



Handreichung

Erstellung von geschlechtergerechten Bedarfsanalysen

**Landeszentrum für Gleichstellung
und Vereinbarkeit in M-V**

Heiligengeisthof 3
18055 Rostock

Dezember 2024

Das *Landeszentrum für Gleichstellung und Vereinbarkeit in M-V* ist ein Projekt des Landesfrauenrats M-V e.V. Es wird gefördert durch das Land Mecklenburg-Vorpommern mit Mitteln der Europäischen Union.



Grundsätzliches

Grundsätzlich handelt es sich bei der Bedarfsanalyse um ein Verfahren zum Ermitteln von gegenwärtigen oder zukünftigen Bedarfen¹. Die Bedarfsanalyse ist eine wichtige Grundlage für die Angebotsplanung und -entwicklung von Organisationen². Sie wird durchgeführt, um Bedürfnisse einer bestimmten Zielgruppe zu identifizieren und daraus den Bedarf an Angeboten zu ermitteln³. Vor jeder Angebotsplanung stehen Organisationen vor der Herausforderung, möglichst viel über die unterschiedlichen Bedarfe der zu erreichenden Zielgruppen des geplanten Angebots zu erfahren.

Als Basis für die Entwicklung eines Konzepts der Bedarfsanalyse ist es empfehlenswert, zunächst eine Umfeldanalyse durchzuführen, um ein umfassendes Bild der unterschiedlichen Einflussfaktoren zu erhalten.⁴ Hierfür werden zunächst Faktoren bestimmt, deren Einfluss als wesentlich für die Bedarfsanalyse eingeschätzt wird. Unterschieden wird dabei zwischen Ebenen des Umfelds:

*Eine **Bedarfsanalyse** ist die Erschließung von Bedarfen und deren Aus- und Bewertung. Die Erschließung von Bedarfen umfasst eine Ermittlung des Ist-Zustands und des Soll-Zustands.*

- internes Umfeld: bezieht sich auf die Organisationen und deren Mitarbeiter*innen (u.a.: Inwiefern haben Mitarbeiter*innen Einfluss auf die Entwicklung und Ausgestaltung von Angeboten in Ihrer Organisation?)
- nahes Umfeld: konzentriert sich auf die Kund*innenbeziehung (u.a.: Wer ist Ihr Adressat*innenkreis? Richten sich Ihre Angebote kontinuierlich an neue Adressat*innen oder an einen stabilen Kreis von Adressat*innen? Wie gehen Sie mit Erwartungen von Adressat*innen um?)
- fernes Umfeld: umfasst globale Rahmenbedingungen hinsichtlich gesellschaftlicher, technologischer, ökonomischer und politischer Faktoren (u.a.: Wie relevant ist es für Ihre Organisation mit Angeboten auf aktuelle gesellschaftliche oder auch arbeitsmarktbezogene Entwicklung zu reagieren?)⁵

¹ Online-Quelle: <https://www.lamapoll.de/Bedarfsanalyse> (zuletzt aufgerufen: 29.11.2024)

² Scheffelt, Elke/Schadeberg, Christine/Göllner, Maximilian (2012): Bedarfsanalyse und Angebotsentwicklung. Berlin: k.o.s GmbH, S. 3

³ <https://www.lamapoll.de/Bedarfsanalyse>

⁴ Scheffelt et al. (2012): S. 9 ff.

⁵ Scheffelt et al. (2012): S.12

Nach der Bestimmung der Umfeldfaktoren, die in die Bedarfsanalyse einbezogen werden, sollte eine Präzisierung der zu erhebenden Informationen erfolgen, d.h. welche konkreten Informationen müssen zu den einzelnen Umfeldfaktoren ermittelt werden (z.B. Beteiligungsstatistik zu bisherigen Angeboten, Bedarfe von Teilnehmer*innen laufender Angebote, aktuelle Entwicklungen in den Fachgebieten). Darauf basierend werden Instrumente und Methoden zur Erhebung von Informationen festgelegt sowie Zuständigkeiten der Erhebung geklärt.

Zu den möglichen Instrumenten zählen etwa Beobachtungen und Befragung, Inhaltsanalysen von Medien oder Statistiken, Gespräche oder auch Probeangebote. Unterschieden wird dabei zwischen qualitativen und quantitativen Methoden. Während qualitative Methoden zwar (meist) keine repräsentativen, zählbaren Aussagen zum Ergebnis haben, ermöglichen sie einen tieferen Informationsgehalt von Ergebnissen. Sie entstehen durch das Beschreiben der Wirklichkeit anhand individueller Meinungen sowie persönlicher Aussagen über Erwartungen, Zielvorstellungen oder Bewertungen. Quantitative Methoden hingegen eignen sich insbesondere für die Auswertung großer Datenmengen und Stichproben. Mit ihrer Hilfe werden Verhalten oder Einstellungen durch zählbare Ausprägungen bestimmter Merkmale möglichst genau beschreibbar gemacht. Handlungsleitend für die Auswahl geeigneter Erhebungsinstrumente können beispielsweise die folgenden Fragen sein:

- Was können die Instrumente für den geplanten Erhebungsumfang leisten?
- In welcher Form können die erhobenen Informationen ausgewertet werden?
- Liegen Gefahren der Verfälschung (subjektive Interpretation, Unvollständigkeit etc.) vor?

Geschlechtergerechte Bedarfsanalysen machen systematische Benachteiligungen und Ungleichheiten sichtbar, die sonst übersehen werden. Die Berücksichtigung dieser Benachteiligungen und Ungleichheiten hilft dabei, spezifische Bedarfe zu identifizieren, z. B. in der Kompetenzentwicklung. Sie stellt einen wichtigen Beitrag zur Erweiterung der Datenbasis und zum Abbau des Gender Data Gaps dar. Gleichzeitig fördert sie die Teilhabe aller Geschlechter am gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben sowie insbesondere am Arbeitsmarkt und dem digitalen Wandel. Untersuchungen zeigen, dass der unterschiedliche Digitalisierungsgrad von Frauen und Männern schon jetzt Auswirkungen auf Berufswahl, Weiterbildungs- und Beteiligungsmöglichkeiten von Frauen hat.

Geschlechtergerechte Bedarfsanalysen führen zu nachhaltigeren Ergebnissen, da Angebote gezielter auf die Bedarfe der potenzieller Adressat*innen abgestimmt sind.

Leitfragen für die geschlechtergerechte Gestaltung von Bedarfsanalysen

1. Klare Zielsetzung

Definieren Sie das Ziel Ihrer Bedarfsanalyse. Was möchten Sie mit der Bedarfsanalyse genau erreichen?

Wenn Sie die Angebote, die Sie auf Grundlage einer Bedarfsanalyse erstellen wollen, thematisch bereits vorab eingrenzen können, hilft Ihnen das, um Fragen im Zuge der Bedarfsanalyse zu konkretisieren. Neben Teilnehmer*innen sind auch die Interessen der unterschiedlichen Auftrag- bzw. Mittelgeber*innen für die Angebotsentwicklung wichtig (siehe Bestimmung von Umfeldfaktoren). Wofür wird Ihr Projekt gefördert? Wofür wird Ihr Betriebsteil oder Ihre Abteilung finanziert? Was ist Ihr Auftrag (bspw. auch Verfolgung eines Gleichstellungsziels)? Wie kann die Ermittlung bestehender Bedarfe Ihnen dabei helfen, diesen zu erfüllen?

2. Bestandsaufnahme Ressourcen

Welche personellen und finanziellen Ressourcen stehen Ihnen zur Erstellung einer Bedarfsanalyse zur Verfügung? Wieviel Aufwand ist möglich/nötig?

Ausgehend von den verfügbaren Ressourcen können Sie Entscheidungen zur konkreten Gestaltung von Bedarfsanalysen treffen. Antworten auf die Fragen zur konkreten Zielsetzung der Bedarfsanalyse können Ihnen dabei helfen, den Adressat*innenkreis einzugrenzen und damit Ressourcen effektiver einzusetzen. Darüber hinaus können Ihnen

*Sollten Sie Gleichstellungsexpertise im Zuge der Erstellung Ihrer Bedarfsanalyse benötigen, wenden Sie sich an die Gleichstellungsbeauftragte Ihrer Region/Institution oder ähnliche Akteur*innen.*

Vorlagen dabei helfen den Aufwand bei der Erstellung einer Bedarfsanalyse zu verringern (siehe z.B.: <https://www.lamapoll.de/Bedarfsanalyse>)

3. Explorative Annäherung

Mit Blick auf die eingangs formulierte Zielsetzung können Sie Erfahrungen und statistische Daten zusammentragen, die Ihnen dabei helfen zu konkretisieren, welche Themengebiete Sie bearbeiten wollen (Was ist qua Projektauftrag überhaupt möglich?). Darüber hinaus können Ihnen etwa Daten der amtlichen Statistik (u.a. kommunale Statistikstellen, Statistikportale des Bundes und der Länder, Statistiken der Bundesagentur für Arbeit) dabei helfen, Geschlechterungleichheiten in Ihrer Region zu identifizieren, die Ihr Handlungsfeld berühren. Hierzu zählen beispielsweise Daten zu Einkommensverteilungen, Teilzeitbeschäftigung, Verteilung von Berufen oder auch zu Positionen in Unternehmen und Organisationen. Entlang relevanter statistischer Aspekte können Sie Ansatzpunkte für die Bedarfsanalyse sammeln (Wen wollen Sie nach welchen Bedarfen wie befragen?)

4. Datenerhebung

Wie einleitend beschrieben können Bedarfsanalysen anhand der Erhebungsart (qualitativ/quantitativ) unterschieden werden. Für welche der beiden Methoden Sie sich entscheiden, hängt insbesondere von Ihrem Erkenntnisinteresse und der konkreten Zielsetzung Ihrer Bedarfsanalyse ab. Interessieren Sie sich etwa für Einstellungen in einer großen Grundgesamtheit, bietet sich eine quantitative Erhebung an. Interessieren Sie sich für persönliche Aussagen über Erwartungen, Zielvorstellungen oder Bewertungen, ist ein qualitatives Vorgehen empfehlenswert. Dabei gilt es, Daten zu Personen aus allen Geschlechtergruppen zu erheben und das Geschlecht der Befragten zu erfassen.

5. Ableitung/Angebotsentwicklung

Aus den erhobenen Daten stellen sich für die Ableitung bzw. die Entwicklung von Angeboten verschiedene handlungsleitende Fragen⁶. Entscheidend ist einerseits die Frage: Für wen? Lassen sich aus den erhobenen Daten etwa Geschlechterungleichheiten in Ihrem Handlungsfeld erkennen, können potenzielle Angebote so konzipiert werden, dass sie einen Beitrag dazu leisten, den bestehenden Ungleichheiten zu begegnen. Mehr Informationen, die erhoben werden, helfen dabei zielgenauere Angebote zu (z.B. Geschlecht und Alter). Wie genau die entwickelten Angebote einen Beitrag zur Reduzierung identifizierter Ungleichheiten leisten können, hängt nicht zuletzt von der Beantwortung der Fragen nach dem Wozu (Lernzeile und -ergebnisse) sowie nach dem Was, also konkreten Inhalten, ab. Sollte Ihnen z.B. auffallen, dass eine Qualifikationslücke bei Frauen im Themenfeld KI besteht, könnten Sie Ziele und konkrete Inhalte darauf abstimmen. Zudem sollten Sie klären wie Angebote organisiert und methodisch ausgerichtet sein sollen. Abschließend stellen sich Fragen nach dem Wo und Womit (Lernort und Medien).

Im Sinne der Nachhaltigkeit empfiehlt es sich Bedarfsanalysen kontinuierlich durchzuführen. So wird gewährleistet, dass auf Grundlage von Bedarfsanalysen entwickelte Angebote jeweils aktuelle und sich ggf. verändernde Bedarfe berücksichtigen.

⁶ Scheffelt et al. (2012): S. 16 ff.