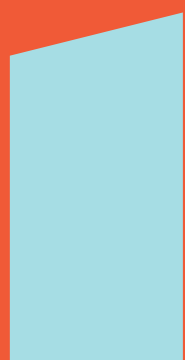


gisler protokoll

Stereotype Darstellungen sind in Werbung und Kommunikation noch immer weit verbreitet. Gleichzeitig trägt die Kommunikations- und Marketingbranche heute mehr Verantwortung denn je: Sie prägt Bilder, Geschichten und Rollen. Und damit auch, wie wir unsere Gesellschaft wahrnehmen.

Das Gislerprotokoll setzt sich für eine vielfältige und realistische Repräsentation der Schweizer Gesellschaft in Kommunikation, Marketing und Werbung ein. Dabei geht es nicht nur um Gleichstellung, sondern auch um die Gleichwertigkeit unterschiedlicher Lebensentwürfe.

Das Gislerprotokoll ist eine schweizweite Initiative und als Verein organisiert. Der Name ist Doris Gisler-Truog gewidmet, einer Werberin, die ab 1969 mit ihrer Kampagnenarbeit massgeblich zur Einführung des Schweizer Frauenstimmrechts beitrug.



Mitmeinen reicht nicht.

Wir achten auf eine inklusive Sprache. Selbst der Duden hat das generische Maskulinum abgeschafft. Wir verwenden immer beide Geschlechtsformen oder eine neutrale Form, die alle Geschlechter repräsentiert.



Wer sucht, findet.

Wir fördern die Chancengleichheit in der Zusammenarbeit mit externen Personen. Wir achten auf eine ausgewogene Auswahl an Kooperationspartner:innen und setzen uns für eine Vielfalt an Perspektiven ein.



Raus aus den 50er Jahren.

Wir vermeiden stereotype Rollenbilder und zeigen unterschiedliche Lebensentwürfe. So stellen wir sicher, dass wir der Realität der Schweiz gerecht werden und sorgen für einen #klischeeknick.



Den Spiegel vorhalten.

Wir sind sensibilisiert für unsere Verantwortung in der Darstellung der Geschlechter und unterstützen uns gegenseitig dabei, relevant, zeitgemäss und klischeefrei zu kommunizieren.



Kein Mensch ist eine Topfpflanze.

Wir erkennen und ändern Ideen, bei denen die Rolle der Frau oder einer Minderheit durch eine Topfpflanze ersetzt werden kann. Die Zeit von Pro-Forma-Vielfalt, dekorativen Beifahrer:innen und fürsorglichen Kulissenmüttern ist vorbei.