



1
2004
2005

Der **G**-Faktor

Gender-Perspektiven in den Medien

Editorial

Der G-Faktor

Frau des Jahres 2005

Arbeitsgruppen

Regionalistas

Heute hier – morgen dort

Selbstdarstellung Impressum

- 1 Warum der G-Faktor immer noch aktuell ist
»Danach ging Heide erst mal shopp«
■ Ulrike Helwerth
- 2 Das Geschlecht der Sprache
»Der Tourist packt Frau und Kind ins Auto...«
■ Elisabeth Klaus
- 4 Nachwuchspreis 2005
Mit anderen Worten
■ Gabi Dewald
- 5 Gender-Training für Medienschaffende
Es geht um die Routinen
■ Birgitta M. Schulte
- 7 Positivbeispiel Schweizer Radio
Wo ein Wille ist, ist auch eine Frau
■ Elke Amberg
- 8 Frauen und Männer im Gender-Gespräch
Keine Zeit für »Extrawürste«
■ Alexander Bentheim
- 10 EU-Projekt untersucht TV-Darstellung von Politikerinnen und Politikern
»Gibt es jetzt ein Girls' Camp?«
■ Gudrun Reuschel
- 10 Die politische Presseberichterstattung zur Bundespräsidentenwahl 2004
Gesine Schwan – Horst Köhler
■ Andrea Kath
- 11 Gender-Workshop für VolontärInnen
Qualität statt Geschlechterkampf
■ Lisa Sterr
- 12 Die Präsenz von Frauen in den Hauptnachrichten deutscher Medien
Geringfügig zugenommen
■ Marlies Hesse
- 13 Frauen und Männer in den Hauptnachrichten der Tageszeitungen
Positivbeispiel Regionalpresse
■ Jutta Röser
- 15 Ulrike Holler: Rundfunkjournalistin und Reporterin
»Am liebsten auf der Gass'«
■ Gisela Brackert
- 16 Auszeichnung
Hedwig-Dohm-Urkunde
- 17 Dritte Runde des Mentoring-Programms erfolgreich beendet
Besondere Begeisterung
■ Sandra Doedter und Rita Polm
- 18 Als Journalistin in der PR – als PR-Frau im Journalistinnenbund
Der lange Weg nach PR-AG
■ Carmen Sorgler
- 19 Berlin, Düsseldorf, Köln/Bonn, München, Nord,
Rhein-Main, Ruhrgebiet, Stuttgart
- 23 Von Berlin über Slubice nach Warschau und Danzig
Blick über die Oder
■ Ina Krauß
- 24 Zur EU-Kommission nach Brüssel
Vom Charme der Zahlen und Expertinnen
■ Ina Krauß

»Danach ging Heide erst mal shoppen«

■ Ulrike Helwerth

27. April 2005: Heide Simonis verlässt als Ministerpräsidentin a.D. für immer die Kieler Staatskanzlei. Aus den Medien erfahren wir, dass sie der Machtverlust schmerzt. Auf ihrer letzten Dienstreise nach Hause macht sie Station in einem Kieler Einkaufszentrum. Ihr immer auf den Fersen ein Fotograf der *Bild*-Zeitung, die am nächsten Tag dessen Ausbeute präsentiert:

»Danach ging Heide erst mal shoppen.« Gezeigt wird die ehemalige Ministerpräsidentin vor einer Fischtheke (»Mit gesenktem Haupt steht Heide Simonis an der Salattheke, Einkaufen, um Frust zu bewältigen ...«), vor einer Textilauslage (»... und zumindest für Sekunden wieder glücklich zu sein. Bei H & M kauft Simonis einen Hosenanzug ...«). Ich lese von dieser Geschichte erst einige Tage später in der *taz*. Wieder einmal bin ich fassungslos, wie ungebrochen frauenfeindliche Klischees wirken, und denke beim Lesen: Einem Politiker, der sein Amt verloren hat, wäre das nicht passiert. Eine Vermutung übrigens, zu der auch der *taz*-Autor am Schluss seines Artikels kommt.

Das Beispiel von Heide Simonis in der *Bild*-Zeitung ist drastisch. Doch können wir täglich in unseren Medien andere, sublimere, finden, die deutlich machen: Die Geschlechterfrage ist längst nicht passé. Bei der gesellschaftlichen Verhandlung von Macht und Ansprüchen auf Teilhabe werden alte Geschlechterstereotype fast ungebrochen in Stellung gebracht.

Vor zehn Jahren wurden auf der Vierten Weltfrauenkonferenz in Peking die bislang weitestgehenden politischen Forderungen und Maßnahmen zur Umsetzung und Gewährleistung von Frauenrechten international beschlossen: die Pekinger Aktionsplattform. Ein ganzes Kapitel widmet sie auch dem Thema »Frauen und Medien«. Festgestellt wird darin nicht nur eine drastische Unterrepräsentanz von Frauen in leitenden und in Entscheidungspositionen der Medien, sondern auch eine »mangelnde Sensibilität für die unterschiedliche Situation der Geschlechter«, die sich in den überall »noch anzutreffenden Geschlechterrollenklischees« ausdrücke. Und weiter heißt es dort: »In

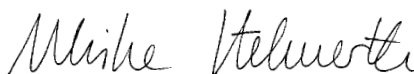
den meisten Ländern zeigen die Print- und elektronischen Medien kein ausgewogenes Bild der vielfältigen Lebensformen und der Beiträge von Frauen zur Gesellschaft in einer sich wandelnden Welt. Darüber hinaus wirken sich gewalttätige und entwürdigende oder pornographische Medienprodukte ebenfalls negativ auf Frauen und ihre Teilhabe an der Gesellschaft aus.«

Diese Bestandsaufnahme hat bis heute an Aktualität leider nichts eingebüßt. Seit 1995 beteiligt sich der Journalistinnenbund regelmäßig an internationalen Medienbeobachtungen, die zur selben Schlussfolgerung kommen.

Der G-Faktor (G wie Gender bzw. Geschlecht) steht daher weiterhin im Zentrum unserer Aufmerksamkeit und hat sich inzwischen in zahlreiche Projekte verzweigt. Wie sie miteinander zusammenhängen, welche Erfahrungen wir gemacht und welche Erkenntnisse und Expertise wir dabei gewonnen haben, skizziert dieser Jahresbericht, den wir zum ersten Mal für unsere Mitglieder und die interessierte Öffentlichkeit in gedruckter Form vorlegen.

Übrigens: Heide Simonis hat sich gegen die Verfolgung der *Bild*-Zeitung gewehrt. Am 28. April erließ das Landgericht Berlin eine einstweilige Verfügung, mit der dem Boulevardblatt verboten wurde, die Privatperson Simonis durch FotografInnen oder JournalistInnen verfolgen zu lassen. Auch einer absoluten Person der Zeitgeschichte – so das Gericht – stehe eine pressefreie Privatsphäre zu.

Bei der gesellschaftlichen Verhandlung von Macht und Ansprüchen auf Teilhabe werden alte Geschlechterstereotype fast ungebrochen in Stellung gebracht.



Ulrike Helwerth
Vorsitzende

»Der Tourist packt Frau und Kind ins Auto ...«

■ Elisabeth Klaus

Eine Kollegin erzählte mir folgendes tragisches Rätsel: »Ein Vater fährt mit seinem Sohn im Auto und wird in einen schweren Verkehrsunfall verwickelt. Der Vater stirbt noch an der Unfallstelle. Der Sohn wird schwer verletzt auf die Intensivstation gebracht und soll sofort operiert werden. Der herbeieilende Chefarzt sieht den Jungen, erbleicht und stammelt: »Mein Gott, ich kann nicht operieren, das ist ja mein Sohn!« – Wie ist das möglich?«

Sprache ist das wichtigste Verständigungsmittel der Menschen und das wichtigste Ausdrucksmittel von JournalistInnen. Eine geschlechtergerechte Sprache ist ein Lackmустest für die Ernsthaftigkeit, mit der politische, wirtschaftliche und wissenschaftliche Institutionen der Gesellschaft das Ziel der Gleichstellung von Mann und Frau verfolgen. Danach schneiden Medien und Journalismus nicht gut ab. Kaum ein Bereich des öffentlichen Lebens hat sich als so resistent erwiesen, wenn es um die Verwendung einer Sprache geht, in der Frauen und Männer angemessen vorkommen und handeln.

Vor kurzem begann eine Radio-Reportage zur Ferienzeit mit dem Satz: »Der Tourist

packt Frau und Kind ins Auto...« Der Einstieg hörte sich eigentlich ganz flott an, ließ bei mir aber ein Unwohlsein zurück. Denn zu selten warten Frauen neben ihren hektisch packenden Männern darauf, ins Auto und in den Ferienort befördert zu werden. Ganz unmöglich ist es, sich diesen Tourist als Frau vorzustellen. Auch wenn zwei Freundinnen verreisen, was ja vorkommen soll, packt eine von ihnen ja wohl kaum die andere ins Auto. Ein »nicht genügend« schließlich auch im Umkehrtest, der sich zur Aufdeckung versteckter Sprachbedeutungen bewährt hat: »Die Touristin packt Mann und Kind ins Auto...« Wie hört sich das denn an? Ist der Mann vielleicht gelähmt oder krank? Und überhaupt überfällt uns ein Zweifel, ob die Touristin, die Aufgabe rein physisch bewältigen kann. Fazit: DER Tourist jedenfalls schließt Mann und Frau nicht gleichermaßen ein. Mehr noch: Vor dem Hintergrund des Alltags von Männern und Frauen in unserer Gesellschaft und im Kontext des bestehenden Geschlechtergefälles entstehen vor unserem inneren Auge zwei völlig unterschiedliche Szenarien, vertauscht man Maskulinum und Femininum.

Sprache und Kommunikation reflektieren die in einer Gesellschaft herrschenden Geschlechternormen und -werte.

Sprache und Kommunikation reflektieren die in einer Gesellschaft herrschenden Geschlechternormen und -werte. In den Siebzigerjahren sprachen die feministischen Linguistinnen Luise F. Pusch und Senta Trömel-Plötz von der »sprachlichen Vernichtung« der Frauen, ihren Ausschluss aus der Öffentlichkeit inbegriffen. Aber gelten die Befunde heute noch? Dagegen spricht die größere Zahl von Journalistinnen und das größere Wissen um die Unterschiede in der sprachlichen Behandlung von Männern und Frauen. Dennoch sprechen für das Weiterbestehen offener sprachlicher Diskriminierungen immer noch viele Indizien. Das Bewusstsein hierfür zu schärfen ist wichtig. Wichtiger

noch erscheint mir aber, eine Genderkompetenz zu erwerben, die es ermöglicht, auch die eher verborgenen Wege zu erkunden, auf denen ein hierarchisches gesellschaftliches Geschlechterverhältnis aufrechterhalten und gestützt wird. Eva Kohlrusch hat vor Jahren auf einer Jahrestagung des Journalistinnenbundes ein Beispiel dafür angeführt. Die Nennung von Durchschnittsrenten, so Kohlrusch, verschleierte völlig die unterschiedliche Lebenssituationen von Rentnern und Rentnerinnen und, so möchte ich anfügen, von armen und von reichen Alten.

Sprache ist ein kulturelles Bedeutungssystem. Es kann ein- oder ausschließen, es kann jemanden trivialisieren oder jemandem Bedeutung verleihen, es wirkt so auch über das Geschlecht hinaus als Machtinstrument. Manche Medienleute versuchen, die zählebigen Befunde der Geschlechterforschung damit zu erklären, dass die Berichterstattung eben eine unbefriedigende Realität widerspiegeln, in der Frauen in wichtigen politischen und wirtschaftlichen Ämtern marginal seien. Aber selbst eine herausragende gesellschaftliche



GMMP 2005: Studienseminar der Universität Lüneburg bei der Zeitungsanalyse

Positionierung garantiert Frauen noch lange keine faire und gleichwertige Medienresonanz. Ein Beispiel unter vielen liefert die unveröffentlichte Diplomarbeit von Carolyn Diehl, die die Darstellung von Angela Merkel und Edmund Stoiber während der CDU-Kanzlerdiskussion 2001/2002 in verschiedenen Boulevardzeitschriften und vor allem konservativen Printmedien verglichen hat. Als starke Persönlichkeit wird Stoiber in 42 Prozent der untersuchten 121 Artikel, Merkel in nur 26 Prozent gekennzeichnet, als schwach erscheint der Bewerber um das Kanzleramt dagegen lediglich in fünf Prozent, Merkel aber in 46 Prozent der Beiträge. Weiter werden Merkel in 21 Prozent der Berichte »typisch« weibliche Eigenschaften zugesprochen und diese negativ bewertet. Eine vergleichsweise stereotype männliche Typisierung findet sich bei Stoiber nur ausnahmsweise und wenn, dann werden seine männlichen Züge positiv gewertet. Die Untersuchung kommt zu dem Schluss, dass die Presse ein negatives Bild von Angela Merkel entwarf, während Edmund Stoiber nur selten kritisiert wurde. So wird in den Medien über meist verdeckte sprachliche Stereotypisierung die Fähigkeit von Frauen, in der Politik kompetent zu agieren, angezweifelt und ihre Autorität damit untergraben.

Sprache ist ein kulturelles Bedeutungssystem. Es kann ein- oder ausschließen, es kann jemanden trivialisieren oder jemandem Bedeutung verleihen, es wirkt so auch über das Geschlecht hinaus als Machtinstrument.

Sprache ist ein Instrument zur Erhaltung der bestehenden Ordnung, aber auch zu ihrer Veränderung. Deshalb ist eine Sensibilisierung für die Art und Weise, wie sich gesellschaftliche Hierarchien in Sprache materialisieren, für eine journalistische Berichterstattung unerlässlich, die nicht Gemeinplätze wiederkäuen und Unterschiede vernebeln, sondern über Gesellschaft aufklären will. Gender Trainings verfolgen genau dieses Ziel. Das Postulat der Geschlechterneutralität setzt sich angesichts der Realitäten in unserem Land immer der Gefahr aus, überkommene Männerprivilegien zu sichern. Ein Beispiel: Als im Spätsommer 1998 zwei Rundfunkanstalten zum Südwestrundfunk (SWR) fusionierten, mussten die Führungspositionen dort neu besetzt werden. Das Ergebnis war für die Gleichstellung der Geschlechter ernüchternd: Ein Intendant, acht Direktoren, in weiteren Führungspositionen 51 Männer, neun Frauen. Es zeigte sich die bekannte »vertikale Segmentation«: Je weiter unten in der Hierarchie, umso höher war der Anteil der Frauen und umgekehrt. Der Landesfrauenrat Rheinland-Pfalz sandte daraufhin dem Intendanten des SWR eine Protestnote (»Der SWR ist ein Eldorado für Männer«) und bat um eine Erklärung. Im Antwortschreiben des Intendanten, Peter Voß, hieß es: »Die von mir

vorgeschlagenen Führungspersönlichkeiten im SWR haben die Zustimmung (...) der zuständigen Gremien erhalten. Die Gremien des SWR haben dabei mit ihrer Zustimmung zum Ausdruck gebracht, dass sie mit mir darin übereinstimmen, dass es uns gelungen ist, die richtigen Persönlichkeiten für die jeweiligen Positionen zu finden. Die Frage des Geschlechts spielte dabei, wie ich Ihnen versichern darf, keine Rolle. Dies gilt unbeschadet der Tatsache, dass z.B. alle Direktoren verheiratet sind und deswegen eine Entscheidung für einen Direktor auch eine Entscheidung für die mit ihm verheiratete Ehefrau bzw. für seine Familie darstellt. Ob ein Sender zeitgemäß ist, entscheidet sich im Übrigen nicht danach, ob er von Frauen oder von Männern geleitet wird, sondern wie er Themen inhaltlich darstellt.«

Denkwürdig ist die Begründung, weil darin ein ausgesprochen konservatives und überholtes Bild der Geschlechterbeziehungen zu Tage tritt – nach dem Motto, dass jede Wohltat für den Mann auch eine Wohltat für Frau und Kinder ist. Eine Logik, die davon ausgeht, dass Männer prinzipiell berufstätig und Ernährer ihrer Familie sind, während Frauen prinzipiell ihr Leben als Ehe- und Familienfrauen verbringen. Denkwürdig ist die Begründung auch, weil sie von einer völligen Unkenntnis der Ergebnisse von nunmehr zwanzig Jahren Frau-

Sprache ist ein Instrument zur Erhaltung der bestehenden Ordnung, aber auch zu ihrer Veränderung.

en- und Geschlechterforschung über das journalistische Berufsfeld zeugt. Schwer zu glauben, dass all die aufgedeckten Mechanismen offener und struktureller Diskriminierung von Frauen in den Medien bei der Besetzung der SWR-Positionen nicht gewirkt haben sollen, »dass die Frage des Geschlechts dabei keine Rolle gespielt hat«, wie Peter Voß versichert. Und denkwürdig ist schließlich die im Brief ausgedrückte Überzeugung, ob ein Medienbetrieb guten oder schlechten Journalismus betreibt, zeitgemäße oder unzeitgemäße Inhalte vertrete, habe nichts mit dem Geschlecht der journalistisch Agierenden zu tun, so als lieferten Menschen ihre geschlechtergebundenen Erfahrungen und Alltagswelten an den Redaktionstüren ab und so, als hätte es keine Journalistinnen gegeben, die aus einer frauenbewegten, feministischen Position heraus allen Vorbehalten zum Trotz Medieninhalte und Journalismus verändert haben. Frauen in Chefarztpositionen gibt es nicht deshalb, weil mutige Journalistinnen begonnen haben, sie Chefärztin zu nennen; jedoch ist das Fortkommen der Frauen in der Gesellschaft und im Journalismus durchaus miteinander verzahnt.

Elisabeth Klaus ist Universitätsprofessorin und Abteilungsleiterin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg und Mitglied im Journalistinnenbund.

Nachwuchspreis 2005

Mit anderen Worten

■ Gabi Dewald

In diesem Jahr suchte der Nachwuchspreis des Journalistinnenbundes wieder nach engagierten, in Form und Inhalt bemerkenswerten Print-Publikationen junger Journalistinnen bis 35 Jahre. Den Preis erhielt Nikola Sellmair (Wirtschaftsredaktion des *Stern*) für ihre Reportage »Heute hier, morgen fort«, die sich mit den Folgen und Konsequenzen der Mobilität junger Jobsuchender auseinandersetzt. Ausgezeichnet wurde Hilal Sezgin (feste Freie im Feuilleton der *Frankfurter Rundschau*) für ihre literarische Reportage »Pendeln zwischen hier und dort«, die die Lebens- und Gemütslage einer jungen Türkin beschreibt. Damit entschied sich die Jury für zwei sehr unterschiedliche Formate: Einerseits für ein klassisches, handwerklich ausgezeichnetes Stück, das sowohl Emotionen weckt und die Betroffenen in ihrer besonderen Lage schildert als auch eine Fülle an Information bereithält. Zum Zweiten für einen sprachlich sehr eigenwilligen, vom Rhythmus getragenen Artikel, der ein bekanntes Phänomen aus einer höchst ungewöhnlichen Innensicht zeichnet.

Die Jurorinnen zeigten sich begeistert von der Vielzahl herausragender Einreichungen, unter denen Beiträge aus allen wichtigen Tages- und Wochenpublikationen Deutschlands waren.

Der Nachwuchspreis des Journalistinnenbundes, der zum vierten Mal vergeben wurde, hat sich damit gut etabliert. Die geforderte, nicht einfach zu kommunizierende Anforderung der Gender-Gerechtigkeit erreichte die Bewerberinnen und führte zu einem breiten Themenspektrum sowie zu inhaltlich und sprachlich ausgesprochen bemerkenswerten Texten.

Gabi Dewald war von 1999 bis 2003 stellvertretende Vorsitzende des Journalistinnenbundes und ist Koordinatorin der AG Nachwuchspreis.

Der Nachwuchspreis des Journalistinnenbundes wird jedes Jahr vergeben, rotiert zwischen den Medien Print, Hörfunk und Fernsehen/Film und ist mit 1.000 Euro dotiert. Nähere Informationen: www.journalistinnenbund.de > JB-Nachwuchspreise



Gottesdienst vor der Bundespräsidentenwahl am 23. Mai 2004 in Berlin

Gender-Training für Medienschaffende

Es geht um die Routinen

■ Birgitta M. Schulte

Männer sind gewalttätig, Frauen Opfer. Männer sind aktiv, Frauen reaktiv. Männer stehen als Bild für Geist und Führung, Frauen für Gefühl und Schönheit. Unsere Medien transportieren Klischees – auch in der nachrichtlichen Berichterstattung – und verfehlen die sozialen, kulturellen und politischen Realitäten. Sie repräsentieren die Lebenswirklichkeiten von Männern und Frauen nicht angemessen.

Der Journalistinnenbund hat daher 2002 die Arbeitsgruppe »Gender« ins Leben gerufen, die für Geschlechterfragen sensibilisieren will. Sie sieht ihre zentrale Aufgabe darin, Gender-Training für Medienschaffende zu entwickeln und durchzuführen. Es geht uns dabei um das Produkt, um die Zeitungsseiten und die Sendungen in Hörfunk und Fernsehen, darum, was Journalisten und Journalistinnen täglich herstellen.

Und vor allem darum, *wie* sie es tun.

Denn die Routinen sind es, die das Ungleichgewicht, den »Gender-Gap«, täglich reproduzieren. Es ist der Blick in das

Adressverzeichnis, in dem sich Telefonnummern fast ausschließlich männlicher Experten angehäuft haben. Es sind der Zeitdruck oder die Konvention, die glauben machen, die explizite Benennung von Akteurinnen und Akteuren sei schwerfällig oder koste zu viel wertvolle Zeit. Es sind das Bedürfnis nach »Nachrichtensicherheit« und der Konkurrenzdruck, die die immer gleichen Personen und Themen oben auf die Agenda setzen. Es ist der routinierte Blick für Lebendigkeit, der Fotos mit

Frauen vorzieht, sie dadurch aber häufig zum schmückenden Element für eine Männerstory degradieren. Es ist die routinierte Entscheidung für die Person, die sich sprachlich gut ausdrücken kann, und das sind bei Kindern vornehmlich Mädchen, bei Erwachsenen vornehmlich Männer.

Das unreflektierte Vorgehen in der üblichen »Professionalität« benachteiligt oft die Frauen, aber nicht immer. Wenn ein Wochenmagazin das Thema Fettleibigkeit bei Kindern mit einem dicken, dumpfbackigen Jungen illustriert, wenn in einer Fernsehsendung zum Umgang mit Tod nur Mädchen erzählen, werden eher die Jungen diskriminiert.

Es stimmt auch nicht, dass vornehmlich Frauen leiden. Die häufigsten Opfer von männlicher Gewalt sind Männer, nicht nur im Krieg, nicht nur im Militär, nicht nur auf der Straße. Auch in der Arbeitswelt. Auffällig viele Männer werden durch ihre männlichen Vorgesetzten psychisch verletzt, solche Sensibilität verorten wir jedoch eher bei Frauen. Wir denken in Klischees und bemerken es häufig nicht.

Das unreflektierte Vorgehen in der üblichen »Professionalität« benachteiligt oft die Frauen, aber nicht immer.

Es geht nicht nur um das achtsame Verfassen von Texten, den Umgang mit Sprache, sondern um eine gendersensible Aufmerksamkeit bei allen Tätigkeiten im journalistischen Arbeitsablauf, angefangen bei der Planung, der Auswahl von Themen und ihrer Recherche, der Suche nach O-TongeberInnen, Bildern bis zur Festlegung der Dramaturgie und der Gestaltung. Durch das »Geschlechterprisma« betrachtet, erweisen sich selbst die »neutralsten« Themen oft als das genaue Gegenteil. Eine als sinkend gemeldete Arbeitslosenzahl erweist sich womöglich als sinkend bei Männern, aber steigend bei Frauen – oder umgekehrt. Mit Folgen, die nicht nur für das Geschlechterverhältnis bedeutsam sein können. Um das zu erkennen, müssen wir zweimal hinschauen und manchmal erst einfordern, dass Zahlen für Frauen und Männer getrennt erhoben werden. Kurz: Der journalistischen Darstellung fehlt oft die Angemessenheit und das ist mangelnde Qualität.

Um der Qualität unserer Produkte willen also lohnt es sich, das Fingerspitzengefühl für die Unterschiedlichkeit der Lebenswirklichkeiten von Männern und Frauen zu erwerben.

Hartmut Heß, bis 2003 Leiter der JournalistenAkademie der Friedrich-Ebert-Stiftung, teilte unsere Meinung und begann eine Kooperation. Mitglieder der Arbeitsgruppe »Gender« führten Seminare

durch zur Darstellung und Wahrnehmung von Geschlechterrollen in den Medien oder fügten eine Einheit ein in ein Seminar zum Verfassen und Redigieren von Nachrichten. Die Nachfrage aber blieb gering. Gender-Sensibilität, so stellen wir fest, gilt nach wie vor als »soft skill«, auf die in schlechten Zeiten gern verzichtet wird. Für Querschnittsthemen stellen Redaktionen niemanden mehr frei, und wer seine Fortbildung selbst bezahlt, möchte unmittelbar sichtbaren Nutzen.

Die Absicherung von Gender-Training braucht die Zustimmung der Spitze einer Institution. Anscheinend muss es nach dem Top-Down-Prinzip institutionalisiert werden. Deswegen haben wir im April 2004 Leitende von Aus- und Bildungsinstitutionen im Medienbereich zu einem Fachgespräch unter dem Titel »Der G-Faktor« eingeladen, um sie für das Thema zu erwärmen und als KooperationspartnerInnen zu gewinnen. 21 Frauen und zwei Männer nahmen daran teil.

Einige der Teilnehmerinnen zeigten durchaus Interesse an dem Thema, bezogen auf ihre Institution (Akademie, öffentlich-rechtliche Anstalt etc.) sahen sie aber vor allem Schwierigkeiten voraus: kein Geld für Weiterbildungsangebote, die Perso-

naldecke ist zu dünn, und es fehlt an schlagkräftigen Argumenten, um die Notwendigkeit von Gender-Training belegen zu können. Es bräuhete vor allem wirtschaftliche Argumente im Stile von: Gender-Sensibilität erhöht die Einschaltquoten oder die Auflage. Sie verlangten stichhaltiges Material (»Kreise, Türrchen und Törtchen«), um ihre vorwiegend männlichen Chefs überzeugen zu können.

Wir griffen die Anregung auf. Elke Amberg suchte in Mediendatenanalysen, in der Medien- und Kommunikationswissenschaft nach positiven Beispielen und gesicherten Daten. Mit mäßigem Erfolg (vgl. S. 7). Gleichzeitig gab unser Seminar den Impuls für privat getragene Fortbildungsinstitutionen, der zu einer schnellen Umsetzung der Anregungen führte. Die Journalistenakademie Dr. Gabriele Hoofacker und Partner diskutierte ein Train-the-Trainer-Programm für das eigene Haus und nahm einen Gender-Workshop ins Programm.

Anstoß und Austausch gab es nach dem Fachgespräch auch über Ländergrenzen hinweg. Barbora Neversil, Nachrichtenredakteurin beim nationalen Schweizer Radio DRS, ermöglichte mir die Teilnahme an einem »Gleichstellungsseminar« ihres Senders, das für alle VolontärInnen obligatorisch ist. Die jungen Professionellen, so mein Eindruck, finden das eher fad, die meisten wurden schon im

Studium mit der Gender-Thematik bekannt gemacht. Heute kommt das Thema für sie »von oben«, ist ein Muss und nicht politisches Anliegen. Vor allem die jungen Frauen distanzieren sich von dem, was sie für Feminismus halten, der so oft diffamiert, karikiert, lächerlich gemacht wurde. Eine ähnliche Erfahrung hat Lisa Sterr mit VolontärInnen der electronic media school Babelsberg gemacht (vgl. S. 11).

Die Verankerung einer Gender-Perspektive in den Medien erschöpft sich nicht in einer antisexistischen, diskriminierungsfreien Darstellung von Frauen, auch wenn diese für den Journalistinnenbund immer noch im Vordergrund steht. Vielmehr geht es um eine realitätsgetreue Wiedergabe von Welt in ihrer ganzen, auch widersprüchlichen Vielfalt. Diese wird selbstverständlich nicht nur durch das Geschlecht, sondern auch durch die soziale Lage, ethnische Herkunft, kulturelle Prägung und sexuellen Vorlieben der handelnden Subjekte hergestellt.

Um unseren eigenen blinden Flecken, den eigenen Auslassungen und Subtexten auf die Spur zu kommen, haben wir den Dialog mit Medienmännern aufgenommen – auch mit dem Ziel, Partner für

Die Verankerung einer Gender-Perspektive in den Medien erschöpft sich nicht in einer antisexistischen, diskriminierungsfreien Darstellung von Frauen. Vielmehr geht es um eine realitätsgetreue Wiedergabe von Welt in ihrer ganzen, auch widersprüchlichen Vielfalt.

gemeinsame, d.h. »gemischte« Trainingsteams zu finden. Eine interessante Begegnung, die mehr Fragen als Antworten aufwarf (vgl. Interview S. 8). Lebhaftige Diskussionen innerhalb der AG Gender schlossen sich an, wie und ob wir mit Männern zukünftig bei diesem Thema weiterarbeiten können und wollen.

Es geht beim Verhältnis der Geschlechter ja immer auch um Macht, um Zugang zu den Ressourcen, um die Verteilung von Honoraren. Das betrifft die Durchsetzung von Themen und die Beziehungen in der Redaktion als Bestandteil einer Reflektion im Gender-Training, das betrifft

aber auch die Durchsetzung und Durchführung des Trainings selbst. Wir brauchen eine »Sensibilisierung für das Gemachtsein der Geschlechterkategorien und für die Machtverhältnisse, die sie täglich stabilisieren«, so die Erkenntnis, die unserem Austausch mit dem »Netzwerk Gender-Training« entspringt.

Birgitta M. Schulte ist zweite Vorsitzende des Journalistinnenbundes und Koordinatorin der AG Gender.

Das Projekt »Gender-Training für Medienschaffende« wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert.

Positivbeispiel Schweizer Radio

Wo ein Wille ist, ist auch eine Frau

■ Elke Amberg

Frauen reden nicht so gut, trauen sich nicht oder sind einfach bei wichtigen Themen nicht kompetent. Mit diesen Begründungen entledigen sich viele Chefs – und leider auch Chefinnen – der Nachfrage, warum so wenige Frauen in ihren Talksendungen oder Politikmagazinen vorkommen. Doch wo finden sich Fernsehsendungen oder -berichte, die Frauen zahlenmäßig angemessen präsentieren, mit einem Frauen- und Männerbild, das statt Uralt-Stereotypen fortschrittliche Ansätze vom (Zusammen-)Leben der Geschlechter oder zumindest die gesellschaftliche Wirklichkeit wiederspiegelt?

Im fiktionalen Bereich preschen am meisten die Fernseh-Kommissarinnen vor. Aber auch in den Spielfilmen und Serien des Vorabend- und Abendprogramms tummeln sich immer mehr Heldinnen. Sogar Herzschmerz-Themen werden heute mit kompetenten berufstätigen Frauen »angereichert«. Sie haben zwar noch nicht die »Übermacht in der Bewusstseinsindustrie«, wie uns jüngst Frank Schirrmacher, Herausgeber der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, weismachen wollte, doch sind Nachrichtenmoderatorinnen und Redakteurinnen im Studio wie Anne Will, Marietta Slomka, Petra Gerster, Sonja Mikich und Monica Liehars aus dem Fernsehen nicht mehr wegzudenken. Trotzdem lässt die journalistische Berichterstattung, insbesondere wenn es um Politik und Frauen geht, nach wie vor zu wünschen übrig, wie die jüngsten Ergebnisse des GMMP 2005 erneut belegen (vgl. S. 12).

Erst ein Blick über die Grenze in die Schweiz offenbart, wie Medien in Sachen Politik und Geschlechtergerechtigkeit grundlegende Veränderungen eingeleitet haben – so dass in der Folge erstmals Politikerinnen entsprechend ihrem realen Anteil zu Wort kommen. Hierzu erstellten der Schweizer Rundfunk und die Eidgenössische Kommission für Frauenfragen eine Studie über die Vorwahlsendungen zu den

Schweizer Wahlen 1999.* Von den sechs Fernsehstationen und drei Radiosendern erzielten zwei TV-Sender und alle drei Radioprogramme ein respektables Ergebnis: In der romanischen Schweiz hatten 36 Prozent Frauen kandidiert, ihr Redeanteil im staatlichen TV-Sender *Télévision Suisse Romande 1* betrug 29 Prozent. Noch besser die Relation beim Privatsender *TeleTicino*, hier betrug das Verhältnis 16 zu 15 Prozent Redeanteil. Vor allem die staatlichen Radioanstalten des SRG SRR ernteten Anerkennung. Bei einem Wahlkandidatinnen-Anteil von durchschnittlich 35 Prozent kamen die Politikerinnen auf 31 Prozent Redezeit im Programm.

Was eigentlich eine Selbstverständlichkeit sein sollte, ist das Ergebnis eines jahrelangen Frauen-Empowerment und Gender-Mainstreaming-Prozesses, dem sich einige der Sendeanstalten unterzogen haben. »Bei uns in der Schweiz ging ein Ruck durch Politik und Medien«, so die Leiterin der Informationsabteilung des Schweizer Radios DRS, Colette Gratwohl, »als 1993 die Politikerin Christiane Brunner nicht in den Schweizer Nationalrat gewählt wurde.« Brunner wäre damals die einzige Frau im Nationalrat gewesen. Es folgte eine enorme Sensibilisierung für das Thema Frauen und Politik, auch der Medienbereich wurde davon erfasst. Frauengruppen in den Sendern machten Druck, die Chefabteilung und die Redaktionen wurden in gendergerechter Berichterstattung trainiert, Leitlinien wurden herausgegeben und Frauenquoten für den Berufsaufstieg eingeführt. Es zeigte sich: Wo ein Wille ist, ist auch eine Frau.

Elke Amberg ist Mitglied der AG Gender des Journalistinnenbundes und hat eine Recherche zu Positivbeispielen für die Darstellung von Frauen in den Medien gemacht – und nur wenige gefunden.

* *Nyffeler, Bettina: Eidgenössische Wahlen 1999: Medien, Politik und Geschlecht, Bern 2001*



Studierende der Universität Lüneburg beim GMMP 2005

Frauen und Männer im Gender-Gespräch

Keine Zeit für »Extrawürste«

Auf Einladung des Journalistinnenbundes trafen sich im September 2004 fünf Frauen und zwei Männer in Berlin, um miteinander die Möglichkeiten der Zusammenarbeit hinsichtlich des Projektes »Der G-Faktor« auszuloten. Fragen an den Journalisten Frank Keil zu seinen Eindrücken von Alexander Bentheim.

Frank, was war für dich interessant bei diesem Treffen?

FRANK KEIL: Es war erst einmal ein Kennenlernen von Positionen und Meinungen, und das haben wir ausgiebig genutzt. Es gibt ja in der Frauenmedienszene eine lange Tradition, sich für Geschlechterthemen einzusetzen, schon um überhaupt Chancen in dem Medienbetrieb, der nach wie vor von Männern dominiert wird, wahrnehmen zu können. Auch wenn es eine Menge schillernder Moderatorinnen wie Anne Will, Gabi Bauer oder Sabine Christiansen gibt – in der konkreten Arbeitsebene ist es nach wie vor ein Männerbetrieb. Auf der anderen Seite gibt es die erfahrenen, mit viel Wissen ausgestatteten Frauen, die in den letzten Jahren erleben mussten, dass viele Sende- und Zeitungsplätze, die sie sich im Laufe der Jahre erkämpft haben, abgebaut worden sind. Die sind es, die nun unter dem Gender-Aspekt gucken: Was tut sich eigentlich auf der Männerseite? Über lange Strecken des Tages war es so, dass die Frauen uns beiden Männern – einem Kollegen vom Bayerischen Rundfunk und mir – die sich seit längerem mit ihrer Geschlechterrolle beschäftigen und dazu auch journalistisch arbeiten, interessiert zugehört haben. Ich glaube, vieles davon war aufschlussreich, zum Teil auch neu für die Frauen, das ist uns zurückgemeldet worden. Es

gab auch keinen »ideologischen Grabenkampf« wie früher. Das hat mich sehr positiv gestimmt. Darüber ist das große Ziel des Tages, so etwas wie Trainingsprogramme für Medienleute zu entwickeln, immer kleiner geworden.

Das war ja die ursprüngliche Absicht: Skizzen für ein gemeinsames Programm ...

Ja, es wurde aber deutlicher, welche Voraussetzungen da zu beachten sind. Und wir sind am Ende auseinander gegangen mit dem Ergebnis: Es war ein spannendes, intensives Treffen; es gab keine Pause, die krampfhaft hätte gefüllt werden müssen. Wir wollen den Faden aber in der Hand behalten und sehen, wo es überhaupt Ansatzpunkte für Gender-Trainings mit Medienleuten gibt. Denn das ist ja im Grunde das Hauptproblem: Die Medienlandschaft ist derart angespannt im Moment, dass es kaum Ressortleiter oder -leiterinnen gibt, die sagen: »Na prima, dann kommen Sie doch mal vorbei und gendern uns! Dafür schaufeln wir auch zwei Tage frei!« Das ist eine schwierige und, so würde ich persönlich sagen, im Moment auch aussichtslose Sache. Weil der Druck in den Redaktionen – sowohl bei Print als auch beim Fernsehen oder Hörfunk – derart stark ist, dass es keine Zeit für »Extrawürste« gibt.

Habt ihr euch für einen weiteren Austausch verabredet?

Ja, aber informell. Wir wollen in Kontakt bleiben und gezielter gucken: Wo gibt es weitere Männer? Es gibt unter den Frauen viele Journalistinnen mit Gender-Erfahrungen, aber es gibt kaum entsprechende Journalisten, nur einzeln verstreute, die Väterthemen lancieren. Ein dem Journalistinnenbund entsprechendes Netzwerk mit Infrastruktur gibt es – außer in der Bildungs- und Jungenarbeit – bei uns Männern nicht. Es war also kein Zufall, dass wir nur zu zweit waren. Ich bin aber sehr gespannt auf eine Fortsetzung.

Ist Gender als Qualitätsmerkmal von Berichterstattung vertiefend Thema gewesen?

Das ist wohl grundsätzlich ein schwieriges Thema, und so stellte es sich auch dar: Wie kriege ich eine Redaktion dazu, sich damit zu beschäftigen? Wie sie davon überzeugen, ihre Volontäre auf ein Gender-Training zu schicken? Was haben die davon? Das Argument, es handele sich hier um ein Qualitätsmerkmal – etwa: »unsere Journalisten sind gegendert« – tauchte eher nebulös auf. Es ist auch zu fragen: Was heißt das eigentlich? Gender ist ja ein sehr offener Prozess, und u.U. bringt das eine Menge Unruhe in die Redaktion, wenn plötzlich das Redeverhalten Thema wird.

Das bezieht sich auf die kollegiale Arbeitsebene. Aber was ist mit der angemessenen, nicht-stereotypen Darstellung von Frauen und Männern in den behandelten Themen?

Den anwesenden Frauen ist ziemlich klar, gegen welche Themen und Bilder sie angehen wollen. Da gab es vor allem an uns Männer das Interesse, was wir denn als ständige negative Wiederholung von Beschreibungen empfinden? Gerade an diesem Montag hatte der *Spiegel*-Titel eine Illustration zur Ernährung von Mädchen und Jungen. Und griff das Stereotyp »schlaue Mädchen, dumme Jungs« wieder auf: Man sah ein helles und waches Mädels mit Vollkornbrot und einen von Big-Mac und Pommes degenerierten Jungen, der irgendwie deppert 'rüberkam. Mit diesem Beispiel also: das ständige Fortschreiben von »Die Jungs sind das Problem«.

Ein Bild, das ja auch durchaus provozierend angelegt sein kann ...

... aber auf den Faktor »bewusste Provokation« kann man sich als Redaktion immer gut zurückziehen. Die Frage ist, was dieses mittlerweile

beliebte Zurückgreifen auf Stereotype auf lange Sicht anrichtet? Und dieses Vorgehen ...

... also Klischees zu bedienen, obwohl man das Gegenteil behaupten will?

... zumindest mal als Frage aufzugreifen. Aber man tut nichts dafür, sondern eben dagegen. Wir haben versucht, den Kolleginnen klar zu machen: Die Bandbreite unter Männern ist mittlerweile eine sehr weite und es gibt viele verschiedene, durchaus widersprüchliche Männertypen. Unser Interesse ist, diese Vielfältigkeit, aber auch Brüchigkeit verstärkt in den Blick zu bringen. Nur: Damit rüttelst du natürlich auch an einem Tabu, denn Medien leben ja von Zuspitzungen. [...] Man möchte immer etwas Konflikthafes haben, das auf »Ja« oder »Nein«, »Entweder-oder« hinausläuft. Die Geschichte selbst, die Recherche, die Dokumentation soll schwarz/weiß sein, damit der Leser »'reingezogen« wird. Und wenn man gleich kompliziert anfängt, heißt es »Um Gottes Willen, da steigt doch niemand drauf ein!« Das aber ist genau das Gender-Thema: Männer sind heute nicht mehr die Dumpfbacken, die nur Geld verdienen und zu Hause nichts tun. [...]

Lustigerweise waren wir beiden Männer auch die einzigen mit Kindern zuhause, die Frauen waren alle »ohne«. Das war doch schon auffällig und wir haben es kurz thematisiert. Die Frauen sagten: Wenn wir Kinder bekommen hätten, wären wir nicht da angekommen, wo wir jetzt sitzen. Wir Männer haben – ein bisschen ähnlich – gesagt, dass wir »nur« Freiberufler sind und nicht irgendwo Publizistik unterrichten oder Ressortleiter sind. Damit kam die Gender-Problematik sofort mit ins

Spiel. Und ich merkte, dass ich da einen Standpunkt habe, den ich für die nächsten Diskussionen gern weiter vertiefen möchte: Mich verbindet mittlerweile mit Frauen, die ebenfalls ein Kind haben, unter Umständen mehr als mit einem

Mann, der kein Kind hat. Dieses alte »Frauen verstehen Frauen und Männer verstehen Männer am besten«, weil sie die doch untereinander die gleichen Erfahrungen hätten, gilt für mich nicht mehr ohne Weiteres. Es geht auch um andere objektive Lebensbedingungen, die man miteinander vergleichen sollte, gerade wenn es um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie geht. Mit Kolleginnen, die ebenso wie ich von einem solchen Alltag gehetzt sind, kommuniziere ich mittlerweile anders.

Gekürzter Nachdruck mit freundlicher Genehmigung aus Switchboard, Zeitschrift für Männer und Jungenarbeit, Nr. 167, 2004/05. www.maennerzeitung.de

Frank Keil lebt und arbeitet als freier Journalist in Hamburg. Alexander Bentheim ist Diplompädagoge, Gender-Berater und Herausgeber von Switchboard.

»Gibt es jetzt ein Girls' Camp?«

■ Gudrun Reuschel

Am Abend nach der Landtagswahl in Schleswig-Holstein: Ministerpräsidentin Heide Simonis ist Gast in Reinhold Beckmanns Talkshow.

Er befragt sie zu der möglichen Koalition der SPD mit den Grünen und dem SSW, die beide von Frauen geführt werden. »Das heißt, es wird jetzt die Drei-Frauen-Regierung, es gibt jetzt ein Girls' Camp?«, fragt Beckmann mit Blick in die Runde. Simonis antwortet freundlich-sachlich. In Zeitungsartikeln heißt es auch, die CDU hoffe auf »Zickenalarm«, und der Chef der Unternehmensverbände Nord spricht vom »Drei-Mädel-Haushalt«. Alles Schlagworte, die nicht unbedingt Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit signalisieren. Und am Ende ist ja auch nichts aus der Koalition geworden. Da war wohl jemandem das drohende »Girls' Camp« suspekt. Hat die Tatsache, dass in einer (möglichen) Regierung alle Koalitionsparteien von Männern geführt werden, je zu ähnlich kreativer – und negativer – Begriffsfindung angeregt?

In einem EU-Projekt (Arbeitstitel »Gender, Politics and Media«) wird seit Anfang dieses Jahres die Darstellung von Politikerinnen und Politikern in den Medien (Schwerpunkt: Fernsehen) untersucht. Welche Unterschiede gibt es, welche Stereotype und

Rollenzuschreibungen? Wie gehen die Medien bzw. das Fernsehen mit Frauen und Männern in der Politik um – im positiven wie im negativen Sinne?

Beteiligt an diesem Projekt sind der Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) für die ARD, das ZDF, die BBC, der niederländische Rundfunk, der norwegische Rundfunk sowie als übergreifende Organisationen das Europäische Journalisten-Zentrum (EJC, Maastricht) und die Europäische Journalisten Föderation (EFJ, Brüssel).

Die Projektbeteiligten erarbeiten ein Handbuch und eine DVD mit statistischem Material, Interviews und Videobeispielen aus dem aktuellen Fernsehprogramm. Diese sollen in der Aus- und der Fortbildung von Journalistinnen und Journalisten eingesetzt werden. Handbuch und DVD sollen im Frühjahr 2006 fertig sein und dann an alle interessierten Organisationen (Rundfunkanstalten, Journalistenschulen etc.) verschickt werden.

Gudrun Reuschel ist Frauenvertreterin im rbb, ARD-Koordinatorin für das EU-Projekt und Mitglied im Journalistinnenbund.

Die politische Presseberichterstattung zur Bundespräsidentenwahl

Gesine Schwan – Horst Köhler

■ Andrea Kath

Gesine Schwan und Horst Köhler, Kandidatin und Kandidat für das Bundespräsidentenamt, waren bis zum Zeitpunkt ihrer Benennung auf der politischen Bühne eher unbekannt. Sie sind hinsichtlich ihres Alters, ihrer akademischen Bildung, ihrer bisherigen politischen Arbeit und ihrer beruflichen Stellung vergleichbar.

Jedoch hinterließ die Berichterstattung den Eindruck, dass über die SPD-Kandidatin Gesine Schwan nicht nur weniger, sondern auch anders als über den CDU-Kandidaten Horst Köhler berichtet wurde, dass über die Frau weit mehr Persönliches in den Medien zu erfahren war als über den Mann. Diese Eindrücke wissenschaftlich zu belegen, ist Ziel meiner Diplomarbeit, die ich auf Anregung des Journalistinnenbundes am Institut für Journalistik der Universität Dortmund zurzeit erarbeite: Inwieweit gibt es aus einer Geschlechterperspektive heraus in der Berichterstattung quantitative wie auch qualitative Unterschiede? Reproduzieren die Medien nach wie vor das traditionelle

Geschlechterbild und vermitteln sie damit ein der Realität unangemessenes Frauen- und Männerbild? Und wie müsste eine gendergerechte Darstellung eigentlich aussehen? Das sind nur drei Fragen, die beantwortet werden sollen. Ausgewertet werden alle zum Thema erschienenen Artikel in den acht auflagenstärksten überregionalen deutschen Printmedien (*Bild*, *FAZ*, *Financial Times Deutschland*, *taz*, *Süddeutsche Zeitung*, *Handelsblatt*, *Welt*) im Vorfeld der Wahl. Die Ergebnisse stehen noch aus. Doch schon jetzt zeichnet sich eine deutlich stärkere Medienpräsenz des CDU-Kandidaten Horst Köhler ab. Ungeachtet der politischen Ausrichtung der Zeitungen wurde im Auswertungszeitraum doppelt so oft über ihn berichtet wie über seine Gegenkandidatin.

Andrea Kath ist freie Radiojournalistin in Dortmund und Mitglied im Journalistinnenbund. Eine Zusammenfassung der Diplomarbeit ist ab September über den Journalistinnenbund erhältlich.

Qualität statt Geschlechterkampf

■ Lisa Sterr

Vor mir sitzen 14 junge Leute: Volontärinnen und Volontäre der Electronic Media School (ems) Babelsberg, die für die Arbeit in einer Hörfunk-, Fernseh- oder Online-Redaktion ausgebildet werden. Heute steht der eintägige Workshop »Gendersensibles journalistisches Arbeiten« auf dem Programm. Ich blicke in wohlwollende Gesichter – und auch ich bin sehr freundlich. Offensichtlich haben wir alle das Interesse, aus dem heiklen Thema das Beste zu machen.

Was bedeutet eigentlich Gender und welche politischen Ideen und Konzepte stecken hinter Begriffen wie Gender Studies, Gender Mainstreaming, und Gender-Kompetenz? Ich gebe Hintergrundinformationen und schon bald macht sich Müdigkeit im Raum breit. »Das Emanzipationsthema haben wir doch langsam hinter uns!« ist in einigen Gesichtern deutlich zu lesen.

Die Atmosphäre ändert sich, als ich an Kleingruppen Aufgaben verteile, die mit der eigenen journalistischen Praxis zu tun haben. Zeitungstexte und Text-Bild-Bezüge sollen ausgewertet werden: Wie kommen Frauen vor, wie Männer? Welche Inhalte werden angeboten, welche ausgeblendet? Es folgt eine angeregte Diskussion im Plenum, an der sich die jungen Männer stärker als die Frauen beteiligen.

Wie aber lässt sich eine Gender-Perspektive in Fernsehen und Hörfunk umsetzen? Ich zeige einige Beispiele aus »screening gender« – einem Projekt, an dem sich zwischen 1997 und 2000 sechs öffentlich-rechtliche Programmanstalten in Europa beteiligten, um die Darstellung von Frauen und Männern im Fernsehen zu beobachten. Ziel war es, Schulungsmaterial für Medienschaffende zu entwickeln.

Die Beispiele aus »screening gender« machen deutlich, wie sich die Qualität von Beiträgen verändert, wenn Expertinnen und Experten ausgewogen zu Wort kommen und wenn in Interviews weibliche Fähigkeiten bewusst unterstützt und genutzt werden. Denn Frauen sind oft die besseren »O-Ton-Geber«, weil sie direkter und lebendiger erzählen. Die Probe aufs Exempel liefert meine Aufzeichnung aktueller rbb-Nachrichten. Fast ausschließlich männliche Experten erklären uns die Welt, während Frauen größtenteils als Staffage dienen.

Eine lebhafte Debatte kommt in Gang. Sowohl der Druck journalistischer Produktionsbedingun-



GMMP 2005

gen als auch die künstlerische Freiheit scheinen dem Gender-Ansatz zuwiderzulaufen. Aber nur vordergründig. Denn, so fasst eine Volontärin ihren Eindruck am Ende des Tages zusammen, professioneller Journalismus sei im Grunde doch nichts anderes als gegenderte Berichterstattung: lebendig, ausgewogen, vielfältig.

Insgesamt bewerteten die Volontärinnen und Volontäre den Workshop positiv, vor allem den

Praxisbezug. Auch ich komme zum Schluss, dass die Auseinandersetzung mit der Berufsrolle und der Qualität des Produktes der beste Ansatz für einen Gender-Workshop ist. Alles Politische wirkt angestrengt und löst am ehesten Widerstände aus. Auffallend: Die jungen

Die Auseinandersetzung mit der Berufsrolle und der Qualität des Produktes ist der beste Ansatz für einen Gender-Workshop. Alles Politische wirkt angestrengt und löst am ehesten Widerstände aus.

Männer zeigten sich aufgeschlossen und locker, die jungen Frauen bisweilen kritisch und skeptisch. Kein Wunder, denn sie haben immer noch mehr zu verlieren, aber keine Lust mehr auf »Geschlechterkampf«. Das kann ich gut verstehen. Erst hinterher wird mir bewusst, wie freundlich und charmant ich den Workshop geleitet habe. Auch ich wollte keinesfalls als zickige Feministin »rüberkommen«.

Lisa Sterr ist Kulturwissenschaftlerin und Journalistin, seit zehn Jahren hauptberuflich als Trainerin tätig und Mitglied der AG Gender des Journalistinnenbundes.

Geringfügig zugenommen

■ Marlies Hesse

Zehn Jahre nach der 4. Weltfrauenkonferenz in Peking wurde in mehr als hundert Ländern das dritte »Global Media Monitoring Project« (GMMP) durchgeführt. Dabei wurden am Stichtag 16. Februar 2005 die Hauptnachrichten führender Tageszeitungen, Rundfunk- und Fernsehsender nach einem einheitlichen Schema auf das von ihnen abgebildete Geschlechterverhältnis hin untersucht.

Für Deutschland übernahm der Journalistinnenbund – wie bereits in den Jahren 1995 und 2000 – die Koordination. Ausgewertet wurden zwölf Fernseh- und acht Hörfunksendungen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten und Privatsender. Außerdem untersuchte ein Projektseminar der Universität Lüneburg elf führende nationale und regionale Tageszeitungen (vgl. S. 13).

Am Stichtag wurden 116 Zeitungsartikel, 162 Fernsehbeiträge und 46 Radiomeldungen ausgewertet. Während bei den Fernsehnachrichten ein Frauenanteil von 24 Prozent ermittelt wurde, betrug er bei den Radiomeldungen 23 Prozent und bei den Zeitungsnachrichten 20 Prozent. Gezählt wurden dabei insgesamt 524 männliche und 147 weibliche Personen; das ergibt ein Geschlechterverhältnis von 78 zu 22 Prozent. Im Vergleich zum GMMP 2000 (18 Prozent) lässt sich ein leichter Fortschritt feststellen.

Männer und Frauen in den Nachrichten

Medium	Männer in %	Frauen in %
Fernsehen	76	24
Radio	77	23
Tageszeitungen	80	20
Insgesamt	78	22

Es ist eher ein Zufall, dass die Moderatorinnen und Sprecherinnen der Nachrichten am Stichtag deutlich weniger zum Zug kamen als ihre Kollegen. Abgesehen von einigen Doppelmoderationen wurde nur beim Fernsehsender Vox die abendliche Nachrichtensendung von einer Frau präsentiert.

Zusammen mit dem Anteil von Reporterinnen und Korrespondentinnen erzielten die Medienvertreterinnen im Radio und im Fernsehen eine Frauenquote von 32 Prozent. Mit 28 Prozent noch geringer ist der weibliche Anteil der namentlich gekennzeichneten Artikel im Printbereich.

Namentliche Nennungen

Nach wie vor nehmen die PolitikerInnen mit insgesamt 346 Nennungen in den 31 untersuchten Medien die Spitzenposition ein. Bei den Männern führte Joschka Fischer wegen der Visa-Affäre die Rangliste an. Bei den Frauen brachte die Debatte um das Versammlungsrecht Bundesjustizministerin Brigitte Zypries an die Spitze der namentlich genannten Politikerinnen. Auf der internationalen Ebene ragte die amerikanische Außenministerin Condoleeza Rice heraus.

Dass VertreterInnen von Nichtregierungsorganisationen verstärkt in den Vordergrund rückten, hatte hauptsächlich mit dem Kyoto-Protokoll zu tun. In diesem Zusammenhang war die Friedensnobelpreisträgerin Wangari Maathai zweimal auf dem Bildschirm zu sehen. Erstaunlich hoch war der Anteil des Adels mit neun weiblichen Nennungen, hervorgerufen durch Ereignisse im britischen Königshaus, einmal die bevorstehende Hochzeit von Prinz Charles mit Camilla Parker-Bowles, zum anderen die wieder aufgenommene Ursachenforschung zum Tod von Lady Diana.

Opfer und Überlebende

Befunde aus früheren Erhebungen, wonach vor allem Frauen als Opfer oder Überlebende von Katastrophen, Kriegen und anderen Gewaltver-

Ihre Rollen in den Medien

	Fernsehen		Radio		Tageszeitungen	
	M in %	F in %	M in %	F in %	M in %	F in %
NachrichtensprecherIn, ModeratorIn	63	37	80	20	-	-
ReporterIn/JournalistIn	75	25	50	50	72	28
Person in der Nachricht (die in der Meldung erscheint, zitiert oder interviewt wird oder Thema der Meldung ist)	76	24	77	23	80	20

brechen in Erscheinung treten, haben sich am Stichtag nicht bestätigt. Trotz der vielfachen Erwähnung der im Irak entführten italienischen Journalistin Guiliana Sgrena waren Männer, z.B. als Empfänger von Organen einer durch Tollwut infizierten Spenderin, ebenso betroffen wie Frauen. Als Verkehrstote übertrafen sie zahlenmäßig sogar leicht den vergleichbaren Frauenanteil in den Nachrichtenmeldungen.

Frauen im Fokus der Nachrichten

Wie bereits 1995 und 2000 standen Frauen auch 2005 kaum im Fokus der Nachrichten. Nur rund ein Dutzend Mal war dies der Fall, zum einen – wie bereits erwähnt – die entführte italienische Journalistin Guiliana Sgrena, des Weiteren die mit Tollwut infizierte Organspenderin. In einem weiteren Bericht ging es um Frauen als die Opfer der deutschen Teilung, eine Reportage widmete sich den Sportlerinnen, Eingang in die Nachrichten fand auch der Auftritt von einst bekannten Schlagersängerinnen.

Fazit

Erste nationale Ergebnisse des GMMP 2005 zeigen, dass sich die Präsenz von Frauen in den Hauptnachrichten seit 1995 nur geringfügig verbessert hat, sowohl was ihre Zahl als auch was ihre Rollen betrifft. Detaillierte Ergebnisse für Deutschland wird der Journalistinnenbund im Herbst 2005 vorlegen. Erste weltweite Ergebnisse des GMMP 2005 wird die »World Association of Christian

Communication« (WACC), der auch dieses Mal die internationale Koordination des Projektes oblag, in Kürze präsentieren.

Marlies Hesse ist Geschäftsführerin des Journalistinnenbundes und koordiniert seit 1995 die deutsche Beteiligung an den weltweiten Medienuntersuchungen.

Das GMMP 2005 wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert.



Die Tagespresse am 16. 2. 2005

Frauen und Männer in den Hauptnachrichten der Tageszeitungen

Positivbeispiel Regionalpresse

■ Jutta Röser

Mit Angela Merkel gibt es in der Geschichte der Bundesrepublik zum ersten Mal eine Oppositionsführerin, und in den 14 Bundesministerien regieren immerhin sechs Ministerinnen. Auch als Expertinnen, Wissenschaftlerinnen oder Journalistinnen sind Frauen stärker präsent denn je. Dennoch spielen sie auf den Hauptnachrichtenseiten der Tageszeitungen auch 2005 eine eher marginale Rolle: Nur 18 Prozent der für nachrichtenswürdig befundenen AkteurInnen sind weiblich, die männlichen dominieren nach wie vor mit 82 Prozent.

Dabei heben sich allerdings manche Zeitungen positiv, andere eher negativ hervor. Dies zeigt eine Analyse, die anlässlich des Global Media Monitoring Project (GMMP) 2005 in Kooperation mit dem Journalistinnenbund an der Universität Lüneburg durchgeführt wurde.

Stichtags-Untersuchungen sind immer nur Momentaufnahmen, denn die Befunde sind sehr stark vom Tagesgeschehen abhängig. Ist ausgerechnet am Untersuchungstag ein spektakulärer Ministerrücktritt zu vermelden, sieht es für den Frauenanteil besonders schlecht aus. Ist eine Minis-



GMMP-Schulung: Marlies Hesse, Jutta Röser, Annika Noffke (v.r.n.l.)

terin betroffen, ergibt sich zahlenmäßig ein untypisch positives Bild. Um vom aktuellen Geschehen unabhängiger zu sein, untersuchte das Lüneburger Projektseminar begleitend zum GMMP elf Tageszeitungen über einen Zeitraum von zwölf Wochen. In die Stichprobe gingen Zeitungsausgaben von sechs Wochentagen zwischen November 2004 und Februar 2005 ein. 24 Studentinnen und Studenten analysierten unter meiner Leitung knapp 700 Artikel aus 66 Zeitungsausgaben. Besonders motivierend war es für die Studierenden der Kulturwissenschaften, an einer weltweiten Untersuchung mitzuwirken, statt Befunde für die Schublade zu produzieren. Und so nahmen sie fast 2.000 Personen, über die die Zeitungen an den ausgewählten Tagen auf den Titelseiten und in den Hauptnachrichten berichtet hatten, genau unter die Lupe.

Unter den Personen, die Gegenstand der nachrichtlichen Presse-Berichterstattung waren, sind 18 Prozent Frauen und 82 Prozent Männer. Damit sind Frauen in diesem Segment medialer Öffentlichkeit nach wie vor erheblich unterrepräsentiert.

Geschlechterrepräsentanz in elf untersuchten Tageszeitungen

Zeitungstitel	F in %	M in %	Absolut
BILD	35	65	85
Leipziger VZ	27	73	119
WAZ	22	78	130
Netzeitung	20	80	147
SZ	19	81	258
Welt	19	81	182
Berliner Zeitung	18	82	175
FR	17	83	290
taz	15	85	178
Handelsblatt	13	87	214
FAZ	12	88	199
Gesamt	18	82	1.977

Der Frauenanteil schwankt allerdings beträchtlich zwischen den verschiedenen Zeitungstiteln: In der *Leipziger Volkszeitung* stellen Frauen mehr als ein Viertel der nachrichtswürdigen Personen, in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* dagegen nicht einmal ein Achtel.

Spielräume der Medien

Diese Spannweite verweist auf die Spielräume der Medien. Offensichtlich liegt es nicht allein an der männerdominierten sozialen Realität, wenn Frauen kaum in die Nachrichten gelangen. Vielmehr existieren unterschiedliche Selektions- und Berichterstattungsmuster, die zu mehr oder weniger Geschlechtergerechtigkeit führen.

Erfreulich positiv schnitten mit der *Leipziger Volkszeitung* (27 Prozent) und der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung* (22 Prozent) zwei Regionalzeitungen ab. Positiv schlägt zum Beispiel zu Buche, dass diese Titel die »großen« Themen der internationalen Politik öfter herunterbrechen. So nahm die WAZ das Kyoto-Protokoll zum Anlass, um mit Landesministerin Bärbel Höhn konkrete Umweltfragen in Nordrhein-Westfalen ausführlich zu erörtern.



Beim Monitoring der SAT1-Nachrichten: Ina Krauß, Ulrike Helwerth (v.r.n.l.)

Schlusslichter sind die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ) mit 12 Prozent, das *Handelsblatt* mit 13 Prozent und die *Tageszeitung* (taz) mit 15 Prozent. Die politische Ausrichtung gibt also nicht den Ausschlag, dass weibliche Akteure marginal bleiben. Im Mittelfeld bewegen sich mit 17 bis 19 Prozent Frauenanteil die *Süddeutsche Zeitung* (SZ), die *Frankfurter Rundschau* (FR), die *Berliner Zeitung* und die *Welt*.

Zwiespältig ist der mit 35 Prozent sehr hohe Frauenanteil der *Bild-Zeitung* zu werten. Unter den dreißig gezählten Frauen sind allein fünf (Ex-)Lebensgefährtinnen des Joschka Fischer sowie sechs spärlich bekleidete Models des üblichen Titelfotos. Die online erscheinende Netzeitung bringt es trotz vieler boulevardnaher Schlagzeilen nur auf zwanzig Prozent Frauen.

Jutta Röser lehrt und forscht als Professorin für Kommunikationswissenschaft am Fachbereich Kulturwissenschaften der Universität Lüneburg. Eine ausführlichere Auswertung der Studie ist in Vorbereitung.

Ulrike Holler:
Rundfunkjournalistin und
Reporterin

»Am liebsten auf der Gass'«

Fast vierzig Jahre hat Ulrike Holler den politischen Rundfunkjournalismus nicht nur im Hessischen Rundfunk, ihrem Heimatsender, mit geprägt. Am 25. Juni 2005 erhielt sie für ihr berufliches und frauenpolitisches Engagement die Hedwig-Dohm-Urkunde des Journalistinnenbundes.

Journalistinnenbund: Dein Vater war Journalist. Zwei Deiner Geschwister sind es auch. Was hat dich am Journalismus gereizt?

ULRIKE HOLLER: Die Lebendigkeit. Der Umgang mit Autoritäten. Von denen der Vater gleich sagte: Das sind keine Autoritäten. Das sind Menschen wie andere auch. Die haben ihre Macken, ihre Fehler. Er hat sie entkleidet. Ich habe schon als Schülerin in Dillenburg journalistisch gearbeitet. Nicht nur für die Schülerzeitung, auch für die Regionalzeitung. Lokaljournalismus halt. Mir hat das gelegen. Ich fand, dass ich schnell kapierte und leicht Zugang zu den Leuten fand.

Als ich dich zum ersten Mal persönlich kennen lernte, auf einer Veranstaltung in Sachen § 218 Anfang der Siebzigerjahre, hat mich zweierlei beeindruckt: dein frauenpolitisches Engagement und die selbstverständliche Sicherheit deines Auftretens. Aber wie war das, wenn du mit diesen Themen in die Redaktion kamst?

Das war totaler Kampf. Wir galten ja als die Wilden. Als die Verführerinnen der braven Ehefrauen unseres Chefs, Programmdirektors, Abteilungsleiters. Wir waren die, die am Patriarchat, an der alten Ordnung sägten. Das wurde als Kriegserklärung begriffen und dementsprechend schwierig war es, die Themen ins Programm zu bringen. Das ging eigentlich nur, indem wir uns ARD-weit vernetzten. Das heißt ich lernte bald, wo in den anderen ARD-Anstalten die engagierten



Ulrike Holler

- 1944 Geboren in Weidenau/Sieg
- 1963 Volontärin beim HR, danach Studium der Germanistik und Politik in Frankfurt
- seit 1970 Freie Mitarbeiterin beim HR und der ARD, Schwerpunkt Hörfunk.
- 1997 Ausgezeichnet mit dem Elisabeth-Selbert-Preis der Hessischen Landesregierung

Mit der diesjährigen Hedwig-Dohm-Urkunde würdigt der Journalistinnenbund eine authentische Reporterin, gewandte Moderatorin und kluge, gelegentlich scharfzüngige Kommentatorin, die sich seit rund vierzig Jahren im Hessischen Rundfunk unbeirrt für sozial- und ausländerpolitische, insbesondere aber für frauenpolitische Belange einsetzt.

War die Berufswahl für die Tochter eines Journalisten noch eine Selbstverständlichkeit, so war es die junge Frau in den damaligen Redaktionen noch keineswegs. Ihr wurden die sozialen Themen zugeschoben. Ulrike Holler hat sie nicht nur übernommen, sie hat sie angenommen – und politisch gefasst. Um sich ihre Unabhängigkeit zu bewahren, hat sie den Angestelltenstatus zurückgewiesen, blieb Feste Freie. Themen, die ihr ein Anliegen sind, kann sie so im jeweils wirksamsten Sendeformat veröffentlichen: kämpferisch, mutig, Partei ergreifend und stets nach den Grundsätzen journalistischer Ethik.

Frauen saßen. Wir haben viel telefoniert und merken: Es ist überall das Gleiche. Damit war das eigene Los schon ein bisschen leichter. Und dann versuchten wir, die Themen zu setzen. Es gab Aktionen, es gab Veranstaltungen. Es gab dann bald auch *Courage* und *Emma*. Es gab die Vernetzung mit den DGB-Frauen, mit den Kirchen-Frauen... Und es gab den Frauenfunk in beinahe allen ARD-Anstalten, der wirklich die Fahne hochhielt und die Themen aufgegriffen hat. Aber sonst war der Widerstand groß, vor allem im Aktuellen.

Du hast mit 33 Jahren den Juristen Andreas von Schoeler geheiratet. Sein wechselvolles politisches Schicksal, er war in den Achtzigerjahren Oberbürgermeister von Frankfurt, hat deine journalistische Freiheit zeitweilig erheblich beschnitten. Und es gibt zwei Söhne. Haben Kinder von Anfang an zu deinem Lebensplan gehört?

Ich denke, Andreas war der Treibende. Er konnte sich eine Ehe ohne Kinder nicht vorstellen. Und ich wollte die Erdung. Denn ich merkte: Ich werde allmählich genauso berufsfixiert wie die jungen Männer. Diese Verengung im Kopf wollte ich nicht. Als ich dann schwanger war, habe ich natürlich das Flattern bekommen und nachgerechnet: Wie viel hast du verdient in den letzten Jahren? Kannst du ein Kind notfalls auch alleine ernähren, mit Kinderfrau? Kinderfrau war ganz wichtig, denn ich wollte Kind und Beruf unter einen Hut bringen. Als ich wusste, dass ich das kann, habe ich Ja gesagt.

Die Sicherheit einer festen Redakteurinnen-Stelle hast du dennoch nie angestrebt.

Redakteurin? Da bist du nicht draußen. Nicht auf der Gass'. Nicht unterwegs. Du musst Programm

machen, deine Abläufe schreiben, deine Konferenzen besuchen, da hast du einen ganz anderen journalistischen Rahmen. Ich wollte halt immer raus. Mit den Leuten reden. Meine Themen machen. Es war eine ganz klare Entscheidung.

Und was empfindest du, rückblickend auf fast vierzig Jahre Radio-Journalismus, als die gravierendste Veränderung?

Dass man immer mehr danach guckt: Wie kann ich nett, freundlich, unterhaltend, anbiedernd sein. Also das, was wir mit Boulevardisierung, mit Verlust an Werten, an Ethik, an Verantwortung umschreiben. Ich kenne kaum noch jemanden, der Verantwortung für ein Thema übernimmt. Es wird geschaut: Was ist die Mischung? Habe ich heute schon ein schweres Thema, dann ist das andere wichtige Thema gestorben. Klassisches Beispiel: Gestern passierte das Wahldebakel mit Heide Simonis. Klar war das ein großes Thema. Aber gestern war auch die Buchvorstellung der Firmengeschichte der IG-Farben im Dritten Reich. Zum ersten Mal ist das recherchiert und dargestellt worden. Das Thema ist aber weder gestern noch heute gekommen! Oder nimm die Armutsdiskussion. Da wird nur drauf geguckt, wenn gerade ein Armutbericht vorgelegt wird. Aber dass das in den Köpfen bleibt, auch wenn es nicht jeden Tag durch ein Ereignis nach oben kommt, dass es dafür eine journalistische Verantwortung gibt – das ist alles weg. Und ich frage mich manchmal, ob das dem Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eigentlich noch gerecht wird.

Mit Ulrike Holler sprach Gisela Brackert, ehemalige Redakteurin des HR-Frauenfunks, Mitgründerin des Journalistinnenbundes und dessen Vorsitzende von 1987 bis 1991.

Auszeichnung

Hedwig-Dohm-Urkunde



Mit dieser Urkunde ehrt der Journalistinnenbund jedes Jahr eine Kollegin für ihre herausragenden journalistischen (Lebens-)Leistungen und ihr frauenpolitisches Engagement. Sie erinnert an die Publizistin und Frauenrechtlerin Hedwig Dohm (1831-1919), Tochter eines jüdischen Fabrikanten, der zum Christentum konvertierte. Sie wuchs mit 17 Geschwistern auf, erkämpfte sich eine Ausbildung als Lehrerin, heiratete mit 21 Jahren Ernst Dohm, den Chefredakteur des satirischen Wochenblattes *Kladderadatsch* und bekam fünf Kinder. Anschließend begann sie ihre publizistische Karriere.

»Alles, was ich schreibe, steht im Dienste der Frauen«. Unter diesem Motto spießte sie mit spitzer Feder die Missstände ihrer Zeit auf. Sie forderte u.a. das Stimmrecht für Frauen, bessere Ausbildung und sexuelle Aufklärung für Mädchen, deren Zugang zu Universitäten. Auch heute gibt es viele Frauen im Medienbereich, die sich mit Verve, Mut und Witz, Beharrlichkeit und Temperament für die Rechte und die Wahrnehmung von Frauen einsetzen, sie aufklärend und emanzipatorisch fördern und deren journalistische und publizistische Arbeit unterstützen.





*Rita Polm, Sabina Casagrande
Inge v. Bönninghausen, Renate Werner
Silke Schmidt, Regina Völz*

Regine Bönsch, Renate Werner

*Heidi Wahl, Michaela Himmel
Regine Görger, Antje Böhning,
Julia Jordan, Magdalena Kemper*

Dritte Runde des Mentoring-Programms erfolgreich beendet

Besondere Begeisterung

■ Sandra Doedter und Rita Polm

»The Old Girls' Network«, das 2001 gestartete Mentoring-Projekt des Journalistinnenbundes, hat sich zu einem echten Hit für Teilnehmerinnen und Verband entwickelt. Von Juni 2004 bis Juni 2005 durchlief es seine dritte Runde.

Die Mentoring-AG hatte diesmal ein besonders glückliches Händchen beim Matchen der Paare und brachte die acht Tandems gut durch das Mentoring-Jahr. Zum Teil arbeiteten die Mentees und Mentorinnen, die dieses Mal besonders viel Begeisterung für einander zeigten, so eingespielt zusammen, dass sie schon vor Ablauf des gemeinsamen Jahres im Juni 2005 beschlossen haben, anschließend weiterzumachen.

Der Erfolg dieser Runde dürfte auch darauf zurückgehen, dass wir in diesem Jahr, anders als in

der Runde davor, für jedes Tandem eine konkrete Ansprechpartnerin aus der Mentoring-AG hatten, die so immer beide Seiten – die der Mentee und die der Mentorin – im Blick hatte. Eine gute Voraussetzung, mögliche Probleme direkt anzugehen, Fragen zu klären, ein vertrauliches Gespräch zu führen und im Fall der Fälle zu vermitteln.

Trotz der allseitigen Freude über das reibungslose Gelingen dieser dritten Runde legte die AG nicht die Hände in den Schoß. Auf der Suche nach neuen Finanzierungsmöglichkeiten haben wir mit dem

Vorstand beschlossen, einen »Freundinnenkreis« für den JB aufzubauen. Dafür suchen wir über direkte Ansprache gezielt prominente und auch weniger bekannte Journalistinnen und PR-Frauen, die die Projekte des JB – und hier zunächst das Mentoring-Programm – mit einem festen Beitrag regelmäßig unterstützen sollen.

Wir sind sehr zuversichtlich, dass sich viele Kolleginnen für unsere Form der Nachwuchsförderung engagieren wollen. Diese Zuversicht ziehen wir unter anderem aus den zahlreichen Anfragen nach unserem Mentoring-Projekt, die wir von anderen Frauenorganisationen und -verbänden (z.B. Verband der Ingenieurinnen, Verband der Oecotrophologen, Landfrauenverband) erhalten haben,

aber auch von Frauen aus dem Wissenschaftsbereich (z.B. der Sektion Frauenforschung in der DGPK/Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikation oder dem Institut für Journalistik/Uni Dortmund), aus der Wirtschaft (z.B. Deutsche Post AG) und der Politik (z.B. Ministerium für Gesundheit, Soziales, Frauen und Familie NRW).

Sandra Doedter und Rita Polm sind Mitglieder der Mentoring-AG des Journalistinnenbundes.

*Weitere Informationen
www.journalistinnenbund.de > Projekte*

Die Broschüre »The Old Girls' Network – Mentoring im Journalistinnenbund« kann in der Geschäftsstelle bestellt werden.

Als Journalistin in der PR – als PR-Frau im Journalistinnenbund

Der lange Weg nach PR-AG

■ Carmen Sorgler

Prag ist schön, aber der Weg dorthin weit. Für die PR-AG im Journalistinnenbund gilt das ebenso. Public Relations (PR) oder Öffentlichkeitsarbeit für unser Netzwerk – selbstverständlich ja. Aber PR im Journalistinnenbund?

Wenn auch für die eigenen Zwecke durchaus ein nützliches Instrument, so hat PR an sich bei vielen Journalistinnen keinen guten Klang. Das Misstrauen gegen die »andere Seite« ist groß. Und doch werden es immer mehr, die die Seiten wechseln. »Wenn gar nichts mehr geht als Journalistin, geh' ich halt in die PR«, dieser Satz auf unserer Jahrestagung 2003 in Herne war Anlass, die PR-AG zu gründen.

Um einem Missverständnis vorzubeugen: Die AG trifft sich nicht, um die PR für den Journalistinnenbund zu machen, sondern um sich über Inhalte des Berufs auszutauschen und die Unterschiede und Grenzen zum Journalismus klar zu benennen – nicht zuletzt auch als Orientierung für junge Kolleginnen und Seiteneinsteigerinnen, die vom Journalismus in die PR wechseln wollen. Denn was heißt es tatsächlich, als Journalistin in der PR zu arbeiten und als PR-Außenseiterin im Journalistinnenbund engagiert zu sein? Warum dann überhaupt noch im JB Mitglied sein und nicht in einem der Berufsverbände für Marketing oder Public Relations?

Nach dem anfänglichen großen Interesse an der AG hat sich 2004 eine kleine Gruppe von vier Frauen etabliert, die sich als PR-Frauen und Journalistinnen verstehen, nicht aber als PR-Journalistinnen. Leicht gesagt, nur, was heißt das konkret? Diese wichtigste Frage im Berufsleben einer Journalistin ist es auch in der PR-AG. Und es geht um

noch mehr Fragen: Warum gefällt den journalistischen Quereinsteigerinnen das Wörtchen Öffentlichkeitsarbeit besser als Public Relations? Hat es etwa eine versteckte, andere Bedeutung als das englische Wort Public Relations, obwohl das eine nur die deutsche Übersetzung des anderen ist? Und heißt das vielleicht, dass der JB eine eigene, journalistisch geprägte Definition von Öffentlichkeitsarbeit aufstellen kann? Was sind für eine Journalistin unabdingbare Voraussetzungen für gute Öffentlichkeitsarbeit? (Vgl. S. 22)

Auch wenn die Fragen noch im Vordergrund stehen, es gibt auch schon erste Antworten aus der PR-AG dazu. Zum Beispiel: der unbedingte Respekt vor der Zielgruppe in allen Phasen der Kommunikation. Zuerst muss das Gegenüber ernst genommen werden – nach den Ängsten und Sorgen, aber auch Freuden und Bedürfnissen richtet sich, wie und mit welchen Informationen die Zielgruppe versorgt wird. Und auch: so selbstkritisch (für den Kunden/die Kundin) wie möglich sein zu können, Wortballons anzustechen und auf gehaltvollen Informationen zu bestehen.

Bei aller Definitionsarbeit gilt in der PR-AG vor allem: Wer Bedarf an kollegialer Beratung hat, eine interne Weiterbildung und den beruflichen Austausch sucht, ist herzlich willkommen.

Carmen Sorgler ist Mitglied der PR-AG und eine der beiden Sprecherinnen der Regionalgruppe Frankfurt/M.

Berlin

Ausflug an die Spree

Besuch im ARD-Hauptstadtstudio



ARD-Hauptstadt-Korrespondentinnen: Dagmar Pepping, Brigitte Abold, Heidrun Wimmersberg (v.l.n.r.)

Grün leuchtet die Wand. Auf dem leeren Stuhl davor hat sich schon so mancher Politiker, so manche Expertin durch ein heikles Interview laviert. Denn die Kamera, die darauf gerichtet ist, überträgt die Bilder live zu *Tagesschau* und *Tagesthem*. Willkommen im Hauptstadtstudio der ARD, Exkursionsziel der Regionalgruppe Berlin im März 2005.

Vom Reichstag zum Hauptstadtstudio sind es nur wenige Schritte an der Spree entlang. Praktisch für die Korrespondenten und Korrespondentinnen, die die Sendeanstalten der ARD für fünf Jahre ins Hauptstadtstudio entsandt haben. Die Atmosphäre ist angenehm, fast intim, berichten Brigitte

Abold, (BR), Dagmar Pepping (NDR) und Heidrun Wimmersberg (WDR). Mit 180 KollegInnen, darunter etwa achtzig JournalistInnen, sei der Umgangston kollegialer als in den großen Häusern ihrer Heimatsender. Hörfunk-Korrespondentin Wimmersberg teilt sich heute mit einer Kollegin vom WDR einen Arbeitsplatz. »Aber, das ist die große Ausnahme«, sagt sie, Teilzeitarbeit ist ein Fremdwort im Hauptstadtstudio. Immerhin, Politikberichterstattung ist bei der ARD längst nicht mehr allein die Sache von Männern. Heute gehört es zum guten Ton, zwei Frauen je Sender zu schicken. »Drunter macht's heute keiner mehr«, erzählen unsere Gesprächspartnerinnen. Die Korrespondentinnen machen mit einem Drittel inzwischen eine solide Minderheit aus, aber »mehr weibliche Korrespondenten werden wir auch nicht werden«. Die aber scheinen besonders fleißig zu sein. Denn an manchen Abenden ist in der *Tagesschau* nahezu jeder Beitrag von einer Frau.

Christine Olderdissen ist eine der beiden Sprecherinnen der Regionalgruppe Berlin.

Köln/Bonn

Optimistin

**Zu Gast: NRW-Frauenministerin
Birgit Fischer**

War es professioneller Optimismus oder politische Überzeugung? Die nordrhein-westfälische Frauenministerin Birgit Fischer beschrieb bei ihrem Treffen mit rund dreißig JB-Kolleginnen aus Köln, Bonn, Düsseldorf und dem Ruhrgebiet am 7. April 2005 in Bochum mit lebhaften Worten die neuen Chancen der Frauenpolitik.

Nie zuvor hat es, nach Einschätzung der Ministerin, so vielfältige Möglichkeiten gegeben, frauenfreundliche Rahmenbedingungen in der Sozialpolitik, in der Gesundheitsfürsorge und auf dem Arbeitsmarkt zu schaffen. Und Harz IV? »Harz IV ist der große Wurf, auch wenn es in seinen Dimensionen so nicht vermittelt wurde«, so Fischer. Welche Auswirkungen die Reform auf die Lebenssituation von Frauen habe, müsse sich erst zeigen. Im Gegensatz zu mancher Journalistin bleibt Fischer Optimistin: Der Fachkräftemangel in der deutschen Wirtschaft Sorge dafür, dass Unternehmen zunehmend zu der Einsicht kämen, dass sie es sich nicht leisten könnten, gut ausgebildete Frauen an die häusliche Kinderbetreuung zu verlieren. Sie setzt auf flexible Arbeitszeitmodelle und Ganztagschulen.

Neue Produkte und Dienste für Seniorinnen, der Mangel an Ingenieurinnen und Führungsfrauen, Gesundheitspolitik – der Diskussionsstoff schien

Düsseldorf

Rheinische Rekordstatistik

Als kleinste Regionalgruppe (zehn Mitglieder) behaupten sich die Düsseldorferinnen mehr oder weniger tapfer zwischen ihren großen Schwestern aus Köln und dem Ruhrgebiet. Doch nicht nur im Kleinen halten die Düsseldorferinnen einsame Rekorde. Vertraut frau der puren Statistik, dann ist das Engagement hier von beachtlicher Größe: Zehn Prozent aller Düsseldorferinnen arbeiten beim GMMP mit, genauso viele engagieren sich für das Gender-Training und satte zwanzig Prozent aller Mitglieder sind in der Mentoring AG. Und: Jede Zehnte aus Düsseldorf ist im Vorstand. Dass es sich dabei nur um eine einzige Frau handelt, ist ein kleines, aber feines Detail, das eben nur eine Regionalgruppe unserer Größe zu bieten hat.

Regina Bönsch ist eine der beiden Sprecherinnen der Regionalgruppe Düsseldorf.

an diesem Abend nicht abzuebben. Keine leichte Arbeit für Moderatorin Cornelia Benninghoven. Und auch kein leichter Wahlkampf in Nordrhein-Westfalen für die Politikerin. Schließlich, so Fischer, stellen gerade Frauen die Mehrzahl aller noch unentschlossenen Wahlberechtigten vor der Landtagswahl am 22. Mai 2005.

Iris Schneider ist eine der beiden Sprecherinnen der Regionalgruppe Köln/Bonn.

München

A-, B- und C-Promis

**Zu Gast: Patrizia Riekkel,
Bunte-Chefredakteurin**

Oft zählt nur der schöne Schein. Mit diesem Problem hat auch Patrizia Riekkel zu kämpfen. Im Rahmen der Werkstattgespräche der Münchner Regionalgruppe gewährte uns die Chefredakteurin der *Bunten* einen Blick hinter die Fassade des auflagenstärksten People Magazins in Europa. Den rasant wachsenden Auflagenerfolg darf sich Patricia Riekkel auf ihre Fahne schreiben – vor ihrer Zeit verlor das Blatt rapide an Leserinnen und Lesern. Eine ihrer ersten Amtshandlungen war eine radikale Frischzellenkur für das leicht angestaubte Traditionsblatt. Der Anfang war schwer. Auch die *Yellow-Press* gibt Frauen keinen Bonus. Inzwischen aber hat die Journalistin und Autorin dank vieler Achtzehn-Stundentage ihre Position gefestigt. Inzwischen kümmert sie sich auch noch um *In-Style* und *Amica*. Ihre Maxime: Verlange nur das, was du selbst auch geben kannst. Und so ist sie meist unter den Letzten, die die Redaktion verlassen. Erfrischend ehrlich und angenehm unprätentiös erzählte sie aus der Welt der Reichen und Schönen, in der bei weitem nicht immer alles glänzt, von publicity-süchtigen A-, B- und C-Promis. Erstaunlich war die Erkenntnis, dass auch Politiker und Politikerinnen diese Art von PR zunehmend suchen. Die anschließende Fragerunde deckte ein breites Spektrum ab – von der Themenwahl, über Bezahlung der Informationen bis hin zum nötigen Balanceakt zwischen verkaufsfördernden Themen und Seriosität. Die höchste Auflage brachte die Berichterstattung über den Tod von Jennifer Nitsch. Claudia Schiffer auf dem Cover dagegen lässt die Auflagenzahlen in den Keller rutschen.

Beatrix Boutonnet ist eine der beiden Sprecherinnen der Regionalgruppe München.

Nord

Das Wort zum Mord

Oder: Wie schreibe ich einen Krimi?

Journalistinnen mit den unterschiedlichsten Erfahrungen trafen sich an einem regnerischen Herbstabend in den Räumen des Argument-Verlags in Hamburg. Sie hatten eines gemeinsam: Alle hatten schon darüber nachgedacht oder auch schon damit angefangen, einen Krimi zu schreiben. Von Else Laudan, Lektorin der *Ariadne-Frauenkrimis*, erhofften sie Tipps und Anregungen. Die Krimi-Expertin zerstörte erst einmal alle Illusionen: Von tausend Manuskripten, die auf ihrem Schreibtisch landeten, sei nur eines brauchbar. Sie lege die meisten Manuskripte nach der Lektüre des ersten Absatzes beiseite. Nur wenn es der Autorin gelinge, ganz am Anfang Aufmerksamkeit und Neugierde zu wecken, habe das Buch eine Chance. Trotzdem ermutigte sie die potenziellen Krimi-Schreiberinnen: »Ein Krimi ist dann gut, wenn sich die Autorin im Milieu, in dem er spielt, hervorragend auskennt.« Das Erfolgsrezept der *Ariadne-Krimis*: Die sozialen und gesellschaftlichen Bedingungen spielen immer eine wichtige Rolle. Besonders beliebt seien Krimis mit einem regionalen Bezug, berichtete Else Laudan.

Tina Stadlmeyer ist Mitglied der Regionalgruppe Nord.

Weitere Tipps und Anleitungen in: Else Laudan, Anja Kemmerzell (Hg.): Das Wort zum Mord. Wie schreibe ich einen Krimi? Argument Verlag 1999

Rhein-Main

Heißes Eisen bei heißer Suppe

Fragwürdige Refinanzierung von Unterhaltungsserien

Der neue VW-Beetle als Traumauto der Heldin, Milchtrinken an der CMA-Milchbar als Gehirnpower für Schüler, Wein aus Rheinland-Pfalz beim ersten Flirt – und der zuständige Weinbauminister trat sogar persönlich in der ZDF-Hauptabendserie »Sabine!« auf: Die Recherchen von *epd*-Redakteur Volker Lilienthal zu Kooperationen des ZDF (und anderer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten) mit der werbetreibenden Industrie haben im ZDF-Fernsehrat und in der Öffentlichkeit eine heftige Debatte ausgelöst. Volker Lilienthal hatte unter anderem nachgewiesen, dass bis zu vier Werbepartner Geld dafür gezahlt hatten, dass sie bis in die Dialoge hinein in den Drehbüchern von »Sabi-

ne!« berücksichtigt wurden. Mit seinem ausführlichen Dossier über die Kooperationen des ZDF mit der Wirtschaft sorgte Lilienthal Anfang 2004 für einige Unruhe in der öffentlich-rechtlichen Fernsehlandschaft. Sogar der Fernsehrat beschäftigte sich mit der Frage, inwieweit es einem Sender erlaubt sein kann, etwa das Budget einer Vorabendserie dadurch aufzubessern, dass hier ein Autohersteller oder ein Landwirtschaftsminister beiläufig direkt für ihre Produkte werben können, indem diese Produkte Teil der Spielfilmhandlung werden. Das ZDF hat inzwischen auf die Rechercheergebnisse des investigativen Medienredakteurs reagiert, will für mehr Transparenz sorgen und die inhaltliche Unabhängigkeit des Programms besser sicherstellen.

Bei heißer Suppe – und exklusiv für die Regionalgruppe Rhein-Main packte Volker Lilienthal (der für seine Recherchen zum ZDF den »Leuchtturm« des »Netzwerks Recherche« erhielt) das heiße Eisen noch einmal aus, stellte den Kolleginnen – mit Filmbeispielen illustriert – seine Recherche-Ergebnisse vor und erläuterte seine Kritik am Einfluss der Werbepartner auf die Drehbücher. Anschließend wurde darüber diskutiert, welche Qualitätsmaßstäbe für öffentlich-rechtliche Sender denn gelten sollten – auch in Zeiten knapper Kassen und nur geringfügig steigender Gebühreneinnahmen.

Dietmut Roether ist Mitglied der Regionalgruppe Rhein-Main.

Rhein-Main

Allein unter Männern

Journalistinnen in der Sportredaktion

Sport gilt als eine der letzten männlichen Hochburgen im Journalismus. Laut einer Diplomarbeit, die 2002 am Institut für Journalistik in Dortmund entstand, sind nur sieben Prozent der BerichterstatteInnen weiblich. Als Monica Lierhaus im Januar 2004 die Moderation der »Sportschau« übernahm, schrieb eine Zeitschrift: »Eine Frau schreibt Fernsehgeschichte.« Der Sportjournalismus hat sich zwar in den letzten Jahren den Frauen zunehmend geöffnet, aber er ist nach wie vor männlich geprägt – so lautete auch das Fazit der Sportjournalistinnen Ulrike Spitz, Christa Haas und Martina Knief bei der Veranstaltung »Allein unter Männern – Als Journalistin in der Sportredaktion«, die die Regionalgruppe Rhein-Main im April 2004 in Kooperation mit dem Frankfurter Presseclub veranstaltete. Selbst inhaltlich seien die klassischen Männersportarten, vor allem Fußball, immer noch



WDR2-Hörfunksportchefin und Fußball-Reporterin Sabine Töpperwien AufSchalke auf Arbeit

der Maßstab für die Qualität und Relevanz der Berichterstattung.

»Dass der Fußball zum Maß aller Dinge geworden ist, ärgert mich«, sagte Christa Haas, Sportmoderatorin und -redakteurin beim ZDF. »Auch wer sich nicht mit Fußball auskennt, kann eine gute Sportjournalistin sein.« Ganz klar vertraten aber alle drei Kolleginnen die Meinung, dass eine Journalistin, die hier nicht mithalten und nicht in der Lage sei, in der tradierten (und das heißt, extrem männlich geprägten) Sprache mitzureden, »nie auf einen grünen Zweig kommen wird«.

Dennoch mochte sich keine der Drei beklagen: »Es hat sich für Frauen in den Sportredaktionen unheimlich viel verändert«, so Ulrike Spitz, die Leiterin der Sportredaktion der *Frankfurter Rundschau*. »Als ich vor zwanzig Jahren angefangen habe, haben sich manche Sportler zunächst geweigert, mit mir zu sprechen. Inzwischen ist es fast schick, auch Frauen zu Sportereignissen zu schicken.« Auch Sport- (vor allem Fußball-) Reporterin Martina Knief vom Hessischen Rundfunk bestätigte: »Sportreporterin ist mein Traumberuf.« Allerdings habe es lange gedauert, bis sie auch zu Spielen der zweiten Liga geschickt worden sei: »Die erste Liga ist beim HR immer noch den Männern vorbehalten.«

Dietmut Roether

Regionalgruppen

In folgenden Städten bzw. Regionen unterhält der Journalistinnenbund aktive Gruppen:

Berlin, Düsseldorf, Köln/Bonn, München, Nord, Rhein-Main, Ruhrgebiet, Stuttgart

Aktuelle Termine, Kontakte und nähere Informationen:

www.journalistinnenbund.de > Regional

Starker Journalismus – bessere PR

Zu Gast: Ulrike Röttger,
Professorin für Public Relations

Das Verhältnis von PR und Journalismus ist ein wichtiges und meist heikles Thema. Es sollte kein Tabu sein. Nur wenn wir uns darüber bewusst sind, können wir damit sauber und zum Vorteil beider Bereiche umgehen.

Public Relations (PR) bzw. Öffentlichkeitsarbeit ist die Selbstdarstellung von partiellen Interessen, diese sollen positiv vermittelt werden. Unternehmen, Institutionen, Verbände, Parteien und Kommunen machen Öffentlichkeitsarbeit. Das ist ihr gutes Recht. Journalismus hingegen ist die Fremddarstellung von kollektiv relevanten Informationen, sie sollen der Gesellschaft ermöglichen, sich selbst zu beobachten und zu erkennen, was von Bedeutung ist und wer die AkteurInnen sind. Wegen dieser Funktion und des grundgesetzlich festgelegten gesellschaftlichen Auftrags hat der Journalismus eine besondere rechtliche Stellung.

Ulrike Röttger, PR-Professorin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster, nutzte das Bild vom Marktplatz, auf dem sich jeder und jede darstellen und für sich werben kann. Demokratie erfordert Öffentlichkeit. Wichtig ist allerdings, dass es ein starkes Gegenüber gibt, einen Journalismus, der nach Relevanzkriterien bewertet. Der Alltag in den Redaktionen, die Informationsflut, die Personalausdünnung, die »Arbeitsverdichtung«, darf keine Erklärung dafür sein, dass Pressemitteilungen wortwörtlich unreflektiert abgedruckt werden. Bezeichnend für die aktuelle Situation aber ist, dass Redaktionen schrumpfen und immer mehr JournalistInnen in der PR ihr Geld verdienen. Was dazu führt, dass immer mehr ÖffentlichkeitsarbeiterInnen das journalistische Handwerkzeug beherrschen. Das nützt auch den JournalistInnen. Denn PR und Journalismus brauchen sich gegenseitig im positiven Sinne: Die Journalistin verhilft der PR zu großer Reichweite, die PR erleichtert der Journalistin die Recherche. Es ist legitim, eine Pressemitteilung in die journalistische Berichterstattung zu übernehmen. Jedenfalls im Normalfall. Legitim ist es auch, weil man dadurch Zeit gewinnen kann, um bei relevanteren Themen genau zu recherchieren. Allerdings muss bei Übernahme auf die Quelle hingewiesen werden. Und wenn die Journalistin auch PR macht, kann sie nicht in einer Sache in beiden Rollen auftreten. Also: sauber trennen – Quelle nennen! Für einen starken Journalismus und Qualität in der PR!

Regina Völz ist Sprecherin der Regionalgruppe Ruhrgebiet.

Spurensuche in Tansania

Vorgestellt: Dokumentarfilmerin
Annette Wagner

So heißt der Film, den die Fernsehjournalistin Annette Wagner am 10. November 2004 im Linden-Museum für Völkerkunde in Stuttgart und auf Initiative des JB öffentlich vorführte. Darin vorgestellt wird das Ehepaar Ludwig und Margit Kohl-Larsen, die in den Dreißigerjahren das Jäger- und Sammlervolk der Hadzabe in der Dornbuschsteppe Tansanias erforschten.

Wagners für Arte produzierter Dokumentarfilm ist der dritte, der aus einer mittlerweile siebenjährigen Recherche hervorgegangen ist. Die Journalistin ist inzwischen zur Expertin einer gefährdeten Kultur geworden. Ihr Anspruch ist es, ethnologische Forschungsergebnisse den Beforschten zurückzugeben. So hält sie es auch mit den eigenen Filmen. »In der Hauptstadt Daressalam war man erstaunt, dass ich mich ausgerechnet mit einem unterentwickelten Nomadenvolk befasse. Als ich meine Filme aber in einer Schule zeigte, die auch Hadzabe-Kinder besuchen, ernteten sie Bewunderung für ihr Leben im Busch.«

Wie ursprünglich lebende Völker in der modernen Welt zurecht kommen, wollten die ZuhörerInnen im Linden-Museum von der Filmemacherin wissen. Sie selbst plant jetzt eine DVD, auf der neben den Filmen auch die Stammesmythen und Sagen der Hadzabe (die Kohl-Larsens in den Dreißigerjahren gesammelt haben) in Ton und Text dokumentiert werden sowie ein Buch mit historischen Fotos.

Judith Rauch ist Mitglied der Regionalgruppe Stuttgart.

Nähere Informationen: annette.wagner@swr.de



Frau Kohl-Larsen macht die Hadzabe mit dem Grammophon bekannt.

Blick über die Oder

■ Ina Krauß



*Jahrestagung 2004
in Slubice*



Alles begann mit einem launigen Telefonat: »Wie geht's dir denn so, was machst du, was treibst du?« Ja, man müsse sich mal wieder zum Kaffee verabreden. Warum eigentlich nicht in Frankfurt? An der Oder! Das war im Herbst 2000, wahrscheinlich einer der Tage, an denen man keine Lust hat, ein Manuskript zu schreiben oder eine Pressemitteilung herauszugeben. Wahrscheinlich war der Tag trübe und forderte die grauen Zellen heraus.

Gesagt, getan: Die eine, Sabine Mehwald, hatte das Know-how an der Oder, die andere, ich, hatte das Netzwerk Journalistinnenbund im Rücken. Sabine Mehwald, damals Pressesprecherin der Stadt Frankfurt (Oder), wollte, dass Journalistinnen in ihre geschätzte, aber kaum wahrgenommene Stadt kommen. Sie wollte zeigen, wie schön und voller Wandel dieser Ort ist, dass sich die Stadt an der Ostgrenze Europas verändert, dass Menschen, die dort lange wohnen, vieles verloren, aber auch einiges gewonnen haben. Im Jahr 2000, reichlich zehn Jahre nach den politischen Umwälzungen, erlebte die Stadt Auf- und Abbruch: Firmen und Jobs abgebaut, Europa-Universität aufgebaut.

All das sollten 14 Kolleginnen aus dem JB im Oktober 2001 sehen können: Verfall und Aufbau; Frankfurt und Slubice, die Schwesterstadt auf der Ostseite der Oder; die Europa-Universität Viadrina mit dem Gewirr aus jungen Menschen und vielen Sprachen und das Collegium Polonicum auf der

polnischen Seite. Dazwischen die »Brücke der Freundschaft«, über die viele Menschen in beide Richtungen eilen: zum Job, zum Einkaufen, zum Studieren. Noch mussten wir einen Pass dabei haben.

Es war ein Ritt durch die Grenzstadt in zwei Tagen: Gespräche mit Wirtschaftsexperten, die noch an eine Chipfabrik im Osten glaubten, ein Stadtrundgang mit Stadtplanern und eine Einführung in sozialistische Platte und Nachbarschaftsstrukturen, eine anregende Diskussion mit der Universitätspräsidentin Prof. Gesine Schwan und ihrem Kollegen Prof. Karl Schlögel über das Modell Viadrina und den mangelnden Blick nach Osten. Frankfurt (Oder) zwischen Hightech und Osterweiterung. Und immer den Blick auf Slubice, Gespräche und Diskussionen – spannend und auch irritierend. Staunend blickten wir vom Dach des Collegium Polonicum auf die ruhig fließende Oder. Uns wurde klar, wie viel es zu lernen gibt über den Nachbarn und die Nachbarin.

Damit war die Neugier geweckt: Denn Polen – das sind nicht nur die Putzfrau und der Fliesenleger, das Stundenhotel und der Sonntagsmarkt für deutsche Schnäppchenjäger. Polen ist auch ein Land, dessen Menschen einst gegen den »großen Bruder« Sowjetunion rebellierten, ein Land, in dem der Katholizismus massiv in Frauenrechte eingreift und vor allem ein Land, das selbstbestimmt seinen Platz in Europa sucht, ein Land – für viele ganz weit im Osten – das sich verändert, expandiert, näher rückt. Und damit auch manches alte Ressentiment schürt.

Manche Kollegin ist nach diesem Ausflug beflügelt, eine beginnt sogar, polnisch zu lernen und sie steckt andere an. So entsteht die Idee in der Berliner Regionalgruppe des JB, die Jahrestagung 2004 grenzüberschreitend zu denken und in die Tat umzusetzen. Erica Fischer ist treibende Kraft, sie reißt mit. Im Juni 2004, keine zwei Monate nach dem Beitritt Polens zur EU, sitzen über 120 Journalistinnen, darunter dreißig polnische Kolleginnen im Collegium Polonicum in Slubice, debattieren über kulturelle Unterschiede zwischen Polen und Deutschland, diskutieren über das Frauenbild in polnischen und über das polnische Bild in deutschen Medien. Wir versuchen zu verstehen, was der Mythos von »Matka Polka« (Mutter Polin) bewirkt, und beiläufig fragt sich die eine oder andere nach dem Motto der Tagung: Warum Wanda in die Weichsel sprang? (Weil jene polnische Prinzessin einst lieber ins Wasser ging, als einen preußischen Markgrafen zu ehelichen. So zumindest erzählt es eine alte Krakauer Legende.)

Wir kommen mit polnischen Kolleginnen ins Gespräch, vorsichtig, neugierig. Noch während der Tagung werden Pläne geschmiedet: Von einem

deutsch-polnischen Journalistinnen-Projekt ist die Rede, eine Art deutsch-polnisches Austauschprogramm für Journalistinnen. Gemeinsame Recherche zu unterschiedlichen Themen, gemeinsames Publizieren, gemeinsames Arbeiten in Redaktionen – vielleicht. Bozena Choluj, Professorin für Kulturwissenschaften an der Universität in Warschau und an der Viadrina, Ulrike Helwerth und Erica Fischer setzen sich zusammen und kommen beim Projektieren richtig in Schwung. Aber vorerst bleibt es eine Idee, denn für dieses Projekt braucht es, wie so oft, Sponsorinnen und Sponsoren, Kolleginnen, die tatkräftig mitplanen und organisieren – und Vorbereitungszeit.

Doch sind wir einen Schritt weiter gekommen. Im Mai 2005 gehen rund zwei Dutzend Journalistinnen, die meisten aus dem JB, auf große Fahrt. Auf eine Polenreise – in Zusammenarbeit mit der Bundeszentrale für politische Bildung. »Zwischen Putzen und Powern« hat bewusst ein Klischee im Titel aufgegriffen, denn auch wir sind nicht frei davon. Aber wir dürfen sicher sein: Mit Katarzyna Weintraub, Journalistin, Übersetzerin und Literaturagentin, die unsere Wünsche und Ideen in ein abwechslungsreiches Programm umsetzt, konnten wir eine polnische Kollegin mit profunden Kenntnissen gewinnen. Sie hat uns den Kontakt zu interessanten Gesprächspartnerinnen in Polen vermittelt: Politik, Kirche, Frauenrechte, deutsch-polnische Geschichte und Frauenpower – all das werden wir binnen sieben Tagen zwischen Warschau, Torun, Breslau und Danzig kennen lernen.

Ina Krauß ist Vorstandsmitglied des Journalistinnenbundes und betreibt u. a. das erfolgreiche »Reisebüro Krauß«, das dem Verein viele interessante Unternehmungen beschert.

Zur EU-Kommission nach Brüssel

Vom Charme der Zahlen und Expertinnen

■ Ina Krauß

Im Januar 2005 reisten 22 JB-Kolleginnen auf Einladung der EU-Kommission nach Brüssel, erlebten acht Monate nach der EU-Erweiterung die erste große Kommission und bekamen einen flüchtigen Eindruck von der Dimension, die das Europa der 25 inzwischen angenommen hat.

Frauen in Brüssel wollten wir sehen, sprechen, hören. Und davon gibt es in diesem gemeinsamen Europa eine ganze Menge: junge und alt gediente, Berufene und mit Berufung, Mütter und Mutige, kämpferische allemal. Es ging zu wie im Taubenschlag. Waren wir gerade mit einer Referentin dabei, das Vokabular zwischen EU-Kommission, Europarat und EU-Parlament richtig auseinander zu halten, lockte schon die nächste Expertin mit Haushalt und Budget, jonglierte mit Zahlen und wusste, welches Land mehr einzahlt und

welches Ressort künftig weniger Geld bekommt. Wer nicht aufpasste, verlor den Anschluss. Zahlen haben ihren eigenen Charme. Auch Kommissarinnen, Direktorinnen, Mitarbeiterinnen. Nur eine knappe und ganz subjektive Auswahl: Benita Ferrero-Waldner lächelt österreichisch-konservativ, die Polin Danuta Hübner kämpft still, aber selbstbewusst, und Luxemburgs EU-Schlager Viviane Reding überzeugt wortreich. Brüssel, erleben wir, funktioniert hoch professionell und wer all seine Sinne für die Vielfalt der Themen ausgefahren hat, begreift in aller Kürze: Die Stadt ist ganz sicher eine Beamtenhochburg, aber für Journalistinnen unglaublich bereichernd. Und wer nicht genau weiß, ob Europa in der redaktionellen Ressortzuordnung nun zur Innen- oder zur Außenpolitik gehört, sollte sich schnellstens auf den Weg nach Brüssel machen.



Der Journalistinnenbund wurde 1987 von frauenpolitisch engagierten und interessierten Kolleginnen gegründet und zählt derzeit rund 450 Mitglieder.

Wir sind ein bundesweites, berufsbezogenes und Generationen übergreifendes Netzwerk für Frauen, die hauptamtlich als Journalistinnen tätig sind oder aus dem Journalismus in verwandte Beschäftigungen (PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Pressestellen etc.) gewechselt sind.

Die Veränderungen in der Branche lassen die Zahl der freiberuflich Tätigen ständig anwachsen. Auch in unserem Netzwerk machen die »Freien« heute den größeren Teil der Mitglieder aus. Viele arbeiten als »Einzelkämpferinnen«, oft unter prekären Bedingungen.

Der Journalistinnenbund fördert die Kommunikation, den Erfahrungsaustausch, den Zusammenhalt und die gegenseitige Hilfe zwischen seinen Mitgliedern.

Frauen haben den Journalismus längst für sich erobert. Je nach Medium besetzen sie heute zwischen 25 und 50 Prozent der Redaktionsposten. Doch in den oberen Leitungs- und Entscheidungsfunktionen sind sie immer noch kaum anzutreffen.

Der Journalistinnenbund setzt sich für die Förderung von Frauen und die paritätische Besetzung aller Positionen in den Medien ein.

Medienmacherinnen kommen immer mehr zum Zug. Das Bild von Frauen in den Medien hat das bislang aber kaum verändert.

Der Journalistinnenbund fordert Geschlechterdemokratie in der Berichterstattung und betreibt eine kontinuierliche und kritische Medienbeobachtung.

Impressum

Journalistinnenbund e.V. (JB)
In der Maar 10
53175 Bonn
Tel./Fax: 0228 312747
journalistinnenbund@t-online.de
www.journalistinnenbund.de

Redaktion und V.i.S.d.P.

Ulrike Helwerth

Lektorat

Karin Nungeßer

Herstellung

Michael Pickardt

Druck

Agit GmbH, Berlin

Fotos

Regine Bönsch (17)
Sandra Doedter (17)
dpa (5)
Kohl-Larsen-Archiv, Tübingen (22)
Ina Krauß (14)
Stefan Kuhn (21)
Frauke Langguth (U3)
Annika Noffke (3, 8, 11, 13)
Susanna Rietschel (Titel)
Ingrid Scheffer (19)
Karin Tippmann (14)
Natalie Weber (23)
Anna Weise (23)

Erscheinungsdatum

Juni 2005