



Gender-orientierte Öffentlichkeitsarbeit

Zielgruppe(n):	Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, insbesondere aus dem Arbeitsfeld Öffentlichkeitsarbeit
Ziel:	Die Teilnehmenden werden für gender-Aspekte und gender-bezogene Fragestellungen in der Öffentlichkeitsarbeit sensibilisiert
Methode:	Arbeitsgruppen, Bearbeitung von Leitfragen
Auftrag:	Die Arbeitsgruppen sollen entlang der Leitfragen (s. Anhang) eine Pressemitteilung, eine Veranstaltungsankündigung, einen Geschäftsbericht oder Ähnliches aus ihrem Arbeitsbereich bzw. ihrer Organisation bearbeiten.
Auswertung:	Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen werden im Plenum vorgestellt und diskutiert. Eine wichtige Fragestellung im Rahmen dieser Auswertung ist auch, inwieweit verwendeten Beispiele und Bilder Geschlechterstereotype verstärken oder eher überwinden helfen.
Dauer:	90 Min. (45 Min. Arbeitsgruppen, 45 Min. Plenum)
Materialien:	Flyer, Pressemitteilungen, Veranstaltungsankündigungen, Jahresberichte o.ä. aus dem Arbeitsbereich bzw. der Organisation der Teilnehmenden Arbeitshilfe „Leitfragen“ (s. Anhang)
Anmerkung:	Je nach Landessprache lassen sich die in der deutschen Sprache verwendeten Neutralisierungen, z.B. statt Teilnehmerinnen und Teilnehmer: Teilnehmende, nicht verwenden und müssen den Möglichkeiten der jeweiligen Sprache angepasst werden.
Arbeitshilfe(n):	



Leitfragen zu gender-orientierter Öffentlichkeitsarbeit¹

Elemente	Fragen
Sprache	<ul style="list-style-type: none">• Ist der Text in einer geschlechtssensiblen Sprache abgefasst?• Wird in der Formulierung kreativ mit der Verwendung von weiblichen, männlichen oder Paarformen umgegangen?
Produkt	<ul style="list-style-type: none">• Welche Botschaft wird übermittelt?• Wie kann die Übermittlung der Botschaft durch Einbeziehung der Geschlechterperspektive verbessert werden?• Wer wird durch das Produkt angesprochen?• Werden Männer und Frauen in ihrer Vielfalt angesprochen?• Wie nutzen Männer und Frauen in ihrer Vielfalt das Produkt?
Aufma- chung/ Gestaltung	<ul style="list-style-type: none">• Ist das Produkt (in Bildern/Layout und anderen Gestaltungselementen) frei von herabsetzenden weiblichen und männlichen Geschlechterstereotypen?• Ist das verwendete Zahlenmaterial nach Geschlechtern differenziert?
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Welche Relevanz hat das Thema für Männer und Frauen in ihrer Vielfalt? Gibt es Unterschiede zwischen den Geschlechtern?• Wie können Unterschiede angemessen berücksichtigt werden?• Sind Männer und Frauen ausgewogen vertreten?• Sind verallgemeinernde Aussagen vermieden bzw. hinreichend auf ihre Wirkung reflektiert worden?• Werden Leistungen und Eigenschaften von Frauen und Männern gleich gewertet und dargestellt?

¹ Vgl. Checkliste Gender Mainstreaming in der Presse und Öffentlichkeitsarbeit des BMFSFJ, <http://www.gender-mainstreaming.net/RedaktionBMFSFJ/RedaktionGM/Pdf-Anlagen/gm-und-oeffentlichkeitsarbeit.property=pdf.pdf> (Abfrage 24.9.2005)