

**equal  
pay**

**day , -**

**7. März 2023  
ist Equal Pay Day**



**DIE KUNST  
DER GLEICHEN  
BEZAHLUNG**



**equal  
pay**  

---

**day , -**

## **INHALTSVERZEICHNIS**

Equal Pay Day Kampagne 2023	3
Ausgangspunkt	5
Equal Pay Daten Faktenblatt	8
Meilensteine	9



**equal  
pay  
day, -**

**Postanschrift**  
BPW Germany e.V.  
Schloßstraße 25  
12163 Berlin  
T 030 3117 0517  
F 030 5565 9196

**Leitung**  
Uta Zech  
u.zech@equalpayday.de  
T 0179 5466 098

**Koordination**  
Lilly Schön  
l.schön@equalpayday.de  
T 030 3117 0517  
T 0162 1967 636

**Presse und Social Media**  
Sophie Rohé  
presse@equalpayday.de  
T 0174 3306 025

**Content Creation**  
Natascha Heinisch  
n.heinisch@equalpayday.de

**Präsidentin BPW Germany e.V.**  
Birte Siemonsen  
b.siemonsen@bpw-germany.de  
T 030 5507 5209

**Vereinsregister**  
22VR2307 AG Wiesbaden

**EU-Transparenz-Register Nr.**  
836392015840-91

save the date:  
**Equal Pay Day** am  
7. März 2023

## EQUAL PAY DAY Kampagne 2023

Im Bereich von Kunst und Kultur zeigen sich die strukturellen Ursachen für den Gender Pay Gap wie durch ein Vergrößerungsglas. Dieselben Strukturen, die gesamtgesellschaftlich zu einer Lohnlücke von 18 Prozent führen, bewirkten, dass Frauen im Jahr 2021 30 Prozent weniger verdienten als Männer ([Statistisches Bundesamt, 2022](#)). Auch der auf neuer Datenbasis errechnete Gender Pay Gap 2022 von 20 Prozent in Kunst und Kultur liegt über dem branchenübergreifenden Durchschnittswert ([Statistisches Bundesamt, 2023](#)). Gleichzeitig ist der Kulturbereich wie kein anderer in der Lage, in die Zukunft zu blicken und heute schon sichtbar zu machen, wie eine Gesellschaft, in der Frauen und Männer gleich bezahlt werden, aussehen könnte.

Unter dem Motto „**Die Kunst der gleichen Bezahlung**“ präsentiert die Kampagne Lösungsmöglichkeiten für mehr Lohngerechtigkeit in Kunst und Kultur, die wegweisend für die gesamte Arbeitswelt sind.

### Daten und Fakten

- ▶ Die Lohnlücke liegt in Deutschland bei 18 Prozent ([Statistisches Bundesamt, 2023](#)).
- ▶ Deutschland ist im europäischen Vergleich auf einem der letzten Plätze – der Europäische Gender Pay Gap beträgt rund 13 Prozent ([Eurostat, 2022](#)).
- ▶ Die Unterschiede fallen in Westdeutschland und Berlin mit 19 Prozent deutlich höher aus als im Osten mit 7 Prozent ([Statistisches Bundesamt, 2023](#)).
- ▶ Mit der Rente wächst die Einkommenslücke zwischen Männern und Frauen sogar auf 49 Prozent Unterschied in den Alterssicherungseinkommen (Gender Pension Gap, Daten von 2019) ([BMFSFJ, 2022](#)).
- ▶ Deutschland hat den größten Gender Pension Gap unter den OECD-Staaten ([IW, 2020](#)).
- ▶ Der unbereinigte Gender Pay Gap lag 2021 mit 30 Prozent überdurchschnittlich hoch. Auch der auf neuer Datenbasis errechnete Gender Pay Gap 2022 in Kunst und Kultur von 20 Prozent liegt über dem branchenübergreifenden Durchschnittswert ([Statistisches Bundesamt, 2023](#)).
- ▶ Stereotypisierung weisen auch im Kulturbereich Frauen bestimmte Rollen zu: Stereotype Annahmen verorten Frauen vorwiegend in weniger erfolgsversprechenden Genres hinsichtlich Förderchancen und Realisierungsaussichten ([Filmförderungsanstalt, 2017](#)). Frauen sind nur halb so oft im Fernsehen zu sehen wie Männer und kommen seltener als Expert:innen und häufiger im Kontext von Beziehung und Partnerschaft vor ([Prommer, 2017](#)). Solistinnen und Stimmführerinnen sind in deutschen Orchestern deutlich unterrepräsentiert (im Vergleich zu ihrem Gesamtanteil), selbst in vermeintlich „weiblichen“ Instrumenten, außer im Fach Harfe ([Deutsches Musikinformationszentrum, 2021](#)).
- ▶ Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist eine besondere Herausforderung in der Kulturbranche: Erfahrungsberichte zeigen, dass in der Bildenden Kunst der Wert der Künstlerin

BPW Germany ist Mitglied in der International Federation of Business and Professional Women. 2008 zeichnete das Netzwerk für die Einführung des Equal Pay Day, des internationalen Aktionstages für Entgeltgleichheit zwischen Frauen und Männern, in Deutschland verantwortlich.

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend



**equal  
pay**  

---

**day ,-**

sinkt, wenn sie Mutter wird, da nicht nur das Werk gekauft wird, sondern auch das Image der Kunstschaffenden (z.B. [DW, 2018](#) oder [Funk.net, 2020](#)). Auch überlebensnotwendige Netzwerkkontakte zu Chancengebenden können aus zeitlicher Überlastung und aus Mangel an Kinderbetreuungsmöglichkeiten für die meist abends stattfindenden Termine kaum gepflegt werden. Darüber hinaus wird Müttern auch schlicht nicht zugetraut, weiterhin bei dieser Art von Terminen anwesend zu sein ([Filmförderungsanstalt, 2017](#)).

► Frauen sind auch in der Kunst weniger sichtbar. Dies führt zu deutlichen Einkommenseinbußen. Wenn Werke von Künstlerinnen weniger besprochen und ausgestellt werden, werden sie weniger verkauft und schaffen damit geringere Einkommen, ebenso wenn sie weniger gespielt werden ([Deutscher Kulturrat, 2020](#)). Werke von Frauen machen nur 13 Prozent der an öffentlich finanzierten Orchestern gespielten zeitgenössischen Musik aus, bei Abonnementreihen sogar nur 1,9 Prozent – nur halb so viel wie Mozart oder Brahms ([Panlasigui, 2021](#)). 76 Prozent der inszenierten Stücke wurden von Männern geschrieben ([Deutscher Kulturrat, 2016](#)).

► Führungspositionen werden auch im Kulturbereich seltener von Frauen besetzt. Bei öffentlich finanzierten Orchestern liegt der Anteil von Frauen in Führungspositionen bei lediglich 8 Prozent. Von 129 Generalmusikdirektor:innen sind bundesweit 4 weiblich, nur 10 von 63 Künstlerischen Leitungen sind Frauen. Die Zahl liegt damit deutlich unter dem bundesdeutschen Anteil von Frauen in Führungspositionen über alle Berufssparten gerechnet ([Deutsches Musikinformationszentrum, 2021](#)). Nur 22 Prozent aller Theater werden von Intendantinnen geleitet und 30 Prozent aller Inszenierungen kommen von Frauen ([Deutscher Kulturrat, 2016](#)).

**Für Interviews** stehen Birte Siemonsen, Präsidentin des Business and Professional Women (BPW) Germany, und Uta Zech, Leiterin der Equal Pay Day Kampagne, über [presse@equalpayday.de](mailto:presse@equalpayday.de) zur Verfügung.

Weitere Informationen bietet die Kampagnen-Webseite [www.equalpayday.de](http://www.equalpayday.de). Aktuelle Meldungen rund um Lohngerechtigkeit und das Kampagnenmotto 2023 „Die Kunst der gleichen Bezahlung“ finden sich auch auf den Social Media Kanälen:



**BPW Germany e.V.**  
Schloßstraße 25  
12163 Berlin  
T +49 30 3117 0517  
[info@equalpayday.de](mailto:info@equalpayday.de)



**equal  
pay**  

---

**day ,-**

## Ausgangspunkt Kampagne 2023

Kunst und Kultur prägen heute erheblich unser Bild davon, was Männer und Frauen können. Wie Männer und Frauen in Filmen, im Theater, in der Musik sichtbar werden, beeinflusst Rollenstereotype und Wahrnehmung. Umso wichtiger also, dass beide Geschlechter gleichermaßen Kultur schaffen und prägen können. Denn leider ist dies heute noch nicht der Fall, Frauen sind weniger sichtbar, unterrepräsentiert in Führungspositionen und Geschlechterstereotypen ausgesetzt. Dies führte 2021 zu einem Gender Pay Gap im Bereich Kunst und Kultur von 30 Prozent. Auch der auf neuer Datenbasis errechnete Gender Pay Gap 2022 in Kunst und Kultur von 20 Prozent liegt über dem branchenübergreifenden Durchschnittswert (Statistisches Bundesamt, 2023).

Um adäquate Lösungsansätze zu formulieren, braucht es zunächst eine detaillierte Analyse der Situation in Kunst und Kultur. Dies liefert die Studie „**Frauen und Männer im Kulturmarkt - Bericht zur wirtschaftlichen und sozialen Lage des Deutschen Kulturrats von 2020**“ ([hier nachzulesen](#)). Sie stützt sich auf Daten der Bundesagentur für Arbeit, des Statistischen Bundesamts, der Künstlersozialkasse und des Sozio-ökonomischen Panels aus den Jahren 2013 bis 2019 und nimmt die diversen Beschäftigungsformen im Kulturbereich in den Blick. Sie stellt fest:

- Je höher das Einkommen, desto höher der Gender Pay Gap bei Selbstständigen
- Das Einkommen hängt von der Präsenz im Markt ab. Wenn Werke von Künstlerinnen weniger besprochen werden, werden sie weniger verkauft und schaffen damit geringere Einkommen, ebenso wenn sie weniger gespielt werden
- Auch für Angestellte existiert ein deutlicher Gender Pay Gap, unabhängig davon, ob es sich um Bereiche mit vielen oder wenigen Frauen handelt.

Für das Jahr 2022 hat das [Statistische Bundesamt](#) insgesamt eine Lohnlücke von durchschnittlich 18 Prozent errechnet. Damit bleibt die Lohnlücke im Vergleich zum Vorjahr konstant, nachdem sie seit 2017 langsam gesunken war. Zudem belegt Deutschland im europäischen Vergleich einen der letzten Plätze – der Europäische Gender Pay Gap beträgt rund 13 Prozent ([Eurostat, 2022](#)). Die Lohnlücke zwischen Männern und Frauen wächst mit dem Alter und führt in der Rente zu einem Gender Pension Gap, der im Jahr 2019 bei 49 Prozent lag ([BMFSFJ, 2022](#)); Deutschland hat den größten Gender Pension Gap unter den OECD-Staaten ([IW, 2020](#)).

Im Mittelpunkt der EPD Kampagne 2023 steht der besonders hohe Gender Pay Gap in Kunst und Kultur, der laut Statistischem Bundesamt im Jahr 2021 bei 30 Prozent lag.



**equal  
pay**  

---

**day ,-**

Kunst und Kultur zeigen die strukturellen Ursachen für den Gender Pay Gap wie durch ein Vergrößerungsglas. Diese Strukturen führen hier, wie in keinem anderen Bereich dazu, dass Künstlerinnen bei gleicher Leistung und gleichem Können weniger verdienen als Künstler.

**Tradierte rollensereotype Annahmen** wie Durchsetzungsstärke und Risikobereitschaft bei Männern schränken die Möglichkeiten von Frauen in der Kunst ein und verhindern **Frauen in Führungsverantwortung, fehlende Vereinbarkeit von Beruf und Familie** macht es Frauen, die Mütter werden und einen Großteil der familiären Fürsorgeverantwortung übernehmen, schwerer, zumal Kinderbetreuungseinrichtungen oft nicht auf die Arbeitszeiten im Kulturbereich eingestellt sind. Gehaltstransparenz in Kultureinrichtungen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, eine regelmäßige Überprüfung auf geschlechterspezifische Ungleichheiten oder Honorarempfehlungen in Förderrichtlinien von Bund, Ländern und Kommunen fehlen.

Die EPD Kampagne 2023 will diese Strukturen, die verhindern, dass Frauen auf dem Kunstmarkt genauso erfolgreich sind wie Männer, einer breiten Öffentlichkeit bewusst machen und Gegenmaßnahmen benennen.

Um **Die Kunst der gleichen Bezahlung** auch im Bereich von Kunst und Kultur durchzusetzen, braucht es insbesondere:

- Geschlechtergerechten Zugang zu individueller sowie projektbezogener Förderung. Auch Kinderbetreuungsangebote und deren Finanzierung muss hier mitgedacht werden.
- Etablierung von Parität an Hochschulen, in Fördergremien, Führungspositionen und Preisvergabejurs.
- Öffentlich finanzierte Kultureinrichtungen und öffentlich-rechtlicher Rundfunk müssen der Geschlechtergerechtigkeit in besonderer Weise verpflichtet sein.
- Verbände der Urheberinnen und Urheber sowie der ausübenden Künstlerinnen und Künstler müssen bestehende Honorarempfehlungen weiterentwickeln und, wo sie noch nicht vorhanden sind, entsprechende auf den Weg bringen. Auf die Unzulässigkeit der Geheimhaltungsklausel in Arbeitsverträgen sollte aktiv hingewiesen werden.
- Die Honorarempfehlungen in Förderrichtlinien von Bund, Ländern und Kommunen, in Kultureinrichtungen und Unternehmen der Kreativwirtschaft müssen berücksichtigt und umgesetzt werden.
- Kultureinrichtungen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft müssen die Transparenz der Gehälter und Honorare befördern, indem beispielsweise anonymisierte Spannen der Gehalts- und Honorarstruktur zugänglich gemacht werden.
- Kultureinrichtungen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft müssen die Vergütungsstruktur regelmäßig auf geschlechterspezifische Ungleichheiten überprüfen.



**equal  
pay**  

---

**day ,-**

Unter dem Motto **Die Kunst der gleichen Bezahlung** fordert die Kampagne darum auf, sich mit eigenen Testimonials für Equal Pay einzusetzen – sowohl in Kunst und Kultur, als auch in der gesamten Gesellschaft.

Die Kick-off Veranstaltung fand am **07. Oktober 2022 von 11:00 – 12:30 Uhr** in der Inselgalerie Berlin (Petersburger Straße 76A, 10249 Berlin) und als [Livestream-Veranstaltung](#) statt. In zwei weiteren interaktiven Online-Veranstaltungen zur Vernetzung der Mitstreitenden am **15. November 2022 von 11:30 – 13:30 Uhr** und am **21. November 2022 von 18:30 – 20:30 Uhr** wurden praktische Hinweise zur Durchführung von Aktionen am EPD und die Hintergründe des Kampagnenthemas vorgestellt. Die Veranstaltungen sind online [nachschaubar](#).

Am **04. März 2023 von 13:00 – 19:30 Uhr** findet im bUm (Paul-Lincke-Ufer 21, 10999 Berlin) der **Equal Pay Day Zukunftskongress** statt. Der Zukunftskongress beantwortet die Frage, wer durch welche Maßnahmen gleiche Bezahlung für gleiche und gleichwertige Arbeit in Deutschland voranbringen kann und stellt Best Practice Beispiele vor.



**equal  
pay**  

---

**day ,-**

## Equal Pay Day Faktenblatt

Der Equal Pay Day (EPD) markiert symbolisch den geschlechtsspezifischen Entgeltunterschied, der laut Statistischem Bundesamt aktuell in Deutschland 18 Prozent beträgt. Umgerechnet ergeben sich daraus 66 Tage (18 Prozent von 365 Tagen), die Frauen zum Jahresanfang unentgeltlich arbeiten müssen.

Hauptanliegen des Projektes ist es, faire Einkommensperspektiven für Frauen und Männer in Deutschland zu schaffen. Die Lohnungleichheit zu durchbrechen, ist eine Frage der Gerechtigkeit. Es ist ein wichtiges Anliegen verschiedenster Akteure und Akteurinnen – von Unternehmen bis zur Zivilgesellschaft, denn gleicher Lohn für Frauen und Männer ist ein Gewinn für alle.

Der EPD wurde 2008 auf Initiative des Business and Professional Women (BPW) Germany e.V. erstmals in Deutschland durchgeführt und wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert. Entstanden ist der Tag für gleiche Bezahlung in den USA. Die amerikanischen Business and Professional Women schufen 1988 mit der Red Purse Campaign ein Sinnbild für die roten Zahlen in den Geldbörsen der Frauen. Diesen Gedanken griff der BPW Germany auf, sodass die roten Taschen bundesweit zum Symbol des Equal Pay Day wurden. Inzwischen gibt es den Equal Pay Day in 32 europäischen Ländern und weltweit.

### **Daten und Fakten**

Kampagnenname: Equal Pay Day

Kampagnenstart: 2008

Website: [www.equalpayday.de](http://www.equalpayday.de)

Initiator: BPW Germany e.V. Business and Professional Women Germany e.V.

Förderer: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

### **Schwerpunkte**

- Auf den Gender Pay Gap aufmerksam machen.
- Über die Gründe für Lohnungleichheit zwischen Frauen und Männern aufklären und ein Bewusstsein für die Problematik schaffen.
- Lösungen für die Schließung der Lohnlücke aufzeigen und die Abschaffung des Gender Pay Gap vorantreiben.





**equal  
pay**  

---

**day, -**

## Meilensteine

2023

Wie durch ein Brennglas zeigt der Kulturbereich, was heute noch der gleichen Bezahlung von Männern und Frauen im Weg steht – und wie viel wir gewinnen, wenn alle Geschlechter gleichermaßen ihre Ideen umsetzen können. Mit dem Motto **Die Kunst der gleichen Bezahlung** wird dies sichtbar gemacht. Außerdem findet nach **15 Jahren Equal Pay Day** ein Zukunftskongress statt.

2022

Die Digitalisierung der Arbeitswelt hat während der Corona-Krise einen gewaltigen Schub bekommen und die Machbarkeit, Risiken und Chancen von flexiblem und mobilem Arbeiten aufgezeigt, sodass die Kampagne für den Equal Pay Day 2022 die digitale Transformation unter dem Motto **Equal pay 4.0 – gerechte Bezahlung in der digitalen Arbeitswelt** beleuchtet.

2018

**Transparenz als erster Schritt:** Seit dem 6. Januar 2018 können Beschäftigte nach dem im Sommer 2017 in Kraft getretenen Entgelttransparenzgesetz einen Auskunftsanspruch geltend machen. Damit ist es in Deutschland erstmals möglich, Auskunft über Lohnstrukturen am Arbeitsplatz zu erhalten und Transparenz einzufordern. Zugleich sind Unternehmen aufgefordert, sich mit den Entgeltstrukturen auseinanderzusetzen. Die Equal Pay Day Kampagne unterstützt diese Entwicklung mit dem Schwerpunktthema „Transparenz gewinnt“.

2017

**10 Jahre Equal Pay Day:** Der Equal Pay Kongress im Paul-Löbe-Haus markiert eine wichtige Zäsur in der Kampagnenarbeit: Nach jahrelanger Aufklärung über die vielfältigen Ursachen der Lohnlücke setzt die Kampagne nun verstärkt auf die praktische Umsetzung von Equal Pay. Während des Kongresses wird ein umfangreicher Maßnahmen- und Forderungskatalog ausgearbeitet. Er richtet sich an Wirtschaft, Politik, Gesellschaft, Wissenschaft und Medien.

2009

**Land der Ideen:** Für die Einführung des Equal Pay Day in Deutschland erhalten die Initiatorinnen den Innovationspreis Ausgewählter Ort im Land der Ideen. Im selben Jahr ruft BPW International den Equal Pay Day zum internationalen Aktionstag aus.

2008

**Geburtsstunde des deutschen Equal Pay Day:** Der BPW Germany e.V., das größte und älteste Netzwerk für berufstätige Frauen, startet 2007 die Initiative Rote Tasche und legt damit den Grundstein für die bundesweite Einführung des Equal Pay Day am 15. April 2008.

BPW Germany ist Mitglied in der International Federation of Business and Professional Women. 2008 zeichnete das Netzwerk für die Einführung des Equal Pay Day, des internationalen Aktionstages für Entgeltgleichheit zwischen Frauen und Männern, in Deutschland verantwortlich.

Gefördert durch:

Informationen zu weiteren Equal Pay Day Kampagnen finden sich hier:

<https://www.equalpayday.de/informieren/historie/>



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend