



Leitfragen zu gender-differenzierter Öffentlichkeitsarbeit¹

Sprache	<p>Ist der Text in einer geschlechtssensiblen Sprache abgefasst?</p> <p>Wird in der Formulierung kreativ mit der Verwendung von weiblichen, männlichen oder Paarformen umgegangen?</p>
Produkt	<p>Welche Botschaft wird übermittelt?</p> <p>Wie kann die Übermittlung der Botschaft durch Einbeziehung der Geschlechterperspektive verbessert werden?</p> <p>Wer wird durch das Produkt angesprochen?</p> <p>Werden Männer und Frauen in ihrer Vielfalt angesprochen?</p> <p>Wie nutzen Männer und Frauen in ihrer Vielfalt das Produkt?</p>
Aufmachung/Gestaltung	<p>Ist das Produkt (in Bildern/Layout und anderen Gestaltungselementen) frei von herabsetzenden weiblichen und männlichen Geschlechterstereotypen?</p> <p>Ist das verwendete Zahlenmaterial nach Geschlechtern differenziert?</p>
Inhalte	<p>Welche Relevanz hat das Thema für Männer und Frauen in ihrer Vielfalt? Gibt es Unterschiede zwischen den Geschlechtern?</p> <p>Wie können Unterschiede angemessen berücksichtigt werden?</p> <p>Sind Männer und Frauen ausgewogen vertreten?</p> <p>Sind verallgemeinernde Aussagen vermieden bzw. hinreichend auf ihre Wirkung reflektiert worden?</p> <p>Werden Leistungen und Eigenschaften von Frauen und Männern gleich gewertet und dargestellt?</p>

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)