

PLUSPUNKTE

IMPULSE FÜR POLITIK- UND POTENZIALENTWICKLUNG

CHECKLISTE

Geschlechtersensible Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Gender Mainstreaming bedeutet, bei allen gesellschaftlichen Vorhaben die unterschiedlichen Lebenslagen und Interessen von Frauen und Männern von vornherein und regelmäßig zu berücksichtigen. Es gibt keine geschlechtsneutrale Wirklichkeit.

1. Zualtererst:

- Was soll erreicht werden, welches Ziel verfolgst Du?
- Wie lautet in einem Satz die Kernbotschaft?
- Wer wird angesprochen? Welche Zielgruppe ist gemeint?

2. Prozess:

- Wer produziert die Pressearbeit bzw. die Öffentlichkeitsarbeit? Wie und an welcher Stelle sind Frauen und Männer in diesem Prozess beteiligt?

3. Produktart:

- Wie nutzen Frauen, wie nutzen Männer (tendenziell) das Medium (Drucksachen, TV, Audio, Internet ...)?

4. Inhalt:

- Welche Relevanz hat das Thema für Männer, welche für Frauen?
- Ist das Produkt frei von Stereotypen (in Text und Bild)?
- Werden Verallgemeinerungen vermieden?
- Wie werden die Leistungen von Frauen, wie die Leistungen von Männern bewertet?
- Ist das Zahlenmaterial nach Geschlechtern differenziert?

5. Sprache:

- Ist die Sprache geschlechtersensibel?

6. Überprüfung des Ziels:

- Stimmen Ziel, Botschaft und Zielgruppe?

Die Grundlage für diese Checkliste stammt aus dem Gender Training im Willy-Brandt-Haus mit Melanie Ebenfeld (Gender And Education).

Jetzt alle „Pluspunkte“ im Bildungswiki der Parteischnle im Willy-Brandt-Haus: <http://parteischnle-wiki.spd.de>.