



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds

Land Frauen
Deutscher LandFrauenverband e. V. (dlv)



Neue Medien für LandFrauen. – IT-LandFrauen –



**Abschließender Ergebnisbericht
– Kurzfassung –**



Das Modellprojekt „Neue Medien für LandFrauen – IT-LandFrauen“ in Trägerschaft des Deutschen LandFrauenverbandes (dlv) und gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie dem Europäischen Sozialfonds wurde zum 31.12.2004 nach dreijähriger Laufzeit sehr erfolgreich abgeschlossen.

Zur Erfolgsbilanz gehört, dass die mit dem Modell gestellten Ziele erfüllt, zum Teil übererfüllt wurden. Mit dem LandPortal, den IT-LandFrauen sowie der bundesweiten Einführung des Vereins-Managers wurden wichtige „Instrumente“ geschaffen und in der Praxis erprobt, um das hoch gesteckte Ziel, 550.000 Verbandsmitgliedern den Weg in die digitale Welt zu ebnen, zu einem beträchtlichen Teil erfüllen zu können. Die Mitglieder der LandFrauenverbände wie auch die unternehmerisch tätigen Frauen haben die geschaffenen Angebote angenommen und in ihren Alltag integriert. Das heißt: Die Arbeit mit dem PC und dem Internet hat einen festen Platz bei den LandFrauen erhalten. Die Entwicklung zeigt zugleich, dass die Neuen Medien nutzbringend Anwendung finden und als Bereicherung und Unterstützung betrachtet werden.



Am Stand der IT-LandFrauen auf der IGW 2004: die Vorsitzende des Bundestagsausschusses für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft Herta Däubler-Gmelin, dlv-Präsidentin Erika Lenz und IT-LandFrau Kathrin Leininger

Von Nachhaltigkeit der modellhaften Arbeit zeugt: Die geschaffenen „Instrumente“ bilden eine entscheidende Grundlage, um den begonnenen Prozess in die Breite und in die Tiefe zu führen. Der mit dem Einsatz der Neuen Medien erkannte Nutzen sowie die Gewissheit, diese auch durchaus beherrschen zu können, stärken die Motivation und die Eigeninitiative der LandFrauen, sich der Informations- und Kommunikationstechnik zuzuwenden. Dies ist ein Garant dafür, dass der „IT-Virus“ künftig zunehmend von den LandFrauen selbst gewollt von Ortsgruppe zu Ortsgruppe, von Mitglied zu Mitglied getragen wird. Die Nachhaltigkeit wird aber auch wesentlich vom arbeits-

marktpolitischen Ansatz des Modells getragen, denn die Verbreitung des „IT-Virus“ unter den LandFrauen war an die Zielstellung gebunden, bestehende Arbeitsplätze zu erhalten (z. B. bei den unternehmerisch tätigen Mitgliedern) sowie neue Beschäftigungsmöglichkeiten für Frauen aus dem ländlichen Raum zu schaffen (insbesondere durch Existenzgründungen durch IT-LandFrauen). Damit wirken die auf die Verbesserung der Erwerbs- und Einkommenssituation gerichteten Interessenkonstellationen als ein weiterer eigenständiger Erfolgsfaktor.

Dass diese Ergebnisse erreicht werden konnten, ist einem komplexen und innovativen konzeptionellen Ansatz zu verdanken. Von besonderer Bedeutung in diesem Bedingungsgefüge der „kritischen“ Erfolgsfaktoren ist der verbandliche Kontext. Nach dreijähriger Modellarbeit bleibt festzuhalten: Die Ergebnisse waren nur durch die intensive Einbeziehung der Verbände, insbesondere der Landes-LandFrauenverbände erreichbar.

Diese waren bereits in das Bewerbungs- und Auswahlverfahren einbezogen. Ihre aktive Beteiligung an den Workshops und regelmäßigen Gesprächsrunden hat gewährleistet, dass ihre Erfahrungen aus Projektarbeit und vor allem ihre Fach- und Methodenkompetenz im Modell berücksichtigt werden konnten. Ihre intensive Unterstützung bei der Akquirierung von Anbieterinnen sowie der Platzierung der IT-LandFrauen auf dem verbandlichen Markt hat es ermöglicht, neue Lösungsansätze für die Bewältigung der komplizierten Marktfrage hervorzubringen. Der Verband in seiner Eigenschaft als bildungs- und arbeitsmarktpolitischer Akteur hat durch die Aktivierung seiner ihm eigenen spezifischen Potenziale neue Konzepte zur Lösung grundlegender gesellschaftlicher Entwicklungsprobleme hervorgebracht und ihre Praktikabilität unter Beweis gestellt.

Das LandPortal – Internetplattform zur Förderung des Unternehmerintums

Der Aufbau und das Betreiben eines verbandseigenen Portals, des LandPortals, steht in der langjährigen Tradition des dlV, das unternehmerische Engagement seiner Mitglieder zu fördern. Bislang wurde das Unternehmerintum vorrangig über Weiterbildungsangebote des Verbandes für interessierte Frauen unterstützt. Im Rahmen des Modellprojektes wurde erstmals ein anderer Weg beschritten: Den unternehmerisch aktiven Mitgliedern wurde nunmehr ein konkretes Instrument – das LandPortal – zur Verfügung gestellt, um ihre Vermarktungsbedingungen zu verbessern. Als innovativer konzeptioneller Ansatz erwies sich hierbei vor allem die direkte Einbeziehung der Informations- und Kommunikationstechnik. Damit lässt sich feststellen: Mit dem LandPortal wurden durch den LandFrauenverband völlig neue Unterstützungsstrukturen für seine unternehmerisch tätigen Mitglieder geschaffen.



Bundesministerin Renate Schmidt besucht den Stand der IT-LandFrauen im BMFSFJ zum Tag der offenen Tür der Bundesregierung, im Gespräch mit IT-LandFrau Christine Böhmerle

Im Unterschied zu vielen bereits bestehenden Portalen ergibt sich die „Einmaligkeit“ des LandPortals aus seiner Aufgabe, den spezifischen Vermarktungsinteressen von LandFrauen-Anbieterinnen gerecht zu werden. Damit erklären sich seine Alleinstellungsmerkmale vor allem aus seiner Kombination von Raumbezogenheit, Unternehmerintum inkl. spezifischer Angebotspalette und der LandFrauenidentität mit dem sich daraus ableitenden besonderen Qualitätsanspruch und Image. Als Spezifika des LandPortals sind hervorzuheben:

- ⇒ die damit gegebene einmalig komplexe Abbildung des ländlichen Raumes im Internet
- ⇒ sein ausschließlicher Frauencharakter
- ⇒ die erstmalige Präsenz von LandFrauen als eigenständige Anbieterinnengruppe im Internet
- ⇒ die Spezifik der über das LandPortal zu erwerbenden Angebote

Damit erweist sich das LandPortal zugleich als besonderer Imageträger für die LandFrauenbewegung. LandFrauen stellen sich dem Anspruch, die sich mit der „Informatisierung“ der Gesellschaft ergebenden Chancen aktiv und professionell zu nutzen.

Die **Bilanz** der dreijährigen Projektlaufzeit verdeutlicht eine bemerkenswerte Entwicklung des LandPortals. Das betrifft sowohl seine quantitativen Dimensionen und qualitativen Merkmale als auch seine Wahrnehmung in der Öffentlichkeit:



Das Design des LandPortals während der Projektlaufzeit

1. Ein erstes Kriterium für die Akzeptanz des LandPortals ist die **Anzahl der eingetragenen Anbieterinnen**. Bis Ende 2004 waren im LandPortal ca. 750 Einträge zu verzeichnen. Experten/-innen bestätigen, dass die erreichte Zahl ein großer Erfolg ist. Mit Start des Modellprojektes war wahre Pionierarbeit zu leisten, da die Mitgliederstruktur in ihrer Gesamtheit wenig transparent war. Die mit der Akquirierung von Interessentinnen verbundenen Schwierigkeiten und der sich dadurch ergebende hohe Aufwand für den Portalbetreiber haben zu der Erkenntnis geführt, dass es unrealistisch ist, innerhalb des Projektzeitraumes die Zielgröße von 12.000 Einträgen zu erreichen. Die genannte Größenordnung entspricht aber den vorhandenen Potenzialen und ist eine Zukunftsorientierung. Sie ist also weiterhin als eine Marketinggröße und Werbebotschaft zu verstehen.

2. Hinsichtlich der **inhaltlichen Struktur** weist das LandPortal eine bemerkenswerte Vielfalt auf. Das LandPortal reflektiert vorrangig jene Geschäftsfelder von LandFrauen, die sie sich vor allem über den Verband erschließen konnten. Der Verband bietet seit langem Qualifizierungen für (potenzielle) Unternehmerinnen an. Dabei ist es ihm gelungen, verschiedene erwerbswirtschaftliche Nischen für seine Mitglieder zu besetzen. Beispielsweise die Botschafterinnen/Fachfrauen für heimische Produkte, Gäste- und Gartenführerinnen sowie die IT-LandFrauen sind eigene „Marken“ der LandFrauen. Diese Angebote tragen in vielen ländlichen Familien entscheidend zum Haushaltseinkommen bei. Derzeit gibt es im LandPortal 748 Einträge. Es dominiert die Kategorie „Urlaub und

Freizeit“ mit insgesamt 334 Einträgen. 198 Einträge entfallen allein auf „Urlaub auf dem Bauernhof/Gästezimmer“, die Angebotskategorie, die insgesamt am stärksten im LandPortal vertreten ist. Im Bereich „Produkte und Hoffläden“ sind zurzeit 274 Einträge zu verzeichnen. Die dritte Rubrik ist der „LandFrauenservice“, in der momentan 140 Angebote erfasst sind.

3. Im LandPortal sind Anbieterinnen aus allen Landes-LandFrauenverbänden und aus allen Bundesländern vertreten. Allerdings zeigen sich bei der **regionalen Verteilung** der Angebote beträchtliche Unterschiede. Sicherlich zeugt das von der differenzierten Mitgliederstärke der Verbände und damit zugleich vom unterschiedlichen Anbieterinnenpotenzial. Es dürfte aber auch ein Zusammenhang zwischen dem Geschäftsfeld der Frauen und ihrer Offenheit gegenüber dem Internet als Vermarktungsinstrument bestehen. Schließlich zeigt die Statistik, dass die IT-LandFrauen engagiert in ihrem Umfeld werben.



Das neue Design des LandPortals entstand während des Projekts. Die Freischaltung erfolgt Anfang 2005.

4. Zurzeit sind 49 Prozent der Angebote über die Homepage der Anbieterin weltweit präsent. Das heißt, jedes zweite Angebot ist heute bereits direkt über das Internet abrufbar. Im Projektzeitraum hat es hinsichtlich der **Internetanbindung der Anbieterinnen** mit einem Zuwachs um fünf Prozentpunkte eine bemerkenswerte Entwicklung gegeben. Trotzdem werden Hilfestellungen für die Anbieterinnen zur Erstellung wie auch zur Pflege der eigenen Homepage auch künftig erforderlich sein und die weitere Entwicklung des LandPortals prägen. Im Unterschied zur eigenen Homepage gehört für die Mehrzahl der Anbieterinnen die E-Mail-Kommunikation inzwischen bereits zum Alltag.
5. Mit der systematischen Profilierung des LandPortals hat sich auch sein Bekanntheitsgrad sukzessive verbessert. Bezogen auf die registrierten Klicks auf das Portal ist eine stetig steigende Tendenz zu beobachten. Im Jahre 2004 wurde das LandPortal durchschnittlich monatlich von 4.083 Besucherinnen und Besuchern aufgerufen. Durch gezielte Werbeaktionen ist es möglich, das öffentliche Interesse am LandPortal anzuregen. Die zunehmende Wahrnehmung des LandPortals beruht auf einer breiten und intensiven Öffentlichkeitsarbeit.

Die erreichten Ergebnisse sprechen für die Richtigkeit des eingeschlagenen Weges: Die LandFrauen-Anbieterinnen nehmen dieses Medium für sich an und lernen schrittweise, es immer umfangreicher zu nutzen. Eine im Herbst 2004 unter den im LandPortal eingetragenen Anbieterinnen durchgeführte schriftliche Befragung hat deutlich gemacht, dass

- ⇒ sie insgesamt eine **positive Bewertung dieses Instrumentes** vornehmen. 60 Prozent der Befragten bilanzieren, mit dem LandPortal überwiegend positive Erfahrungen gemacht zu haben. Diese Einschätzung ist umso höher zu bewerten, da rund die Hälfte der Antwortenden darauf verwies, bislang noch keine geschäftlichen Aktivitäten über das Internet getätigt zu haben. Das spricht dafür, dass das Internet einerseits als eine wichtige Rahmenbedingung für das eigene Unternehmerintum betrachtet wird, andererseits wird dieses Instrument realistisch gesehen und nicht von einem direkten Zusammenhang zwischen Internetpräsenz und steigenden Umsätzen ausgegangen. Als entscheidender Vorteil der Internetpräsenz werden die verbesserte überregionale Präsenz sowie ein insgesamt höherer Bekanntheitsgrad angeführt.
- ⇒ eine beträchtliche **Spannbreite der Nutzendimensionen** von den Anbieterinnen aufgezeigt wird, die in ihrer Bedeutung über die Unterstützung des Marketings hinausgeht und auf die Förderung ihres Unternehmerintums insgesamt verweist. Über die Hälfte der Befragten betonte, dass die Neuen Medien das unternehmerische Tun insgesamt unterstützen. 44 Prozent verwiesen auf den Imagegewinn als moderne Unternehmerin. In Bezug auf die gesammelten Erfahrungen wurde von über einem Drittel darauf aufmerksam gemacht, dass die mit den Neuen Medien einhergehenden Zusatzkosten tragbar sind. Auch der damit verbundene Arbeitsaufwand wurde von einem Viertel für überschaubar gehalten. Ebenfalls ein Viertel der befragten Frauen gab an, mit dem LandPortal ein stärkeres Zugehörigkeitsgefühl zum LandFrauenverband entwickelt zu haben.

Die Anstrengungen des dlv zur weiteren Profilierung des LandPortals werden fortgesetzt. Dabei wird insbesondere an der Erkenntnis angesetzt, dass es sich bei den LandFrauen-Anbieterinnen vielfach um unternehmerisch tätige Frauen im Zu- und Nebenberwerb handelt – eine Gruppe, die sich durch besondere Existenz- und Entwicklungsbedingungen auszeichnet. Zur Stärkung ihrer wirtschaftlichen Situation sind offenbar spezifische Unterstützungen erforderlich, die über eine „reine“ Vermarktungshilfe hinausgehen müssen. Daher werden sich die Anstrengungen des dlv vor allem auf die Unterstützung dieses Unternehmerintentypus richten.

Die IT-LandFrauen – das innovative „Instrument“ gegen die digitale Spaltung

Bei der Konzipierung des Modells „Neue Medien für LandFrauen – IT-LandFrauen“ war davon auszugehen, dass das Hineintragen des „IT-Virus“ in die LandFrauenbewegung nicht nur auf technischen Instrumenten (LandPortal) beruhen kann, sondern ebenso personeller Voraussetzungen bedarf. Damit war die Idee geboren, eine Gruppe von 44 LandFrauen mit jenen IT-Kompetenzen auszustatten, die sie für die Arbeit gegenüber den Mitgliedern der Verbände und den unternehmerisch tätigen LandFrauen benötigen.

Anknüpfend am im dlV bereits weit verbreiteten Fachfrauenwesen (z. B. Botschafterinnen/Fachfrauen für heimische Produkte, Ernährungsberaterinnen, Gäste- und Gartenführerinnen) wurde mit der Qualifizierung von Mitgliedern zu IT-LandFrauen eine neue Gruppe von Anbieterinnen durch den Verband kreiert. Im Unterschied zu den bisher über den LandFrauenverband ausgebildeten Fachfrauen zeichnet sich die Marke „IT-LandFrauen“ allerdings durch einige **Besonderheiten** aus:



1. Die IT-LandFrauen wurden in erster Linie dafür ausgebildet, ihr Wissen und ihr Know-how unter den Verbandsmitgliedern weiterzugeben. Die Verbandsmitglieder selbst waren damit vorrangige Zielgruppe.
2. Infolge dieser Konstellation war die durch die IT-LandFrauen auszufüllende Doppelfunktion – zugleich unternehmerisch Tätige als auch Multiplikatorinnen auf dem IT-Gebiet zu sein – ebenfalls neuartig. In ihrer Rolle als selbstständige Referentinnen, Trainerinnen oder Homepagegestalterinnen sollen sie helfen, den IT-Gedanken unter den LandFrauen zu verbreiten.
3. Das brachte für die IT-LandFrauen eine bis dahin nicht gekannte starke Verflechtung mit dem Verband mit sich. Als verbandliche Multiplikatorinnen können sie ihre wirtschaftlichen Interessen nur dann erfolgreich umsetzen, wenn sie eng mit den LandFrauenverbänden zusammenarbeiten. Damit waren erstmals Konzepte für Kooperationen zwischen den Verbänden und einer eigenständigen Anbieterinnengruppe erforderlich.
4. Die starke Orientierung der IT-LandFrauen auf den Verband in ihrer Eigenschaft als wirtschaftlich Aktive und Multiplikatorinnen zugleich warf erstmals Fragen der Vereinbarkeit von ehrenamtlicher und unternehmerischer Tätigkeit auf.

5. Der verbandliche Wirkungskontext der IT-LandFrauen machte es erforderlich, sich auf die Mitglieder als eine spezifische Zielgruppe einzustellen. Unter Berücksichtigung der gegebenen Ausgangsbedingungen und des Bedarfes der Mitglieder waren die IT-LandFrauen in besonderem Maße gefordert, speziell darauf zugeschnittene Angebote zu entwickeln.

Folgende Bilanz lässt sich nach drei Jahren Projektlaufzeit für die IT-LandFrauen als selbstständige Anbieterinnen und Multiplikatorinnen ziehen:

A) Die Weiterbildungsbilanz der IT-LandFrauen

⇒ **Außerordentlich hohe Verbleibsquote der Teilnehmerinnen im Modell**

Alle 44 Ausbildungsplätze blieben über die reguläre Qualifizierung besetzt. Das ist eine Bestätigung der Teilnehmerinnen-Auswahl, ihrer hohen Motivation, und es ist Ausdruck der Bedarfsorientierung der Weiterbildung.



IT-LandFrauen sind gern gesehene Trainerinnen bei Einsteigerkursen: Anspannung und Konzentration beim I(e) – Café in Niedersachsen

⇒ **Vielfalt der IT-Kompetenzen**

Die Teilnehmerinnen haben im Rahmen der Qualifizierung IT-Wissen und -Kompetenzen auf verschiedenen Gebieten erlangt. Sie sind damit in der Lage, Homepages zu erstellen, Informations- und Schulungsveranstaltungen zu unterschiedlichen Themenfeldern eigenständig zu konzipieren und durchzuführen, zudem können sie Beratungs- und Support-Leistungen im Hard- wie im Softwarebereich erbringen. Damit sind die IT-LandFrauen keine einseitig ausgebildeten Expertinnen, sondern verfügen über Breitenwissen und vielfältige Handlungskompetenzen.

⇒ **Marktbezogener Lernprozess**

Der Lernprozess wurde als Einheit von Theorie und Praxis unter direkter Einbeziehung des realen Marktes umgesetzt. Damit konnte jede IT-LandFrau bereits während der Weiterbildung praktische Markterfahrungen erlangen. Das trug dazu bei, sich auf die Realitäten besser einstellen zu können und Fragen der Marktplatzierung bewusster, problem- sowie lösungsorientierter diskutieren zu können.

B) Zur gegenwärtigen Marktpräsenz der IT-LandFrauen

⇒ **Intensives Engagement der IT-LandFrauen**

Auch zum Ende der Laufzeit des Modellprojektes ist ein anhaltend intensives Engagement der IT-LandFrauen festzustellen. Alle Teilnehmerinnen wenden ihre erworbenen IT-Kenntnisse und -Fähigkeiten praktisch an, wenngleich sich dies in Abhängigkeit von den beruflichen, ehrenamtlichen und familiären Verpflichtungen im Einzelnen durchaus unterschiedlich intensiv gestaltet.



Während der Projektlaufzeit sind weit über 200 neue Homepages mithilfe der IT-LandFrauen ans Netz gegangen

⇒ **Breites Aktivitätsspektrum der IT-LandFrauen**

Die IT-LandFrauen sind auf allen Gebieten tätig, auf denen sie während der Qualifizierung geschult wurden bzw. sich eigenständig Wissen und Know-how angeeignet haben. Die Wirkungsbereiche Seminare/Schulungen zu IT-Themen und Homepage-Erstellung bzw. -Pflege werden von ihnen mit vergleichbarer Intensität besetzt.

⇒ **Marktpräsenz in unterschiedlichen Segmenten**

Die IT-LandFrauen sind sowohl auf dem verbandsinternen als auch -externen Markt präsent, wobei dem verbandlichen Marktsegment dominierende Bedeutung zukommt. Einige IT-LandFrauen haben bei ihrer Platzierung auf dem „freien“ IT-Markt beträchtliche Fortschritte erreicht. So erstellen sie bereits für regional renommierte Firmen, Weiterbildungsträger oder sogar öffentliche Einrichtungen Homepages.

Eine wichtige Zielstellung des Modellprojektes bestand darin, den IT-LandFrauen über die Qualifizierung **neue Erwerbs- und Einkommensperspektiven** zu eröffnen. Dazu ist folgende Bilanz zu ziehen:

⇒ **Vielfältige Ansätze zur Verbesserung der Erwerbs- und Einkommenssituation**

Da nahezu alle IT-LandFrauen bisher ein eigenes Einkommen erwirtschaften konnten, ist festzuhalten, dass der arbeitsmarktpolitische Ansatz des Modellprojektes von den Frauen nicht nur angenommen, sondern ihrer Lebenssituation entsprechend differenziert in den einzelnen vorzufindenden Gruppierungen – Selbstständige, Neugründerinnen, Frauen aus Familienunternehmen und IT-LandFrauen ohne Gründungsabsichten, da entweder abhängig beschäftigt oder in der Familienphase befindlich – umgesetzt werden konnte. Das Modell hat sich daher als tragfähiger Ansatz erwiesen, der für Frauen mit unterschiedlichen Lern- und Erwerbsbiografien und unterschiedlichen Lebenssituationen greift. Damit sprechen die vorliegenden Untersuchungsergebnisse dafür, dass die IT-Branche den IT-LandFrauen gute Möglichkeiten bietet, sich in ihrem

Engagement an den eigenen Interessen und Bedingungen ausrichten zu können. Die Arbeitsbedingungen sind geeignet, das Arbeitspensum und das Arbeitstempo selbst zu bestimmen und die Umsetzung von Aufträgen dem persönlichen Arbeitsrhythmus und Zeitregime anzupassen. Von daher ist eine gute Vereinbarkeit mit anderen beruflichen und privaten Verpflichtungen gegeben.

⇒ **IT motiviert Frauen zum Weg in die wirtschaftliche Selbstständigkeit**

Nach Selbstdarstellung der IT-LandFrauen wurden 11 von ihnen durch das Modellprojekt ermutigt, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Gemessen an der Gesamtzahl von 44 Teilnehmerinnen, hat sich jede vierte dazu entschlossen – eine durchaus bemerkenswerte Bilanz.

⇒ **IT eignet sich zur Einkommenskombination weiblicher Erwerbstätigkeit**

Zwei Drittel der IT-LandFrauen verweisen hinsichtlich ihrer derzeitigen Einkommenssituation auf verschiedene Erwerbsquellen. Das spricht für die Eignung des IT-Bereichs als zusätzliches wirtschaftliches Standbein von Frauen. Die von den Frauen erfragten konkreten Geschäftsfelder demonstrieren sehr vielfältige Kombinationsmöglichkeiten. So wird IT beispielsweise mit der Arbeit in der Landwirtschaft, mit Ernährungsberatung, mit der Botschafterinnentätigkeit, mit dem Schreiben von Kochbüchern, mit dem Schneiderhandwerk, der Vermietung von (Ferien-)Wohnungen und anderen gewerblichen Tätigkeiten kombiniert.

Diese Erfolgsbilanz der IT-LandFrauen ist auf ein sehr **komplexes Bedingungsgefüge** zurückzuführen. Die wichtigsten „kritischen“ Erfolgsfaktoren sind das Bewerbungsverfahren, das von seinen Inhalten und in der methodischen Umsetzung komplexe Weiterbildungskonzept, inklusive der Steuerung des Weiterbildungsprozesses durch den Träger, die Netzwerkarbeit sowie der Verbandskontext selbst.

„Netzwerkarbeit“ im ländlichen Raum – durch neue technische Lösungen unterstützt

Als Entscheidungsfrage der Projektarbeit erweist sich letztlich die, inwieweit es gelungen ist, den ursprünglich als Zielvision formulierten Anspruch, 550.000 LandFrauen mit dem IT-Gedanken bekannt und vertraut zu machen, zu erreichen. Darunter war vor allem das Anliegen zu verstehen, allen Frauen die gleichen Chancen einzuräumen, sich mit der IT-Thematik zu befassen und auf diesem Gebiet Alltagskompetenz zu erlangen. Einen derart umfassenden Anspruch hatte es in der verbandlichen Projektarbeit bisher nicht gegeben. Er zeugt von einem qualitativ neuen Aufgabenverständnis und stellt insofern eine Zäsur im Wirken des Verbandes dar. Von daher erweist sich der Gedanke der „Netzwerkarbeit“ im ländlichen Raum als ein weiteres Grundelement der Projektarbeit.

Als wichtigste **Ergebnisse** sind festzuhalten:

1. Es ist gelungen, die Rahmenbedingungen zur Heranführung der LandFrauen an die Neuen Medien spürbar zu verbessern. Angesprochen sind damit nicht nur die strukturell-instrumentellen Voraussetzungen – wie das insbesondere mit der Ausbildung der IT-LandFrauen, der Online-Stellung des LandPortals



sowie der bundesweiten Einführung der Software „Vereins-Manager“ erreicht wurde. Hervorzuheben ist vor allem die erreichte Sensibilisierung und Aktivierung der Frauen. IT ist heute unter den Mitgliedern ein allseits präsent Thema. Inzwischen ist weithin akzeptiert, dass IT/Neue Medien und LandFrauen keinen Gegensatz, sondern eine Einheit bilden. Damit ist etwas im Denken der Mitglieder bewegt worden. Es ist

auch gelungen, viele Frauen zu aktiver Handhabung der Informationstechnik zu führen. Die Schaffung der genannten Rahmenbedingungen wie auch Veränderungen im Denken und Handeln dürften wohl die entscheidenden Argumente für die nachhaltige Wirkung des Modellprojektes sein.

2. Das Modellprojekt genießt auf allen Verbandsebenen große Akzeptanz. Mitgetragen und auf vielfältige Weise aktiv unterstützt wurde das Modellprojekt des dlV insbesondere durch die Landes-LandFrauenverbände. Heute kann festgestellt werden: Die IT-LandFrauen sind nicht nur in ideeller Hinsicht vom Verband angenommen worden. Sie finden durch diesen zudem breite und intensive, aktive Unterstützung. Sie sind auf unterschiedliche Weise in den verbandlichen Strukturen verankert. Es gibt gezielte Kooperationsbeziehungen zwischen den IT-LandFrauen und den Verbänden.

3. Es wurden gezielt Anstrengungen unternommen, den vom Landes-LandFrauenverband Württemberg-Baden entwickelten Vereins-Manager, eine Software zur Verwaltung der LandFrauenvereine, bundesweit einzuführen. Dieses Instrument ist gegenwärtig von zentraler Bedeutung im Prozess der Sensibilisierung, Aktivierung und Befähigung der Mitglieder der Ortsgruppen und Kreisvereine auf dem IT-Gebiet. Auf der Grundlage einer umfassenden Kommunikationsstrategie haben bisher 775 LandFrauenvereine den Vereins-Manager erworben und wenden diesen praktisch an. Nach Angaben des Software-Herstellers, über den der Vertrieb des Vereins-Managers organisiert ist, ist dies als Minimalwert zu betrachten. In der Praxis dürften wesentlich mehr Ortsgruppen dieses Instrument nutzen, da viele Bestellungen im Sammelverfahren über die Kreisvereine getätigt und nach Erhalt der Software an die Ortsgruppen ausgereicht werden. Den Befunden einer schriftlichen Befragung nach zu urteilen, ist in den Ortsgruppen und Kreisvereinen, die den Vereins-Manager anwenden, ein hohes Maß an Zufriedenheit mit der Software festzustellen. Zu der ausgesprochen positiven Resonanz gehört ferner, wenn etwa 90 Prozent der Befragten den Vereins-Manager auch anderen LandFrauenvereinen empfehlen. Die Vorteile des Vereins-Managers werden vor allem darin gesehen, einen besseren Einblick in die Mitgliederstruktur zu bekommen. Offenbar versprechen sich viele Nutzerinnen mehr Transparenz und ein besseres Kennenlernen ihrer Mitglieder. Ebenfalls von hoher Bedeutung ist die mit dem Vereins-Manager mögliche Arbeitserleichterung. Auch die dadurch deutlich verbesserte Informationsarbeit wird als Vorteil betrachtet. Positiv wird die Möglichkeit gesehen, sich mithilfe des Vereins-Managers in der Öffentlichkeit professioneller darstellen zu können. Allerdings verweisen die Ergebnisse auch darauf, dass die Ortsgruppen die Daten noch zu wenig nutzen, um die Angebote der LandFrauen-Arbeit noch besser auf die Situation und die Bedürfnisse der Mitglieder auszurichten. Damit sind einige der wesentlichen Vorteile des Vereins-Managers für die Basisarbeit noch nicht umfassend genug erkannt. Es scheint angebracht, die Ortsgruppen in ihrem Erkenntnisprozess auch in Zukunft zu unterstützen, den Vereins-Manager stärker für ihre inhaltliche Arbeit, für die noch bessere Ausrichtung an den Interessen und Bedarfen der Mitglieder zu nutzen.

Wenngleich im Verlaufe der dreijährigen Modellarbeit sehr viel erreicht wurde, ist es erforderlich, das Begonnene zu festigen und die bisherigen Ansätze gezielt weiterzuentwickeln. Diesem Erfordernis entsprechend, ist das LandPortal als internetbasierte Plattform künftig verstärkt zur Unterstützung der Verbandsarbeit insgesamt zu nutzen. Damit geht es um eine stärkere Ausrichtung des LandPortals auch auf die Erfordernisse der Verbandsarbeit, um die Erweiterung der Zielgruppe auf alle Mitglieder, also über die im Verband organisierten unternehmerisch tätigen Mitglieder hinaus. Die im Rahmen der bisherigen Arbeit offen gelegten Barrieren von LandFrauen, sich den Neuen Medien zuzuwenden, machen auch eine Internetoffensive erforderlich. Dabei wird es darum gehen, neue und wirkungsvollere Wege der Heranführung und qualifikatorischen Befähigung der LandFrauen im Umgang mit den Neuen Medien durch

zielgruppenspezifische Seminare und Schulungen zu erproben. Es gilt, die Mitglieder verstärkt zu eigener Aktivität im Umgang mit den Neuen Medien zu befähigen sowie ihnen aktive Hilfestellungen für eine professionelle Medienpräsenz zu vermitteln.

Aufgrund der im Rahmen des Modellprojektes „Neue Medien für LandFrauen – IT-LandFrauen“ erreichten sehr positiven Ergebnisse einerseits sowie der weiterhin bestehenden Handlungserfordernisse andererseits erhält der dlV mit Unterstützung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und des Europäischen Sozialfonds ab Januar 2005 Gelegenheit, den eingeschlagenen Weg konsequent fortzusetzen. Das neue Modellvorhaben des dlV „IT-LandFrauen – Strategien der LandFrauen im Medienzeitalter“ bietet den Rahmen, die bisher erreichten Ergebnisse zu bewahren und zu festigen, den innovativen Ansatz vor allem aber auch zu vertiefen und in die Breite zu tragen.

Impressum

Herausgeber:
Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend
11018 Berlin
www.bmfsfj.de

Autorinnen:
SÖSTRA-Institut für Sozialökonomische Strukturanalysen
Dr. Kathleen Fischer (fischer@söstra.de)
Dr. Monika Putzing (putzing@söstra.de)
Torstr. 178
10115 Berlin
Tel.: 0 30/28 38 96 11
Internet: www.soestra.de

Projektträgerschaft:
Deutscher LandFrauenverband (dlv) e. V.
Reinhardtstr. 18
10117 Berlin
Tel.: 0 30/31 80 20 29
E-Mail: info@LandFrauen.info
Internet: www.LandFrauen.info

Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
Tel.: 018 88/80 80 800
Fax: 018 88/10 80 80 800
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
Internet: www.bmfsfj.de

Stand:
Dezember 2004

Gestaltung:
KIWI GmbH, Osnabrück

Dieses PDF ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit
der Bundesregierung; es wird kostenlos abgegeben
und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Für weitere Fragen nutzen Sie unser
Servicetelefon: 018 01/90 70 50*
Fax: 018 88/5 55 44 00
Montag–Donnerstag 7–19 Uhr

* nur Anrufe aus dem Festnetz, 9–18 Uhr 4,6 Cent,
sonst 2,5 Cent pro angefangene Minute