind oft sexistisch und sehr kommerziell orientiert. Kategorien in tschechischen Suchmaschinen lassen Themen wie Menschenrechte, Umwelt, Soziales etc. vermissen. Deswegen haben wir, die Mitarbeiterinnen des *feminismus.cz-Projektes*, eine Suchmaschine für Frauenthemen im zentral- und osteuropäischen Raum geplant.

Frauenorganisationen entdecken das Internet erst sehr langsam für sich als Medium, mit dem sie die Öffentlichkeit und hier auch besondere Zielgruppen ansprechen können. Diese Entdeckung wäre für sie jedoch sehr wichtig, da bei den traditionellen Medien in Tschechien Frauenthemen und Feminismus zumeist einer gewissen Zensur zum Opfer fallen.

Auch die Universitäten unterstützen Forschung und Lehre in Gender Studies in der Regel nicht. Frauen- und Gender-Forschungsliteratur wird von den wenigsten Verlagen verlegt, und demnach entspricht das Lehrmaterial für Kurse in diesem Bereich oft nicht professionellen Ansprüchen. Deswegen ist es so wichtig, dass Frauenorganisationen im Internet ihre Möglichkeiten zur Veröffentlichung und zur Kommunikation nutzen.

Wenn man die niedrigen Zahlen der Nutzerinnen-Anteile in Osteuropa kennt, mag es verwundern, dass die ENAWA sich für diesen Teil Europas überhaupt interessiert, oder dass osteuropäische Frauen überhaupt von ihren Aktivitäten profitieren können, obwohl so wenige von ihnen online sind. Dieser Nutzen jedoch ist da.

Die Zusammenarbeit macht uns alle stärker und unsere Arbeit sichtbarer. Frauenorganisationen im osteuropäischen Raum haben weniger Möglichkeiten und Mittel, um Öffentlichkeiten zu erreichen und Informationen zu verbreiten. Die Präsenz im Internet macht sie sichtbar und gibt ihnen bessere Chancen für die Öffentlichkeitsarbeit und die Zusammenarbeit mit anderen Gruppen; auch durch Zusammenschlüsse und Netzwerkarbeit wird oft ein viel größerer Bekanntheitsgrad erreicht.

Aus diesen Gründen haben Nichtregierungsorganisationen im zentral- und osteuropäischen Raum die *Karat Coalition* gebildet. Diese Dachorganisation ist ein Zusammenschluss von Frauengruppen in 13 Ländern, der Kräfte bündelt und Erfahrungsaustausch ermöglicht, denn unter Transitionsländern und vor vergleichbarem kulturellen oder historischen Hintergrund fällt es nicht schwer, Erfahrungen zu vergleichen und gegenseitig fruchtbar zu machen.

Wir von der *Karat Coalition* waren sehr froh, Partnerin der ENAWA zu werden, denn dies eröffnete uns eine Perspektive auf Öffentlichkeit und Aufmerksamkeit, die wir auf der nationalstaatlichen Ebene und auch mit Hilfe der Unterstützung der Vereinten Nationen nicht hätten erreichen können. Hier sollte auch nicht unerwähnt bleiben, dass nicht nur Frauenorganisationen von der Arbeit der ENAWA profitieren. Auch PolitikerInnen, traditionelle Medien und WissenschaftlerInnen nutzen diese Informationsquelle.

Als Beispiel unserer Arbeit würde ich Ihnen gern eine Internetseite zeigen: Sie zeigt einen Regionalbericht über institutionelle Mechanismen der Frauenförderung in Zentral- und Osteuropa; das ist der Bericht, den die NGOs der beteiligten Länder für die *Peking+5-Konferenz* verfasst haben. Diese Informationen können wir über die *European WomenAction* verbreiten, indem wir sie dort als News platzieren. Diese »Show News« beschreiben unsere Philosophie und unsere Aktivitäten in regelmäßig erscheinenden Newsletters. Wir sammeln und publizieren auch alternative Berichte zu relevanten Themen, auf die wir aufmerksam machen. Es gibt keine bevorzugt behandelten Themen, die Informationsstrategie ist die Diversifizierung von Quellen; das einzig überrepräsentierte Thema ist der Schwerpunkt Medien – die so genannte *Sektion J*.

Die ENAWA arbeitet jedoch nicht nur virtuell; bei wichtigen Ereignissen sind wir persönlich präsent. Beim *Peking+5-Prozess* bereiteten wir uns über das Internet vor, indem wir Informationsbrücken zwischen den Frauengruppen an der Basis und in höheren Ebenen der Repräsentation bauten, aber natürlich waren wir schließlich auch physisch präsent.

Was heißt es, eine Informationsbrücke zu bauen? In unseren Ländern treffen wir oft lokale Frauengruppen und Frauen, die nichts über die politischen Möglichkeiten, Prozesse und Rechte wissen, die sie für sich nutzen können. Durch die Versorgung mit solchen Informationen verbindet ENAWA diese lokalen und globalen Ebenen miteinander und stellt die Institutionen vor, die bei ungerechter Behandlung angerufen werden können.

Nach dieser Vorbereitung kamen wir zum Treffen der Vereinten Nationen und versorgten die Delegierten und die Öffentlichkeit mit einem Informationsservice auf unserer Website.

### Aktivitäten auf der Tagung in New York

— In einem I-Cafe für die Teilnehmerinnen der Konferenz und die Vertreterinnen der Nichtregierungsorganisationen, hatten diese die Möglichkeit, sich mittels der bereitgestellten Internetquellen vorzubereiten, ihre Statements zu tippen und zu drucken.

— Die Redaktionstreffen der speziell für die Konferenz organisierten Zeitung fanden jeden Morgen und jeden Nachmittag statt. Dies war keine einfache Aufgabe, da viele von uns im Prozess eine Doppelrolle spielen mussten: Wir repräsentierten unsere eigenen Nichtregierungsorganisationen, unsere Länder mit ihren Belangen und Bedürfnissen. Wir nahmen an den Verhandlungen, Treffen etc. teil und mussten immer gleichzeitig Lobbyistinnen, Journalistinnen, Technikerinnen und Layouterinnen sein, die Zeitungen verteilen und die Informationen in die Mailing-Listen und an die Webseiten in aller Welt verschicken, damit auch die Frauen sie schnell bekamen, die nicht teilnehmen konnten. Diese schwierige und arbeitsintensive Doppelrolle schien uns jedoch unerlässlich zu sein, denn die Sammlung und Verbreitung dieser Art von Informationen sollte mit Expertise und Engagement in der Praxis verbunden bleiben.

— Ein Online-Radio-Sender wurde von einer Gruppe aus Costa Rica und einem internationalen Team betrieben.

— Das Online-Fernsehprogramm beschreibt nun Joëlle Palmieri (Abb. rechts):

### I-TV

Die *WomenAction* ist eine Organisation mit starken Kompetenzen im Medienbereich. Während der *Peking+5-Konferenz* in New York im Juni 2000 haben mehrere Medienteams Bericht erstattet, wie wir gerade gehört haben: zwei täglich erscheinende Zeitungen (Print und Online), ein Radioprogramm und ein Fernsehprogramm. All dies ist noch immer auf der Webseite der *WomenAction* sichtbar und hörbar. Sechs Tage lang hatte das Web-TV-Programm Besuch von 50 Frauen aus allen Regionen, die hier über Medien, bewaffnete Konflikte, Globalisierung, Gesundheit, Entwicklung und Frankophonie diskutierten. Wir von *Les Pénélopes*, die wir die Produktion dieses Programms leiteten, waren begeistert von der Dynamik, die die Kamera in unser Studio und zwischen die Gäste brachte.

Zu dieser Zeit hatten wir schon eineinhalb Jahre lang Erfahrungen mit interaktivem Fernsehen durch unsere Fernsehsendung *Cyberfemmes* gesammelt. Wir hatten sie in einem Studio in Paris produziert, aber trotzdem waren wir natürlich abhängig von einem Provider. Inzwischen haben wir unseren eigenen Server und produzieren monatlich eine Sendung, immer offener, immer internationaler, immer nomadischer...

### Erfahrungen aus New York

Wir konnten die Grenzen aufbrechen und Frauen aus der ganzen Welt die Möglichkeit zum Sprechen eröffnen. Wir wollten ein mobiles und transnationales Fernsehen, dass den Frauen von der Basis eine Stimme verleiht. Wir können heute all die Berichte aufgrund ihrer multimedialen Ausrichtung zumindest teilweise auch für die traditionellen Medien nutzen: Texte, Video und Ton sind professionell aufgenommen.

Beim Gipfel zum Schuldenerlass im Dezember 2000 in Dakar im Senegal haben wir versucht, eine Brücke zwischen dem Gipfel und den Frauen in Dakar zu schlagen. Wir kamen zurück mit Berichten über Frauen, die eine auf solidarischer Basis errichtete Wirtschaft und nachhaltige Entwicklung fordern und praktizieren, mit Berichten über soziale Bewegungen und ihre Schnittstellen zur Frauenbewegung und mit Berichten über Frauen und Informationsgesellschaft, über Frauen, die über eine andere Art des Kommunizierens nachdenken.



[www.womenaction.org](http://www.womenaction.org)

[www.penelopes.org](http://www.penelopes.org)

[www.penelopes.org/pages/1cyberfemmes.htm](http://www.penelopes.org/pages/1cyberfemmes.htm)

[www.karat.org/documents/report/contents.shtml](http://www.karat.org/documents/report/contents.shtml)

[www.iiav.nl/eng/jic/European-Womenaction-2000/index.html](http://www.iiav.nl/eng/jic/European-Womenaction-2000/index.html)

Wir haben die *WomenAction* beim Weltsozialgipfel (WSF – *World Social Summit*) im Januar 2001 in Porto Alegre vertreten. Hier war der Ansatz unserer Arbeit ähnlich wie bei den vorherigen Konferenzen. Während des Gipfels haben wir einen Workshop mitorganisiert, den wir *Communication and Citizenship* genannt haben. Hier haben wir den Bericht über die Afrikanerinnen gezeigt, um eine Brücke zwischen den beiden Ereignissen und auch den beiden Regionen zu schlagen. Wir haben das Forum auch berichterstattend begleitet, indem wir Nachrichten aus der Gender-Perspektive weltweit ausgesendet haben. Alles in allem sind wir jedoch dorthin gefahren, um Frauen in selbstorganisierten Kooperativen bzw. im sozialen Sektor zu treffen. Auf unserer Webseite ist all dies genauer nachzulesen und -zuschauen.

Man kann sich fragen, warum es so wichtig sein soll, dass Frauen Zugang zum Internet bekommen. Ist das wirklich unser Hauptproblem? Ist es nicht wichtiger, dass die Frauen das Netz mitgestalten? Dass sie Aktivitäten, Initiativen und Möglichkeiten des Widerstands gegen die männerdominierte Gesellschaft entwickeln?

Hier sieht die *WomenAction* ihre Hauptaufgabe. Natürlich ist es wichtig, Netzwerke zu bilden, um Frauen die Informations- und Kommunikationstechnologien näher zu bringen, aber vor allem müssen ihnen auch die (technischen) Mittel gegeben werden, ihre Initiativen zu mediatisieren und ihre Arbeit sichtbar zu machen. Durch die neuen Technologien ist es möglich, Informationen für viele, auch traditionelle Medien aufzubereiten wie z.B. Presse, Radio, Fernsehen oder, in Afrika, das Drama.

Wir wollen einen Raum des Austausches zwischen Zivilgesellschaft und Staaten und innerhalb der Zivilgesellschaft selbst schaffen, eine Schnittstelle des Wissens, eine Plattform der Vielfalt, eine horizontale und diverse Medienlandschaft, mobil und ohne Grenzen. Unser Modell ist der kapitalistischen Nutzung der Informationstechnologien diametral entgegengesetzt, denn hier werden Medien offenbar eher als eine durch Monopol zu besetzende Einbahnstraße betrachtet, die auf Konsum und neutralen Universalismus baut, und in der kein Platz für Frauen ist.

#### Informationstechnologien als Instrument

Informations- und Kommunikationstechnologien und ihre Tools sind insgesamt nur Instrumente. Diese Instrumente können genutzt werden, um Brücken zwischen Nord und Süd und Süden und Süden zu bauen, und besonders von Frauen, die nicht nur Opfer, sondern auch Reformerrinnen sind, wenn sie neue Modelle von Ökonomie, Kommunikation, Politik und Ähnlichem entwickeln und einfordern, besonders für den Süden.

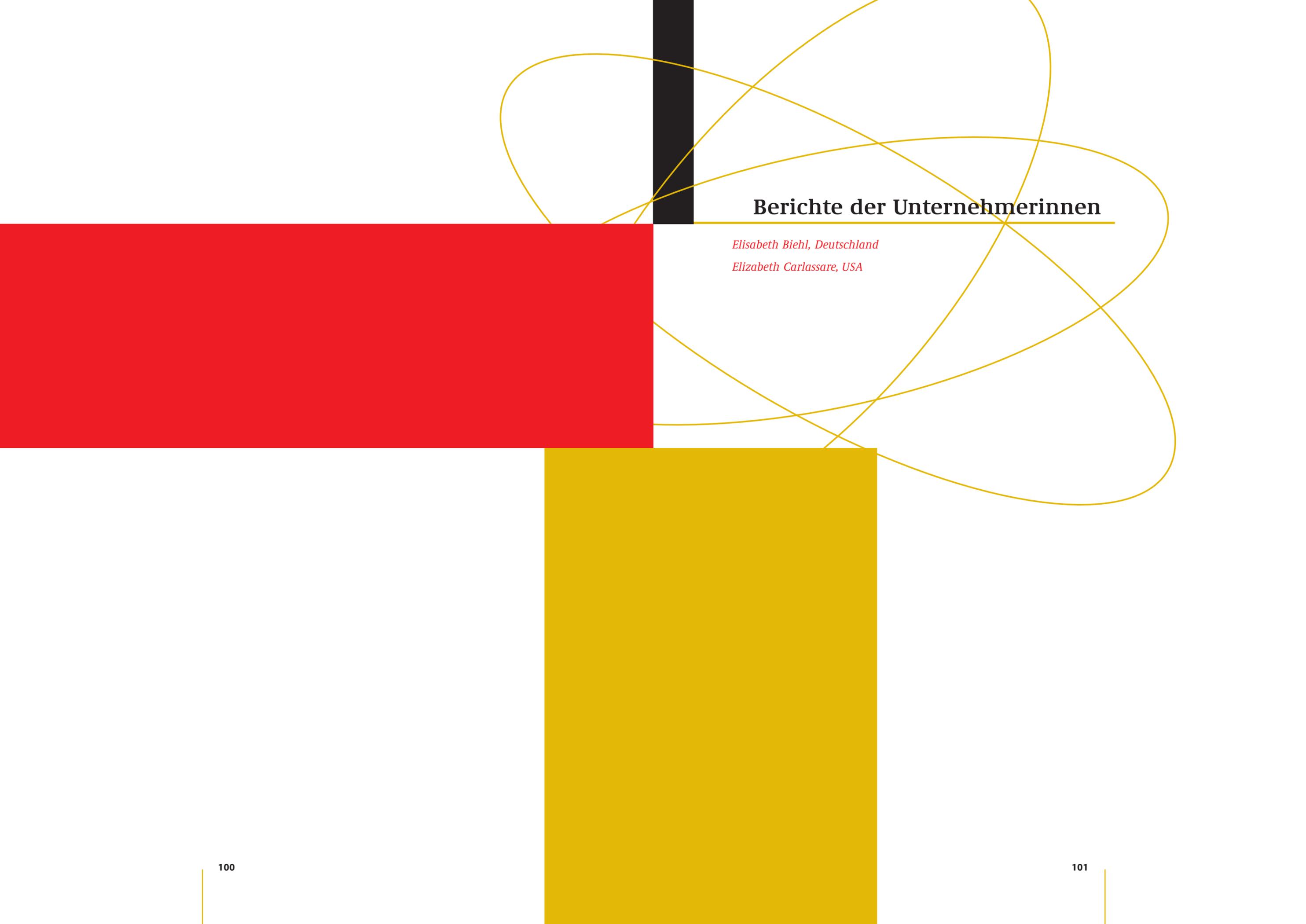
#### Schlussbemerkung

In einem kurzen Schlusswort möchte ich noch einmal betonen, dass das, was Sie hier erfahren haben, die Kraft des Netzwerks ist. Sie haben zwei von ganz vielen Frauen zugehört, die in der *WomenAction* aktiv sind; Frauen, die sich vorgenommen haben, gender-relevante Informationen für Frauen und Politikerinnen und Politiker sichtbar und zugänglich zu machen, und die dies erfolgreich und mit großer Sachkenntnis tun.

Die Stärke unseres Netzwerks besteht vor allem in den Menschen, die hier zusammenarbeiten. Wir brauchen das Internet als Instrument, als Mittel für unsere Aufgabe. Wir sehen Informations- und Kommunikationstechnologien als kollektiv zu nutzende Instrumente, die wir daraufhin formen und beeinflussen müssen, wie wir sie benutzen wollen. Uns selbst betrachten wir als Informationsvermittlerinnen, nicht als Konsumentinnen. Wir nutzen das Internet, um eine Gemeinschaft zu bilden, und Gemeinschaften innerhalb von Gemeinschaften.



Wir laden Frauen aus allen Regionen ein, an dieser Arbeit teilzunehmen. Sollten Sie an einer Mitarbeit interessiert sein, kontaktieren Sie Lin Pugh (Abb. s.o.) unter der Adresse [pugh@iiav.nl](mailto:pugh@iiav.nl).



## Berichte der Unternehmerinnen

*Elisabeth Biehl, Deutschland*

*Elizabeth Carlassare, USA*



Elisabeth Biehl, Deutschland

## Die Internetbranche – ein Paradies für Unternehmerinnen?

### So viel vorab

Als ich Anfang des Jahres um einen »Report of a Businesswoman« auf der WOW-Konferenz angefragt wurde, fühlte ich mich sehr geehrt. Die Idee dieser Konferenz war ganz nach meinem Geschmack, und ich freute mich auf die vielen spannenden Beiträge, die ich dem Programm entnahm. Doch leichte Bauchschmerzen stellten sich bereits kurze Zeit nach der Zusage ein. Gerne wollte ich meinen persönlichen Beitrag in einen größeren Rahmen einbetten.

Auf der Konferenz würden jedoch Vertreterinnen von Verbänden und öffentlichen Institutionen die aktuelle berufliche Situation von Frauen im Umfeld der vernetzten Medien professionell mit Daten und Fakten beleuchten können. Andere Frauen – »Cyberwyber« und »Dotcom Divas« – würden Praxisberichte über ihre Plattformen, Anwendungen und Projekte im Internet geben. Nicht zu vergessen die Frauen, die aus Institutionen der Wirtschaftsförderung oder Venture-Capital-Unternehmen über Gründerinnen und Förderpraxis berichten würden. Aus meinem Berufsalltag als Beraterin für vernetztes Marketing zu berichten, würde mir nicht in dem Maße möglich sein, wie ich es wünschte, denn als Beraterin unterliege ich weitestgehend der Schweigepflicht gegenüber meinen Kundinnen und Kunden.

Nach einigen Tagen reiflicher Überlegung schließlich stand mein Entschluss, rein persönlich an den Beitrag heranzugehen. Als Quereinsteigerin, Frau mit typischer Patchwork-Biografie, nun Gründerin, Geschäftsführerin und Mutter zugleich, möchte ich meine wahrlich nicht rosarote Sicht auf die Branche darstellen und Frauen dennoch ermutigen, sich hoch hinaus zu wagen.

### Sag mir, wo die Frauen sind

Die Branche rund um vernetzte Medien – also jegliche Art der Dienstleistung, die mit einem e beginnt oder ein @ beinhaltet – wird seit einigen Jahren als der Heilsbringer für Berufsleben und Karriere von Frauen gehandelt. Quantitativ gesehen, stellt auch Birgit Poppke in ihrem Artikel *Kann ich mal die Chefin sprechen?* fest, dürfen die Bau- und Metzgerbranchen als fortschrittlicher und frauenfreundlicher gelten als die des Internets. Der Gesamtanteil der Frauen in der Branche sei im Laufe der letzten drei Jahre sogar von 40% auf 25% gesunken und liege damit unterhalb der gesamtdeutschen weiblichen Beschäftigungsquote. »Ohne die kleinen Betriebe hinzuzurechnen, dürfte der Anteil der Frauen in den Führungsebenen der New-Media-Industrie noch unter dem bundesweiten Durchschnitt von 8% liegen, der für die deutsche Großindustrie errechnet wird«, resümiert sie verdrossen.

Auch der Gründungsboom hat hierzulande noch lange nicht begonnen. Sind es in Deutschland immerhin gut 5% der männlichen Bevölkerung, die ein Unter-

nehmen gründen, trauen sich nur ca. 2% der Frauen den gleichen Schritt zu. Immerhin soll angeblich jedes dritte New-Media-Unternehmen von Frauen gegründet werden. Aber: Drei von vier Unternehmen, die im Umfeld der Neuen Medien von Frauen geführt werden, haben derzeit noch weniger als sechs Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Und Venture Capital bleibt für Frauen unerreichbar im Safe gebunkert: Nicht einmal 1% konnten sie im Jahr 2000 trotz Dot-Com-Boom ergattern.

Dabei beginnt doch jede Zukunft bekannterweise mit Herkunft und Bildung, und Frauen waren noch nie so (aus-)gebildet wie heute: 55% der Abiturientinnen und Abiturienten und 46,5% der Hochschulabsolventinnen und -absolventen sind weiblich. Sind auch die Zahlen der Frauenanteile in reinen Informatikstudiengängen alarmierend (hier schwirren Angaben zwischen 10–19% durch Medien und Vorträge), so sind doch immerhin 40% der Studierenden in den ersten Semestern der Medieninformatik Frauen. In einigen neuen Berufen liegt der Frauenanteil sogar bei über 50%. Aber dieses Potenzial bleibt regelmäßig an der nächsten Stufe der Karriereleiter kleben.

### Hat da etwa Eine(r) gelacht?

Die Gründe sind so einfach wie erschreckend. Immer noch kriegen Frauen die Kinder und nicht Männer. Nur knapp 2% aller Väter stellen einen Antrag auf Erziehungsurlaub, der ihren Gattinnen den nötigen Freiraum für Beruf und Karriere geben könnte. Spätestens bei Frauen ab 30 und ohne Kind werden Vordstände und Geschäftsführer misstrauisch und zusehends erfinderischer in der Verweigerungstaktik für den entscheidenden Schritt auf der Karriereleiter. Selbst die eigenen Partner wittern Unheil ob der im Raum schwebenden Kinderfrage und beeilen sich, selbst noch schnell eine Führungsposition zu ergattern und damit die Frage nach dem Erziehungsurlaub obsolet werden zu lassen.

Kann frau dieses Handicap ausschließen – sei es, weil sie sich für das Lebensmodell Karriere und Familie oder nur für die Karriere entschieden hat – steht sie sich selbst im Weg. Nicht nur, dass ihr als Frau weniger zugetraut wird. Nein, sie setzt noch einen drauf, glaubt der männlichen Meinung und verhält sich dementsprechend. Angst vor Fehlern und der automatische Bremsverstärker bei drohenden Unstimmigkeiten sorgen dafür, dass Frauen im Umgang mit der Karriere verhaltener umgehen – von Unternehmensgründungen ganz zu schweigen. Die mangelnde finanzielle und gesellschaftliche Unterstützung tut ihr Übriges. Vertreten Männer häufig und besonders in der E-Branche ungeniert den Größenwahn in der Selbstdarstellung und in der Darstellung ihrer Gründungsobjekte, gehen Frauen zurückhaltender ans Werk, wenn auch häufig realistischer. Im Wettbewerb mit männlichen »Coolegen« erweist sich dies allerdings oft als der falsche Weg. Kein Wunder, dass bei der Frage nach der Selbstständigkeit sowohl Männer als auch die Frauen selbst das Grinsen kriegen.

### Und das sagen andere Frauen über die Branche

Claudia Blühmhuber, Vorstandsfrau der *Global Startup AG* aus München, appelliert daher an die Frauen, Netzwerke zu bilden. »Gerade im Internet ist der Wettbewerb knallhart. Frauen bleiben oft auf der Strecke oder wollen sich bewusst dem Stress nicht aussetzen. Frauen sollten sich deswegen gegenseitig unterstützen«. Kerstin Lomb von *Publicis Networks*, Frankfurt, glaubt dagegen an den emanzipatorischen Aufbruch in der Multimediabranche: »Ich sehe für Frauen gute Chancen, da die Multimediabranche noch jung ist und die Hierarchien noch nicht so gefestigt sind.« Unverbesserliche Optimistinnen müssen auch ihren Platz haben und ihre Einschätzungen sind sicher unter bestimmten Rahmenbedingungen auch richtig. Elisabeth Schick, CEO (Chief Executive Officer, Geschäftsführerin) bei *Dealtime.com Europe* aus Heidelberg, findet die pointierte Frage nach den »Frauen im Internet« überflüssig. Sie glaubt an die Gleichberechtigung

der Chancen von Männern und Frauen in der E-Branche. »Wer sich im Web engagiert, sollte generell ein Faible und die Fähigkeit dazu haben, über Grenzen hinweg zu denken, flexibel zu entscheiden und komplex zu handeln.« Charakteristika, die immerhin mehr den Frauen zugeschrieben werden. Verbirgt sich dahinter vielleicht die große Chance für Frauen? Ähnlich äußert sich auch Sissi Gloss von *Cornet Computer*: »Frauen, die in der IT-Branche flexibel mit Arbeitszeit und -ort umgehen können, sind es auch im Umgang mit Kunden – heute ein starkes Erfolgsargument.« Sind Frauen also besonders als Führungskräfte in der E-Branche geeignet?

#### Dann doch lieber möglichst weit oben

Eins ist klar. Die Branche der vernetzten Medien zeichnet sich durch Patchwork-Karrieren und Quereinstiege aus. Kein Grund also für solche Frauen, deren Weg z.B. durch Erziehungsurlaub nicht gradlinig verläuft, nicht an der Front mitzuarbeiten. Zeitliche und räumliche Flexibilität, Entscheidungsfreude sowie vernetztes Denken und Arbeiten werden allgemein als besondere Stärken von Frauen bewertet. Gleichwohl zeichnet sich die Branche aber auch durch enormen Ellbogeneinsatz und harte Konkurrenz, viele Überstunden, Risiken und Planungsunsicherheiten sowie eine gewisse Kommunikationshysterie aus. Charakteristika, bei denen sich Frauen oft unwohl fühlen. Eine harte Branche. Aber sie bietet Gestaltungsräume, wie sie in anderen Branchen selten zu finden sind. Stehen Frauen auf der Karriereleiter weiter unten, haben sie kaum Chancen, die Rahmenbedingungen zu gestalten. Als Unternehmerin können sie das. Sie selbst sind es, die die Spielregeln definieren und so die Möglichkeiten am besten ausschöpfen können.

#### Tipps und Forderungen

Steht der Entschluss fest, als Gründerin aktiv zu werden, haben sich einige Tipps auf dem Weg zum Erfolg bewährt. Nicht wenige erfolgreiche Gründungsteams proklamieren: »Drei Freunde müsst ihr sein.« Von den Psychologen als »Triangulation« und als problematisch bezeichnet, bietet die Konstellation von drei gleichberechtigten Partnern den Luxus von eindeutigen Entscheidungen und beendet frühzeitig durch Stimmabgabe manche ansonsten nicht enden wollende Diskussion. Ein Gründungsteam erleichtert vieles. Verantwortung kann geteilt und die unterschiedlichen Skills gezielt eingesetzt werden. Eine genaue Aufteilung von Aufgaben ist jedoch unabdingbar. Größte Sorgfalt sollte auf das Businessmodell gelegt werden. Wer von Anfang an einen klaren Weg festschreibt – und sich daran hält – hat es nicht nur auf dem Weg zu den Banken leichter. Dazu zählen auch angemessene Gehälter, die bereits im Businessplan festgeschrieben werden, die aber Frauen als Honorierung ihrer eigenen Arbeit nur allzu häufig als überzogen empfinden.

Die Netzwerkbildung hilft, Kunden zu akquirieren und sich in der Branche schnell einen Namen zu machen. Aber Achtung: Das schönste Netzwerk kann nicht nützlich sein, wenn man sich verzettelt. Das gilt auch für die Verantwortung. Man muss nicht alles selber machen. Gezielte und bindende Delegation entlastet erheblich, funktioniert aber nur, wenn von Beginn an die Organisation klar strukturiert wird. Wer darüber hinaus sein Zeit- und Prioritätenmanagement stetig optimiert, kann nicht mehr viel falsch machen. Es sei denn, die unvermeidlich dazugehörigen Fehler werden überbewertet. Ein gewisser Grad an Gelassenheit tut hier gut. Unterstützung in allen Bereichen muss dazu eingefordert werden. Das gilt sowohl für Lebenspartner als auch für Institutionen.

Frauen selbst können also viel tun, um in der ersten Reihe mitzuspielen. Sie sind in vielerlei Hinsicht ausgezeichnete Managerinnen, deren Förderung sich lohnt. Wären auch die äußeren Rahmenbedingungen günstiger, ließe sich jedoch der Frauenanteil in der E-Branche noch erhöhen. Dazu gehören neben dem Ausbau und der Förderung von Weiterbildungs- und Beratungsmodellen speziell

für Frauen (wie z.B. *Frauencomputerzentrum Berlin, Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft*) auch mehr Mentorinnenprogramme nach dem Beispiel von *Preparing Women to Lead*.

Die Hürde der finanziellen Förderung muss auch durch Venture-Capital-Initiativen speziell für Frauen überwindbar werden. Als Vorbild kann wieder einmal Amerika gelten, wo *Springboard 2000* oder *Women's Technology Cluster* sehr gute Erfolge vorweisen können.

Die Auszeichnungen für Unternehmen mit einem hohen Frauenanteil – auch in Führungspositionen – kann man an einer Hand abzählen. Mehr davon würde die Unternehmen motivieren, Frauen auch jenseits der Schallmauer ernst zu nehmen. Das Gleiche gilt für Unternehmen mit flexiblen Zeitmodellen. Finanzielle Honorierung ist nicht gleichbedeutend mit Müttergenesungswerk! Eine weitere Möglichkeit bestünde darin, bestimmte Fördermittel für Wirtschaftsunternehmen stärker an die Frauenbeschäftigung zu binden. Wenn die Unternehmen schon nicht aus eigenem Antrieb merken, welch großes Potenzial ihnen verloren geht, sollte ihnen zumindest ein Anreiz geboten werden.

Aber wir wollen auch nicht die Männer vergessen. Größere Spielräume in der Arbeitszeitgestaltung besonders für die Väter lassen ihnen mehr Raum, den sie ihren Partnerinnen wiederum zur Verfügung stellen können. Für beide Elternteile wäre die Unterstützung innovativer Kinderbetreuungsmodelle eine große Hilfe. Kindergärten für regionale Firmennetzwerke z.B. machen die Betreuung der Kleinen einfacher. Würden all diese Forderungen erfüllt, kämen wir dem Mythos des Paradieses in der Internetbranche erheblich näher. Noch sind wir weit davon entfernt. Aber, um mit den Worten von Christiane Funken, Professorin am Institut für Informatik und Gesellschaft der Uni Freiburg, zu schließen: »Grundsätzlich gilt: Es ist keine traditionelle Männerdomäne, sondern ein Bereich, der noch nicht definiert ist.« Frauen sollten an dieser Definition lautstark und wagemutig mitstricken.

[www.fczb.de](http://www.fczb.de)

[www.eaf-berlin.de](http://www.eaf-berlin.de)

[www.springboard2000.org](http://www.springboard2000.org)

[www.womenstechcluster.org](http://www.womenstechcluster.org)



Elizabeth Carlassare, USA

## Selbstständige Frauen im Netz

Sechs Trends

### Einleitung

Sehr geehrte Online-Frauen, ich möchte gern damit beginnen, Frau Prof. Gabriele Winker und Privatdozentin Dr. Christiane Funken für ihre Einladung zu danken. Ich finde es sehr inspirierend, an einer internationalen Konferenz teilzunehmen, die sich ganz den surfenden und das Internet gestaltenden Frauen widmet.

Ich habe das Buch *Dotcom Divas: E-Business Insights from the Visionary Women Founders of 20 Net Ventures* (Dotcom Divas: Einblicke ins E-Business von 20 visionären Netzunternehmensgründerinnen) geschrieben. Ich berate auch (persönlich und professionell) Frauen, die im Bereich der Informationstechnologien arbeiten und sich selbstständig machen wollen und bin selbst beruflich seit zwölf Jahren im Silicon Valley tätig, als Ingenieurin und Unternehmerin. Ich habe hautnah miterlebt, wie viel sich mit der Entstehung und Etablierung des Internets für die Situation der Frauen verändert hat. In diesem Vortrag möchte ich Ihnen erzählen, warum ich *Dotcom Divas* geschrieben habe, was ich während des Schreibens entdeckt und gelernt habe und welche sechs Trends meiner Ansicht nach die Erfolge von Frauenunternehmen in der Internetbranche in den Vereinigten Staaten erklären.

Bevor ich jedoch zum Thema komme, würde mich einmal interessieren, wer von Ihnen schon einmal darüber nachgedacht hat, ein eigenes Unternehmen zu gründen? Wer von Ihnen ist Unternehmerin oder Unternehmensgründerin?

### Warum ich das Buch geschrieben habe

Ich habe *Dotcom Divas* geschrieben, weil mich unternehmerische Kreativität und die Fähigkeit, Erfolg versprechende Ideen sofort zu erkennen und umzusetzen, schon immer sehr beeindruckt haben. Mich fesseln die Geschichten von Unternehmensgründungen, und ich bin fasziniert, wenn Unternehmerinnen erzählen, woher sie Inspiration und Mut genommen haben, sich selbstständig zu machen.

Mein Buch erzählt die Geschichten von 20 Unternehmensgründerinnen. Die Auswahl soll eine möglichst große Vielfalt an Hintergründen, Branchen und Erfahrungen bieten. Einige Frauen kommen aus wohlhabenden Familien, andere sind in einfachen Verhältnissen aufgewachsen. Manche sind Ingenieurinnen, andere haben einen völlig anderen Ausbildungsweg hinter sich. Sie kommen aus den verschiedensten Regionen der Vereinigten Staaten, und zwei von ihnen kommen von Übersee – eine Japanerin und eine Brasilianerin haben mir ihre Erfahrungen anvertraut.

Jedes Kapitel erzählt von der ursprünglichen Geschäftsidee, der Auswahl der ersten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Suche nach Risikokapital, und schlicht und einfach dem Aufbau des Unternehmens. Die Start-up-Geschichten handeln auch von den Hindernissen, denen die Gründerinnen begegnet sind und davon, wie sie diese beseitigt haben.

Als die Idee zu dem Buch entstand, arbeitete ich gerade an Internetprojekten für zwei Software-Konzerne, *Adobe Systems* und *Intuit*. Was mir an diesen beiden Unternehmen aufgefallen ist, war erstens, dass es hier sehr viele Frauen in den Internetteams gab, und zweitens, dass Kolleginnen, die kündigten, nicht einen Job in einer ähnlichen Firma suchten, sondern sich häufig selbstständig machten, und das meist im Internetgeschäft. Da begann ich, neugierig zu werden, ob es etwas gibt, das das E-Business für Unternehmensgründerinnen attraktiver macht als andere Branchen oder andere Technologien.

Während mir all dies durch den Kopf ging, wurden mehr und mehr Bücher über die Erfolge von IT-Unternehmern und -Investoren veröffentlicht, die – und das zeigen oft schon die Titel – in der Regel stark auf männliche Unternehmer fixiert waren: *eBoys*, *The Silicon Boys and their Valley of Dreams*, und *The New Thing*, das den Unternehmer Jim Clark, den Gründer von *Netscape*, SGI und einer Reihe anderer Firmen porträtiert. Ein Buch über IT-Unternehmerinnen war also mehr als fällig.

### Die »Ursuppe« des Silicon Valley

Das Silicon Valley, dieses 30 Meilen lange Tal zwischen San Jose und San Francisco in Kalifornien, ist im Hinblick auf die Anzahl der Unternehmensgründungen einzigartig. Welches sind die Hauptfaktoren, die diese Region zu einem Motor gemacht haben, der unablässig neue Unternehmen produziert?

Viele Unternehmerinnen und Unternehmer mit guten Ideen müssen auf talentierte Ingenieure und Techniker und eine robuste Dienstleistungslandschaft treffen, und vor allem braucht es eine große Menge Risikokapital. Als Ergebnis dieser günstigen Konstellation beobachten wir heute in dieser Region die effizienteste legale Art, Wohlstand zu schaffen.

### Unternehmensgründungen von Frauen nehmen zu

Als ich begann, für die *Dotcom Divas* zu recherchieren, habe ich mich nach Internetfirmen umgesehen, die von Frauen gegründet worden waren und ging davon aus, dass ich ca. 40 oder 50 davon finden würde. Ich fand jedoch bald meine Mailbox zum Überquellen voll mit Antworten von mehr als 200 Frauen, die mir von ihren Unternehmensgründungen oder denen ihrer Freunde erzählen wollten.

Der unternehmerische Geist ist offenbar sehr präsent und das auch bei sehr vielen verschiedenen Frauen (auch in der gegenwärtigen Lage!). Viele Frauen wollen nicht zehn oder zwanzig Jahre warten, bis sie die Karriereleiter in ihrer Firma hinaufklettern und endlich die Schlüssel zu den Chef-Etagen in die Hand bekommen. Stattdessen nehmen mehr und mehr Frauen in den Vereinigten Staaten allen Mut zusammen und werden zur Chefin in ihrer eigenen Firma. Tatsächlich wächst der Anteil der Unternehmensgründungen von Frauen doppelt so schnell wie der nationale Durchschnitt, und inzwischen besitzen Frauen 38% der Unternehmen.

### Was fasziniert Frauen an der Internetbranche?

Die Marktforschungs- und Investment-Gesellschaft Venture One hat herausgefunden, dass Internetunternehmen in den USA besonders frauenfreundlich sind. Internet-Start-up-Unternehmen haben einen höheren Anteil an Frauen mit geschäftsführenden und entscheidenden Posten als Unternehmen, die nicht im Internetbereich tätig sind (siehe Tabelle 1).

Warum? Meiner Ansicht nach gibt es sechs Faktoren, die den Erfolg und die Zunahme der Unternehmensgründungen von Frauen in den USA erklären:

1. Der Frauenanteil unter den InternetnutzerInnen ist nicht mehr geringer als der der Männer. Nur die Altersgruppe ab 56 und aufwärts zeigt noch ein deutliches Defizit in der Nutzung durch Frauen gegenüber dem Männeranteil, wenn man dem UCLA Internet Report *Surveying the Digital Future 2000* glauben darf.

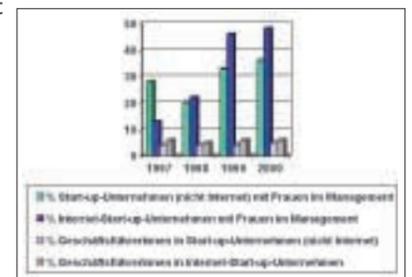


Tabelle 1: Start-up-Unternehmen mit Frauen in Führungspositionen in den USA von 1997 bis 2000. Quelle: [www.ventureone.de](http://www.ventureone.de)

2. Es gibt mehr Wagniskapital. Das Überangebot an Fonds und New Management-Positionen, das der Internetboom in den späten 90er Jahren entwickelte, eröffnete Frauen viele Möglichkeiten. Viele haben sie ergriffen und sind Unternehmerinnen, Geschäftsführerinnen, Managerinnen geworden.

3. Der Anteil der Frauen an diesem Wagniskapital ist klein, aber er wächst. Unternehmerinnen in den USA haben 7% der 69 Milliarden Dollar Wagniskapital, die im Jahr 2000 investiert wurden, eingeholt. 7% sind zwar ein sehr kleines Kuchenstück, aber verglichen mit 3% im Jahr 1995 ist es doch sehr viel. Wir alle wissen, dass der Spielstand erst gleich ist, wenn Unternehmerinnen 50 oder 51% des Wagniskapitals bekommen!

4. Das E-Business ist nicht sehr stark durch konventionelle Macht- und Arbeitsstrukturen charakterisiert. Internetunternehmen sind notorisch unbürokratisch, oft sogar antibürokratisch organisiert. Das Internet als relativ neue Geschäftsplattform bietet die Möglichkeit, eine neue, eigene Unternehmenskultur zu fördern, zu entwickeln und zu erproben, und dies spricht besonders Frauen an. Diese Offenheit ist eine Erklärung für den Erfolg von Frauen und auch sehr jungen Gründerinnen und Gründern – Gruppen, die in anderen Branchen mit großen Hindernissen bei der Unternehmensgründung konfrontiert sind.

5. Eine fünfte Erklärung ist die Existenz einer großen Vielfalt von Organisationen, die Frauen bei ihrer Entscheidung und bei der Suche nach Startkapital helfen.

Das *Forum for Women Entrepreneurs* (FWE) ist eine davon. Diese Organisation hat im letzten Jahr eine Veranstaltung mit dem Titel *Springboard 2000* veranstaltet, wo eine Gruppe ausgewählter Unternehmensgründerinnen ihre Ideen und Geschäftspläne gegenüber vielen Venture-Kapitalgebern präsentieren konnte. Die Veranstaltung, die inzwischen regelmäßig an verschiedenen Orten in den Vereinigten Staaten stattfindet, hat erreicht, dass im Jahr 2000 260 Millionen Dollar mehr Wagniskapital für von Frauen gegründete Unternehmen investiert wurden. Vor einem Monat war ich nun bei *Springboard 2001* in einem Vortragsaal in Oracle, Silicon Valley, wo 24 Frauen in jeweils fünfzehn Minuten ihre Ideen vorgetragen haben.

So genannte »Business Incubators« wie das *Women's Technology Cluster* in San Francisco oder *Ground Floor Ventures* in Hoboken, New Jersey, bilden eine »Brutstätte« für junge Unternehmerinnen, die dort Büroräume, technische Infrastruktur, Fachberatung und Unterstützung bei der Kapitalakquisition nutzen können.

6. Die finanzielle Situation für die Frauen wird ebenfalls durch die Zunahme von Frauen in Führungspositionen bei den Investoren entschärft, die inzwischen auch neue Venture-Capital-Agenturen mit einem Schwerpunkt auf Frauenunternehmen gründen. Beispiele sind *Viridian Capital*, *Isabella Capital* und *New Vista Capital*. Diese Unternehmen unterstützen die Frauen nicht aus altruistischen Gründen, sondern weil sie gute Erfahrungen mit Investitionen in Frauenunternehmen gemacht haben und weil diese Investitionen noch eine Nische darstellen, die rechtzeitig zu besetzen sich lohnt.

Während der Zugang zum Kapital für Frauen langsam verbessert wird, ist die Arena der Venture-Kapital-Firmen immer noch ein schwieriges Gebiet. Von Unternehmerinnen, die ich für *Dotcom Divas* interviewt habe, habe ich gehört, dass sie häufig auf Barrieren gestoßen sind, mit denen männliche Unternehmer nicht in dem Maße konfrontiert waren.

Als z.B. Felicia Landau, die Gründerin von *Sparks.com*, ihre Unternehmensidee einem Venture-Capital-Unternehmen vorgestellt hat, war man sehr begeistert von ihr und ihrer Firma und wollte sie in ihren Plänen unterstützen, aber man riet ihr, einen »Frontmann« einzusetzen, der die Firma nach außen repräsentiert. Die Investoren gingen sogar so weit, dass sie ihr Lebensläufe von solchen Frontmännern faxten, die sie sich für ihr Unternehmen vorstellen konnten.

Eine andere Unternehmerin, Vani Kola, die Gründerin von *RightWorks*, stellte ihr Unternehmen einem Venture-Capital-Investor vor, während sie schwanger war. Man sagte ihr, dass man sich eine schwangere Unternehmerin kaum als gute Investition vorstellen könne.

Trotz der Häufigkeit solcher Situationen gibt es mehr und mehr Unterstützung von Investoren für von Frauen gegründete Firmen. Besonders in den letzten zwei bis drei Jahren hat das Investment in diesem Segment deutlich zugenommen.

### Unternehmerische Qualitäten

Angesichts der Unterschiedlichkeit der Frauen, die ich für *Dotcom Divas* interviewt habe, war ich erstaunt, dass sich nach einiger Zeit doch auch sehr prägnante Gemeinsamkeiten herauschälten. Diese haben sich zunehmend als besondere unternehmerische Qualitäten herauskristallisiert. Die befragten Frauen sind...

- initiativ, sie packen Gelegenheiten immer beim Schopf. Sie erkennen Möglichkeiten und Chancen und schätzen sie realistisch ein, um sie sofort zu realisieren.
- leidenschaftlich, sie sind leicht für eine Idee zu begeistern, und wenn sie begeistert sind, sind sie kaum an ihrer Realisierung zu hindern.
- konsequent und unverwundlich, das heißt sie stehen nicht nur zu ihren Ideen, sondern auch zu ihren Niederlagen, die sie produktiv verarbeiten.
- optimistisch. Sie beherrschen positives Denken und nehmen ihre Erfolge als solche wahr.
- effektive Kommunikatorinnen, das heißt sie können ihre Vision auf eine Weise kommunizieren, die ansteckend ist. Dadurch fällt es ihnen leicht, MitarbeiterInnen zu rekrutieren und Investoren zu überzeugen.

Diese waschzettelartige gesammelte Liste von unternehmerischen Eigenschaften ist eine Art Test, ein Anhaltspunkt, ob Sie für eine Unternehmensgründung geeignet sein könnten. Es ist auch wichtig, zu überlegen, welche Folgen ein solcher Schritt für Ihr Privatleben, Ihre Beziehungen und auch Ihre Gesundheit haben würde.

### Informationen für Unternehmensgründerinnen

Ich möchte Ihnen noch einige Informationsquellen für die Planung von Unternehmensgründungen vorstellen, die sie neben vielen anderen in einem Anhang des Buches nachlesen können:

Wie kommt man an die richtigen Quellen für Risikokapital?

Die Seite [www.venturewire.com](http://www.venturewire.com) enthält viele Informationen und vor allem die Möglichkeit, einen sehr informativen Newsletter zu abonnieren. Diesem Newsletter sind die neuesten Nachrichten des Risikokapital-Markts zu entnehmen. Hier erfährt man z.B., welche Firmen im Moment von welchen Kapitalgebern gefördert werden und mit welchen Summen sie unterstützt werden.

[www.venturewire.com](http://www.venturewire.com)

### Unternehmerinnennetzwerke

Außerdem gibt es viele Networking Organisationen, die ich zum Teil eingangs schon erwähnt habe:

*Forum for Women Entrepreneurs* (FWE)

[www.fwe.org](http://www.fwe.org)

*Women in Technology International* (WITI)

[www.witi.org](http://www.witi.org)

*International Webgrrrls*

[www.webgrrrls.com](http://www.webgrrrls.com)

*GirlGeeks*

[www.girlgeeks.com](http://www.girlgeeks.com)

Die Webseite zu meinem Buch enthält außerdem ein Diskussionsforum und einen Newsletter für Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen.

[www.dotcomdivas.net](http://www.dotcomdivas.net)

### Quellen für Risikokapital

Besonders frauenfreundliche und auf von Frauen gegründete Firmen spezialisierte Risikokapital-Fonds sind:

[www.viridiancapital.com](http://www.viridiancapital.com)

*Viridian Capital*

[www.wgcf.com](http://www.wgcf.com)

*Women's Growth Capital Fund*

[www.nvcap.com](http://www.nvcap.com)

*New Vista Capital*

[www.fundisabella.com](http://www.fundisabella.com)

*Isabella Capital*

#### **E-Mails von Leserinnen**

Seit ich *Dotcom Divas* im Dezember veröffentlicht habe, habe ich sehr viele E-Mails von Leserinnen und Lesern bekommen. Eine davon möchte ich Ihnen nicht vorenthalten:

»Hallo, ich heiße Ashley und ich denke darüber nach, eine Internetfirma zu gründen, entweder eine Webdesign-Agentur oder ein Unternehmen, das Clip Art auf CD-ROMs verkauft. Was muss ich bei dieser Entscheidung beachten? Ich kann Internetseiten erstellen, gut mit HTML umgehen und Grafiken animieren. Ich bin übrigens erst 12 Jahre alt. Meinen Sie, das könnte ein Problem sein? Ich habe gehört, dass es Gesetze gibt, die so etwas erst ab 13 erlauben. Danke, Ashley.«

Das fand ich ganz schön cool. Ich habe Ashley ermutigt, weiterzumachen. Ich glaube, je besser es uns gelingt, in der Geschäfts- und IT-Welt eine Atmosphäre zu schaffen, in der sich junge Mädchen zu Hause fühlen, desto besser wird es uns allen gehen. Vielen Dank.

## Zu den Autorinnen

Dr. Christine Bergmann

Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

[www.bmfsfj.de](http://www.bmfsfj.de)

Christine Bergmann wurde 1939 in Dresden geboren. Sie ist verheiratet und hat zwei Kinder. Seit 1963 ist sie wohnhaft in Berlin. Nach ihrem Abitur (1957) studierte sie Pharmazie in Leipzig. Dieses Studium schloss sie 1963 mit dem Staatsexamen ab; danach war sie als Apothekerin in einer Berliner Apotheke tätig. Von 1967–1977 war sie freiberufliche Mitarbeiterin am Institut für Arzneimittelwesen der DDR im Bereich der Arzneimittelinformation; danach war sie vollzeitig in diesem Institut beschäftigt. Ab 1978 arbeitete sie hier als Abteilungsleiterin. 1989 promovierte sie zum Dr. rer. nat. Seit 1989 ist sie Mitglied der SPD und stellvertretende Landesvorsitzende der Berliner SPD; 1995 wurde sie Mitglied des Parteivorstandes und des Präsidiums der SPD. Im Mai 1990 wurde sie zur Präsidentin der Stadtverordnetenversammlung von Berlin gewählt. Ab Januar 1991 war sie Bürgermeisterin von Berlin und Senatorin für Arbeit und Frauen. Seit dem 27.10.1998 ist sie Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Elisabeth Biehl

Echopool Consulting, Berlin, Deutschland

[www.echopool.de](http://www.echopool.de)

Elisabeth Biehl, geboren 1962, ist Mitbegründerin, Gesellschafterin und Geschäftsführerin der Firma *Echopool*. 1980 hat sie ein Studium in Kunstgeschichte/Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft an der FU-Berlin begonnen. 1984 hat sie eine Ausbildung zur Kinderkrankenschwester absolviert und war zunächst zwei Jahre in diesem Beruf tätig. 1986 begann sie ein Psychologiestudium am psychologischen Institut der FU-Berlin, das sie 1992 mit dem Diplom abgeschlossen hat. Sie ist ledig und hat ein Kind. Während ihres Studiums war sie von Mai 1986 bis April 1987 in der Marktforschung bei dem Institut für Demoskopie in Allensbach und der AMK Berlin tätig.

1993 arbeitete sie für die FAF in Berlin als Beraterin und Coach für deutsche Integrationsfirmen. Anschliessend übernahm sie die Leitung des Hauptsitzes der CEFEC (eine europäische NGO) in Berlin. Von 1995 bis 1997 war sie bei *Pixel-park*, Berlin, in der Unternehmensentwicklung tätig, wo sie anschliessend mit dem Aufbau und der Leitung der Unit »Corporate Change« beschäftigt war. 1998 arbeitete sie als Mitinitiatorin und Beraterin bei dem Private-Public-Partnership-Modell *Cornucopia*. Seit November 1998 ist sie Mitbegründerin, Gesellschafterin und Geschäftsführerin von *Echopool*.

Elizabeth Carlassare

Dotcomdivas.net, Santa Cruz, Kalifornien

[www.dotcomdivas.net/author.html](http://www.dotcomdivas.net/author.html)

Elizabeth Carlassare aus Santa Cruz, Kalifornien, ist Unternehmensberaterin, Autorin und Mitgründerin der Firma *MyWebtivity.com*. Sie hat für ihr Buch *Dotcom Divas: E-Business Insights from the Visionary Women Founders of 20 Net Ventures* 20 Unternehmerinnen aus der Internetbranche über ihre Erfahrungen und Visionen interviewt, und jetzt ein Netzwerk für Unternehmensgründerinnen in diesem Bereich ins Leben gerufen, wo sie professionell und persönlich Frauen berät. Sie hat einen BA in Französisch an der Universität von Santa Cruz, einen MBA in *Energy and Resources* an der Universität Berkeley und ein Diplom in Web/IPSystemingenieurwesen abgelegt. Danach hat sie zehn Jahre Berufserfahrung in mehreren High-Tech-Firmen gesammelt, unter ihnen *Adobe Systems*, *Intuit* und *SGL*.

Institut für Informatik und Gesellschaft, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg

[www.iig.uni-freiburg.de/cognition/team/members/funken/funken.htm](http://www.iig.uni-freiburg.de/cognition/team/members/funken/funken.htm)

Prof. Dr. Christiane Funken studierte Soziologie, Psychologie, Politische Wissenschaften und Pädagogik in Aachen und Köln. Sie promovierte mit einer empirischen Studie zur Frauenkriminalität. Ihre Habilitationsschrift beschäftigt sich in einem wissenssoziologischen Ansatz mit der Wissensproduktion in der Informatik. Es folgten mehrere Forschungsprojekte zur Geschlechterforschung, zur Wissenschafts- und Technikforschung sowie zur Medienforschung. Sie ist Hochschuldozentin am Institut für Informatik und Gesellschaft der Universität Freiburg und Privatdozentin an der RWTH Aachen. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Wissenschafts- und Technikforschung (speziell Mediensoziologie), der Organisationssoziologie und der empirischen Geschlechterforschung. Zu diesen Gebieten zahlreiche Publikationen. Von 2002 bis einschließlich 2004 Gastprofessur für Mediensoziologie und Geschlechterforschung an der TU-Berlin

London School of Economics and Political Science, London, Großbritannien

[www.lse.ac.uk/Depts/GENDER/Personnel/rosalind\\_gill.htm](http://www.lse.ac.uk/Depts/GENDER/Personnel/rosalind_gill.htm)

Rosalind Gill ist Dozentin für Gender Studies und Gender-Theorien und Mitglied der Arbeitsgruppe *Media@LSE* am Gender-Institut der *London School of Economics and Political Science* (LSE). Ihre Doktorarbeit hat sie im Rahmen der *Discourse and Rhetoric Group* an der *Loughborough University* geschrieben, und zur LSE kam sie über das *Goldsmiths College*, wo sie als Dozentin für Soziologie tätig war. Sie ist international als feministische Diskursanalytikerin bekannt; in ihrer Forschung untersucht sie auch Neue Medien aus Geschlechterperspektive. Sie ist gemeinsam mit Keith Grint Autorin des Buches *The Gender Technology Relation* (erschienen bei Taylor and Francis, 1995) und eines in Kürze erscheinenden Buches mit dem Titel *Gender and the Media: Representation, Audiences and Cultural Politics*. Ihre Forschungsschwerpunkte sind im Moment maskuline Identitäten und Arbeit in den Medien.

WIGSAT – Women in Global Science and Technology, Ontario, Kanada

[www.wigsat.org](http://www.wigsat.org)

Dr. Sophia Huyer ist Geschäftsführende Direktorin der *Organisation Women in Global Science and Technology* (WIGSAT), einer Nichtregierungsorganisation, die Organisationen und Netzwerke in Entwicklungsländern unterstützt, die sich für ihre elektronische und reale Vernetzung stark macht und zum Thema »Gender und Technik« arbeitet. Es ist Teil der Arbeit von Frau Dr. Huyer bei WIGSAT, technischen Rat zu Internetstrategien und -auftritten zu geben, in der Forschung mit verschiedenen Organisationen zusammenzuarbeiten und für die Aktualisierung der WIGSAT-Homepage sowie die Liste der Publikationen zu sorgen. Sie beteiligt sich auch an anderen globalen Netzwerken zum Thema »Geschlecht, Wissenschaft und Technologien«, z.B. dem *Gender Advisory Board* der UN-Kommission für Wissenschaft und Technik für die Entwicklung und das *Once and Future Network* (OFAN). WIGSAT fördert globale Vernetzung zwischen Wissenschaftlerinnen und Technikerinnen für die weltweite Koalitionsbildung ([www.wigsat.org](http://www.wigsat.org)). Dr. Sophia Huyer hat als Autorin an folgenden Veröffentlichungen mitgewirkt: *Women@Internet: Creating New Cultures in Cyberspace* (1999) und *Citizenship and Participation in the Information Age* (2001). Kürzlich beendete sie ihre Doktorarbeit über die Situation und Strategien sozialer Bewegungen in der Ära der Globalisierung an der *York University* von Toronto.

Prof. Dr. Christiane Funken

Dr. Rosalind Gill

Dr. Sophia Huyer

Dr. Kristin Körner

Referatsleiterin im Ministerium für Arbeit, Frauen, Gesundheit und Soziales, Sachsen-Anhalt

[www.frisa.de](http://www.frisa.de)

Dr. Kristin Körner ist Grundsatzreferatsleiterin in der Leitstelle für Frauenpolitik im Sozialministerium Sachsen-Anhalt. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Gender Mainstreaming, geschlechter- und frauenpolitische Bildung, Frauen in der Informationsgesellschaft und Frauenförderung in der Wissenschaft. Zum Thema »Gender Mainstreaming« hat sie u.a. einen Artikel in *Frauen und Männer im Management. Diversity in Diskurs und Praxis* (Gabler, 2000) veröffentlicht.

Kristin Körner wurde 1967 in Magdeburg geboren. Von 1984 bis 1989 absolvierte sie ein Lehramtsstudium in den Fächern Russisch und Deutsch in Magdeburg und Woronesh (Russland). Danach promovierte sie 1993 im Bereich Fremdsprachen-Psychologie. Von 1992 bis 1995 initiierte und leitete Kristin Körner in einer Qualifizierungsgesellschaft verschiedene Frauen- und Bildungsprojekte. Seit 1995 ist sie in der Landesverwaltung Sachsen-Anhalts im Bereich Frauen- und Gleichstellungspolitik tätig. Darüber hinaus ist sie seit 1992 im gleichen Bereich ehrenamtlich aktiv. So gehört sie zu den Gründerinnen des Vereins *Frauenpolitische Bildung Sachsen-Anhalt e.V.*

Joëlle Palmieri

Les Pénélopes, Frankreich

[www.penelopes.org](http://www.penelopes.org)

Joëlle Palmieri ist Gründerin und Vorstand der Organisation *Les Pénélopes*. Sie ist von ihrer Ausbildung her Informatikerin und hat in den letzten Jahren verschiedene Tätigkeiten ausgeübt: Sie war technische Direktorin, Grafik- und EDV-Trainerin, PR-Beauftragte, Grafik-Designerin und Mitherausgeberin. In den letzten fünf Jahren hat sie vor allem als Multimediaproduzentin und -Beraterin sowie als Designerin gearbeitet und war an der Gestaltung von Webseiten und CD-ROMs beteiligt.

*Les Pénélopes* ist eine französische Frauenorganisation, die die Verbreitung, Veröffentlichung und Verteilung von Information und Informationstechnologien aus der Frauenperspektive thematisiert. Ziel dieser Organisation ist es, den weltweiten Austausch und die Beteiligung an internationalen Newsgroups und Diskussionsforen zu verbreiten, so dass möglichst alle Frauen ihre Erfahrungen miteinander teilen können. Ihr kollektives Webseitenprojekt, an dem noch weitere Frauenorganisationen beteiligt sind, soll aktuelle internationale Informationen von der Gender-Perspektive aus beleuchten, den Austausch über feministische Theorien und politische Aktionen fördern sowie internationale Diskussionen führen. Die Webseite enthält auch ein interaktives, digitales Fernsehprogramm unter dem Titel *Cyberfemmes*; es handelt sich um einen feministisch orientierten Fernsehsender, der im Rahmen der *Peking+5-Konferenz* entstanden ist.

Als Mitglied der *WomenAction* ist die Organisation auch an einem breit angelegten Projekt beteiligt, das eine aktivere Einstellung von Frauen zu den Informations- und Kommunikationstechnologien anmahnt. Das Netzwerk hat kostenlose Internetkurse eingerichtet und Organisationen und Individuen dazu angehalten, das Internet in Lobbyarbeit und Informationsaustausch möglichst viel und effizient anzuwenden. Einige französische Frauenorganisationen beteiligen sich an diesem Netzwerk, seit sie gespürt haben, dass ihre Information so einem viel breiteren Publikum zugänglich ist.

Inter. Information Centre and Archives for the Women's Movement, Amsterdam

Lin Pugh

[www.iiav.nl](http://www.iiav.nl)

Lin Pugh, geboren in Warragul, Australien, hat einen Abschluss von der Universität Melbourne in Geschichte. Sie spricht und schreibt Englisch und Holländisch. Sie hat einen Sohn. Während ihrer kurzen Karriere als Dozentin an der Universität war sie Mitgründerin einer australischen Frauenorganisation gegen Atomkraft und im Vorstand der Bewegung gegen Uran-Abbau. In 1978 hat sie das Netzwerk *World Information Service on Energy* mitgegründet, für das sie von 1978–1983 das Sekretariat geleitet hat. Sie hat mehrere lokale und überregionale Netzwerke für sichere Energiepolitik gegründet und unterstützt; eines dieser Netzwerke ist *Greenpeace*. Sie hat verschiedene Publikationen herausgegeben und geschrieben, darunter das zweiwöchig erscheinende *News Communique* und eine monatlich erscheinende Zeitschrift der Bewegung gegen den Uran-Abbau. Von 1983 bis 1990 war sie Koordinatorin eines Zentrums für vergewaltigte Frauen in Amsterdam, *Stichting Tegen Haar Will*.

1990 hat Lin Pugh die Verantwortung für *International Books* übernommen, den englischsprachigen Zweig eines holländischen Verlagshauses. 1996 hat sie sich mit dem *Amsterdam Writers Workshop* selbstständig gemacht, einer Firma, die das Schreiben in englischer Sprache trainiert – für Journalismus, technische Übersetzungen, kreatives Schreiben und Web Publishing. Das *Internationale Informationszentrum und Archiv für die Frauenbewegung* (IIAV) in Amsterdam hat sie 1997 eingeladen, eine Know-how-Konferenz über die Informationswelt der Frauen zu organisieren (*World of Women's Information*, August 1998). Unter den vielen Ergebnissen dieser Konferenz ist nicht zuletzt die umfassende globale Datenbank zu nennen, die der IIAV über das Netz betreibt. Daraufhin hat sie für den IIAV ein Projekt geleitet, das die Expertise von Frauen mit Informationsdiensten der ganzen Welt verlinkt. Fundraising, Management und Lobbyarbeit sind ihre Schwerpunkte. Sie ist außerdem Mitglied im globalen Vorstand von *WomenAction 2000*, einer Internetplattform für die Verbreitung und Verwaltung von Informationen zur Umsetzung der vierten UN-Weltfrauenkonferenz. Sie betreibt das *European WomenAction Netzwerk*, ein Team von IT-Expertinnen in Ost- und Westeuropa und Nordamerika.

Krista Sager

Zweite Bürgermeisterin der Freien und Hansestadt Hamburg,  
Senatorin für Wissenschaft und Forschung und Senatorin für die Gleichstellung

[www.hamburg.de/Stadtpol/lebenslaeufer/sager.htm](http://www.hamburg.de/Stadtpol/lebenslaeufer/sager.htm) und [www.krista-sager.de](http://www.krista-sager.de)

Krista Sager wurde am 28. Juli 1953 in Bremen geboren und wuchs dort auf. Nach dem Abitur studierte sie an der Universität Hamburg Deutsch und Geschichte für das Höhere Lehramt. Ihr politisches Engagement, das in der Bremer Schülerbewegung zur Zeit des Vietnamkrieges und der Notstandsgesetze begonnen hatte, führte sie in die *Sozialistische Studenten-Gruppe* (SSG). Berufstätig wurde Krista Sager in Hamburg als Lehrerin für Deutsch und Politik in der Erwachsenenbildung. Über die Anti-Atombewegung stieß sie 1982 zur Hamburger *Grün-Alternativen Liste* (GAL).

1989 kam Krista Sager aufgrund des Rotationsprinzips in die Hamburger Bürgerschaft. Im Herbst desselben Jahres wurde sie Fraktionsvorsitzende der achtköpfigen GAL-Fraktion. Im März 1990 gehörte Krista Sager zu den Begründerinnen der GAL-Frauenfraktion in der Bürgerschaft. Nach mehreren Jahren politischer Arbeit als Fraktionsvorsitzende der Hamburger Bürgerschaft und als Spitzenkandidatin der GAL ging Krista Sager 1994 als Sprecherin von Bündnis 90/Die Grünen nach Bonn. 1996 gab sie dann bekannt, nach Hamburg zurückzukehren, um dort die GAL als Spitzenkandidatin in die Bürgerschaftswahl 1997 zu führen. Bei dieser Bürgerschaftswahl erzielte die GAL in Hamburg 13,9%. Nach erfolgreichen Koalitionsverhandlungen mit der SPD ist Krista Sager seither Zweite Bürgermeisterin Hamburgs, Senatorin für Wissenschaft und Forschung und für die Gleichstellung.

Krista Sager ist Mitglied in zahlreichen wissenschaftspolitischen Gremien, wie z.B. dem Senat der *Max-Planck-Gesellschaft* oder dem *Forum Bildung*. In der *Heinrich-Böll-Stiftung* ist sie als Mitglied der *Grünen Akademie* tätig.

Eva Schachinger

[Indivisu@lwebdesign.com](mailto:Indivisu@lwebdesign.com), Linz, Österreich *Women-up*, [www.women-up.at](http://www.women-up.at)

[www.indivisual.at/team.htm](http://www.indivisual.at/team.htm)

Eva Schachinger aus Linz hat 23 Jahre bei einer Bank eine Hotline für individuelle Datenverarbeitung betreut und deren Webseiten gestaltet und gewartet, bevor sie sich zusammen mit Heidi Schoißengeier mit einer Agentur für Webdesign selbstständig gemacht hat. Die Agentur *Indivisu@lwebdesign* ist spätestens im Jahr 2000 durch ihre Webseite *women-up*® bekannt geworden, eine »virtuelle Stadt der Frauen«, die Konzeption von Webseiten, E-Mail-Service, Seitenoptimierung, Suchmaschineneinträge, laufende Aktualisierungen der Homepage, Pressearbeit samt monatlich erscheinendem Newsletter mit einem Unternehmensnetzwerk und einer Art Branchenbuch verbindet. Im gleichen Jahr noch gewannen die beiden Unternehmensgründerinnen den vom Land Oberösterreich ausgeschriebenen und von seinen Bewohnerinnen und Bewohnern per Abstimmung verteilten Preis *EVA 2000*, der »Frau des Jahres 2000« im Bereich »Innovation«.

Fachbereich Informatik/Mathematik, Universität Bremen

Prof. Dr.-Ing. Heidi Schelhowe

[www.dimeb.de](http://www.dimeb.de)

Prof. Dr. Heidi Schelhowe, geboren 1949, ist Hochschullehrerin am Fachbereich Informatik/Mathematik der Universität Bremen. Sie hat zunächst Germanistik und Katholische Theologie in Freiburg/Brsg. und Münster/Westf. studiert und war danach als Lehrerin in Bremen tätig. 1982 begann sie ein Informatikstudium, das sie mit dem Diplom abgeschlossen hat. Als Wissenschaftliche Mitarbeiterin hat sie am *Interdisziplinären Forschungszentrum Arbeit und Technik* (artec) an der Universität Bremen und am Fachbereich Informatik der Universität Hamburg gearbeitet. Von 1996–2001 war sie Hochschulassistentin am Institut für Informatik an der Humboldt-Universität zu Berlin. Seit dem Wintersemester 2001/02 ist sie Informatikprofessorin mit dem Arbeitsschwerpunkt »Digitale Medien in der Bildung« an der Universität Bremen.

In Forschung und Lehre verfolgt sie Fragen einer informationstechnologischen Bildung im schulischen Bereich wie auch eines Schwerpunkts »Bildung innerhalb der Medieninformatik«. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich »Bildung und Digitale Medien« wie auch »Informatik und Gesellschaft«, insbesondere auch Wissenschaftstheorie, Informationsgesellschaft und Geschlechterforschung. Sie ist Leiterin des vom BMBF geförderten Projektes *Virtuelle ifu* (*Internationale Frauenuniversität Technik und Kultur*). Prof. Dr. Heidi Schelhowe hat den Fachausschuss *Frauenarbeit und Informatik* in der *Gesellschaft für Informatik* mitgegründet und war 1987–1991 Sprecherin. 1989 hat sie die Tagung *Frauenwelt – Computerräume in Bremen*, 1994 *Erfahrung und Abstraktion in Hamburg* organisiert.

*Gender Studies Centre, Prag, Tschechien*

Lenka Simerska

[www.ecn.cz/gender](http://www.ecn.cz/gender)

Lenka Simerska hat an der Prager Karls-Universität Soziologie studiert und arbeitet nun als Wissenschaftliche Mitarbeiterin bei der Tschechischen Akademie der Wissenschaften in der Arbeitsmarktforschung mit einer Gender-Perspektive. Seit 1996 ist sie in verschiedenen Frauenprojekten aktiv. Sie ist als Programmkoordinatorin für das *Prager Gender Studies Centre* tätig, eine gemeinnützige, parteiunabhängige Organisation, die Informationen zu geschlechtsspezifischen Themen sowohl aus der Tschechischen Republik als auch aus aller Welt sammelt und verbreitet. Ihr Ziel ist, breite und interdisziplinäre Diskussionen über männlichen und weiblichen Status und geschlechtsspezifische Verhaltensweisen in unserer Gesellschaft zu fördern. Als Autorin und Ko-Redakteurin eines kulturell, politisch und akademisch orientierten feministischen E-Zines mit dem Titel [www.feminismus.cz](http://www.feminismus.cz) hat sie viel Erfahrung mit der Arbeit im Internet. Sie ist außerdem Web Mistress der Homepage der *Karat Coalition*, einem länderübergreifenden Zusammenschluss verschiedener osteuropäischer Frauengruppen. Innerhalb dieser Organisation hat sie auch die Konferenz *Regional Action in the 43rd Session of the UN Commission on the Status of Women* in Prag organisiert. Für die *Karat Coalition* hat sie auch als Delegierte an einer UN-Konferenz gleichen Titels 1999 in New York teilgenommen.

<http://members.tripod.com/~CROWWOMEN/nenae.htm>

Nevenka Sudar ist am 3. Juni 1959 in Zagreb, Kroatien geboren. Sie hat 1985 an der Philosophischen Fakultät Zagreb ihren Abschluss in Englischer Philologie und Vergleichender Literaturwissenschaft gemacht. Bis 1991 hat sie als Übersetzerin gearbeitet und später Sekretärinnen- und Lehrerinnentätigkeiten ausgeübt. Inzwischen arbeitet sie als Aktivistin bei der kroatischen Frauenrechtsorganisation B.a.B.e., »Be active, be emancipated«.

Sie hat Filme, Theaterstücke und Bücher vom Englischen ins Kroatische übersetzt, eine Vielzahl von Artikeln für eine Frauenzeitschrift mit dem Titel »Die Arbeiterin« geschrieben. Sie hat Erfahrung im Design von Internetseiten und im Online-Unterricht. Seit 1997 ist sie Herausgeberin und Redakteurin des ersten und bisher einzigen Online-Frauenmagazins in Kroatien mit dem Titel CROW. Die kritische Zeitschrift hat einen Schwerpunkt auf der Darstellung von Geschlechterrollen in den Medien. Das Motto der Zeitschrift ist: »Nur wer es wagt, anders zu sein, kann etwas verändern«.

Görel Thurdin wurde 1942 geboren; sie hat 1969 in Uppsala ihr Magisterexamen in Politikwissenschaft und Philosophie abgelegt und 1975 in Umeå ein Studium der Wirtschaftswissenschaften absolviert. Sie ist verheiratet, lebt in Kramfors und hat drei Kinder und ein Enkelkind. 1986–1991 war sie Abgeordnete der landwirtschaftsorientierten Zentrumspartei, 1991–1994 war sie Staatssekretärin für Landschaftsplanung, 1994–1998 Vizepräsidentin des Reichstages. Ihre Spezialgebiete sind: Dezentralisierung, Umwelt und Gesundheit und soziale Grund-sicherung. Außerdem hat sie als Dozentin für Betriebswirtschaft in Örnsköldsvik und als Angestellte eines Finanzamts gearbeitet. Sie war in ihrer Heimat-kommune lange als Stadträtin und Schulrätin tätig.

[www.provincia.venezia.it/medea](http://www.provincia.venezia.it/medea)

Ermenegilda Uccelli-Gravone hat einen Abschluss in Anglistik an der Bocconi-Universität Mailand gemacht. Sie gibt Kurse zur Einführung in die Arbeit mit dem Computer und betätigt sich am Frauenzentrum von Venedig als Expertin besonders bezüglich Internetkompetenzen. Sie ist außerdem als Journalistin für die feministische Zeitschrift *MadrePerla* tätig, und Initiatorin der Zeitschrift *Info@perla*, in der seit 1995 Artikel über Frauen und Neue Medien veröffentlicht werden. Sie hat verschiedene Kongresse zum Thema »Frauen und Internet« mitorganisiert. Der erste fand 1995 in Verona statt unter dem Titel *Wer hat Angst vorm Internet?; WWWItalia – Frauen online* hieß ein 1997 in Mirano (Venedig) abgehaltener Kongress; und *WWWEuropa – Frauen und Internet* fand 1999 ebenfalls in Venedig statt.

*MeDea* ist eine Website, die 1997 von einer an Internet und Netzwerken interessierten Gruppe von Frauen in Venedig ins Leben gerufen wurde. Die Initiative begann mit der Arbeit an dem italienischen Web Zine *Info@perla*, das seinen Cyber-Horizont zu einem internationalen Publikum erweitern will. Ziel der Organisation ist die Entwicklung von alternativen Szenarien einer digitalen Zukunft. *MeDea* möchte mit Projekten, Ideen und Aktionen von Frauen die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien prägen und mitgestalten.

[www.fh-furtwangen.de/~winkerg/](http://www.fh-furtwangen.de/~winkerg/)

Dr. Gabriele Winker studierte Sozialwissenschaften und war danach 12 Jahre als Informatikerin in der Privatwirtschaft und in der öffentlichen Verwaltung tätig. Seit 1994 ist sie Professorin für Arbeits- und Sozialwissenschaften und Frauenbeauftragte an der FH Furtwangen. Als Grenzgängerin zwischen Soziologie und Informatik beschäftigt sie sich vor allem mit Ansätzen für eine frauenadäquate Arbeits- und Technikgestaltung. Ihr gegenwärtiger inhaltlicher Schwerpunkt liegt in der Gestaltung der Informationsgesellschaft aus der Perspektive von Frauen.

Zurzeit leitet sie ein Forschungsprojekt zum Thema *Telearbeit – Chancen zur besseren Integration beruflicher und familiärer Lebensbereiche* ([www.telechance.de](http://www.telechance.de)). Gleichzeitig ist sie Projektleiterin des baden-württembergischen Netzwerkes *Frauen.Innovation.Technik* ([www.netzwerk-fit.de](http://www.netzwerk-fit.de)). Mit diesem Projekt soll das Berufsfeld von Mädchen und jungen Frauen in Richtung (informations-)technischer Studiengänge erweitert werden. Auch wird darüber in Baden-Württemberg ein Studienreformvorhaben organisiert und evaluiert: die Informatica Feminale, eine Sommerhochschule für Frauen in der Informatik, die bereits an der Universität Bremen seit drei Jahren erfolgreich läuft.

Gabriele Winker ist Vorsitzende des bundesweiten Vereins *Frauen geben Technik neue Impulse* und Mitglied unterschiedlicher Medienbeiräte in der BRD.

Die Dokumentation der WOW-Konferenz wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Initiatorin und Mitveranstalterin der WOW-Konferenz war die ExpertInnengruppe *Frauen in der Informationsgesellschaft* vertreten durch Prof. Dr. Gabriele Winker und Prof. Dr. Christiane Funken.

Die Konferenz wurde gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, vom Senat der Freien und Hansestadt Hamburg und der Schwedischen Regierung.