



Austausch bewährter Verfahren auf dem Gebiet der Geschlechtergleichstellung

„Equal Pay Days“

Estland, 18.-19. Juni 2013

Zusammenfassung

ISTITUTO
PER LA
RICERCA
SOCIALE

irs

ösb
CONSULTING™

Der Inhalt der vorliegenden Veröffentlichung gibt nicht notwendigerweise die Auffassung der Europäischen Kommission wieder.

Justiz

Diese Veröffentlichung wird unterstützt durch das Programm der EU für Beschäftigung und Soziale Solidarität – PROGRESS (2007-2013).

Dieses Programm wird von der Europäischen Kommission umgesetzt. Es wurde zu dem Zweck geschaffen, einen finanziellen Beitrag zur Verwirklichung der Ziele der Europäischen Union in den Bereichen Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit zu leisten und damit die Verwirklichung der entsprechenden Ziele der Strategie Europa 2020 zu untermauern.

Dieses auf sieben Jahre angelegte Programm richtet sich an alle maßgeblichen Akteure in den 27 Mitgliedstaaten, der EFTA, dem EWR sowie den Beitritts - und Kandidatenländern, die an der Gestaltung geeigneter und effektiver Rechtsvorschriften und Strategien im Bereich Beschäftigung und Soziales mitwirken können.

Weitere Informationen unter: <http://ec.europa.eu/progress>

Zusammenfassung des Austauschseminars

Der Austausch bewährter Verfahren, der am 18. und 19. Juni 2013 in Tallinn (Estland) stattfand, war den so genannten „Equal Pay Days“ gewidmet. Es handelt sich um alljährlich (zu einem festen oder variablen Datum) veranstaltete Aktionstage zur Entgeltgleichheit, an denen darauf aufmerksam gemacht werden soll, dass Frauen für dasselbe Jahreseinkommen wie Männer länger arbeiten müssen. Neben der Analyse der Vorgehensweise im Gastgeberland standen die Präsentationen der beiden assoziierten Länder (Belgien und Spanien) zu ihren jeweiligen Maßnahmen auf dem Programm. 12 weitere Staaten nahmen an den Diskussionen teil.

1. Bewährte Verfahren aus dem Gastgeberland und den assoziierten Ländern

Estland

Seit 2010 veranstaltet der estnischen Verband Business and Professional Women (BPW) jährlich einen Aktionstag zur Entgeltgleichheit (Equal Pay Day). Vordergründiges Ziel dieser Initiative ist, die Öffentlichkeit für das geschlechtsspezifische Lohngefälle zu sensibilisieren und die Debatte über mögliche Gegenmaßnahmen anzuregen.

In Estland trägt der Equal Pay Day die Bezeichnung „*Tilliga ja Tillita*“, wörtlich „*Mit und ohne Dill*“. Dieses Küchenkraut ist im Estnischen allerdings auch eine umgangssprachliche Bezeichnung für das männliche Geschlechtsorgan. „*Löhe*“ wiederum, das Wort für „Lücke“ (wie in Lohn*lücke*), bedeutet wörtlich „Lachs“. Es ergibt sich ein humorvolles Wortspiel, das der Kampagne eine kulinarische Note verleiht: Lachs mit oder ohne Dill.

Am Equal Pay Day bieten Restaurants und Cafés im ganzen Land Lachs- und teilweise auch andere Gerichte an, und zwar zu zwei unterschiedlichen Preisen – je nachdem, ob mit oder ohne Dill. Die Differenz entspricht dabei dem geschlechtsspezifischen Lohngefälle des letzten Jahres, berechnet nach den verfügbaren Statistiken. So wurde beispielsweise 2010 Lachs mit Dill um 30,3 % teurer angeboten als dasselbe Gerichte ohne Dill. 2013 betrug der Preisabstand 27,7 %. Gab es zu Anfang der Kampagne vorwiegend Lachsgerichte, so können die teilnehmenden Lokale heute anhand beliebiger Speisen die Preisdifferenz sichtbar machen.

Auch das Datum des Equal Pay Day wird nach dem Ausmaß des Entgeltabstands festgesetzt (nach dem Prinzip des europäischen Tages der Entgeltgleichheit). 2013 etwa fiel der Tag auf den 11. April: Dies entspricht dem Zeitraum, den Frauen in Estland zusätzlich arbeiten müssen, um im Durchschnitt dasselbe jährliche Einkommensniveau wie Männer zu erzielen.

Die estnische „Equal Pay Day“ Kampagne kommt mit einem überaus geringen Budget aus. 2010 beispielsweise stützte sie sich ausschließlich auf die Arbeit der ehrenamtlichen Mitglieder von BPW Estland, und 2012 wurden vom selben Verband 1.500 EUR für Seminare und die Druckkosten der Informationsbroschüren bereitgestellt. 2011 erhielt der Equal Pay Day eine Förderung aus dem Europäischen Sozialfonds (ESF), sodass ergänzt durch die Mittel von BPW Estland insgesamt 10.289 EUR zur Verfügung standen. Das Geld wurde für die Einrichtung

der Kampagnen-Webseite (<http://www.bpw-estonia.ee/tilligaja-tillita>), für Plakate und Broschüren in drei Sprachen (Estnisch, Russisch und Englisch) sowie für die Veranstaltung einer Konferenz verwendet. Gleichzeitig wurden tatsächliche Beispiele für geschlechtsspezifische Lohnunterschiede gesammelt und in Kurzdarstellungen auf der Kampagnen-Homepage veröffentlicht. Die Webseite existiert noch immer und wird laufend aktualisiert.

Das maßgebliche Element für die Wirksamkeit der Kampagne ist die Zusammenarbeit der verschiedenen Anspruchsgruppen und deren Bereitschaft zur Mitwirkung. Neben dem Beitrag der gemeinnützigen Organisationen und von BPW Estland spielt auch die Kooperation mit dem Privatsektor eine zentrale Rolle, allen voran bei der Umsetzung der Kampagne (Restaurants und Cafés).

Die Abwicklung der Kampagne gestaltet sich überaus einfach. Die Koordination erfolgt hauptsächlich über Facebook, E-Mail und persönliche Kontakte zu Restaurants und Cafés. Die teilnehmenden Lokale erhalten Kampagnenplakate und ihre Namen werden auf Facebook, der Webseite von BPW Estland und im Rahmen einer Pressemitteilung veröffentlicht. 2013 beteiligten sich an die 30 Restaurants/Cafés in vier Städten Estlands an der Kampagne.

Es gibt weitere Begleitaktivitäten zur „Dill“-Kampagne. So werden für den Equal Pay Day jedes Jahr Berichte von tatsächlichen Ungleichbehandlungen von Frauen in Bezug auf Karriere und Entgeltsituation veröffentlicht, u. a. auf Facebook und der Kampagnen-Webseite. 2012 fand anlässlich des Equal Pay Day ein Seminar mit dem Titel „Erfolgreiche Frauenkarrieren“ statt, bei dem die Laufbahn- und Einkommensentwicklung von Frauen ins Licht gerückt und mögliche Lösungen zur Nivellierung der Lohnlücke ausgelotet wurden. Außerdem wurde die von der Europäischen Kommission herausgegebene Broschüre, „Bekämpfung des geschlechtsspezifischen Lohngefälles in der Europäischen Union“, verteilt.

Da die Organisation dieser Sensibilisierungskampagne im Rahmen von Freiwilligenarbeit von der Zivilgesellschaft ausgeht und nur einen sehr geringen finanziellen Aufwand erfordert, ist weder eine formale Ergebnisbeurteilung noch die Erhebung von Gästefeedback in den beteiligten Lokalen möglich. Insofern lässt sich kaum einschätzen, wie viele Menschen von diesen Aktivitäten angesprochen werden.

Die sichtbarste Wirkung des Equal Pay Day ist indessen die Medienberichterstattung. Nach Ansicht von BPW Estland erfreuten sich die vergangenen Equal Pay Day Kampagnen einer guten Sichtbarkeit und Anerkennung. Das Medienecho ist jedes Jahr zufriedenstellend, insbesondere bei der „Dill“-Aktion. 2012 wurde die Kampagne beispielsweise in einer Rede des Ministerpräsidenten erwähnt, der festhielt, dass es sich bei den Einkommensunterschieden zwischen den Geschlechtern um ein ernst zu nehmendes Problem handelt, das entsprechende Gegenmaßnahmen erfordert. Überdies wurde die Pressemitteilung zum Equal Pay Day stündlich in den landesweiten Nachrichten vorgestellt, mit weiteren Beiträgen verschiedener TV- und Radiosender. Die Kampagnenverantwortlichen waren in Sendungen eingeladen, mit Begleitartikeln auf den Webseiten des jeweiligen Senders. Die umfangreiche Facebook-Seite zählte bis April 2013 627 Fans; und „*palgalõhe*“ (sinngemäß „Lohnlücke“, aber wörtlich „Lohn-Lachs“) wurde zum neuen Nationalfisch erklärt, wodurch das Problem des geschlechtsspezifischen Lohngefälles weitere Aufmerksamkeit erntet.

Belgien

In Belgien wurde erstmals am 31. März 2005 ein Equal Pay Day abgehalten, und zwar auf Initiative der sozialistischen Gewerkschaft ABVV/FGTB¹ und der politischen Frauenorganisation „Zij-kant“ (zur flämischen SP gehörig). 2007 rief die christliche Gewerkschaft ACV-CSC² ihre eigenen Equal Pay Days ins Leben. Seither begehen beide Gewerkschaften diesen Aktionstag, dem eine besondere symbolische Bedeutung beigemessen wird: Er macht die geschlechtsspezifische Lohnlücke sichtbar und regte einen Gesetzgebungsprozess an, der in einem Entwurf für ein neues Gesetz zur Entgeltgleichheit³ mündete.

Sowohl der sozialistische als auch der christliche Gewerkschaftsbund verfolgen das Ziel, die geschlechtsspezifische Lohnlücke zu beseitigen und gegen weitere Ausprägungen von geschlechtsbezogener Ungleichbehandlung vorzugehen (u. a. Haushaltsarbeit, Teilzeitbeschäftigungen, senkrechte und waagrechte Segregation, Stereotypen). Ein weiterer Aktionsschwerpunkt betrifft verwandte Probleme mit einer Geschlechterdimension, etwa die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, die Kinderbetreuung oder die Altersversorgung. Beide Gewerkschaften veröffentlichen im Rahmen ihrer Bemühungen Videos auf ihrer Webseite und auf YouTube und halten über Facebook Kontakt zu ihren Mitgliedern.

ACLVB/CGSLB⁴, die liberale (und kleinste) Gewerkschaft des Landes, hat ein völlig anderes Herangehen an die Lohngleichstellung gewählt. Ihr Hauptaugenmerk gilt der unterschiedlichen Stellung von Frauen und Männern auf dem Arbeitsmarkt; dies betrifft u. a. die Auswirkungen von Teilzeitarbeit auf die Altersrenten, die Mechanismen der beruflichen Einstufung und die Notwendigkeit ausführlicher Daten zu individuellen Karriereverläufen von Frauen – ausgehend von der Erkenntnis, dass Frauen teilweise eine atypische Laufbahn aufweisen, durch die sie bei Renten- und sonstigen Ansprüchen benachteiligt werden könnten.

2012 veranstaltete die ACLVB/CGSLB am 2. März einen Equal Pay Day, bei dem die Auswirkungen der Ungleichstellung auf die Altersrenten von Frauen im Vordergrund standen. Die Frauenorganisation des Gewerkschaftsbundes forderte, dass bei neuen Reformvorschlägen im Sozial- und Wirtschaftsbereich „*Gender-Brillen*“ benutzt werden, um die Genderperspektive zu sehen. Die ACLVB/CGSLB ermutigt Unternehmen, Gleichstellungskonzepte, Entgeltgleichheit und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie stärker zu berücksichtigen. Wie auch die beiden übrigen Gewerkschaften tritt sie außerdem dafür ein, dass Frauen bei den Wahlen zur Gewerkschaftsvertretung in Privatbetrieben gefördert werden.

Es folgen einige beim Seminar vorgestellte Aktionsbeispiele anlässlich der Equal Pay Days, die von den drei Gewerkschaften organisiert wurden.

Der sozialistische Gewerkschaftsbund (ABVV/FGTB) organisierte 2005 die erste ihrer Kampagnen, die sich durch einen humoristischen und vielfach auch provokanten Tenor auszeichnen. Aufhänger der Kampagne 2012 etwa war (im

¹ Fédération Générale du Travail de Belgique/Algemeen Belgisch Vakverbond – Allgemeiner belgischer Verband für Arbeit.

² Confédération des syndicats chrétiens/Algemeen Christelijk Vakverbond – Verband der Christgewerkschaften.

³ Siehe auf:

http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=fr&la=F&cn=2012042229&table_name=loi

⁴ Syndicats Libéraux de Belgique/Liberale Vakbond.

französischsprachigen Landesteil) die Frage nach dem Ausgleich zwischen Beruf und Familie. Es folgten spezifische Empfehlungen, Broschüren, Veranstaltungen und werbeähnliche Aussagen darüber, wie Einzelne ihre Haushaltsverantwortung bewältigen könnten. In der flämischen Region kam ein weitaus provokanterer Slogan zum Zug: *„Schließ die Lohnlücke: Werde Pornodarstellerin.“* An Studierende wurde eine Broschüre mit dem Titel *„Ihr Studium heute bestimmt Ihr Einkommen morgen“* verteilt. Darin wurden die Zusammenhänge zwischen Studium, Karriere und Einkommen erörtert und auf die Bedeutung der Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben eingegangen; ein weiteres Thema betraf die Auswirkungen von familiären Entscheidungen auf das Einkommen und die spätere Laufbahn der/des Einzelnen.

2013 gab es in der flämischen Region eine Neuauflage der Kampagnen. Unter dem Motto: *„Haushalt extrem: Manchmal müssen Männer Frauenarbeit verrichten“* wurde in Pressemitteilungen, mit Bannern, auf Buttons, mit Postern und in einem Videoclip Haushaltsarbeit im „Rambo-Stil“ inszeniert. Die Webseite der ABVV/FGTB wurde mit einer Übersicht über sämtliche Kampagnen bis 2013 aktualisiert; soziale Medien wie Twitter und Facebook wurden genutzt, um Botschaften zu verbreiten.

Der christliche Gewerkschaftsbund (ACV/CSC) lancierte seine erste Kampagne 2007. Das Hauptaugenmerk lag auf einer der Hauptursachen des geschlechtsspezifischen Lohngefälles: der Doppelbelastung von Familie und Beruf. In der Kampagne zum Equal Pay Day 2011 wurden Frauen beispielsweise aufgefordert, bis zur Beseitigung des Lohnabstands das Bügeln einzustellen. Auf Facebook wurden mehrere Videos veröffentlicht, ergänzt durch eine eigene Webseite, auf der Männern das Bügeln beigebracht wurde.

Die Kampagne 2013 trug den Titel *„Miete dir einen Mann“*. Die ACV/CSC gab dabei die Botschaft aus, dass der Kampf für Lohngerechtigkeit zuhause beginnt, mit einer ausgewogenen Verteilung der Haushaltsarbeit. Neben einer Webseite und einer Broschüre wurde auf Facebook ein Wettbewerb für den „fürsorglichsten Mann“ abgehalten; außerdem fanden Straßeninterviews statt. Ausgehend von diesem Prozess wurden nachdrückliche Forderungen aufgestellt, etwa nach der verpflichtenden Ausdehnung des Elternurlaubs nach der Geburt, nach höheren Sozialleistungen für junge Eltern und nach einer leistbaren Kinderbetreuung mit flexiblen Öffnungszeiten, um den Bedürfnissen der Eltern gerecht zu werden.

Spanien

Aufgrund einer Erklärung des spanischen MinisterInnenrats im Jahr 2010 findet der Equal Pay Day in Spanien alljährlich am 22. Februar statt. Der Aktionstag wird auf unterschiedlichem Weg publik gemacht:

- Ausgabe und Verbreitung von Losen der staatlichen Lotterie, versehen mit dem offiziellen Kampagnenlogo und dem Vermerk „22. Februar, Equal Pay Day“ (erstmals 2011).
- Ausgabe und Verbreitung (ebenfalls ab 2011) von Lotterielosen des spanischen Blindenverbandes ONCE, versehen mit demselben Vermerk. 2013 wurden fünf Millionen dieser Lose in Umlauf gebracht.
- Ausgabe und Verbreitung (seit 2013) einer eigenen Briefmarke für den Equal Pay Day; es sind ein Mann und eine Frau abgebildet, mit der Frage: „Wir

arbeiten gleich, warum verdienen wir nicht gleich?“ Die Marke trägt den Schriftzug „Internationaler Equal Pay Day“.

Der Equal Pay Day war darüber hinaus Anlass, um Informationen und Daten zur geschlechtsspezifischen Lohnlücke und zu möglichen Gegenmaßnahmen bereitzustellen und bekannt zu machen. Ziel war es, zum Problemverständnis beizutragen. Infolgedessen wurde eine Reihe von Aktionen auf den Weg gebracht:

- Pressekonferenzen und Präsentationen von Studien und Statistikdaten zum Lohngefälle zwischen Frauen und Männern.
- Vorträge, Seminare und Foren für Anspruchsgruppen (Politikverantwortliche, Frauenorganisationen, Gewerkschaften, Unternehmensverbände, WissenschaftlerInnen und Mitglieder der Hochschulforschung), bei denen Maßnahmen zur Beseitigung des Lohnabstands zwischen den Geschlechtern gefördert, debattiert und ins Rampenlicht gerückt wurden.
- Informationsverbreitung an Anspruchsgruppen mittels Postwurfsendungen sowie über institutionelle Webseiten.

Diese Aktionen konnten mehrheitlich ohne zusätzliche öffentliche Gelder durchgeführt werden; reguläre Mittel des Staatssekretariats für Sozialdienstleistungen und Gleichstellung und aus Non-Profit-Abkommen mit anderen Organisationen waren ausreichend.

Der Kernpunkt des bewährten Verfahrens in Spanien betrifft das Konzept einer kollaborativen Politik zwischen der zuständigen Gleichstellungsinstitution, anderen öffentlichen Instanzen und Organisationen (z. B. der spanischen Post) und wohltätigen bzw. gemeinnützigen Einrichtungen (z. B. dem spanischen Blindenverband).

2. Situation in den teilnehmenden Staaten

Neben Estland, Belgien und Spanien waren folgende Staaten am Seminar beteiligt: Deutschland, Finnland, Kroatien, Lettland, Litauen, Malta, Österreich, Polen, Portugal, Serbien, das Vereinigte Königreich und Zypern. In dieser Gruppe wird teilweise bereits ein nationaler Equal Pay Day abgehalten, teilweise existiert aber noch keine entsprechende Aktivität. In Litauen, Malta, Polen, Serbien und dem Vereinigten Königreich gibt es bislang keinen nationalen Equal Pay Day, und in drei dieser Staaten (Litauen, Malta und Serbien) auch keine verwandten Initiativen. In Polen und im Vereinigten Königreich finden indes Parallelinitiativen statt (siehe die nachfolgende Übersicht).

Im **Vereinigten Königreich** begehrt die Fawcett Society, eine im 19. Jh. gegründete große Interessenvereinigung für Gleichstellung und Frauenrechte, den Tag im Jahr, „*ab dem Frauen im Vergleich zu Männern de facto ‚umsonst arbeiten‘*“ (2012: 7. November). Auch der Equal Pay Day (Datum, bis zu dem Frauen für dasselbe Einkommensniveau wie Männer zusätzlich arbeiten müssen) hat bis zu einem gewissen Grad Einzug gehalten. Opportunity Now etwa, ein Unternehmensverband für die „*Förderung des beruflichen Erfolgs von Frauen, der auch den Unternehmen und der Gesellschaft zugute kommt*“, hat die Idee übernommen, und auch einige Gewerkschaften sind dahingehend aktiv geworden.

In **Polen** nehmen mehrere Institutionen und Organisationen Bezug auf EU-Webseiten (auf Englisch und Polnisch), die mit den Equal Pay Days zusammenhängen, bzw. sind entsprechend verlinkt. Darüber hinaus sind in jüngerer Vergangenheit in einigen Landesteilen Initiativen angelaufen, bspw. jene des BPW, der im April 2011 für die Organisation eines Equal Pay Day verantwortlich zeichnete. Zu diesem Anlass wurde auf die geschlechtsspezifische Lohnlücke aufmerksam gemacht; andere Organisationen und AktivistInnengruppen waren eingeladen, sich am Aktionstag zu beteiligen. Der Verband initiierte schließlich eine „Equal Pay“-Woche, während der Frauen aus Unternehmen, Hochschulen und dem Kulturbereich an Debatten zur Entgeltgerechtigkeit teilnahmen.

Die zweite Staatengruppe (Österreich, Kroatien, Zypern, Deutschland, Finnland, Lettland, Portugal und Serbien) veranstaltet Equal Pay Days, wobei verschiedene Instrumente auf unterschiedlichen Ebenen zum Zug kommen, abhängig auch vom jeweiligen rechtlichen und kulturellen Kontext.

Das Beispiel **Österreichs** ist besonders interessant, da jedes Jahr zwei Equal Pay Days abgehalten werden (Herbst und Frühjahr, veranstaltet von unterschiedlichen AkteurInnen). In der Herbstausgabe sind neben Gewerkschaften sozialdemokratische und andere linksgerichtete Institutionen und Initiativen federführend. Das Datum fällt auf den Tag, ab dem Frauen gemäß dem errechneten Entgeltabstand umsonst arbeiten (2012: 6. Oktober). Das Bundesministerium für Frauenangelegenheiten und Öffentlichen Dienst nimmt den Equal Pay Day regelmäßig zum Anlass, neue Gleichstellungskampagnen auf den Weg zu bringen.

Die Frühjahrsausgabe des Equal Pay Day entspricht dem Datum, bis zu dem Frauen zusätzlich arbeiten müssen, um auf dasselbe Einkommen wie Männer im abgelaufenen Jahr zu kommen (2013: 5. April). Diese Veranstaltung findet seit 2009 alljährlich im April statt, organisiert von Business and Professional Women International (BPWI), einem internationalen Netzwerk, dem BPW Österreich angehört. Wie auch in anderen Staaten symbolisiert bei diesem Equal Pay Day eine rote Handtasche die finanzielle Lage der Frauen („rote Zahlen“) und ihr geringeres verfügbares Einkommen. Die BPW-Veranstaltung verfolgt u. a. das Ziel, die Diskussion zur geschlechtsspezifischen Lohnlücke anzuregen, das Problembewusstsein zu fördern, alle zuständigen Akteurinnen und Akteure zu mobilisieren, Frauen zum Handeln und zur Übernahme von Verantwortung heranzuführen, den Verdienstabstand in Österreich zu verringern, eine Einkommenstransparenz herbeizuführen und einen nationalen Equal Pay Day einzurichten.

In **Deutschland** geht der Equal Pay Day mit einer Vielzahl von Aktionen einher. Die vom BPWI 2009 in New York initiierte weltweite Kampagne wurde vom Deutschen Frauenrat und zahlreichen weiteren Frauenorganisationen unterstützt. Das Datum des Equal Pay Day ergibt sich aus den Zahlen des Statistischen Bundesamtes. Auf Initiative des BPW Deutschland formierte sich ein nationales Aktionsbündnis bestehend aus der Bundesarbeitsgemeinschaft der kommunalen Frauenbüros und Gleichstellungsstellen (BAG), der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), dem Deutschen Frauenrat (DF) und dem Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU). Die Aktion war ursprünglich auf drei Jahre angelegt, mit finanzieller, ideeller und wissenschaftlicher Unterstützung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ). Ziel der Initiative ist es, Informationen zum geschlechtsspezifischen Lohngefälle zu verbreiten und Frauen zu ermutigen, die Problematik des Entgeltunterschieds auf verstärkt proaktive Weise anzugehen.

Die Initiative konnte bereits im ersten Jahr bundesweit an die 60.000 BürgerInnen für die ungefähr 180 Aktionen mobilisieren und wurde insofern als erfolgreich bewertet. Im zweiten Jahr stieg die Zahl der Aktionen auf 259 (in 173 Städten und Gemeinden), jene der AktivistInnen auf zumindest 70.000. 2013 wurden mehr als 1.000 Aktionen verzeichnet.

Ein weiterer wichtiger Schritt war die Schaffung der vom BMFSFJ geförderten **Bundesgeschäftsstelle Entgeltgleichheit** im September 2011. Zu ihren zahlreichen Aufgaben gehört insbesondere, die Thematik der Entgeltgerechtigkeit ganzjährig in der Politikagenda zu verankern und Kampagnenmaterial für die koordinierten Aktionen zu verteilen (u. a. die roten Handtaschen und Fahnen mit dem Aufdruck „Equal Pay Day“). Mit dem sog. „*EPD Toolkit*“ bietet sie Anleitungen für Foren-Veranstaltungen, Werbemittel und Informationen zum jeweiligen Jahresschwerpunkt (Filme, PowerPoint-Präsentationen, Broschüren, verschiedene Anleitungen, Vorlagen für Einladungen und Pressemitteilungen, diverse Materialien). Die Bundesgeschäftsstelle Entgeltgleichheit nimmt laufende Aktualisierungen der EPD-Webseite vor und veröffentlicht eine Online-„Aktionslandkarte“, die die Veranstaltungsorte im gesamten Bundesgebiet ausweist.

Ergänzend findet in Deutschland ein **Forum Equal Pay Day** statt. Dabei handelt es sich um eine Veranstaltung für meinungsführende Gruppen, bei der in einem „Top-Down“-Ansatz der aktuelle Themenschwerpunkt landesweit verbreitet werden soll. Aktionsgruppen und Frauenorganisationen im ganzen Land werden ermutigt, sich für die Sensibilisierung zu engagieren und die nötigen Informationen für Basisaktivitäten bereitzustellen. Jedes Forum steht in Bezug zu einem Schwerpunktthema; 2013 lautete es „Lohnfindung in den Gesundheitsberufen – viel Dienst, wenig Verdienst“, zu dem im Vorfeld insgesamt fünf Foren abgehalten wurden. Die dabei erstellten Videomitschnitte werden als Informationswerkzeug oder für den Einsatz bei anderen Veranstaltungen zur Verfügung gestellt. Die wichtigsten Reden, ergänzt durch Fotos und weitere Beiträge, wurden zudem im sog. „*EPD Journal 2013*“ veröffentlicht. An die 20.000 Exemplare gingen an Frauenorganisationen, Gleichstellungsbüros, Medien und andere interessierte Stellen.

Was die Initiativen der übrigen teilnehmenden Staaten anbelangt, bestehen starke Ähnlichkeiten zu Estland, Belgien und Spanien, mit geringfügigen Unterschieden, wie dem nachstehenden Überblick entnommen werden kann.

In **Finnland** beispielsweise geht die Organisation der Equal Pay Day Kampagnen seit 2010 wie in Estland vom Landesbüro des BWP aus. Die Organisationsverantwortlichen vor Ort gehen ähnlich vor – Infostände und öffentliche Aktionen in Städten, in denen sich aktive BPW-Mitglieder befinden. Der Aktionstag läuft hier unter dem Titel „*Tag der roten Taschen*“, um die Lohndiskriminierung zu veranschaulichen. Um das Interesse an der Problematik zu steigern, wurden rote Handtaschen bekannter finnischer Persönlichkeiten versteigert. Parallel dazu wurden Geschäfte aufgefordert, rote Handtaschen ins Schaufenster zu stellen. Die Aktivitäten gehen indes über einen kleinen Rahmen nicht hinaus, zumal die Aktionen des Equal Pay Day überwiegend auf ehrenamtlicher Beteiligung beruhen.

Auch zu Belgien besteht eine Parallele, da die finnischen Gewerkschaften sich in die Aktivitäten rund um den Equal Pay Day einbringen. Einer der Gewerkschaftsverbände (STTK – Zentralverband der Angestelltengewerkschaften) veranstaltet seit 2011 Kampagnen zu einem sog. „Tag der Frauengehälter“. Die

Kampagne 2012 stellte den Umstand in den Vordergrund, dass die weiblichen Einkommen in Finnland nur 82,4 % jener von Männern erreichen. Umgelegt auf das Jahreseinkommen arbeiteten Frauen von 28. Oktober bis 31. Dezember umsonst. Der STTK verteilte in der Helsinkier Innenstadt Postkarten und Schokolade-Euros; im Parlament wurde der Ministerin für Gleichstellungsfragen, die auch einen Blog zu dem Aktionstag führte, ein symbolischer Holz-Euro überreicht. Die Kampagne rief reges Medieninteresse hervor und wurde auf den Webseiten aller großen Printmedien sowie im landesweiten Fernsehen erwähnt.

Die in **Portugal** umgesetzten Aktionen weisen Ähnlichkeiten mit jenen in Spanien auf. Der Ausschuss für Gleichstellung in Beruf und Beschäftigung (CITE) übernahm die Koordination der Initiativen. Das Material für die Sensibilisierung stammte aus von der Europäischen Kommission abgewickelten Kampagnen. 2013 fand in Portugal der erste Equal Pay Day statt. Als Datum wurde der 6. März gewählt, um darauf aufmerksam zu machen, dass portugiesische Frauen 65 Arbeitstage mehr absolvieren müssten, um das männliche Einkommensniveau des Vorjahres zu erreichen. Die Aktivitäten waren abermals vom CITE koordiniert und zielten weitgehend auf die Verbreitung von Werkzeugen für die öffentliche Sensibilisierung ab. Zu diesem Zweck wurden drei Logos für den Aktionstag entwickelt, und es wurde versucht, sie bekannt zu machen. In Portugal kamen die Logos hauptsächlich in Posterkampagnen in Bussen, Fährschiffen und U-Bahnen bzw. in den jeweiligen Stationsbereichen zum Einsatz.

Ergänzend dazu wurde den Geschäftsführenden der größten Unternehmen, sozialpartnerschaftlichen Organisationen und anderen meinungsführenden Persönlichkeiten ein symbolisches Geschenk überreicht: Eine kleine Schachtel mit einem beidseitigen Kugelschreiber, wobei ein Ende eine Frau und das andere einen Mann darstellt. Damit einher ging die Botschaft: *„Wussten Sie, dass Frauen in Portugal um 18 % weniger verdienen als Männer? Um – mit denselben Werkzeugen – gleich viel zu verdienen wie Frauen, brauchen Männer erst am 6. März mit der Arbeit zu beginnen. Es ist Zeit, mit dieser Diskrepanz aufzuräumen. Der einzige Wert, der zählt, ist Gleichstellung.“* Die Kampagne wurde über das Internet und die sozialen Medien publik gemacht. Es erging eine Pressemitteilung an die Medien, und ein eigenes Programm („Sociedade Civil“) im öffentlichen Fernsehen widmete sich dem Thema. Die Auswahl der Initiativen und das allgemeine Konzept des CITE waren derart, dass die Kampagne mit einem relativ niedrigen Budget abgewickelt werden konnte.

In Kroatien und Luxemburg finden Equal Pay Days statt, die jedoch von so geringer Bedeutung sind, dass weder das Interesse der Öffentlichkeit noch der Institutionen tatsächlich geweckt werden konnte.

Die Abhaltung eines Equal Pay Day in **Kroatien** wurde 2011 vom Amt für Geschlechtergleichstellung bestätigt und im Nationalen Politikrahmen für Geschlechtergleichstellung 2011-2015 festgeschrieben. Dieses Dokument sieht insbesondere folgende Maßnahmen vor: (a) Alljährliche Veranstaltung eines Equal Pay Day; (b) Durchführung von Aktivitäten, um die an Kollektivverhandlungen beteiligten Interessenvertretungen auf die Bedeutung der Entgeltgerechtigkeit in gleichwertigen Berufsverhältnissen und der Implementierung der Arbeitsgesetzgebung aufmerksam zu machen; (c) Verbesserungen bei der Erfassung, Aufbereitung, Auswertung und Verbreitung statistischer Indikatoren zum Verdienstabstand zwischen Frauen und Männern.

Doch trotz dieser Vorkehrungen gingen die Equal Pay Days der letzten beiden Jahre nahezu unbemerkt vorüber. Von offizieller Seite gab es eine Verlautbarung des Amtes für Geschlechtergleichstellung zur Dringlichkeit von Maßnahmen, um die geschlechtsspezifische Lohnlücke zu schließen, untermauert durch einschlägige Daten aus der EU und Kroatien. Dies stieß auf ein gewisses Medienecho. Die Frauensektionen dreier Gewerkschaften hielten 2011 und 2012 gemeinsam mit dem Frauennetzwerk Kroatien (Zusammenschluss von Nichtregierungsorganisationen für Frauenfragen) Veranstaltungen ab, bei denen u. a. eine Aufforderung an das Parlament und die Regierung ausgesprochen wurde, sich des Problemfelds der Gendergerechtigkeit – und damit des geschlechtsspezifischen Lohngefälles – anzunehmen. Daneben gab es jedoch keine sichtbaren weiteren Aktivitäten.

Ähnlich die Entwicklung in **Luxemburg**: Der Nationale Frauenrat (CNFL) initiierte 2010 einen Equal Pay Day, und zwar über eine Petition an die Kommunen mit der Aufforderung an die Regierung, die Gesetze zur Entgeltgerechtigkeit in arbeitgebenden Organisationen durchzusetzen. Es folgte allerdings kein weiterer Equal Pay Day, und es bleibt ungewiss, ob es in Zukunft ähnliche Aktivitäten wie die Petition 2010 geben wird. Die Initiative erntete einige Kritik, und ihr Misserfolg wurde zum Teil dem CNFL angelastet, den manche aufgrund seiner vielschichtigen Struktur und fehlenden sozialpartnerschaftlichen Vertretung nicht als die am besten geeignete Organisation halten, wenn es darum geht, den Equal Pay Day anzustoßen bzw. abzuwickeln.

3. Die Diskussionen während des Seminars im Überblick

Die teilnehmenden Staaten waren sich darin einig, dass **die vorgestellten Instrumente interessante Aktionsbeispiele** im Rahmen von Equal Pay Days darstellen, mit dem Ziel, Interesse und Bewusstsein für die geschlechtsspezifische Lohnlücke aufrecht zu erhalten. Sie sind indes nicht immer ohne Weiteres übertragbar, was mit ihren spezifischen Merkmalen und abweichenden nationalen Rahmenbedingungen zusammenhängt.

In der Diskussion wurde insbesondere hervorgehoben, dass **die unterschiedlichen Ausgangssituationen der jeweiligen Länder** – allen voran hinsichtlich der politischen und kulturellen Betrachtung der Gleichstellungsfrage – **gebührend berücksichtigt werden müssen**. Ferner sollten **Werkzeuge und Aktivitäten zum Zug kommen, die den lokalen Befindlichkeiten in diesem Zusammenhang Rechnung tragen** und den gegebenen Handlungsmöglichkeiten, das Problembewusstsein zu wecken bzw. aufrecht zu erhalten, entsprechen. In besonderem Maß trifft dies auf die Übertragbarkeit der in Belgien von der sozialistischen Gewerkschaft durchgeführten Kampagne zu. Zahlreiche Staaten sahen darin ein potentiell zu umstrittenes und provokantes Vorgehen, das sich als weniger wirksam oder z. T. sogar kontraproduktiv erweisen könnte. Hingegen wurde die estnische Praxis, auf legere, humorvolle und kreative Weise das Problembewusstsein für eine mitunter komplexe Angelegenheit (Berechnung des geschlechtsspezifischen Lohngefälles) zu fördern, als besonders wirksam und leicht übertragbar bewertet, insbesondere dank des verhältnismäßig geringen Kostenaufwands. Auch die Option, weitere Teile der Gesellschaft und auch den Privatsektor (Restaurants und Cafés) in dieses lockere Konzept einzubeziehen, wurde von zahlreichen TeilnehmerInnen positiv bewertet.

Die Bedeutung lokaler Sensibilitäten wurde auch hinsichtlich der Wahl von **Sprache und Symbolen** in Sensibilisierungskampagnen und allgemein in allen Aktivitäten

rund um die Equal Pay Days ins Treffen geführt. Dies wurde als wesentlich erachtet, um die Gleichstellungsperspektive zu wahren und zu untermauern, dass die öffentliche Anerkennung der Unrechtmäßigkeit geschlechtsspezifischer Diskriminierung zu verstärken ist.

Als wichtiger Punkt wurde ferner die **Wirksamkeit der Aktionen** diskutiert, die an den Equal Pay Days bzw. in deren Vorfeld durchgeführt werden. Mehrere Aspekte fallen dabei ins Gewicht:

Der erste Aspekt hängt mit der Notwendigkeit zusammen, die **Aktivitäten des Equal Pay Day auf bestimmte Zielgruppen/Sektoren abzustimmen und separate Methoden und Inhalte einzusetzen, die das jeweilige Publikum ansprechen**. Belgien liefert ein gutes Beispiel für die Sensibilisierung unter Frauen und Männern, indem etwa die niedrigeren Löhne zu geringeren Rentenansprüchen in Bezug gesetzt und die Kosten für Frauen, Familien und die Gesamtgesellschaft anschaulich gemacht werden. Dies verdeutlicht die kurz- und langfristigen Auswirkungen von Arbeitsarrangements und Entgeltunterschieden. Die estnische Kampagne zeigt auf, wie ein einzelner Faktor (ein Mann zu sein – symbolisiert durch die Zugabe von Dill zum Lachs) die Entlohnung (und den Preis) beeinflusst; sie besitzt das Potential, die Öffentlichkeit zu involvieren. Das spanische Beispiel mit den Lotterielosen und Briefmarken macht sichtbar, dass es sich beim geschlechtsspezifischen Lohngefälle um ein wichtiges Problem handelt, das angegangen werden muss, selbst wenn andere Arbeitsmarktbelange (wie die hohe Arbeitslosigkeit) vorherrschen.

Der zweite Aspekt betrifft die **notwendige nachdrückliche Mitwirkung von Staat und nichtstaatlichen AkteurInnen** an Veranstaltungen rund um den Equal Pay Day. Dies beinhaltet ArbeitnehmerInnen- und ArbeitgeberInnenverbände, die Wissenschaftsgemeinde und andere NROen. Dieses Vorgehen trägt dazu bei, dass sich eine Vielzahl maßgeblicher AkteurInnen für die Problematik zuständig fühlt, ihren Habitus anpassen und auf diesem Weg für Veränderungen sorgen kann. Gleichzeitig ist damit impliziert, dass die Verantwortung für Fortschritte bei der Entgeltgerechtigkeit nicht allein bei Frauen liegt.

Das Anknüpfen eines breiteren Bündnisses, insbesondere die Einbeziehung von Gewerkschaften und ArbeitgeberInnen, wurde indessen als zentrale Herausforderung herausgestellt. Und wie das belgische Beispiel offenbart, muss eine breit gesteckte Mitwirkung nicht notwendigerweise mit einheitlichen Aktionen einhergehen: Das gemeinsame Ziel schließt unabhängiges Vorgehen nicht aus. Insbesondere das Ziel, die Einbindung von ArbeitgeberInnen und deren Vertretungen in Aktivitäten des Equal Pay Day zu verstärken, wurde mit dem Streben nach Unternehmenssozialverantwortung in Zusammenhang gebracht. Auf diesem Weg wäre es möglich, systematischer an das Problemfeld heranzugehen. In jedem Fall wurde ein kollaboratives Prozedere zwischen relevanten Gleichstellungsinstitutionen, anderen öffentlichen Einrichtungen/Organisationen und Gewerkschaften bzw. ArbeitgeberInnenvertretungen als maßgeblich erachtet, ebenso wie die notwendige Abstimmung von Aktionen auf den jeweiligen lokalen Kontext. Die uneingeschränkte und offizielle Unterstützung der Regierung für einen gemeinsamen Aktionstag (wie im bewährten Verfahren Spaniens) wurde ebenfalls für wichtig befunden, um den umgesetzten Aktionen mehr Wirkung zu verleihen.

In einer Reihe weiterer Überlegungen wurde geltend gemacht, dass die Aktivitäten am Equal Pay Day auch dazu dienen müssen, neben der statistischen Diskrepanz die **versteckten Ursachen des geschlechtsspezifischen Lohnabstands** zu

erklären. Als hilfreich erachtet wurden in diesem Zusammenhang Studien und Analysen, die begleitend zu den Equal Pay Day Kampagnen Art und Wurzeln des geschlechtsspezifischen Lohngefälles nachvollziehbar machen und Anhaltspunkte für mögliche Gegenmaßnahmen liefern könnten. Es wurde jedoch ins Treffen geführt, dass ein solches Vorgehen nicht ohne Risiken ist, da bestimmte Aspekte der Lohndiskriminierung und einzelne Problemfaktoren möglicherweise mehr Beachtung finden als die Entgeltunterschiede selbst.

Die Bedeutung von Studien und Analysen wurde auch im Hinblick auf die methodologischen Schwierigkeiten und Zwänge erörtert, die sich aus der offiziellen Berechnung des geschlechtsspezifischen Lohngefälles in den EU-Statistiken ergeben. Die Diskussion führte zu der Feststellung, dass **alternative Berechnungsverfahren für die geschlechtsspezifische Lohnlücke** gefunden werden müssen, etwa durch die Ausarbeitung eines ergänzenden Indikatorensatzes.

Die Berechnungsmodalitäten wurden in der Diskussion auch hinsichtlich der Frage angesprochen, ob die Abhaltung des **Equal Pay Day an einem festen oder aber einem beweglichen Datum** wirksamer ist. Die erste Option wäre einprägsamer, die zweite kann **Veränderungen im Lohnabstand** – und damit etwaige Fortschritte von einem Jahr zum nächsten – sichtbar machen. Die Meinungen zu diesem Punkt waren unterschiedlich. Unabhängig davon wurde indes für wichtig erachtet, dass **Fortsetzungsaktivitäten** ins Auge gefasst werden, um nach erfolgter Sensibilisierung sicherzustellen, dass die Problematik dauerhafte Beachtung findet.

4. Schlussfolgerungen

Das Seminar zum Austausch bewährter Verfahren bot die Gelegenheit, verschiedene Ansätze für die Entwicklung von Equal Pay Days in Europa abzuwägen, welche vorrangig darauf abzielen, die Öffentlichkeit stärker für die Problemstellungen rund um das Lohngefälle zwischen Männern und Frauen zu sensibilisieren.

Die behandelten Länderbeispiele wiesen mitunter deutliche Unterschiede auf, was die beteiligten Akteurinnen und Akteure und die gesetzten Aktivitäten anbelangt, und sie offenbarten eine Fülle möglicher Optionen. Bei der Übernahme eines jedweden Konzepts gilt es allerdings, den lokalen Kontext zu berücksichtigen, allen voran die Kultur und die Einstellung zu den Faktoren, in denen der geschlechtsspezifische Verdienstabstand seinen Ursprung hat.

Der mehrheitliche Befund lautete, dass Equal Pay Days ein wichtiges Werkzeug darstellen, um mit der breiten Bevölkerung über ein derart komplexes Thema zu kommunizieren. Das Austauschseminar machte jedoch auch deutlich, dass Möglichkeiten gefunden werden müssen, um in dieser Frage die Zusammenarbeit und Koordination zwischen der Europäischen Kommission, den Mitgliedstaaten und relevanten Anspruchsgruppen auf einzelstaatlicher wie auch europäischer Ebene zu verstärken.

Auf europäischer Ebene wurde angeregt, dass die Europäische Kommission die für die Organisation der Equal Pay Days zuständigen Instanzen aktiv unterstützen und mehr Gelder für diesen Zweck bereitstellen könnte. Sensibilisierung erfordert möglicherweise verschiedenartige, einander ergänzende Maßnahmen zur Informationsbereitstellung (u. a. Schulungsveranstaltungen in Unternehmen und

Schulen, Studien und Forschungsarbeiten), wobei der teilweise hohe Kostenaufwand zu beachten ist.

Ausgehend von den Diskussionen über die nationalen Praktiken wurde eine Reihe von Voraussetzungen herausgestrichen, die besonders geeignet sind, den Erfolg der Equal Pay Days zu steigern:

- Ein Mindestmaß an Problembewusstsein bezüglich des geschlechtsspezifischen Lohngefälles.
- Die Mitwirkung zentraler Akteurinnen und Akteure.
- Die Durchleuchtung der Ursachen des Lohngefälles zwischen Männern und Frauen auf legere, unkomplizierte Art.
- Sorgsame Wahl von Sprache und Symbolen.