

GEM Leitfaden für Produkte und Leistungen

Die Fragen	Antworten
<p>Erstellen Sie eine Übersicht über die Produkte bzw. Leistungen in Ihrer Abteilung/ Ihrem Betrieb:</p>	<p>Unsere Produkte/ Leistungen:</p>
<p>Wählen Sie ein Angebot (Produkt/Leistung) aus und führen Sie die folgende Gender Analyse durch.</p>	<p>Dieses Produkt/ diese Leistung möchten wir aus einer Gleichstellungsperspektive analysieren:</p>
<p>1. Vorüberlegung: Was verstehen Sie unter Gleichstellung bezogen auf Ihr Produkt/ Ihre Leistung? Welche Gleichstellungsziele (► Kap. 1) könnten dabei relevant sein? Wie können sie auf die Ebene Ihres Produkts/ Ihrer Dienstleistung herunter gebrochen werden?</p>	<p>Bitte definieren Sie konkrete Gleichstellungsziele:</p>
<p>2. Beschreiben Sie Ihr Produkt/ Ihre Leistung konkret: Wer ist die Zielgruppe für dieses Angebot? (möglichst präzise definiert: z.B. Eltern von Kleinkindern, Menschen in Pension, etc.)</p>	
<p>3. Bestehen Unterschiede (bezüglich Ressourcen, Voraussetzungen, Positionen, Erfahrungen, Rahmenbedingungen, etc.) zwischen Frauen und Männern Ihrer Zielgruppen? Wenn ja, welche Unterschiede ergeben sich? Was sind die Ursachen dafür und mögliche Einflussfaktoren? Sind diese Unterschiede beabsichtigt und erwünscht? Falls es mehrer Zielgruppen gibt: Beantworten Sie diese Fragen bitte für jede Zielgruppe extra. Tipp: Vertiefend kann an dieser Stelle auch die 4R Gender Analyse angewendet werden (► Kap. 16).</p>	

GEM Leitfaden für Produkte und Leistungen (Fortsetzung)

Die Fragen	Antworten
<p>4. KundInnen: In welchem Verhältnis wird das Produkt/ die Leistung von Frauen und Männern gekauft/ in Anspruch genommen? Hat das Produkt/ die Leistung unterschiedliche Wirkungen auf Frauen und Männer? Was sind die Ursachen dafür und mögliche Einflussfaktoren? Sind diese Unterschiede beabsichtigt?</p>	
<p>Folgende frage stellt sich vor allem für Leistungen im öffentlichen Bereich (wie z.B. Behörden, Verwaltung, Schulen, Universitäten...):</p> <p>5. Welches Bild ergibt sich, wenn Sie Ihr Budget nach Geschlecht und Alter aufgliedern? Welche Ausgaben kommen Männern bzw. Frauen in welchen Altersgruppen zugute? Wie interpretieren Sie die Daten? Sind sie ein Ausdruck von Gleichstellung?</p>	
<p>6. Resümee: Welche Erkenntnisse ziehen Sie aus dieser umfassenden Gender Analyse</p> <ul style="list-style-type: none">- bezogen auf die Gestaltung Ihres Produkts/ Ihrer Leistung?- bezogen auf die Ziele und Wirkungen, die Sie mit dem Produkt/ der Leistung erreichen wollen?- Welche konkreten Änderungen möchten Sie vornehmen?- Wie können Sie gute Analyseergebnisse nachhaltig sichern?	
<p>7. Umsetzung:</p> <ul style="list-style-type: none">- Welche Voraussetzungen sind notwendig, um die geplanten Änderungen vorzunehmen?- Welche Maßnahmen sind zu treffen?- Wer (Personen/ Abteilungen) muss in die Änderungen miteinbezogen werden?- In welchem Zeitrahmen können die Änderungen vorgenommen werden?	
<p>8. Controlling:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wie können wir die Erreichung unserer Equality- Ziele prüfen?- Stehen uns dazu geschlechterbezogene Daten zur Verfügung (z.B. Verkaufsdaten, Zufriedenheit der KundInnen, Wirkungsdaten etc.)?- Wie können die Ergebnisse dieser Analyse in kommende Planungen (Produkt- / Leistungsentwicklung) einfließen?	