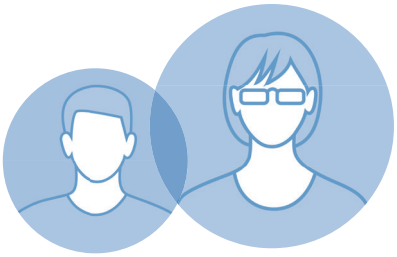
netzwerk zukunftsraum land
LE 14-20

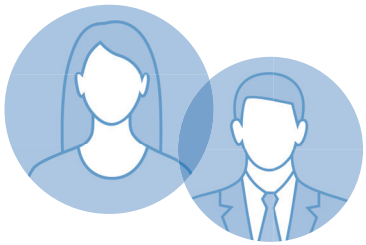
# Einladungen zu Veranstaltungen: Wie spreche ich meine Zielgruppe an?

## Eine geschlechtergerechte Sprache wirkt!

→ **Ein Beispiel:** In einem Test zur Allgemeinbildung wurde zwei Gruppen eine fast gleiche Frage gestellt. Gruppe 1 wurde gefragt: Nennen Sie berühmte Sportler, Politiker, Schriftsteller oder Maler! Die Frage an Gruppe 2 lautete: Nennen Sie berühmte Sportler und Sportlerinnen, Politiker und Politikerinnen, Schriftsteller und Schriftstellerinnen oder Maler und Malerinnen! Das Ergebnis: In der zweiten Gruppe gab es signifikant häufiger Nennungen von Frauen als in Gruppe 1.

→ **Eine gleichwertige Ansprache macht Sinn:** Wer Bürgerinnen und Bürger gleichwertig meint und möchte, dass sich diese auch gleichermaßen angesprochen fühlen, muss beide explizit nennen und ansprechen.
Die gesamte Öffentlichkeitsarbeit für eine Veranstaltung – Einladung, Inserate, Website – sollte daher geschlechtergerecht sein!





## Wie formuliert man geschlechtergerecht?

→ **Binnnen-I und Co:** Das Binnen-I (GeschäftsführerInnen), der Unterstrich (Geschäftsführer_innen), die Doppelnennung (Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer) machen beide Geschlechter sichtbar und sprechen Männer und Frauen gleichwertig an!

→ **Geschlechter abwechseln:** Insbesondere bei langen Aufzählungen können „Paarformen“ (Einwohner und Einwohnerinnen, Landwirte und Landwirtinnen usw.) die Lesbarkeit erschweren. In diesen Fällen kann eine Abwechslung der Geschlechter sinnvoll sein (der Verkäufer, die Landwirtinnen usw.). Dabei ist zu beachten, dass keine Klischees bedient werden (z. B. die Kindergärtnerin, der Abteilungsleiter, die Sekretärin, der Techniker).

→ **Geschlechtsneutrale Pluralformen:** Die Formulierung „Jeder Jugendliche, der ...“ kann durch „Alle Jugendlichen, die ...“ ersetzt werden.

→ **Geschlecht von Institutionen beachten:** „Die Firma als Arbeitgeberin“ statt „Die Firma als Arbeitgeber“.

## Was sollte man beim geschlechtergerechten Formulieren beachten?

→ **Generisches Maskulinum:** Mit der verallgemeinerten männlichen Form, dem sogenannten generischen Maskulinum (die Manager, die Politiker) verbinden wir vorwiegend männliche Personen.

→ **Neutrale Begriffe:** Je nachdem in welchem Zusammenhang wir neutrale Begriffe lesen, stellen wir uns meist das übliche Stereotyp vor. Begriffe wie Führungskräfte oder Assistenzkräfte werden in Zusammenhang mit Wirtschaft, Soziales oder Technologie unterschiedlich wahrgenommen.

Netzwerk Zukunftsraum Land wird finanziert von Bund, Ländern und Europäischer Union

Bundesministerium Nachhaltigkeit und Tourismus

LE 14-20 Entwicklung für den Ländlichen Raum

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete.

## Bilder, Sujets, Titel und Themen bewusst wählen!

→ **Klischees und Zuschreibungen vermeiden:** Bilder und Sujets auf der Einladung sollten beide Geschlechter zuschreibungs- und klischeefrei ansprechen (≠ Mann mit Aktenkoffer, Frau mit Kind).

→ **Der Titel der Veranstaltung ist entscheidend:** Der Titel einer Veranstaltung ist die stärkste Botschaft. Der Veranstaltungstitel sollte daher immer in einen Zusammenhang gestellt werden, der beide Geschlechter anspricht.
*Beispiel:* Beim Thema Energie geht es um Technologie (spricht eher Männer an), aber auch um die Themen Energiesparen und Energieverbrauch (spricht auch Frauen an). Beide Themen sollten im Titel oder Untertitel angesprochen werden.

→ **Das Thema der Veranstaltung differenziert darstellen:** Das Thema einer Veranstaltung sollte in den Infomaterialien so dargestellt werden, dass seine Bedeutung für Männer und Frauen zum Ausdruck kommt und deren Interesse an einem Thema angesprochen wird. *Zum Beispiel:* Was interessiert eher Männer am Thema Energie – was Frauen?

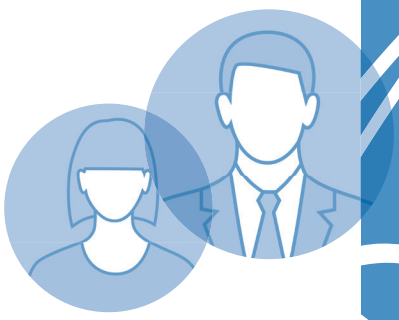
## Kommunikation und Marketing: Die richtigen Kanäle für die Ansprache von Frauen finden!

→ **Kommunikation über regionale Organisationen:** Die allgemeine Informationsarbeit zu einer Veranstaltung sollte durch eine bewusste Ansprache von Frauen ergänzt werden: Regionale Organisationen können darauf hingewiesen werden, dass sie ihre weiblichen Mitglieder zur Teilnahme motivieren sollen.

→ **Organisationen mit hohem Frauenanteil gezielt ansprechen:** Vereine, in denen viele Frauen aktiv sind, und bereits bestehende regionale Frauennetzwerke sollten persönlich kontaktiert und über die Veranstaltung informiert werden.

→ **Engagierte Frauen gezielt einladen:** Über regionale Netzwerke (Bürgermeister und Bürgermeisterinnen, Vereine) kann ein Verteiler mit engagierten Frauen aufgebaut und für die Bewerbung von Veranstaltungen genutzt werden. Engagierte Frauen auch immer persönlich ansprechen.

→ **Gemeindezeitungen, regionale und überregionale Medien nutzen:** Insbesondere Gemeindezeitungen werden von Frauen erfahrungsgemäß sehr genau gelesen. Grundsätzlich gilt in Sachen Medienarbeit: Möglichst viele Medien – Print, Social Media, regionales TV und Radio – in der Kommunikation nutzen.

## Checkliste: Einladungen zu Veranstaltungen – wie spreche ich meine Zielgruppe an?

- ☐ **Fühlen sich beide Geschlechter in der Bewerbung für die Veranstaltung angesprochen?**
  **Geschlechtergerechte Sprache verwenden**
- ☐ **Wurde die Bedienung von Klischees und Zuschreibungen vermieden?**
  **Bilder und Sujets sollen beide Geschlechter ansprechen**
- ☐ **Sendet der Titel der Veranstaltung eine Botschaft an beide Geschlechter?**
  **Die Formulierung soll beide Geschlechter gleich ansprechen**
- ☐ **Wurde das Thema der Veranstaltung differenziert dargestellt?**
  **Die Bedeutung des Themas für beide Geschlechter aufzeigen**
- ☐ **Wurden geeignete Medien bei Kommunikation und Marketing der Veranstaltung verwendet?**
  **Frauen oder Frauenorganisationen persönlich einladen und ansprechen**
  **Kommunikation über regionale Organisationen und Medien**