

# 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>.