

Checkliste

Role Model-Kampagne

Das sollte man bei der Auswahl von Role Models beachten

- Role Models sind und sollten nicht perfekt sein
- Gute Role Models sind authentisch und ihnen sollten Freiheiten bei der Kampagnen-Gestaltung eingeräumt werden
- Role Models sollten ehrlich, bodenständig und natürlich wirken
- In Role Models sollten sich die Mitarbeiter:innen wiedererkennen
- Es sollte immer mehr als nur ein Role Model geben (und nicht immer dieselben)
- Role Models müssen mit ihrer Geschichte zum Thema passen
- Role Models sollten natürlich mit gutem Beispiel voran gehen
- Role Models sollen zum Nachahmen mit konkreten Tipps anregen
- Die Role Models sollten die Vielfalt der Familien- und Vereinbarkeitswirklichkeiten abbilden (Trennungsväter, Alleinerziehende, gleichgeschlechtliche Elternpaare...)
- Role Models sollten aus allen Berufsfeldern und Bereichen des Unternehmens kommen (Stichwort „Identifikation“)

Diese Ziele könnt ihr mit einer Role Model-Kampagne verfolgen

- Ziele könnt ihr mit einer Role Model-Kampagne verfolgen:
 - Sichtbarkeit für das Thema Diversity und Väter im Allgemeinen steigern
 - Steigerung der Sichtbarkeit eures internen Väternetzwerks im speziellen
 - Väter ermutigen, sich für ein partnerschaftlicheres Vereinbarkeitsmodell zu entscheiden
 - Die Vielfalt von Vaterschaft im Unternehmen abbilden
 - Awareness bei Kolleg:innen und Führungskräften im Unternehmen steigern

Checkliste

Role Model-Kampagne

Das braucht ihr für eine Role Model-Kampagne

- Väter, die Lust darauf haben, als Role Models zur Verfügung stehen
- Ein Ziel, das ihr mit eurer Kampagne erreichen wollt
- Einen Treiber des Projekts
- Zeit: eine schnelle Umsetzung ist in wenigen Wochen möglich, in der Regel wird es in Abhängigkeit von den Gegebenheiten in eurem Unternehmen auch etwas länger dauern
- Eine Entscheidung über das Format und die Kommunikationskanäle: Bild/Text oder Bewegbild, unternehmensintern und/oder -externe Kanäle, Plattformen, ...
- Ggf. Unterstützung durch die Kommunikationsabteilung eures Unternehmens (abhängig von der Kommunikationspolitik eures Unternehmens)
- Ggf. Unterstützung durch eine externe Agentur bei der Gestaltung (kein Muss)