

## **Die neuen Smarties der Weltbank: wettbewerbsfähige Frauen**

**„Forget China, India and the internet: economic growth is driven by women“. Unter dieses Motto stellt die Weltbank ihren neuen Gender Aktionsplan für die Haushaltsjahre 2007-10 und nimmt damit das Oberziel ihrer Frauen- und Geschlechterpolitik vorweg: Wachstum. Die frauenpolitische Botschaft lautet: die Marktchancen werden besser, nun konkurriert mal schön. Eine Kritik von Christa Wichterich**

Betont smart kommt die Weltbank daher mit dem Titel ihres neuen Gender Aktionsplans: „Gender Equality as Smart Economics“. Dabei bleibt die Bank in ihren zentralen Argumentationssträngen jedoch sich selbst und ihren seit 30 Jahren formulierten Motiven treu: 1975 strebte sie an, dass „ein großer Teil der menschlichen Ressourcen auf dieser Welt nicht untergenutzt bleiben“ und Frauen „Teil des Hauptstroms wirtschaftlicher Entwicklung“ werden sollten, um Produktivität, Effizienz und Wachstum zu steigern und dadurch Armut zu reduzieren. 2006 will sie das „ökonomische Empowerment“ von Frauen unterstützen, „in order to promote shared growth and accelerate the implementation of MDG 3“. 1975 hieß das Mantra „Integration“, heute heißt es „Wettbewerbsfähigkeit“ der Frauen. Die Kluft zwischen – so heißt es jetzt im Jargon von Nobelpreisträger Amartya Sen - den Fähigkeiten von Frauen und ihren ökonomischen Möglichkeiten sei ineffizient. Wird diese Kluft durch die Beteiligung von Frauen an Erwerbsmarkt und Einkommen überwunden, dann wird Armut reduziert und Wachstum beschleunigt werden. Zunehmend sei es evident, dass „die Erweiterung der wirtschaftlichen Chancen von Frauen für die Bankgeschäfte sinnvoll ist“, sprich: sich rechnet. Genau dies sei „smarte Ökonomie“.

Die Sprache und die Referenzkonzepte der Weltbank haben sich verändert, das Mittel-Zweck-Verhältnis ihrer Frauen- und Geschlechterpolitik jedoch nicht. Und dies, obwohl zwischen den beiden Daten drei Jahrzehnte intensiver Frauenrechtskämpfe auf multilateraler und nationaler Ebene liegen, Kämpfe nicht zuletzt um wirtschaftliche und soziale Rechte. Trotzdem ist der Frauen-/Menschenrechtsansatz für die Weltbankpolitik immer noch kein normativer Referenzrahmen, ja in ihrem Aktionsplan nicht einmal der Erwähnung wert.

Damals wie heute geht es ihr um eine marktförmige Ökonomisierung der Frauenfrage. Es geht damals wie heute darum, weibliche Arbeitskräfte und weibliches Humankapital für die Märkte zu nutzen, damit sie „smarter“, sprich: rentabler funktionieren. Denn effizienz- und wachstumshinderliches „Marktversagen“ besteht nach Auffassung der Bank da, wo „Ressourcen nicht dort zum Einsatz kommen, wo die Rentabilität am höchsten ist“. Deshalb ist der Kern des Aktionsplans die Integration und Stärkung von Frauen auf vier Märkten, nämlich auf Produkt-, Finanz-, Land- und Arbeitsmärkten. Dazu entwickelt die Bank eine Doppelstrategie: zum einen sollen durch Interventionen auf der politischen Ebene Zugangsbarrieren und Diskriminierung von Frauen auf den Märkten beseitigt werden („making markets work for women“). Zum zweiten dienen Unterstützung von business-Aktivitäten und Integration von Frauen-Initiativen dem „empowering women to compete in markets“.

Jahrelang hatte die Weltbank vor allem auf die Bildung weiblichen Humankapitals und die Nutzung weiblichen Sozialkapitals gesetzt. Jetzt liegt der Fokus auf der Beseitigung von diskriminierenden Faktoren durch gesetzliche Regelungen

besonders in Bezug auf Privateigentum, Erb- und Landrechten und sowie auf Zugangsmöglichkeiten zu den Märkten. Dabei sind Zugang und Partizipation die Schlüsselbegriffe, nicht aber Rechte oder Existenz-, Einkommens-, Ernährungs- oder soziale Sicherheit.

So richtig und wichtig es ist, Chancengleichheit auf den Märkten voranzubringen, so eindimensional weist der Aktionsplan der Bank Frauen bestimmte Rollen im neoliberalen Marktmodell als selbständige Akteurinnen zu, nämlich vor allem als Unternehmerin, als Landbesitzerin, als Kreditnehmerin bei Privatbanken oder als flexible Teilzeitarbeiterin. Dagegen verschwinden die konkreten ökonomischen Tätigkeiten von Frauen als Bäuerin, Kleinhändlerin, Dienstleisterin oder Exportarbeiterin hinter diesen Funktionen als Marktakteurinnen. Selbsthilfegruppen und informelle Tätigkeiten sollen gezielt marktintegriert werden.

Auch die komplexen Armutbedingungen, die Frauen in marginalen, niedrigentlohnenden, unsicheren und ungeschützten Jobs und obendrein durch eine Überlastung mit unbezahlter Arbeit binden, bleiben ausgeblendet. Obwohl der Aktionsplan das wirtschaftliche Empowerment von Frauen in den Zielrahmen der MDGs stellt, ist von konkreter Frauenarmut nirgends die Rede. So bleibt es ein Rätsel, wie die geplante Beseitigung von Markthindernissen, z.B. „Verringerung des Zeit- und Finanzaufwands bei der Unternehmensregistrierung“, die Armut von 100 Millionen von Kleinbäuerinnen reduzieren soll.

Um die smarte geschlechtergleiche Ökonomie in ausgewählten Ländern (20 Länder mit geringem Einkommen, 10 mit mittlerem Einkommen und drei fragile Staaten) zu erreichen, plant die Bank Aktivitäten in drei Bereichen:

- 1) Erarbeitung „analytischen Wissens“ und geschlechtsdisaggregierter Daten und Statistiken. Damit will die Bank dem Anspruch der „Wissensbank“ gerecht werden,
- 2) Gender Mainstreaming der Weltbank-Aktivitäten in der Wirtschaft und anderen Sektoren
- 3) Durchführung ergebnisorientierter Initiativen im Sinn von „Aid-Effectiveness“

Der Plan ist als Log Frame von der Programmwiege bis zur Bahre mit komplexen „Verpflichtungen“ der Bank und quantitativen Indikatoren ausgefeilt und wird dem Qualitätssicherungssystem der Weltbank mit Monitoring und Evaluierungen unterstellt. So sollen *Investment Climate Assessments* gegendert und *Gender and Growth Assessments* durchgeführt werden. Welche konkreten politischen Schlüsse aber aus solchen Folgeabschätzungen und Wirkungsanalysen gezogen werden, verrät die Weltbank nicht. Sind z.B. billige, gefügige weibliche Arbeitskräfte Smarties für das Investitionsklima? Oder fleißig rücküberweisende Migrantinnen, die geringentlohnt als Hausangestellte und Altenpflegerinnen arbeiten, Smarties für das Wachstum im Ziel- wie auch im Herkunftsland?

Es ist wenig verwunderlich, dass die Weltbank nicht die Marktstrategien, Unternehmensinteressen und Handelsregeln thematisiert, die strukturell und systematisch soziale Ungleichheiten und Spaltungen herstellen. Doch bleibt es damit auch ihr Geheimnis, wie sie die Marktbedingungen für Frauen signifikant verbessern will, ohne die Strukturen zu verändern, die die kleinbäuerliche Landwirtschaft, den Straßenhandel, personennahe Dienstleistungen, Handwerk und lokale Industrien,

informelle Tätigkeiten und Haushaltsökonomien, MigrantInnen immer neu marginalisieren und prekarisieren.

Was an dem Aktionsplan am meisten besticht, ist die Eindimensionalität des Denkens, bei dem die Märkte und nicht die Menschen bzw. die ökonomischen Rechte und Potentiale von Frauen im Zentrum stehen. „Wettbewerbsverzerrungen“ zuungunsten von Frauen sollen beseitigt werden, damit sie chancengleich konkurrieren können. Elemente von Reziprozität, sozialer Verpflichtung und moralischer Ökonomie, die in den ökonomischen Zusammenhängen von Frauen von Bedeutung sind, werden dagegen systematisch ignoriert. So ist die Geschlechtergleichstellung nach gutsherrlicher Weltbank-Art eine smarte Variante des Wettbewerbs- und Wachstumsdogmas mit der markttotalitären Botschaft: There is no alternative.