

Begleitprojekt: *Gender Mainstreaming*
BMBF-Programm: *Neue Medien in der Bildung – Schule und Berufliche Bildung*

Birgitt Wählich und Heidemarie Kollatz

Checkliste

zur Berücksichtigung von Genderperspektiven bei der Entwicklung neuer Lernsoftware

Das Begleitprojekt

- wurde initiiert vom Projektträger Neue Medien in der Bildung (DLR PT-NMB+F)
- wurde finanziert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung.
- **Durchführung:**
ERGOLOG -Institut für angewandte Ergonomie und Kommunikationsdesign
Pettenkoferstr. 16-18
10247 Berlin
Fon 030 – 42 08 34 25 Fax 030 – 42 08 34 27
Email: gm@ergolog.de www.ergolog.de

Checkliste zur Berücksichtigung von Genderperspektiven bei der Entwicklung neuer Lernsoftware

Die Checkliste wird als ein Arbeitsergebnis des einjährigen Begleitvorhabens Gender Mainstreaming im BMBF Programm Neue Medien in der Bildung – Schule und Berufliche Bildung vorgelegt. In die Zusammenstellung sind neben den Ergebnissen von Befragungen in einzelnen Projekten des Förderschwerpunktes, vor allem die Diskussionen des Arbeitskreises Berufliche Bildung eingeflossen. Allen an diesem Prozess Beteiligten herzlichen Dank!

Der Bildungsbereich ist ein Spiegel der Gesellschaft. Die Hoffnungen, die mit dem Bildungsziel Chancengleichheit verbunden waren, sind nicht erst seit PISA enttäuscht worden. Die Gesamtreform der schulischen und beruflichen Bildung steht als Aufgabe im Rahmen der globalisierten und digitalisierten Wirtschaft bevor. Dazu gehört auch die Beseitigung von geschlechtsspezifischen Benachteiligungen.

Bei der Umsetzung von Gender Mainstreaming geht es also um einen gesamtgesellschaftlichen Prozess zur Herstellung von Chancengleichheit zwischen Frauen und Männern. Dabei sind für die folgenden **Umsetzungs-Ebenen** gezielte Maßnahmen zu entwickeln:

1. Gesellschaftliche Ebene
2. Institutionelle Ebene
3. Konkrete Projektebene

Die vorliegende Handreichung soll dazu dienen, Medienentwicklungsprojekte bei der Integration von Gender Mainstreaming in ihre Produktentwicklungen zu unterstützen. Daher liegt hier der Fokus auf der Ebene 3, der konkreten Projekt- und Produktebene.

Für die Entwicklung von Lehr- und Lernmaterial liegt bisher wenig Material zur Berücksichtigung von Gender Mainstreaming vor. Die Checkliste bietet eine erste Anregung, die in der Praxis erprobt werden muss und entsprechender Verfeinerung und Erweiterung bedarf. Für etliche Bereiche wird in dieser Handreichung Forschungsbedarf aufgezeigt, da bisher geschlechtsspezifische Untersuchungen in weiten Teilen der Mediennutzung noch fehlen.

Um dem Anspruch von Gender Mainstreaming als Querschnittsstrategie auf der Produktebene gerecht zu werden, wurde die Gliederung anhand der Komponenten eines Multimediakonzepts gegliedert. Die Checkliste soll als praktische Hilfe zu Fragen anregen, die in den jeweiligen Konzeptbereichen relevant sind. Als Bestandteile des Gesamtkonzepts werden in der folgenden Zusammenstellung betrachtet: Inhalt, Didaktik, Visualisierung, Navigation, Technik, Kommunikation. Der Bereich der sprachlichen Gestaltung wurde im Folgenden dem Inhaltsbereich zugeordnet und spielt natürlich ebenso im Kommunikationskonzept eine Rolle.

Der Fragenkatalog ist zu Projektbeginn bei der Entwicklung der einzelnen Konzeptteile zu bearbeiten. Aus der Beantwortung der Fragen ergibt sich ein Umsetzungskonzept für das Gender Mainstreaming im konkreten Projekt. Während der Lernmedienentwicklung sind die einzelnen Punkte immer wieder zu verfeinern und zu überprüfen. Das heißt, in den einzelnen Konzeptphasen (Grobkonzept, Expose/ Strukturbaum/ Scribble, Feinkonzept, Storyboard, Testphase/ Evaluation) müssen die Fragen der Gendersensitivität durchgehend und am konkreten Gegenstand reflektiert werden.

Der Fragenkatalog ist nicht als fertiges Rezeptbuch sondern als Hilfestellung und Diskussionsgrundlage zur Konzeptentwicklung zu verstehen. Dabei ist jede Frage an den zum Gender Mainstreaming formulierten Zielen zu prüfen!

Der Fragenkatalog wurde bewusst für die Bereiche Schule und Berufliche Bildung gemeinsam erstellt, obwohl beide Bereiche innerhalb des Begleitvorhabens zum Teil getrennt untersucht und diskutiert wurden. Die Gemeinsamkeiten sind aus unserer Sicht im allgemeinen Herangehen größer als die Unterschiede.¹

¹ Die beteiligten Projekte richteten sich alle an Jugendliche, d.h. Azubis oder Schüler/innen der Sekundarstufe I und II. Spezielle Fragen des Grundschulbereiches wurden in der Diskussion deshalb nicht behandelt!

1. Gender Mainstreaming – gesellschaftliche und institutionelle Rahmenbedingungen

1.1. Definition

Ausgangspunkt unserer Herangehensweise ist die Tatsache, dass sich die Lebenswirklichkeit von Frauen und Männern, von Jungen und Mädchen unterscheidet. Wenn diese Unterschiede nicht erkannt bzw. ignoriert werden, können scheinbar neutrale Projekte, die Geschlechter in unterschiedlicher Weise erreichen und beeinflussen. Unter Umständen können so bestehende Unterschiede und Stereotype ungewollt noch vertieft werden. Gender Mainstreaming ist eine neue Strategie, die den bewussten Umgang mit dem Aspekt des sozialen Geschlechts (Gender) fördert. Damit wird das Ziel verfolgt, Chancengleichheit oder besser Chancengerechtigkeit in alle Bereiche, Maßnahmen und auf allen Ebenen einzubinden.

1.2. Empfehlungen

Zur Veränderung der geschlechtlichen Segregation der Ausbildungs-, Berufs- und Arbeitswelt hin zu einer geschlechtergerechteren Situation ist es notwendig, im Rahmen der Gender Mainstreaming Strategie alle Hierarchieebenen einzubeziehen. Zwar handelt es sich zunächst um einen Top-down-Ansatz, dieser muss jedoch in einem breiten Konsens auch durch die Einbeziehung aller relevanten Akteurinnen und Akteure im Bildungsbereich ergänzt werden.

Um traditionelle Organisations- und Rahmenbedingungen zu verändern im Sinne einer menschlicheren Arbeitswelt bietet sich als Strategie zur Erschließung und Förderung bislang vernachlässigter personeller Potenziale (auf gesellschaftlicher aber auch auf institutioneller Ebene) beispielsweise das breiter bekannte Diversity-Konzept an. Insofern bedingt der Gender Mainstreaming Prozess auch eine gendersensitive Überprüfung aller Bereiche und prozesshafte Veränderungen in den Institutionen und Unternehmen. Um eine breite Verankerung von Gender Mainstreaming auf allen Hierarchieebenen zu erreichen, ist es sinnvoll, diese in den Rahmen der Leitbildentwicklung der Institution bzw. des Unternehmens einzubinden:

- ***Gender Mainstreaming als Fachbegriff benutzen:***

Dazu muss jeweils der Kontext der Strategie beleuchtet werden. Auf der operativen Ebene kann diese klare Bezeichnung bei der Umsetzung helfen. Beispiel: Nach der EU hat z. B. das BMBF als Ministerium ebenfalls eine Richtlinie festgelegt, wonach der

Begriff in allen Vorlagen und Veröffentlichungen durchgängig benutzt werden soll. Entsprechend wird sich der Begriff durchsetzen „nach unten“.

- **Kurzdefinition finden:**

Um Verunsicherungen über die Bedeutung des Begriffs vorzubeugen, sollte eine Konkretisierung bezogen auf den jeweiligen Interventionsbereich gefunden werden.

- **Anregungen geben im Sinne von positivem Marketing:**

Der jeweilige Potenzialansatz ist zu konkretisieren. Es müssen konkrete Beispiele für den Mehrwert (Gewinn Qualität, Profit für Institutionen und Unternehmen) gegeben werden um das Potenzial der Strategie sichtbar zu machen.

- **Einbindung in Organisations- und Personalentwicklungsstrategie;**

Gender Mainstreaming ist Führungsaufgabe (Top-down-Ansatz). Um allerdings auf allen Ebenen Win-Win-Lösungen herzustellen erscheint es auch sinnvoll, parallel den Bottom-up-Ansatz zu unterstützen, indem beispielweise der Belegschaft auch Hilfen zur Überzeugung der Führungskräfte an die Hand gegeben werden (Bsp. Gender Training, Arbeitskreise).

- **Konkretisierung von Gender Mainstreaming als Bildungsthema, im Rahmen des Informations- und Wissensmanagement:**

Dabei ist es notwendig, für das gesamte Personal die Einbindung in innerbetriebliche Netzwerke zu gewährleisten und auch entsprechende Ressourcen (Menschen, Zeit, Finanzen) zur Verfügung zu stellen.

- **Gender Mainstreaming nutzen im Rahmen der Angebotsentwicklung:**

Im Sinne der Akquise neuer Aufträge und/oder Entwicklung neuer Produkte. Beispiel: Gender Mainstreaming dient bereits heute als Ausschlusskriterium bei EU-Anträgen. Es wird zukünftig Kriterium auch in allen nationalen Förderprogrammen.

2. Voraussetzungen auf der Projektebene

2.1. Personelle Voraussetzungen auf der Projektebene

Bei der Umsetzung des umfassenden Konzeptes einer geschlechtersensitiven Medienentwicklung tragen alle Projektmitarbeiter/innen aus Technik, Content, Gestaltung Verantwortung. Deshalb muss eine Sensibilisierung für Gender Mainstreaming für das Gesamtteam am Anfang stehen. Gender Mainstreaming ist also nicht das Thema einzelner Genderbeauftragter, sondern richtet sich an alle an der Lernmedienentwicklung Beteiligten. Die Aufgabe von Beauftragten liegt in der Prozessbegleitung. In jedem Einzelbereich sind Fragen nach den Besonderheiten von Geschlecht im jeweiligen Kontext zu stellen.

Sinnvollerweise sollten am Anfang die Ziele gemeinsam erarbeitet und als Bestandteil des Gesamtkonzeptes der Lernmedienentwicklung formuliert werden. Einzubeziehen sind dabei möglichst auch externe Partnerinnen und Partner.

Nach Möglichkeit sollten die jeweiligen Arbeitsbereiche mit Frauen und Männern paritätisch besetzt sein. Geschlechtsstereotype Zuteilungen von Arbeitsaufträgen sollten vermieden werden. Wo eine paritätische Besetzung nicht möglich ist, sollte durch die Projektleitung bewusst eine übergreifende, interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Männern und Frauen gefördert werden. Das Gesamtcontrolling für den bewussten Genderansatz muss wegen seines übergreifenden Charakters direkt bei der Projektleitung angesiedelt sein. Die Umsetzung der festgelegten Schritte ist während des Gesamtprozesses immer wieder im Projektverlauf zu überprüfen, evtl. auch durch eine externe Evaluation.

2.2. Zielbestimmung für die Umsetzung von Gender Mainstreaming im konkreten Produkt

Das Ziel Gender Mainstreaming im Produkt berücksichtigen zu wollen, ist allein nicht aussagekräftig, sondern muss weiter differenziert und konkretisiert werden. Mögliche Ziele können sein:

- Für Rollenklischees sensibilisieren
- Ungleichheit thematisieren
- Vernachlässigte Themen aufgreifen
- Gleiche Lernchancen für Frauen/Mädchen und Männer/Jungen
- Gleiche Repräsentation beider Geschlechter
- Repräsentation der Geschlechter in ungewohnten Rollen
- Mehr Frauen/Mädchen erreichen, weil...
- Mehr Männer/Jungen erreichen, weil...
- Beide Geschlechter mit unterschiedlichen Schwerpunkten erreichen, weil...
- Nur ein Geschlecht ansprechen, weil...

Die Ziele müssen sowohl für das Gesamtprodukt als auch für einzelne Komponenten abgestimmt werden. Sie sollten als integraler Bestandteil des Gesamtkonzeptes festgeschrieben werden und sind in den einzelnen Projektphasen als Raster bei der Umsetzung anzulegen.

2.3. Zielgruppenprofile

Bei der Definition der Zielgruppen des Lernmediums muss der Aspekt des Gender Mainstreaming in jedem Fall Berücksichtigung finden. Nachdem in den Zielen geklärt wurde, wer und was erreicht werden soll, muss in der Profilbestimmung eine differenzierte Erfassung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Frauen und Männern erfolgen hinsichtlich:

- Erfahrungen (Lernen, Technik, Beruf...)
- Zeitbudget
- Motivation für eLearning/ Nutzung des Lernmediums
- Besonderen Belastungen

Hierzu sind für den jeweiligen Bereich empirische Ergebnisse zu berücksichtigen, aber auch bei eigenen Marktrecherchen der Aspekt Geschlecht einzubeziehen.

Der Mehrwert einer genaueren Zielgruppenanalyse unter den genannten Aspekten besteht darin, dass damit eine passgenauere Produktentwicklung möglich wird: nach Zielgruppen, Anforderungen der Arbeitsbereiche, der Realität von Männern und Frauen, Jungen und Mädchen in Schule, Ausbildung und Beruf.

Das Geschlecht bildet bei der Zielgruppenbestimmung eine wichtige aber nicht die einzige Komponente. Zusätzliche Differenzierungen sind nach Alter, Vorkenntnissen, kulturellen Differenzen etc. notwendig. Daraus ergeben sich differenzierte Zielgruppenprofile, die zur Steigerung der Qualität des Gesamtprodukts beitragen können.

3. Fragen für die einzelnen Konzeptbereiche

3.1. Inhalt/ Content

Themen

- Welche Themen betreffen Männer/Frauen; Mädchen/Jungen in welcher Weise – wo liegen Unterschiede oder Gemeinsamkeiten?
- Gibt es in den Themenbereichen geschlechtsspezifische Benachteiligungen?
- Welche Themen sind zur Verwirklichung der festgelegten Ziel besonders relevant?
- Sollen Benachteiligungen und Unterschiede direkt thematisiert werden?
- Soll die Alltagsrealität nur abgebildet werden oder können auch Veränderungsmöglichkeiten und alternative Entwürfe aufgezeigt werden?

Rollen

- Wie können Männer/ Frauen; Jungen/Mädchen in möglichst differenzierten Rollen repräsentiert werden?
- Wo gibt es Rollenklischees/ geschlechtliche Stereotype? Sollen die Klischees thematisiert oder umgangen werden?
- Können Frauen/Männer; Jungen/Mädchen in ungewohnten Rollen gezeigt werden?
- Wie kann vermieden werden, dass die Darstellung des Themas ausschließlich an der männlich geprägten „Normalbiografie“ ausgerichtet wird?
- Welche anderen, ungewohnten Lebenszusammenhänge sollten einbezogen werden?
- Werden Beispiele gewählt, die aus möglichst unterschiedlichen Lebenszusammenhängen stammen?

Wertungen

- Wo gibt es geschlechtsspezifische (Be)Wertungen?
- Entsprechen die Wertungen den gesetzten Zielen?

Zitate/ Literaturhinweise

- Werden Zitate/Literaturhinweise sowohl von männlichen als auch von weiblichen Autoren ausgewogen angeführt?

Sexismus

→ Wo gibt es im Themenbereich Sexismus?

Die Umsetzung ist in den verschiedenen Phasen auf sexistische Darstellungen (visuell und textlich) zu überprüfen und diese sind zu eliminieren.

Sprache

Die sprachlichen Gestaltungsrichtlinien sollen eine Ansprache beider Geschlechter oder die gezielte Ansprache nur eines Geschlechtes gewährleisten.

Folgende Umsetzungsmöglichkeiten sind dabei zu beachten:

- Weibliche und männliche Sprachformen verwenden, wenn Frauen und Männer gemeint sind
- Wenn ausschließlich Männer oder Frauen gemeint sind, diese auch direkt und eindeutig ansprechen
- Neutrale Begriffe wählen (z.B. substantivierte Pluralformen wie „die Auszubildenden“)
- Umschreiben mit Passivformen

3.2. Didaktik

- Gibt es geschlechtsspezifische Unterschiede bei den Lerninteressen? Wie sollen diese berücksichtigt werden?
- Welche geschlechtsspezifischen Präferenzen gibt es im didaktischen Bereich? Sind bei der Umsetzung die Präferenzen beider Geschlechter berücksichtigt?
- Ist eine geschlechtssensible, pädagogische Betreuung vorgesehen? Wie soll diese erfolgen?
- Werden individuelle Lernwege ermöglicht?
- Gibt es hinsichtlich des Einsatzes von Lernerfolgskontrollen geschlechtsspezifische Unterschiede?
- Werden zusätzliche Präsenzkurse angeboten? Sollen diese Seminare koedukativ oder monoedukativ ausgerichtet werden?

3.3. Visuelle Umsetzung

- Nach welchen inhaltlichen Aspekten soll das Bildmaterial ausgewählt werden?
- Geht es dabei um die Repräsentanz beider Geschlechter oder bewusste Thematisierung von Unterschieden?
- Wo gibt es Lücken in der Bereitstellung von Bildmaterial, die durch gezielte Aufträge nach geschlechtssensiblen Kriterien gefüllt werden müssen?
- Welche visuellen Symbole, Metaphern sollen verwendet werden? Sind diese geschlechtsneutral oder nicht?
- Welche geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Wahrnehmung gibt es?

3.4. Navigation

- Welche geschlechtsspezifischen Unterschiede gibt es bei der Nutzung von Navigationssystemen? Gibt es Unterschiede in der Wahrnehmung/Beachtung von Gestaltungselementen?
- Welche verschiedenen Navigationsmöglichkeiten sollen angeboten werden, um möglichst unterschiedliche Gruppen von Userinnen/Usern zu erreichen?
- Sind die Icons geschlechtsneutral oder bewusst geschlechtsstereotyp gewählt?

3.5. Technische Umsetzung

- Welche technischen Voraussetzungen haben die jeweiligen Nutzer- und Nutzerinnengruppen?
- Werden durch das Verwenden bestimmter Hard- und Softwarevoraussetzungen Gruppen von Männern oder Frauen ausgeschlossen?
- Welche Erfahrungen im Umgang mit Lernsoftware liegen bei den jeweiligen Gruppen vor? Gibt es Programmteile, die für Frauen oder Männer/ Mädchen oder Jungen aufgrund ihrer Vorkenntnisse leichter zu bedienen sind? Wie wird das Defizit ausgeglichen?
- Wird auch für Unerfahrene Hilfe angeboten?
- Wurden die Hilfesysteme an den Aufgaben und nicht am Programm orientiert?
- Verwenden die technischen Anweisungen und Hilfen die Sprache von Benutzer/innen und nicht nur die Systemsprache?

- Lassen sich Gestaltungsräume für die Nutzerinnen/Nutzer öffnen, die die Technik an ihre Bedürfnisse anpassbar macht?
- Gibt es einen technischen Support? Wie werden dort unterschiedliche Erfahrungshintergründe und Kenntnisstände berücksichtigt?

Die technische Umsetzung muss sich an den **Richtlinien der Softwareergonomie** orientieren. Benutzerfreundliche Software ist auch benutzerinnenfreundliche Software. (Eine Zusammenstellung einiger softwareergonomischer Grundlagen finden Sie im Anhang!)

3.6. Kommunikation

- Werden unterschiedliche Kommunikationsstile von Frauen und Männern; Jungen und Mädchen berücksichtigt?
- Werden die unterschiedlichen Voraussetzungen und Erfahrungen einbezogen?
- Ist eine gendersensible Moderation/Begleitung der Angebote vorgesehen?

4. Vorgehen in den einzelnen Konzept-Phasen

Die oben genannten Fragen sind die Grundlagen für die Erarbeitung von Grob- und Feinkonzept. Dabei sind in den jeweiligen Materialien wie Scribble, Storyboard die Einhaltung der Festlegungen zum Gender Mainstreaming noch einmal zu prüfen.

Eine besondere Bedeutung kommt der Testphase zu. Selbstverständlich sollten dabei:

- Tests mit den Nutzer- und Nutzerinnengruppen (Zusammensetzung entsprechend der Zielgruppendefinition) erfolgen und
- nach Geschlecht getrennt ausgewertet werden.

Daraufhin sind die Überarbeitungen auch hinsichtlich der im Konzept formulierten Ziele des Gender Mainstreaming vorzunehmen bzw. Schlussfolgerungen für nachfolgende Projekte zu formulieren.

Anhang

Checkliste zur Beurteilung von Websites/ Software²

Fragen der Ergonomie/ Usability spielen bei der Gestaltung von zielgruppengerechten Lernmedien eine besondere Rolle.

Benutzungsfreundlichkeit steht im Mittelpunkt.

Durch die Einhaltung der nutzungsfreundlichen Gestaltungsgrundsätze können verschiedene Zielgruppen besser erreicht werden. Deshalb fügen wir an dieser Stelle eine allgemeine Checkliste an, die nicht nur genderspezifisch sondern übergreifend zu verstehen ist.

Navigation

- Die Navigation ist übersichtlich. Ich kann sofort erkennen, wie ich zu den einzelnen Bereichen gelangen kann.
- Die Bedienung ist intuitiv. Ohne Nachlesen wird mir klar, welche Navigationselemente es gibt und wie sie benutzt werden können.
- Zu komplexeren Vorgängen, wie dem Download/ Konfiguration werde ich verständlich und schrittweise geführt.
- An jeder Stelle ist mir klar woher ich kam und welche Möglichkeit es gibt, wieder zurückzugelangen. Sackgassen gibt es nicht!
- Links sind eindeutig als solche erkennbar und verweisen eindeutig auf ihr Ziel.
- Vertikales Scrollen wird vermieden.

Konsistenz

- Auf den einzelnen Unterseiten wird das gleiche Gestaltungsprinzip mit den gleichen Grundelementen verwandt. Ich erkenne sofort, dass ich mich innerhalb derselben Website/ desselben Softwareprodukts bewege.
- Links und Siteelemente heißen überall gleich.
- Ich kann überall immer an derselben Stelle erkennen, wo ich mich gerade befinde und wie ich wieder auf die vorhergehenden Seiten/ aus dem Programmbereich heraus kommen kann.

² Die Kriterien zur Website finden Sie ausführlich in Birgitt Wählisch (Hrsg.) Woman's Links. Das kommentierte Internet-Adressbuch 2002/2003, Orlanda Verlag Berlin 2002, S.29-32 – sie wurden um einige Bemerkungen zur Software erweitert.

Design

- Das Design orientiert sich in wesentlichen Teilen an den gängigen Konventionen. Ich muss keine ungewöhnliche Navigationsführung oder visuelle Struktur zur Nutzung erlernen.
- Das Design ordnet sich den Funktionen unter nicht umgekehrt. (Nicht selten sind „schöne“ ästhetisch gestaltete Produkte keineswegs unkompliziert zu nutzen.)
- Die Farbgestaltung entspricht dem Zweck und der Zielgruppe und unterstützt die Lesbarkeit und die visuelle Orientierung.
- Hintergrundbilder beeinträchtigen die Erkennbarkeit der Inhalte nicht.
- Animationen und Sound sind gezielt eingesetzt und lassen sich problemlos beenden.
- Die Bildaufteilung ist optimal – nicht überladen und nicht zu leer. Es gibt genügend Leeräume, die Ruhepunkte für das Auge bieten und die Lesbarkeit erhöhen.

Suche

- Es gibt nützliche Suchfunktionen zur Orientierung.
- Bei der Suche ist klar erkennbar, was und in welchen Dokumenten/Bereichen gesucht werden kann (Pressedatenbank, gesamte Website, gesamtes Lernmedium etc.).
- Die Felder für die Suchbegriffe sind groß genug, um den eingegebenen Suchbegriff auch auf Tippfehler überprüfen zu können.
- Die Suchergebnisse sind klar strukturiert und nach nachvollziehbaren Kriterien geordnet.

Lesbarkeit

- Der Inhalt ist leicht verständlich.
- Die Texte sind für den Bildschirm klar strukturiert. Schlüsselbegriffe sind hervorgehoben und geben einen kurzen Hinweis zum Inhalt.
- Informationen werden entsprechend ihrer Bedeutung präsentiert und hervorgehoben.

Fehleranzeigen

- Die Fehlermeldungen sind aussagekräftig und gut sichtbar.
- Es werden nachvollziehbare Lösungen angeboten, wie Fehler zu beheben sind.

- Das Format der Dateneingabe ist exakt definiert, so dass Fehler aufgrund falscher Eingaben vermieden werden (z.B. bei Daten).

Hilfe

- Ich vermisse keine Hilfe, weil ich die Struktur und die Handhabung intuitiv erfassen kann.
- Spezielle Hilfe wird mir kontextspezifisch ohne langes Suchen angeboten.
- Die Erklärungen und Anweisungen sind verständlich, ohne Fachchinesisch.
- Unbedingt notwendige Fachbegriffe sind in einem Glossar erklärt.
- Die Installation ist einfach und erfordert keine zusätzliche Hilfe.

Literaturliste

Arbeitsstab Forum Bildung (Hrsg.): Dokumentation des ersten Kongresses des Forum Bildung am 14. und 15.07.2000. Arbeitsgruppe 10: Gleichstellung der Geschlechter. Bonn 2000

Bigga, Regine/Braun, Friederike/Hoffmann, Lore: Gleichstellung der Geschlechter im Lehrplan. Anregungen für Schule und Unterricht. Kiel 1994

Buhen, Silvia/Philipp, Ingeborg: Die Bedeutung neuer Medien im Leben männlicher und weiblicher Jugendlicher unterschiedlicher Schulformen: Wie können biografische und generationsspezifische Bildungspotenziale durch veränderte Lernarrangements in der Schule genutzt werden? In: MedienPädagogik, Juli 2002.
http://www.medienpaed.com/02-1/buchen_philipp1.pdf

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.). Gender Mainstreaming. Was ist das? Bonn 2002
<http://www.gender-mainstreaming.net>

ERGOLOG-Institut für angewandte Ergonomie und Kommunikationsdesign (Hrsg.): Geschlechtssensible Gestaltung von Lernumgebungen und Lernmedien. Dokumentation. Berlin 2002
<http://www.ergolog.de/gm/DokumentationSchule.pdf>

ERGOLOG-Institut für angewandte Ergonomie und Kommunikationsdesign (Hrsg.): Gender Mainstreaming in der beruflichen Bildung: Anforderungen an Medienpädagogik und Medienentwicklung. Dokumentation. Berlin 2002
<http://www.ergolog.de/gm/DokumentationBB.pdf>

Faulstich-Wieland, Hannelore: Geschlecht und Erziehung. Grundlagen des pädagogischen Umgangs mit Mädchen und Jungen. Darmstadt 1995

Faulstich-Wieland, Hannelore: Gender Mainstreaming in der Bildung. In: ERGOLOG-Institut für angewandte Ergonomie und Kommunikationsdesign (Hrsg.): Geschlechtssensible Gestaltung von Lernumgebungen und Lernmedien. Dokumentation. Berlin 2002

GeM-Koordinierungsstelle Gender Mainstreaming im ESF: ToolBox Gender Mainstreaming.

L&R Sozialforschung (Hrsg.). Wien 2001

<http://www.gem.or.at>

Hartmann-Tews, Ilse/Cho-Heinze, Hannah: Leitfaden zur sprachlichen und inhaltlichen Gleichbehandlung - gender mainstreaming - in den Lehr- und Lernmodulen, Deutsche Sporthochschule Köln, Institut für Sportsoziologie, Abt. Geschlechterforschung. Köln 2002

Huschke, Jenny: Gender Mainstreaming. Eine neue frauenpolitische Initiative der EU oder nur ein weiteres Schlagwort? Ein aktueller Diskussionsbeitrag. Osnabrück 2002

Landesinstitut für Erziehung und Unterricht Stuttgart (Hrsg.): Mädchen, Jungen und Computer. Evaluationsstudie der Universität Tübingen. Stuttgart 2002

MediaAnalyzer-Studie: Eye-Tracking per Mouse – Geschlechtsunterschiede beim Blick auf den Monitor. Hamburg 2002

<http://www.mediaanalyzer.com/de/topics/research/>

Puhlmann, Angelika: Zukunftsfaktor Chancengleichheit – Überlegungen zur Verbesserung der Berufsausbildung junger Frauen. In: BWP 6/2001

Schinzel, Britta: e-learning für alle: Gendersensitive Mediendidaktik. In: Ernst, U.(Hrsg): Gender und neue Medien. Innsbruck 2001.

<http://fem.uibk.ac.at/nmtagung.html>

Schinzel, Britta/Ruiz Ben, Esther: Gendersensitive Gestaltung von Lernmedien und Mediendidaktik: Von den Ursachen für ihre Notwendigkeit zu konkreten Checklisten. In: ERGOLOG-Institut für angewandte Ergonomie und Kommunikationsdesign (Hrsg.): Gender Mainstreaming in der beruflichen Bildung: Anforderungen an Medienpädagogik und Medienentwicklung. Dokumentation. Berlin 2002. S. 15-55

Yom, Miriam: Wohin geht der Blick im Internet? Studie: Platzierung von Webseiten-Elementen (eResult). August 2002.

<http://www.eresult.de>