



Leitfragen zu gender-differenzierter Öffentlichkeitsarbeit¹

Sprache	Ist der Text in einer geschlechtssensiblen Sprache abgefasst? Wird in der Formulierung kreativ mit der Verwendung von weiblichen, männlichen oder Paarformen umgegangen?
Produkt	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?
Aufmachung/Gestaltung	Ist das Produkt (in Bildern/Layout und anderen Gestaltungselementen) frei von herabsetzenden weiblichen und männlichen Geschlechterstereotypen? Ist das verwendete Zahlenmaterial nach Geschlechtern differenziert?
Inhalte	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)