



**Brigitta Wortmann**

---

## **ANA HUNNA International Network e.V. – Gemeinsam für die wirtschaftliche Teilhabe von Frauen**

»ANA HUNNA« (arab. أنا هنا..أنا) bedeutet »Ich bin hier.«

*Ich übernehme Verantwortung.*

*Ich nehme die Dinge in die Hand.*

*Ich mache einen Unterschied.*

*Ich bin aktiver Teil eines größeren Ganzen!*

ANA HUNNA hat seit 2012 in der MENA Region (Middle East und North Africa), insbesondere in den Ländern Marokko, Tunesien, Ägypten und Jordanien, für eine Medien- und Filmkampagne zur Sensibilisierung für Gender-Themen gestanden. Heute steht der Name auch für das »ANA HUNNA International Network«, einem länderübergreifenden Netzwerk mit Mitgliedern aus diesen vier Ländern der MENA Region und aus Deutschland, die das Engagement für eine gesellschaftliche und wirtschaftliche Teilhabe von Frauen fortführen.

Geleitet wird das Engagement von dem Grundgedanken, dass Frauen eine Wahl haben sollen, wie sie sich in der Arbeitswelt und in der Gesellschaft einbringen. Es ist ein Aufruf an alle Frauen, selbstbestimmt, aktiv und kraftvoll in Gesellschaft und Wirtschaft zu sein.

### **Wirtschaftliche und gesellschaftliche Teilhabe von Frauen**

Frauen machen die Hälfte der Weltbevölkerung aus, ihre wirtschaftliche Integration dagegen ist immer noch erschreckend gering. Die MENA Region ist hier besonders schwach aufgestellt.

Die Länder Nordafrikas und des Nahen Ostens weisen die weltweit niedrigste Erwerbsquote von Frauen auf - nur jeder fünfte Mitarbeitende in der MENA-Region ist weiblich. In Ägypten und Tunesien sind rund 60 Prozent der jungen Absolventinnen arbeitslos, in Jordanien sind es 40 Prozent, während rund ein Drittel der marokkanischen Absolventinnen arbeitslos ist. Weniger gebildete Frauen arbeiten eher, sind aber im Allgemeinen in schlecht bezahlten Berufen tätig, oft im informellen Sektor. Weit über das soziale Spektrum hinaus stellen traditionelle Rollenmodelle ein Hindernis für die Chancengleichheit auf dem Arbeitsmarkt dar. Auch in Deutschland ist die wirtschaftliche Integration von Frauen mit Migrations- und Fluchterfahrungen, unabhängig vom Qualifizierungsgrad, in das Arbeitsleben mit vielen Barrieren und Schwierigkeiten verbunden. Ihre Erwerbsbeteiligung hat sich von 2016 auf 2017

nur um zwei Prozentpunkte auf sechs Prozent erhöht, während sich die der geflüchteten Männer von 15 Prozent in 2016 auf 30 Prozent in 2017 verdoppelt hat<sup>1</sup>.

In der MENA Region ist durchaus ein Anstieg der Teilnahme von Mädchen und Frauen an der formalen Bildung zu verzeichnen, was jedoch noch nicht in einer gleichberechtigten Beteiligung von Frauen an Wirtschaft und Gesellschaft erkennbar ist. Diese Fortschritte müssen noch in das wirtschaftliche Empowerment von Frauen umgesetzt werden. Neben ihrer individuellen Bedeutung für jede Frau ist die Integration von Frauen für eine erfolgreiche und prosperierende Wirtschaft und eine integrative Gesellschaft unerlässlich.

Es gibt unterschiedliche Stellschrauben, an denen gedreht werden muss, um die Situation für Frauen zu verändern. Dazu zählen rechtliche Rahmenbedingungen, bessere Zugänge zu Finanzen und Krediten, der Ausbau von sozialen Infrastrukturen wie z.B. im Bereich der Kinderbetreuung. Zentral dabei und sicherlich am schwierigsten ist es, sowohl bei Männern wie bei Frauen, kulturell geformte Rollenbilder und Rollenzuschreibungen aufzubrechen. Dabei geht es um Themen, die nicht immer leicht zu greifen sind. Gesellschaftliche Tabus und kultursensible Aspekte spielen hier eine große Rolle.

### **Ganz konkret - Die Film- und Medienkampagne und Bildungsmaterialien**

Hier setzte ANA HUNNA als Film- und Medienkampagne an. In Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) – finanziert durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung – starteten 2012 zivilgesellschaftliche Organisationen aus den Ländern Ägypten, Jordanien, Marokko und Tunesien intensiv an dem Thema »Frauen und Arbeit« zu arbeiten. Acht Spiel- und Dokumentarfilme wurden produziert, die die Situation von Frauen in der Arbeitswelt in den jeweiligen Ländern beleuchteten. Es sind Filme, die die Zuschauer mitnehmen in Alltags- und Arbeitssituationen von einzelnen Frauen und zwar mit einer hohen Authentizität. Die Filme werden nach wie vor in ganz unterschiedlichen Kontexten eingesetzt: in Schulen und Bildungseinrichtungen, in beruflichen Trainingskursen, auf Festivals und bei geselligen Zusammentreffen im Ramadan. Entscheidend dabei ist, dass nicht nur Menschen in den urbanen Zentren, sondern insbesondere auch auf dem Land erreicht werden.

Die Reichweite war enorm, über 10 000 Menschen haben an Filmvorführungen teilgenommen. Die Presse begeisterte sich in hunderten von Artikeln und die Filme wurden über 20 Mal in verschiedenen Filmfestivals, u.a. der Berlinale, gezeigt.

#### *Trainings-Kits steigern die Wirkung*

Um den Diskussionseinstieg zu diesen sensiblen Themen zu erleichtern und damit auch die Wirkung noch zu vertiefen, wurde ein Trainings-Kit erstellt, das ein breites Spektrum an di-

---

<sup>1</sup> Zahlen zitiert nach Dr. Tanja Fendel: Arbeitsmarktintegration geflüchteter Frauen; in WISO Direkt Hg. V. Friedrich-Ebert-Stiftung, Abt. Wirtschafts- und Sozialpolitik, 02/2019.

daktischen Ansätzen und Instrumenten zur Verfügung stellt. Über das Trainings- Kit gelingt die Einbettung der ANA HUNNA Kurzfilme in einen breiteren Rahmen, um Reflexionen über Geschlechterstereotype und Veränderungen im Verhalten von Frauen und Männern einzuleiten. Es sensibilisiert die Teilnehmenden verschiedener Altersgruppen für die Bedeutung der wirtschaftlichen Teilnahme und Teilhabe von Frauen mit unterschiedlichen kulturellen oder sozialen Hintergründen.

Seit 2016 wird es in der MENA Region vielfältig eingesetzt, in Schulen, in Maßnahmen zur beruflichen Orientierung, in Unternehmen und Universitäten sowie mit den verschiedensten Gruppen wie zum Beispiel mit Polizistinnen in Tunesien.

#### *Materialien auch in Deutschland anwendbar*

Seit 2018 gibt es auch eine deutschsprachige Fassung der Bildungsmaterialien. Es richtet sich hier an Lehrer\*innen, Dozent\*innen und Jugendgruppenleiter\*innen sowie an alle Gruppen und Personen, die die ANA HUNNA Kurzfilme für die Sensibilisierung für Genderthemen einsetzen - bei der Bildungsarbeit mit Geflüchteten, im interkulturellen Gender-Training oder zum Erlernen der deutschen Sprache.

In Deutschland gab es die ersten ANA HUNNA Workshops mit Multiplikator\*innen in der Bildungsarbeit mit Geflüchteten. Auch die Europäische Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft verwendet die Materialien in einem ihrer Programme (siehe Beitrag von Manuela Möller in diesem Newsletter<sup>2</sup>).

Was als Filmkampagne begann, hat in den Ländern eine Dynamik für weitere Aktivitäten und Programme zum Empowerment von Frauen entwickelt. Beispiele sind

- Mentoring Programme in Jordanien und Marokko in Zusammenarbeit mit Universitäten
- Ein Kunstwettbewerb in Marokko
- Ein Kurztrickfilm in Ägypten zur Thematisierung von kindliche Rollenprägung von Jungen und Mädchen<sup>3</sup> (siehe zu Aktivitäten in Ägypten auch Beitrag von Sharara/Latif in diesem Newsletter<sup>4</sup>)
- Etablierung von drei ANA HUNNA Spaces, u.a. am Center für Women's Studies/ University of Jordan (Amman); Räume, in denen mit Aktivitäten wie z.B. Karrieretage, Veranstaltung zu Frauen und Arbeit und weibliche Rollenbilder ein Wandel vorangebracht werden soll

---

<sup>2</sup> BBE Europa-Nachrichten - Newsletter für Engagement und Partizipation Nr. 8 vom 29. August 2019

<sup>3</sup> <https://youtu.be/WhxaCkGOKTQ>

<sup>4</sup> BBE Europa-Nachrichten - Newsletter für Engagement und Partizipation Nr. 8 vom 29. August 2019

## **Das neue Abenteuer: ANA HUNNA International Network**

Ausgehend vom ursprünglichen Programm ist über die Jahre ein ANA HUNNA Netzwerk gewachsen, das nach der Beendigung der Förderung und Koordination durch die GIZ nach einem Weg suchte, den kreativen Geist der Kampagne weiterzutragen. Aus diesem Gedanken heraus ist im November 2017 der »ANA HUNNA International Network e.V.« mit Sitz in Deutschland gegründet worden.

Die 22 Gründungsmitglieder sind zivilgesellschaftlichen Organisationen und Einzelpersonen – Frauen und Männer aus Ägypten, Deutschland, Jordanien, Marokko und Tunesien. Die bisherige Zielrichtung bleibt bestehen: die Integration von Frauen ins Erwerbsleben in enger Zusammenarbeit mit Partner\*innen aus den Ländern zu fördern und damit die Schaffung innovativer und kreativer Ansätze zu ermöglichen.

Die Transformation von einem GIZ koordinierten Programm mit einer professionellen Programmkoordination vor Ort hin zu einem ehrenamtlich geführten, Regionen übergreifenden Netzwerk ist ein großer Schritt und die Herausforderungen sind mannigfaltig.

Dazu gehört auch, dass der Verein nicht die Rolle der GIZ übernimmt, sprich nicht in die Rolle eines europäischen »Gebers« und Koordinators schlüpft, sondern hier einer Netzwerklogik folgt. Grundlegend hierfür ist das Miteinander der Mitglieder auf Augenhöhe, eine gemeinsame strategische Positionierung und einer Verantwortung eines jeden Mitglieds für das Funktionieren des Netzwerkes.

Das gemeinsame, länderübergreifende Managen des Netzwerks mit Vertreter\*innen aus fünf Ländern, mit Unterschieden in den kulturellen Prägungen und Mentalitäten, bei den Kommunikationsmitteln, mit abweichenden Zeitzonen und Festtagskalendern sowie vier verschiedenen Sprachen ist ein spannendes Abenteuer.

Ein Netzwerk lebt davon, dass sich all seine Akteur\*innen aktiv einbringen, mit ihrem Wissen, mit Zeit und Kompetenzen. Erst durch diese Beiträge kann das Netzwerk lebendig und aktiv werden.

Die Akteur\*innen in der MENA Region hatten sich auch während der Projektlaufzeit auf Konferenzen und in Workshops ausgetauscht, jedoch war der Blick dabei eher nach innen in die jeweiligen einzelnen Länder gerichtet. In einem internationalen Netzwerk kommt nun eine neue Blickrichtung hinzu, nämlich die der länder- und regionsübergreifenden Zusammenarbeit. Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass Netzwerke als Organisationsstruktur in der MENA Region noch nicht sehr verbreitet sind. Das erfordert einen Paradigmenwechsel, den das neue Netzwerk und seine Mitglieder leisten müssen. Ein ganz wichtiger Aspekt ist dabei der Aufbau von Vertrauen und ein Interesse füreinander.

All diese Herausforderungen anzugehen lohnt sich angesichts des Potenzials, das in diesem Netzwerk steckt:

- Es ist eine Plattform für den Austausch von Akteur\*innen auf Augenhöhe zwischen Menschen und Organisationen aus der MENA- Region und Deutschland zu Gender- und Diversity-Themen.
- Das Netzwerk bietet über seine Struktur authentische Zugänge und Kontakte zu Expert\*innen in der MENA Region. Unsere Mitglieder und die Programmpartner\*innen sind tief in ihren Ländern vernetzt und bieten Zugänge zum Know-How in Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Staat.
- Die Länder der MENA Region unterscheiden sich in vielfacher Hinsicht und daraus ergibt sich auch eine Vielfalt an unterschiedlichen Perspektiven, Ideen und Herangehensweisen.
- Es existieren exzellente Trainingsmaterialien zur Genderthematik, die in der Region selbst entwickelt und erprobt wurden. Mit der kulturellen und sprachlichen Authentizität der didaktischen Materialien existiert eine gute Basis für die Weiterentwicklung der Materialien wie für neue kreative Ansätze.
- In Deutschland kann zur Stärkung interkultureller Kompetenzen von Akteur\*innen mit Fokus auf deutsch-arabische Schnittstellen beigetragen werden – dies insbesondere mit Blick auf Geschlechterrollen.

Beim »First Strategic Talk« des Netzwerkes zum Thema »Innovationen zur wirtschaftlichen Stärkung von Frauen« 2018 in Amman kamen Vertreter\*innen aus Zivilgesellschaft, internationalen Entwicklungsorganisationen, aus Wirtschaft und Wissenschaft sowie die ANA HUNNA Mitglieder aus den fünf Ländern zusammen. In einem auf gegenseitigen Austausch setzenden Gesprächsformat wurde über wirksame Wege zur Verbesserung der Beschäftigungschancen von Frauen und die positiven Auswirkungen von weiblicher Erwerbsarbeit auf soziale Stabilität diskutiert. Die Megatrends Digitalisierung (*siehe hierzu auch Beitrag von Benhmida in diesem Newsletter<sup>5</sup>*), Globalisierung und Migration spielten in der Diskussion eine wichtige Rolle. Zumal das Thema der Integration von weiblichen Flüchtlingen in den Arbeitsmarkt nicht nur ein Thema in Europa ist, sondern ganz virulent auch in Jordanien Gesellschaft und Politik vor massive Herausforderungen stellt. Besondere Unterstützung erhielt der Strategic Talk durch inhaltliche Beiträge des Schwedischen Botschafters, der Norwegischen Botschafterin, dem jordanischen Unternehmer Senator Talal Abu Ghazaleh sowie der schwedischen Frauenrechtsorganisation KVINNA till KVINNA und Oxfam Jordanien.

Hier zeigte sich, dass ANA HUNNA als unabhängige Netzwerk eine Plattform bilden kann, auf der Initiativen und Programme, die sich in sehr unterschiedlichen Feldern mit dem Empowerment von Frauen befassen, sowie Erfahrungen aus Europa und aus unterschiedlichen MENA Ländern in konstruktiver Weise zusammengeführt werden kann.

---

<sup>5</sup> BBE Europa-Nachrichten - Newsletter für Engagement und Partizipation Nr. 8 vom 29. August 2019

**Autorin**

*Brigitta Wortmann ist Mitbegründerin und Erste Vorsitzende vom ANA HUNNA International Network e.V. mit Sitz in Deutschland. Sie arbeitet als Senior Political Adviser im Hauptstadtbüro der BP Europa SE und ist als Unternehmensvertreterin Mitglied des Sprecher\*innenrat des BBE.*

**Kontakt:** [Brigitta.wortmann@ana-hunna.org](mailto:Brigitta.wortmann@ana-hunna.org)

**Weitere Informationen:** [www.ana-hunna.org](http://www.ana-hunna.org)

**Redaktion**

**BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Europa**

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Michaelkirchstr. 17/18

10179 Berlin

Tel.: +49 30 62980-114

[europa-bbe@b-b-e.de](mailto:europa-bbe@b-b-e.de)

[www.b-b-e.de](http://www.b-b-e.de)