

Geschlechtergerechte und verständliche (politische) Kommunikation

Dokumentation

Friedrich-Ebert-Stiftung
Workshop am 5.10.2017

Zentrale Ergebnisse & weiteres Vorgehen

Management Summary

Zentrale Ergebnisse:

1. Sternchen-Battle
(Kampagne / Wettbewerb)
2. Wundertüte-Brown-Bag-
Lunch
3. Gender U-Boot

Politics for Tomorrow empfiehlt:

- die Idee "**Gender U-Boot**" zur weiteren Ausarbeitung.
- einen agilen Prozess aus Workshop- und Umsetzungsphasen, in denen die identifizierten Potentiale mit Fokus auf das Produkt und seine Umsetzbarkeit validiert und parallel Inhalte für das U-Boot generiert werden.

Weiteres Vorgehen:

- Prototypische Inhaltsgenerierung (bspw. Argumentationshilfen & Best Practices)
- Ggf. Erstellung und Testing eines Click Dummys/Paper Prototyps
- Konkretisierung und Validierung der Szenarien-, Rollout- & Umsetzungsplanung
- Testing & Validierung des Potentials eines MVP (Minimum Viable Product)

Herzlich
Willkommen
im
Design Lab!



Agenda

1. Methodisches Vorgehen
2. Interviews & Personas
3. Teamergebnisse
4. Empfehlungen für nächste Schritte

Politics for Tomorrow

Innovative Ansätze in der Politikgestaltung

Methodisches Vorgehen

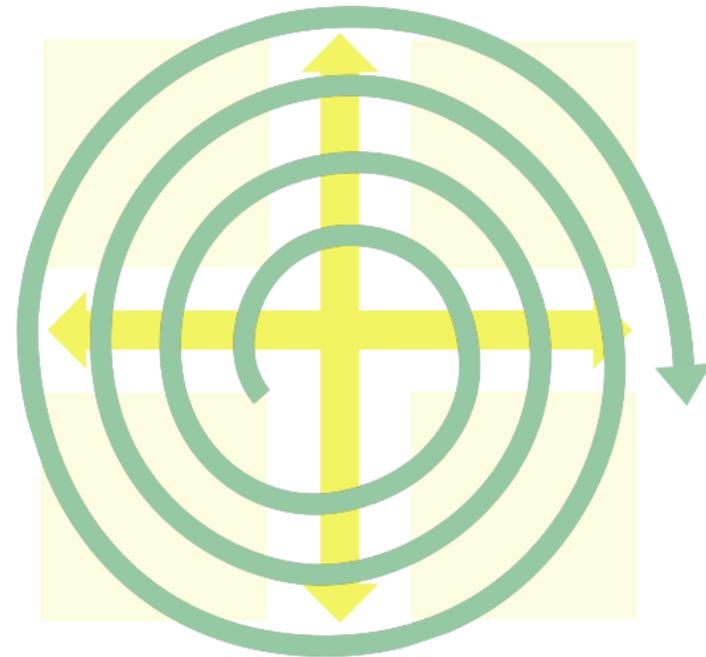
Methodisches Vorgehen

Agiler & mensch-zentrierter Prozess

1. Empathie entwickeln
Durch Personas



2. Ideen entwickeln & testen
Durch Prototyping



Politics for Tomorrow

Innovative Ansätze in der Politikgestaltung

Interviews & Personas

Nutzerperspektive verstehen

Mit wem wir gesprochen haben

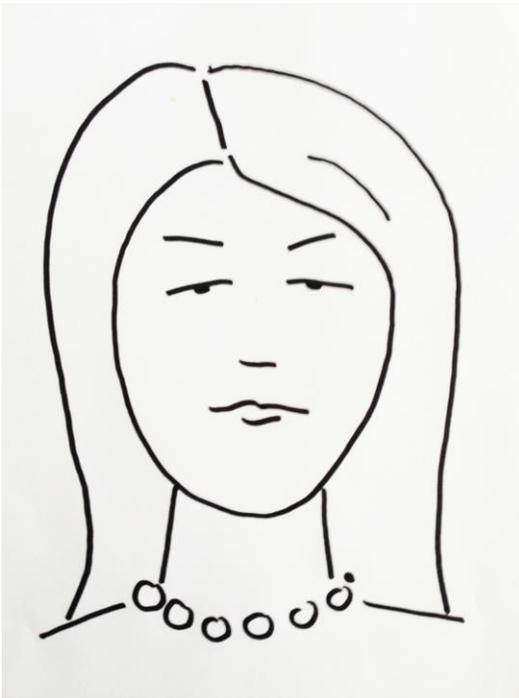
<p>Anzahl 7 Personen (6 Frauen, 1 Mann)</p> <p>Interviewdauer 30-60 Minuten</p> <p>Interviewstil Offen Leitfadengestützt</p>	<p>Tätigkeitsfeld Gewerkschaft Parteivertretung Ministerium Bildungsträger Nachgeordnete Behörde</p> <p>Analyse Themen herausfiltern; Fokus auf Herausforderungen, Bedürfnisse</p>
---	--



Hieraus abgeleitete Personas

Lisa - die pragmatische Anwenderin

Sachbearbeiterin in der Personalabteilung einer Behörde



09.10.17

Bo - der passionierte Veränderer

Organisations- und Personalentwickler in einem Ministerium



P°litics f°r T°m°rr°w

Karen - die entschlossene Einzelkämpferin

Referatsleiterin in einem Ministerium



9

Politics for Tomorrow

Innovative Ansätze in der Politikgestaltung

Teamergebnisse

Lisa - Die pragmatische Anwenderin

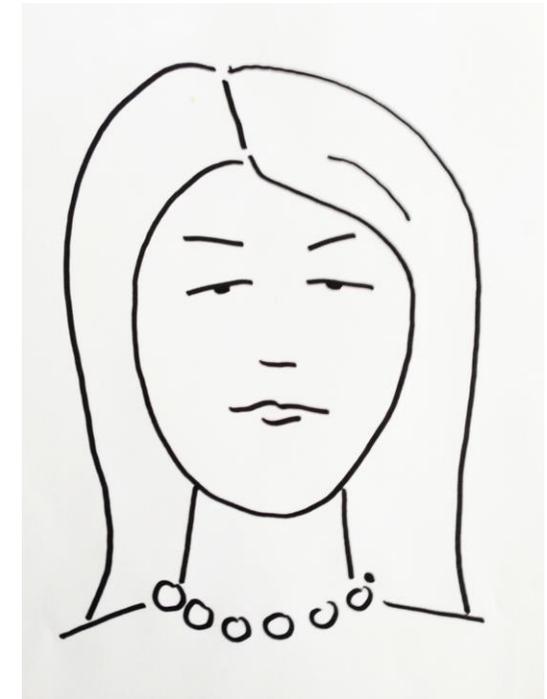
Sachbearbeiterin in der Personalabteilung einer Behörde

Persönliches: „Mich würde es nicht stören, wenn nur die männliche Form angesprochen würde.“ „Ich möchte kein Politikum aus meiner Weiblichkeit machen, sondern damit lieber spielen.“

Bedürfnislage: „Ich werde garantiert keine Diskussion mit meinen Kollegen anfangen! Das ist Aufgabe der Abteilungsleitung, nicht meine Aufgabe. Ich kann nicht meinen Kollegen vorschreiben, wie sie arbeiten sollen und müssen.“ „Frauennetzwerke sind nicht mein Ding. Junge Frauen brauchen männliche Coaches, um sich bewähren zu können.“

Ziel: „Ich möchte mich in einer männerdominierten Welt durchsetzen und durch die Qualität meiner Arbeit beurteilt werden.“

Erfolg: „Erfolg ist für mich, wenn ich in der IT von den männlichen Mitarbeitern Applaus für das neue Kommunikationskonzept bekomme und bei den harten Brocken mit technischer Expertise punkten kann.“



Alter: 29

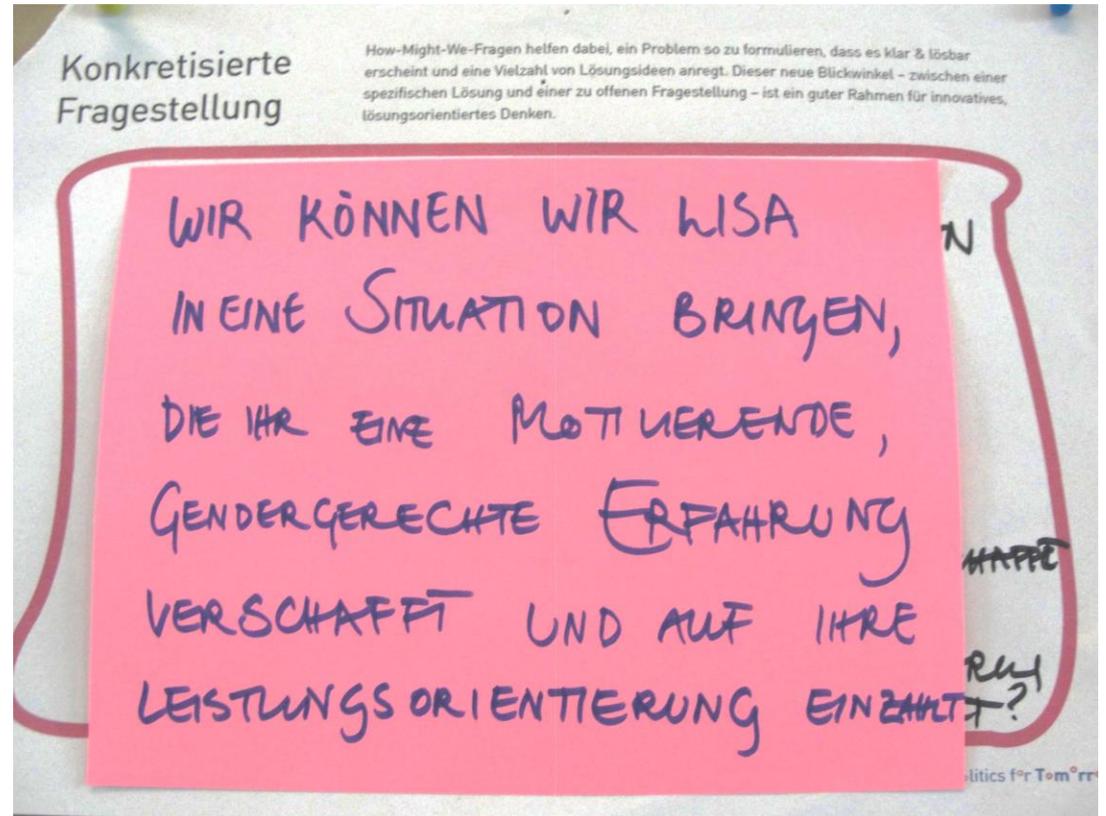
Familienstand: Ledig, ist Kindern nicht abgeneigt, hat aber noch keine Lust auf das Mutterdasein

Hobbies: Bowlen, Kino, Cosmo

Problemdefinition & „Wie können wir“-Frage

Problemdefinition (Point of View)

Lisa braucht einen Weg, um Klarheit und Sicherheit in Bezug auf gendergerechte Kommunikation zu kriegen,
weil sie motiviert werden muss um diese umzusetzen.
Aber überraschend ist, dass sie sehr leistungsorientiert ist.



Wie können wir...

Lisa in eine Situation bringen, die ihr eine motivierende gendergerechte Erfahrung verschafft und auf ihre Leistungsorientierung einzahlt?

Ideenserviette – Team LISA

Unsere Idee

Mitentwicklung einer Kampagne
(Wettbewerb) für Gendergerechtigkeit

Mehrwert für Zielgruppe

Anerkennung: sich gesehen & gehört
fühlen als „Mehrheit“ (und unter-
repräsentierte Nutzer*innengruppe inner-
halb unseres Kontextes)

Erfolgskriterien

keine Häme
positive Resonanz
Identifikation mit Kampagne

Ressourcen

Gemeinsam mit anderen Organisationen
umsetzen
Finanzrahmen: 30.000-40.000€

Nächste Schritte

Als nächstes müssen die drei Punkte zur Umsetzung angegangen werden...

Lisa finden & begeistern; Ober-Chef*in finden & begeistern; Prototyp, Zieldefinition für Lisa,
Idee für Motivation & Einbindung entwickeln

Sternchen-Battle (Kampagne/Wettbewerb)

Ziel:

Kampagnenentwicklung, Sensibilisierung für Genderkommunikation

Welche Perspektiven müssen vertreten sein?

alte Hasen (Begeisterte)

Neulinge

Skeptische

Fragen an die Testperson:

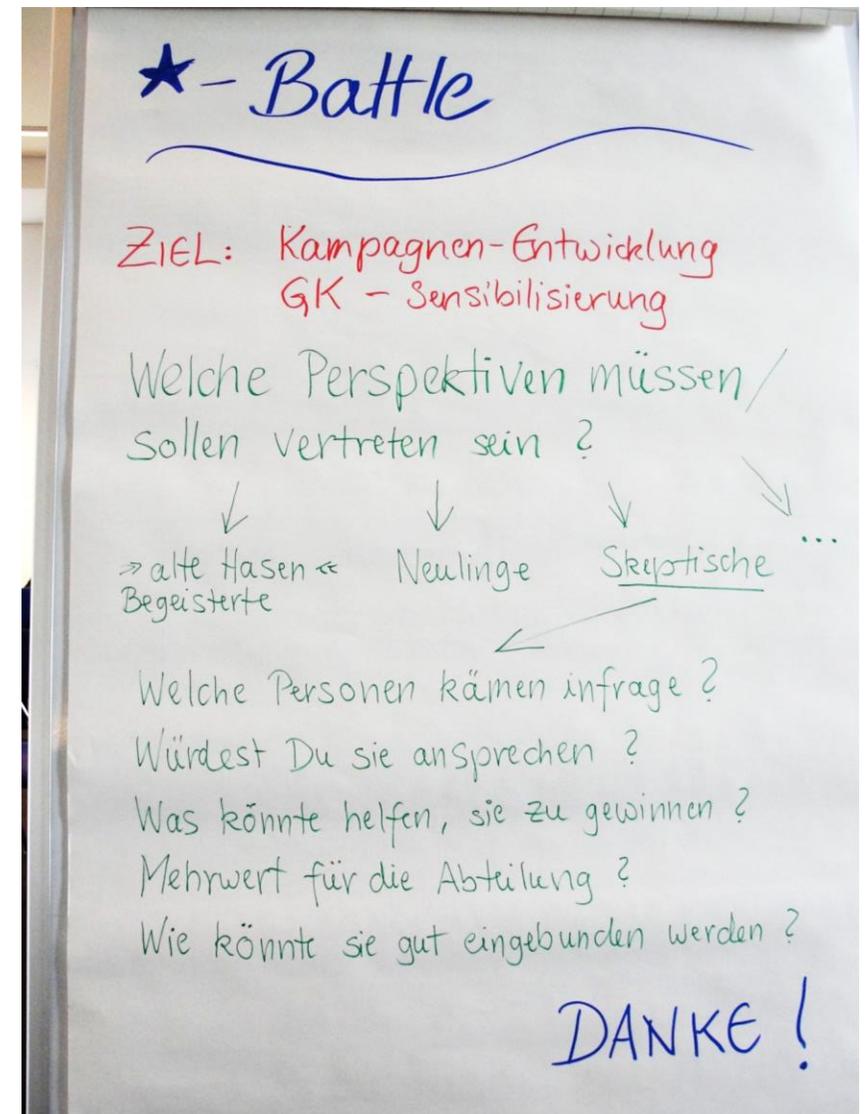
Welche Personen kämen [als Skeptische] in Frage?

Würdest Du sie ansprechen?

Was könnte helfen, sie zu gewinnen?

Mehrwert für die Abteilung?

Wie könnten sie [die Skeptischen] eingebunden werden?



Learning Card – LISA

Daraus haben wir gelernt...

Roten Faden halten

Zielgruppe & Mitentwicklerin in den Blick nehmen

Perspektivwechsel anbieten

Kein Leitfaden!

Humor (Gendern muss Spaß machen)

Preis für gendergerechte Sprache

Bilder & „Eye Catcher“

Einfacher, Lisa später einzubeziehen?

Wie können wir Lisa ernst nehmen?

Deshalb ist für die Weiterentwicklung wichtig ...

Fragestellung und
Zielgruppen klar definieren

Projektserviette – LISA

Zentral für unsere Zielgruppe ist....

(Zielgruppe ist Chef*in, Kolleg*in, Mittler*in)

Dass es eine Beteiligung an etwas
Konkretem ist (als Instrument für
Personalentwicklung für gewinn- und
leistungsorientierte „Lisas“)
Zugang zu „Lisas“ zu haben

Unsere Lösung (en)

Teilhabe an multiperspektivischem
Entwicklungsprozess mit konkretem Ziel

3 nächste Schritte für die Umsetzung

(Projektmanagement, weitere Testszenarios, Validierung der Annahmen, Paper Prototype, Click Dummy...?)

Ziel definieren, Team zusammen setzen mit Lisa, Umsetzung der Kampagne

Empfehlungen für nächste Schritte

Lisa's sind in jeder Organisation oder in jedem persönlichen Umfeld zu finden. Als pragmatische Anwenderinnen sind sie Ausführende von Anweisungen ihrer Führungskräfte und wichtig für die Verbreitung gendergerechter Sprache.

Um sie zu Multiplikatorinnen für gendergerechte Sprache werden zu lassen, benötigt es AHA-Erlebnisse und eine empathische Kommunikation auf Augenhöhe – keine „wir wissen es es besser als ihr“ Attitüden.

Die FES kann im nächsten Schritt in ihrer Organisation und im persönlichen Lisa's identifizieren und überlegen, wie sie direkt oder über ihre Führungskräfte aktiv in einen gut geplanten Entwicklungsprozess einbunden werden können. Als Einzelpersonen kann man sie mit gut aufbereiteten Daten, die sie selbst betreffen erreichen und mit beruflich neuen Aufgaben und Erfolgserfahrungen begeistern.



Karen – die entschlossene Einzelkämpferin

Referatsleiterin in einem Ministerium

Persönliches: „Für mich ist es eine Frage der Gerechtigkeit und Teilhabe und gelebter Inklusion.“ „Ich würde am liebsten das * benutzen, da dies weitergeht als ein binäres System. Ich weiß, dass das zu viel verlangt wäre.“

Bedürfnislage: „Ich kann mir nicht vorstellen, dass man nur mit einem Leitfaden Sensibilisierung erreicht, ohne den persönlichen Austausch. Die Leute brauchen Kontext und Arbeitsbeispiele.“

Ziel: „Alle machen es, wie sie wollen. Wir brauchen sowohl klare Ansagen Leitlinie, Unterstützung in der Umsetzung, die praktisch ist, als auch das nötige politische Backing. Es muss ein Muss werden.“

Erfolg: „Es sollte eine klare Linie geben, von ganz oben, am besten von der Bundesregierung. Alles, was aus einem Referat rausgeht sollte gendergerecht geschrieben sein.“



Alter: 44

Familienstand: Ledig

Hobbies: Schwimmen, Wandern, Lesen

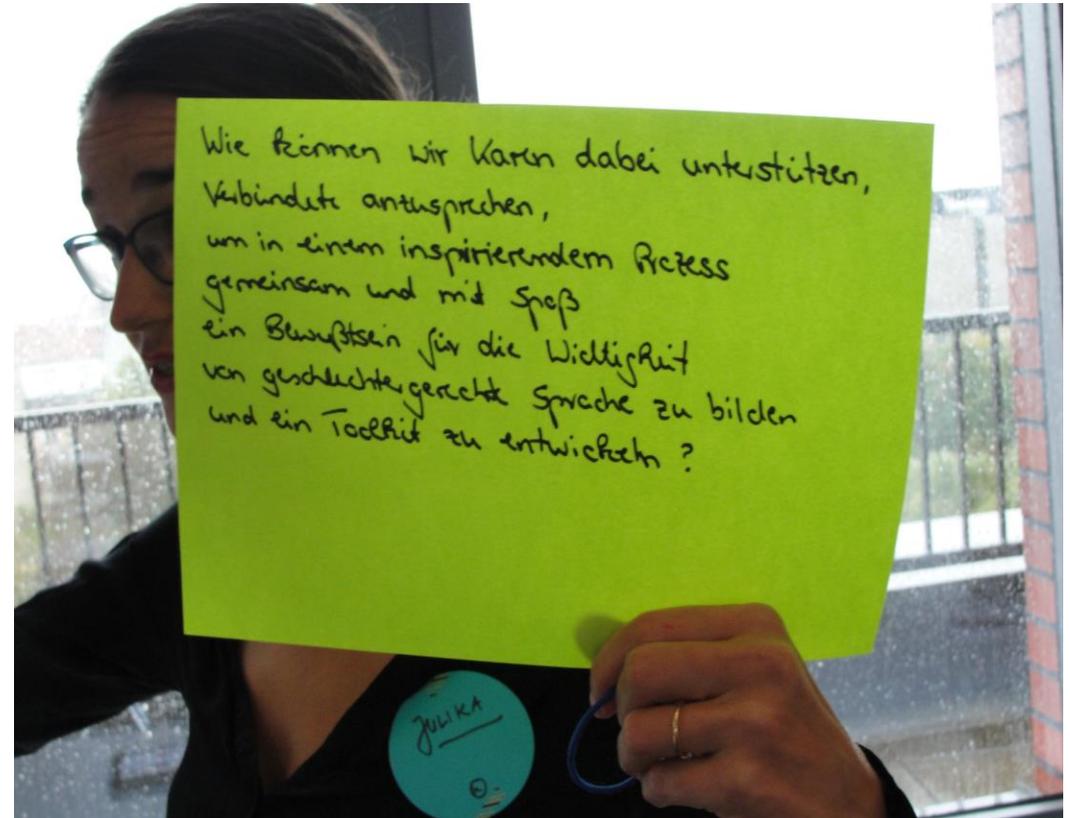
Problemdefinition & „Wie können wir“-Frage

Problemdefinition (Point of View)

Karen benötigt einen Weg, um Verbündete zu finden,
weil sie Bewusstseinsbildung fördern und ein passendes Toolkit entwickeln möchte.
Aber sie muss damit umgehen, dass dies am besten durch Top-Down-Entscheidungswege zu erreichen ist, die sie nicht beeinflussen kann.

Wie können wir...

Karen dabei unterstützen, Verbündete anzusprechen um in einem inspirierenden Prozess gemeinsam und mit Spaß ein Bewusstsein für die Wichtigkeit von geschlechtergerechter Sprache zu bilden und ein Toolkit zu entwickeln?



Ideenserviette – KAREN

Unsere Idee

Mit den Verbündeten ein spaßiges Mittagessen organisieren → öffentlicher Aushang mit externer*n Speaker*innen



Mehrwert für Zielgruppe

Frust abbauen
Einsamkeit vorbei
„Es geht voran“



Erfolgskriterien

Gemeinschaftsgefühl
Selbstsorge (→ andere Hierarchieebenen einbeziehen)
Thema ist auf der Agenda
Legitimation „von oben“ & Transferpotential



Ressourcen

Prozessbegleitung
(Arbeits-)Zeit
Geld
professionelle externe Unterstützung
alles für die Toolbox



Nächste Schritte

Als nächstes müssen die drei Punkte zur Umsetzung angegangen werden...

Raum buchen, Datum & Uhrzeit festlegen, Flyer gestalten & aushängen; externe*n Speaker*in buchen; Teilnehmende ansprechen; Prozessbegleitung

Wundertüte-Brown Bag-Lunch

Karens Problem:

Frustr
fühlt sich alleine
hat Motivationsverlust
Unkonkret

Lösung für Karen:

Womenpower
Fokus
klare Linie
Vernetzung
Verbündete
Toolkit gemeinsam entwickeln

Ergebnis:

Geschlechtergerechte Standards
Bewusstseinsveränderung
Sensibilisierung
Toolbox wird umgesetzt & angewendet



Wundertüte-Brown Bag-Lunch

Kernidee Wundertüte-Brown Bag-Lunch

Karen veranstaltet gemeinsam mit den vorhandenen Verbündeten einen ersten Wundertüte-Brown Bag-Lunch bei sich im Ministerium. Die Ergebnisse der von nun an regelmäßig stattfindenden Lunches sind

- a) Sensibilisierung und Vernetzung untereinander, Stärkung Verbündete/ Multiplikator*innen und
- b) gemeinsame Erstellung einer Toolbox sowie der stetigen Weiterentwicklung dieser.

Wundertüte-Brown Bag-Lunch

Einladung zum Lunch mit der Bitte, in einer ausgehändigten Wundertüte Ideen, Fragen oder Inspirationen zum Thema mitzubringen.

Zu den Lunches werden externe Speakers eingeladen, die humoristisch und locker Themen behandeln wie bspw. geschlechtergerechte Standards, Studienergebnisse, praktische Umsetzungstipps. Der Fokus liegt auf verständlicher Weitergabe und Sensibilisierung.

→ Ziel: TN verlassen das Lunch mit einer gefüllte Wundertüte (Inspirationen, praktische Umsetzungsvorschläge, Gender-Bullshit-Bingo, Anregungen für Social Media Kanäle, eine Tröte, die man benutzen kann wenn einem Genderungerechte Sprache begegnet (muss nicht benutzt werden, dient der Bewusstseinsbildung) etc.).

Aus den Inhalten der Wundertüte entsteht eine Toolbox für gendergerechte Sprache.

Erstellung der Toolbox

Die Toolbox wird sowohl digital, als Printversion und als physischer Kasten für den Schreibtisch erstellt.

Aus der sich füllenden Wundertüte werden die TOP 5 vorgestellt, die besonders passend und praktisch die Umsetzung von geschlechtergerechter Sprache unterstützen.

Die Toolbox wird stetig weiter entwickelt: Sie wird interaktiv getestet und angepasst. Teil dieses Öffnungsprozesses kann eine Ausstellung im Foyer sein.

Learning Card – KAREN

Daraus haben wir gelernt...

Obere Ebene muss mit einbezogen werden

Zeitbegrenzung ist gut

Humor!

Augenhöhe

Immer wieder Gruppen öffnen

Ergebnisse darstellen (wie?)

Niedrigschwellig ist gut

Deshalb ist für die Weiterentwicklung wichtig...

Weil es (auch thematisch) übertragbar ist,
kann es weiterentwickelt werden

Weil „Verbündete finden“
erfolgversprechend ist

Netzwerke werden geschaffen

Akzeptanz wird gesteigert

Partizipativ/mitnehmend

Mit wenig Geld umsetzbar

Erkenntnisse und Empfehlungen für nächste Schritte

Es benötigt eine Doppelstrategie von harten Fakten (Tipps, Beispiele) eine Auseinandersetzung und bestenfalls ein Commitment und ein Backing von der Spitze.

Gewünscht wird eine Toolbox, die auf Augenhöhe und nicht belehrend informiert.
Eine Toolbox sollte möglichst viele Beispiele enthalten.

Die eierlegende Wollmilchsau wird es nicht geben. Unterschiedliche Nutzer*Innen haben unterschiedliche Bedürfnisse. Ratsam wäre eine digitale Version, in der Einführungen und bewusstseinsbildende Fakten übersprungen werden können und ein Einstieg bei praktischen Beispielen und Tipps möglich ist.

Das Thema sollte mit Spaß, Freude und Lust behandelt werden.
Arbeitskreis mit Verbündeten gründen und in die konkrete Entwicklung einer Toolbox gehen
Prüfen, ob ein regelmäßiges hausinternes Treffen (Brown Bag-Lunch o.ä.) möglich ist.
Keinen weiteren Leitfaden entwickeln.

Einsichten zur verständlichen Sprache

Geschlechtergerechte und a) leichte b) einfache c) verständliche Sprache

Erkenntnis aus dem Workshop und den Interviews:

- Einen Text geschlechtergerecht zu schreiben bedeutet Qualitätszuwachs.
- Damit geht einher, den Text gut lesbar und verständlicher zu verfassen (Füllwörter kürzen, verschachtelte Nebensätze raus damit der Personenbezug klar ist). Verständlich und einfach wird hier gleichgesetzt.

Die Frage nach geschlechtergerechter Sprache und leichter Sprache (nach bestehendem Regelwerk des Netzwerks Leichte Sprache) sollte in einem Workshop gesondert behandelt werden.

Bo - der passionierte Veränderer

Organisations- und Personalentwickler in einem Ministerium

Persönliches: „Ich werde als Mann einsortiert und wenn ein Mann eine sehr geschlechtersensible Sprache nutzt, das fällt auf!“

Bedürfnislage: „Ich kann mir nicht vorstellen, dass man nur mit einem Leitfaden Sensibilisierung erreicht, ohne den persönlichen Austausch. Die Leute brauchen Kontext und Arbeitsbeispiele.“

Ziel: „Ich möchte ein nachhaltiges Bewusstsein für gendergerechte Sprache in der Organisation verankern. Top-down reicht mir nicht! Mir ist es wichtig, dass alle Mitarbeiter wirklich verstehen, worum es geht und welche gesellschaftliche Relevanz damit verbunden ist.“

Erfolg: „Für mich ist es ein Erfolg, wenn wir nicht nur erklären, wie wir eine gendergerechte Sprache umsetzen, sondern auch ein Verständnis erzeugen, warum wir diese brauchen. Dann geht vielen ein Licht auf und damit werden die Widerstände aufgelöst!“



Alter: 35

Familienstand: Lebt in eingetragener Partnerschaft in Berlin-Schöneberg

Studium: Politologie und Kulturwissenschaften

Hobbies: Segeln, Reisen, Literatur, Chansons

Bo – Problemdefinition & „Wie können wir“-Frage

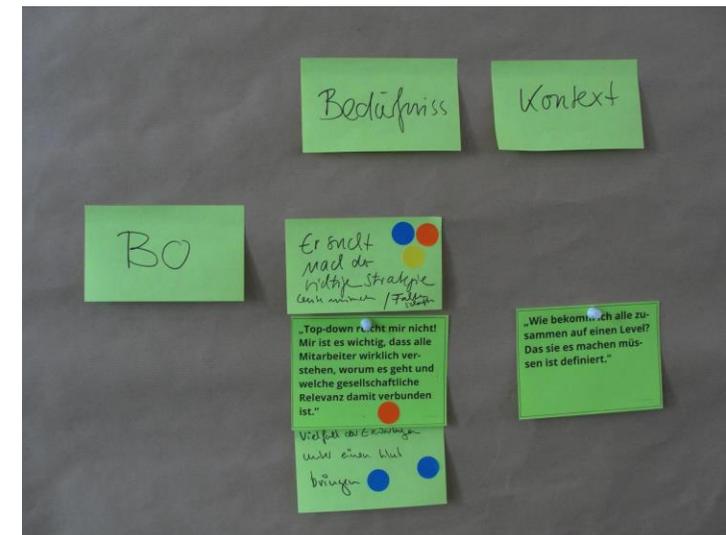
Problemdefinition (Point of View)

Bo glaubt nicht an die Wirksamkeit von Leitfäden ohne einen Bewusstseinsprozess zu initiieren, der die Arbeitskultur der gesamten Organisation betrifft. Er sucht nach einer Strategie, seine Mitarbeiter in Auseinandersetzungsprozesse zu bringen und ihnen die gesellschaftliche Relevanz des Themas klar zu machen.

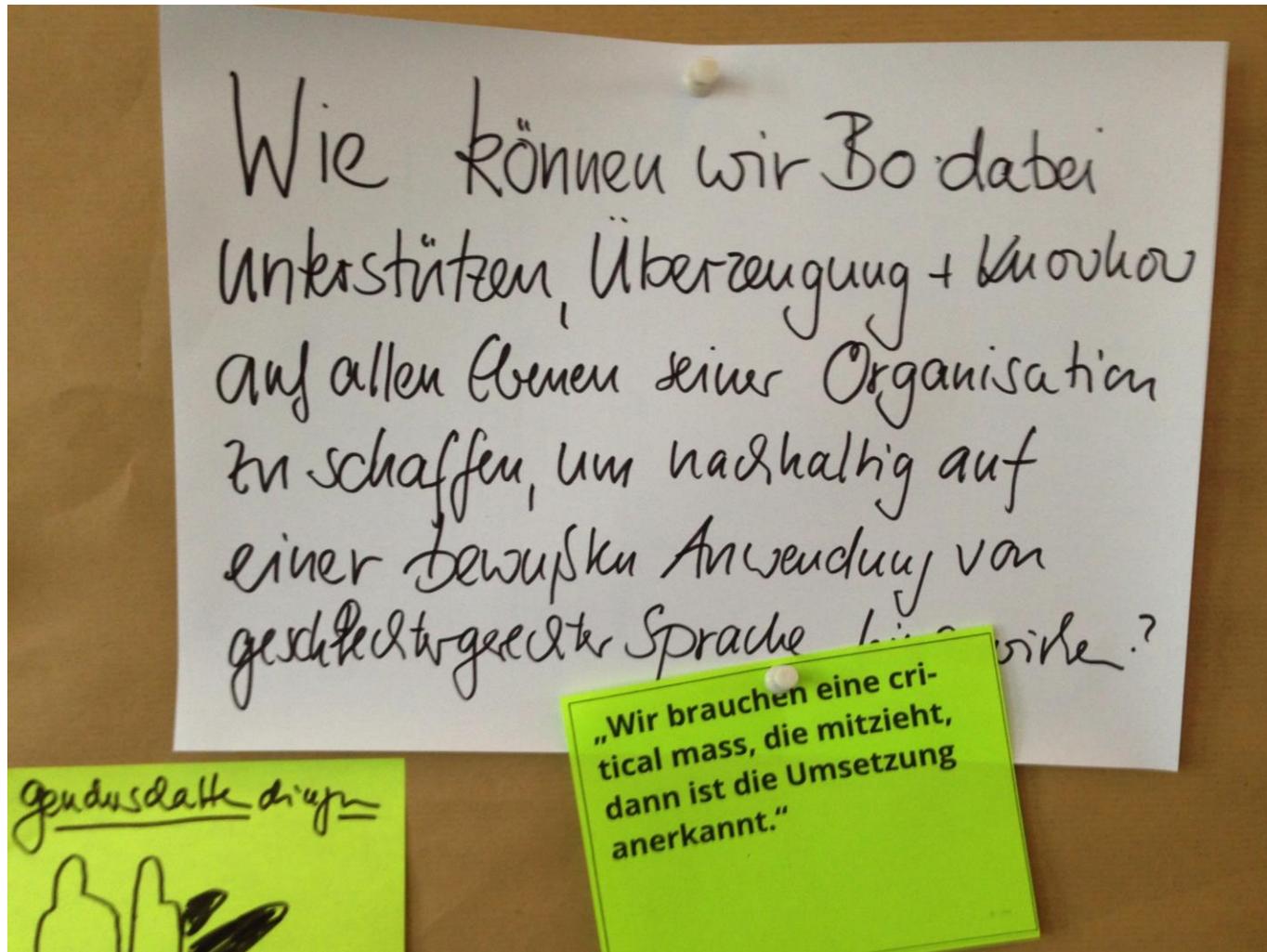
Aber überraschend ist, dass ihm Top-Down-Vorgaben nicht reichen, denn es ist ihm wichtig, dass alle Mitarbeitenden wirklich verstehen, worum es geht und welche gesellschaftliche Relevanz damit verbunden ist. Er will eine critical mass in der erreichen, die mitzieht und mobilisiert!

Wie können wir ...

... Bo dabei unterstützen, Überzeugung und Know-how auf allen Ebenen seiner Organisation zu schaffen, um nachhaltig auf eine bewusste Anwendung von geschlechtergerechter Sprache hinzuwirken?



Bo - „Wie können wir“-Frage



Ideenserviette – BO

Unsere Idee

„Gender-U-Boot“: Organisationsentwicklung
und Toolbox

Mehrwert für Zielgruppe

Critical Mass erreichen & Empowerment,
Themen in der Organisation verankern

Erfolgskriterien

Wird gern verwendet
Macht Spaß
Wird als Instrument anerkannt
Hilft in der Umsetzung

Ressourcen

Toolbox
Fortbildung/Coaching/Mentoring
Kommunikations- Lots*innen

Nächste Schritte

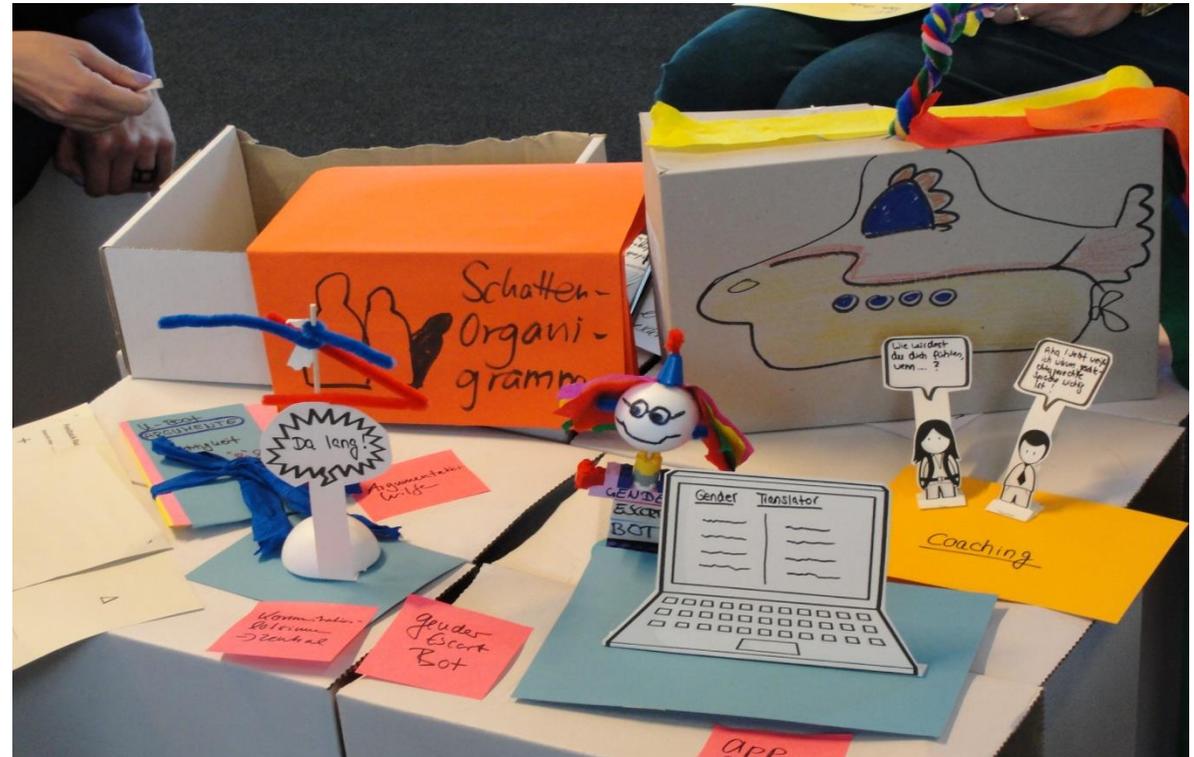
Als nächstes müssen die drei Punkte zur Umsetzung angegangen werden...

Identifizierung der wesentlichen Elemente der Toolbox; Strategie zur Umsetzung & Einführung entwickeln; Mapping „Gender-Schatten-Organigramm“

Gender-U-Boot

Kombination aus Organisationsentwicklung & Toolkit:

1. Gender-Translator
(Thesaurus, Plug-in/App)
2. Gender Escort-Bot
3. Argumentationshilfe
4. Coaching
5. Gender-Schattenorganigramm:
Mapping von Befürwortern (Early Adapters), Neutralos & Verhinderern.
→ 1 Verhinderer*in 3
Kommunikationslots*innen
gegenüberstellen,
1 Befürworter*in mit 1 Verstärker*in
paaren.



Gender U-Boot

Kernidee: Gender U-Boot als strategisches Vorgehen

Es beinhaltet die Implementierung des Themas **Geschlechtergerechte Kommunikation** in die Personal- und Organisationsentwicklung, sowie die der Erstellung einer Toolbox, die Hilfestellungen und begleitende Unterstützung bietet. Ziel ist es ein „critical mass“ in der Organisation zu erreichen um das Thema nachhaltig zu verankern.

Das Bild des U-Boots wurde als Analogie gewählt, da es die Herausforderung verkörpert, sowohl auf der sichtbaren als auch auf der nicht sichtbaren Ebene zu operieren.

Somit ist die Toolbox zunächst Gefäß für verschiedene Maßnahmen/Produkte:

1. Critical Mass erzeugen!

→ Schatten Organigramm, Identifizierung von Unterstützern und Verhinderern als Basis für strategische Positionierung, bzw. zur Entwicklung von Maßnahmen/Werkzeugen/Konzepten auf der Ebene der Organisationsentwicklung.

→ Unterstützer bringen als Kommunikationslotsen das Thema in die Arbeitskultur,

1. Mitarbeiter empowern! Hilfestellungen entwickeln, die die Mitarbeiter ansprechen und unterstützen.

→ App Gender Translator – Online Tool zur geschlechtergerechten Texterstellung

→ Argumentationshilfen – Warum und wie? Kontext, Hintergrund, Anwendungsbeispiele

→ Coaching – Fortbildungen und 1:1 Formate als Unterstützung

→ Gender Escort Bot, Online Maskottchen, das für Hilfestellungen aktiviert werden kann.

Learning Card – Team BO

Daraus haben wir gelernt...

App/spielerischer Ansatz ist gut

Nicht U-Boot nennen

Schattenorganigramm nicht öffentlich machen (heikel)

Gender-Translator als Thesaurus konzipieren

Externe Supervision könnte ein Idee sein

Deshalb ist für die Weiterentwicklung wichtig ...

Einbindung in Gesamt-Coaching/Führungskräfteentwicklung überdenken

Überlegen, ob geschlechtergerechte Sprache als Standardelement in Fortbildungen eingebunden werden kann (oder man einfach auf Beschluss verweisen sollte?)

Überlegen, wie Kommunikationsabteilung als Kontrollinstanz eingebunden werden kann

Blick in andere Organisationen vornehmen, denn das hilft

Gesamtleitfaden entwickeln

Bo – Empfehlungen für nächste Schritte

Eine Toolbox zur gendergerechten und verständlichen Sprache könnte ein Produkt sein, dass mit verschiedenen Stakeholdern dynamisch entwickelt werden kann.

Die verschiedenen Elemente des erarbeiteten Prototypen könnten in einem ersten Schritt in ein Produkt fließen, dass die dringenden Bedarfe der FES abdeckt und gleichzeitig dazu dient, die Wirkung zu testen, sowie Erkenntnisse für die Weiterentwicklung zu generieren.

Der Begriff **Gender Translator** könnte z.B. auch als Titel für ein prototypisches Toolkit dienen, dass erste Hilfestellungen, Anwendungsbeispiele, Argumentationshilfen, Fortbildungen und Supervision vereint.





Politics for Tomorrow

Innovative Ansätze in der Politikgestaltung

Empfehlungen für nächste Schritte

Empfehlungen für nächste Schritte

Weiterentwicklung des Gender U-Boot

- Wir empfehlen, eine der im Workshop generierten Ideen auszuwählen, um diese weiter zu konkretisieren und zu testen.
- Aufgrund des ersten Testing-Feedbacks empfiehlt sich die Idee "Gender U-Boot" (Arbeitstitel).

Konkrete nächste Schritte

1. Auswahl einer Idee, die sich für die Weiterentwicklung anbietet (bspw. Gender U-Boot)
2. Identifizierung & Einbindung der Stakeholder, die nötige erste Inhalte für einen weiterentwickelten Prototyp erstellen können
3. Workshop mit den identifizierten Stakeholdern (Designer*innen, Wissenschaftler*innen, Nutzer*innen) um einen Prototypen mit ersten Inhalten zu befüllen
4. Testing & Verifizierung/Falsifizierung des Potentials der Ergebnisse
5. Erarbeitung von Strategieempfehlungen & eines Umsetzungsfahrplan nach Verifizierung/Falsifizierung des Prototypen
6. Umsetzung eines MVP (Minimum Viable Product), das in der FES eingesetzt und getestet werden kann & weitere Validierung

Politics for Tomorrow

Innovative Ansätze in der Politikgestaltung

Politics for Tomorrow, 2017