ENERGIEAGENTUR
Rheinland-Pfalz

Erfolgreich Aktive gewinnen

und gemeinsam die Energiewende voranbringen

6 Die Energiegenossenschaft für Frauen attraktiv machen

Bürgerenergie ist Männersache – so scheint es. Mehr Frauen in Energiegenossenschaften bedeuten mehr Wissen, mehr Engagement, mehr Gerechtigkeit.

Frauen agieren beim Konsum nachhaltiger und sehr aktiv in Klima- und Umweltbewegungen. In der Bürgerenergie sind sie jedoch unterrepräsentiert. Die Verantwortlichen von Energiegenossenschaften sind überwiegend männlich und älter als fünfzig. Doch sowohl die Expertise, die Erfahrung und das Engagement von Frauen wie Männern sind für die Umsetzung der Energiewende notwendig. Hier einige Impulse, wie Sie die Energiegenossenschaft für Frauen attraktiver machen:

Gendergerecht kommunizieren

- Verwenden Sie in Texten auf der Homepage, auf Social Media, in Flyern genderneutrale Begriffe, also Team statt Mannschaft, Kontaktperson, Führungskraft usw. (Unter geschicktgendern.de finden Sie viele Beispiele)
- Zahlreiche Organisationen benutzen eine gendergerechte Sprache mit Doppelpunkt oder Stern, also Kund:innen, Kund*innen. Mit der Formulierung, „Wir suchen eine Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter mit Erfahrung“, sprechen Sie eindeutig auch Frauen an.
- Anstelle von Rollenklischees wie „anpackende, entschlossene Männer, die sich mit Technik auskennen“ stellen Sie in Bildern und Texten Frauen und Männer gleichwertig und als handelnde Personen dar.
- Sie berücksichtigen Expertinnen und Experten gleichermaßen, auch in Veranstaltungen.

Männersache: Welche Bilder vermitteln Sie?

Häufig sind auf den Homepages technische Bilder von Windrädern, Solaranlagen, Elektroautos zu sehen. Doch ist die Energiewende kein Technologie-Projekt, sie wird von Menschen getragen. Werden Menschen gezeigt, dominieren Männer, selbst wenn die Energiegenossenschaft über weibliche Aufsichtsräte und Vorstände verfügt. Die einseitige Darstellung verstärkt das Image des männlich geprägten Energiesektors. Sinnvoll ist es, bereits aktive Frauen zu porträtieren und sie vor allem auf Fotos gut sichtbar zu platzieren.

Starke Frauen als Role Models

„Viele Frauen sind Schlüsselakteurinnen, die beständig für eine nachhaltige Energiewende kämpfen.“ So kündigte der Bundesverband Windenergie die Aktion „#EnergieFrauen zeigen Gesicht“ zum Internationalen Frauentag am 8. März 2021 an.

„Die Energiewende braucht Power-Frauen, weil das volle Potenzial an Kompetenz, Tatkraft und Ideenreichtum ausgeschöpft werden muss, damit sie schnell gelingt!“, so Dr. Sanam Vardag, Physikerin am Institut für Umweltphysik der Universität Heidelberg und Aufsichtsrätin der Heidelberger Energiegenossenschaft.

Mehr Frauen in die Gremien

Einige wenige Energiegenossenschaften haben sich ausdrücklich zum Ziel gesetzt, ihren Vorstand und Aufsichtsrat paritätischer zu beset-

Dr. Sanam Vardag

zen. Eine weitere Möglichkeit ist, in der Satzung und Geschäftsordnung eine Quotierung festzulegen.

Die Bürger Energie Bremen eG (BEgeno www.begeno.de) will 30 Prozent Frauen im Aufsichtsrat erreichen. Dafür hat sie ab Januar 2022 bis Ende April 2022 eine Workshopreihe mit Mentoring angeboten, um Frauen für die Rolle als Aufsichtsrätin zu qualifizieren. Ziel war, dass einige sich bei der Generalversammlung für einen Sitz im Aufsichtsrat bewerben.

Das Ziel ist erreicht: vier Workshopteilnehmerinnen interessieren sich für einen Sitz im Aufsichtsrat, eine sogar für einen Vorstandsposten. Schauen Sie doch ab Oktober 2022 mal auf der Website nach, wie sich die Generalversammlung entschieden hat.

Dominanz aufbrechen

Männliche, dominante Verhaltensweisen prägen häufig die Kommunikationskultur in Sitzungen. Auch hier gibt es Optionen, etwa dass eine Person moderiert. Eine weitere Maßnahme, die basisdemokratische Gruppen oft nutzen, ist eine gendergerechte Redeliste: Die Moderation nimmt Beiträge abwechselnd nach Geschlecht an. Kamen bereits drei Männer zu Wort, zwei weitere warten und dann meldet sich eine Frau, wird diese bevorzugt. Lassen Sie sich überraschen, was passiert, wenn Sie so von der vorherrschenden Norm abweichen.

Analysieren Sie Ihre Website, Ihren Social-Media-Kanal oder Ihre Werbemittel

- Gibt es Identifikationsangebote? Wenn ja, auch für Frauen?
- Werden Beispiele von Frauen und Männern gezeigt?
- Wie ist die Sprache? (männlich, weiblich, inklusiv?)

Frauen gezielt ansprechen

An wen wollen Sie als Energiegenossenschaft adressieren? Mit eher männlich besetzten Themen sprechen Sie Technikinteressierte an. Oder suchen Sie Menschen, die kommunizieren, Veranstaltungen planen, Workshops halten, Stromkunden werben?

Präzise zu formulieren ist wichtig, etwa bei Stellenausschreibungen für Beschäftigte oder Aktive. Enthalten diese zu viele männlich assoziierte Eigenschaften und Begriffe, bewerben sich Frauen nicht. In der Abbildung 4: „männlich assoziierte Begriffe“ werden etliche Beispiele aufgeführt, welche Begriffe eher Männer ansprechen.

- Entschlossen
- Aktiv
- Analysierend
- direkt / geradeheraus
- Autonom
- Durchsetzungsstark
- ehrgeizig
- Entscheidungsfreudig
- Führend
- Selbstsicher

Abb. 4: männlich assoziierte Begriffe

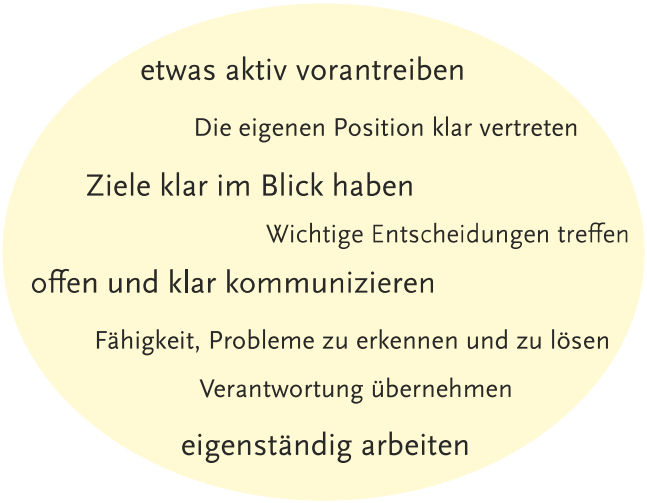

Abb. 5: Frauengerecht kommunizieren

Frauen fühlen sich eher angesprochen, wenn Eigenschaften als Verhaltensweisen formuliert sind. In Abbildung 5, „Frauengerecht kommunizieren“, sind einige Beispiele aufgeführt, wie Frauen wirkungsvoll angesprochen werden können.

Die Publikation „**Frauen.Energie.Wende!**“ von Women Engage for a Common Future und Bündnis Bürgerenergie hat die geschlechtergerechte Energiewende zum Thema.

Sie zeigt auch Barrieren, die Frauen bewältigen müssen, um ein erneuerbares und gerechtes Energiesystem mitzugestalten.

FrauenEnergieWende_2020.pdf