

## Der G-Faktor: Gendersensibler Journalismus

Mehr Qualität, mehr Quote!

Eine Argumentationshilfe zur Einführung von Gendertrainings  
in die journalistische Aus- und Fortbildung.  
Rechercheergebnisse von Elke Amberg

Inhalt:

1. Bereich Politik	2
1.1. Politikerinnen kommen vor – Studie Schweiz	2
1.2. Medien haben Spielräume – Studie Tageszeitungen	3
2. Bereich Sport – NBC-Sportberichterstattung	4
3. Bereich Unterhaltung – Frauen als Zielgruppe	4
4. Bereich Gesellschaft	
4.1. Klischees von gewalttätigen älteren Männern – Studie Sexueller Missbrauch und Medien	5
4.2. „Ehedrama“ oder einfach „Mord“? – Leitfaden Frauenbüro Wien	6
5. Gendersensibilität institutionell fördern und fordern – BBC-Richtlinien	7

Gendersensibler Journalismus soll ein fester Bestandteil der journalistischen Aus- und Fortbildung werden. Das hat sich der Journalistinnenbund zum Ziel gesetzt: Die Lebenswirklichkeiten von Männern und Frauen angemessen darzustellen, beide Geschlechter entsprechend ihrem Anteil zu Wort kommen zu lassen, verächtliche Stereotype zu vermeiden – das sollte für seriöse Medien eine Selbstverständlichkeit sein.

Es gibt Beispiele: Programme und Programmpolitik, Richtlinien, Sendungen und Texte, die zeigen, was Gendersensibilität bedeutet und wie damit die Qualität journalistischer Produkte erhöht werden kann. Durch das Einbeziehen von Genderperspektiven können LeserInnen, HörerInnen und ZuschauerInnen gebunden werden, sodass ein Mehr an Genderqualität nicht nur zu einer angemessenen, gerechteren und realitätsnäheren Darstellung führt, sondern auch gleichermaßen auf die Bedürfnisse des männlichen und des weiblichen Publikums eingeht. Im Endeffekt erhöhen sich dadurch auch die Zahl der LeserInnen und die Einschaltquoten.

## 1. Bereich Politik

### 1.1. Politikerinnen kommen vor

Einige Schweizer Medien haben dafür gesorgt, dass ihre Politikerinnen ebenso wie die Politiker entsprechend ihrem Anteil an den Kandidaturen zu Wort kommen - durch intensive Frauenförder- und Gendermaßnahmen in den nationalen Radio- und Fernsehsendern.

Seit 1991 werden in der Schweiz Studien gemacht, die den Redeanteil von Politikerinnen und Politikern in Wahlsendungen untersuchen. Ziel ist herauszufinden, ob die in den Radio- und Fernsehsendungen gewährte Redezeit der realen Verteilung von kandidierenden Männern und Frauen entspricht. In verschiedenen Sendeanstalten haben intensive Aktivitäten von Frauengruppen und Gender-Mainstreaming-Maßnahmen die Sensibilität in den Chefetagen und auf Redaktionsebene erhöht. Zum Teil wurde in den Anstalten auch quotiert.

Entsprechend gut fiel das Ergebnis aus - insbesondere bei den drei nationalen Fernsehsendern des SRG SRR. Hier waren die Politikerinnen mit 27%, 32% und 42 % entsprechend dem Anteil realer Kandidatinnen (durchschnittlich 35 %) angemessen oder sogar gut vertreten. Wobei sich der deutschsprachige Sender SR DRS im Vergleich zu den vorangegangenen Wahlen 1999 um 19 Prozentpunkte auf 42 % steigern konnte. Dazu Chefredakteur Ueli Haldimann: „Es ist für uns selbstverständlich, dass wir einen angemessenen Frauenanteil in unseren Sendungen haben.“

Eine realitätsnahe geschlechtergerechte Präsenz von Kandidaten und Kandidatinnen verändert auch die diskutierten Inhalte: Politikerinnen, so die qualitative Auswertung, bringen mehr sozialpolitische Themen ein. Genauso zeigte ein Mehr an Moderatorinnen, wie es beim nationalen Schweizer Radio SR DRS1 diagnostiziert wurde, positive Wirkungen, wie Chefredakteur Marco Färber bestätigte: Es sei wichtig, Frauen als Interviewerinnen einzusetzen, sie seien für gewisse Themen sensibler als Männer.

#### **Downloads:**

Pressemitteilung des SRG SSR idée suisse und der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen vom 16.3.2005 „Größere Medienpräsenz von Frauen dank Bewusstseinswandel“

[http://www.frauenkommission.ch/pdf/38\\_medienmittlg\\_d.pdf](http://www.frauenkommission.ch/pdf/38_medienmittlg_d.pdf)

Sonja Stalder: Eidgenössische Wahlen 2003: Medien, Politik und Geschlecht. Eine geschlechtsspezifische Analyse des Informationsangebots von Schweizer TV- und Radio-Stationen im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2003, Bern 2004

Kurzfassung (30 S.)

[http://www.frauenkommission.ch/pdf/38\\_srg\\_medienstudie\\_kurz\\_de.pdf](http://www.frauenkommission.ch/pdf/38_srg_medienstudie_kurz_de.pdf)

Langfassung (99 S.)

[http://www.frauenkommission.ch/pdf/38\\_srg\\_medienstudie\\_integral\\_de.pdf](http://www.frauenkommission.ch/pdf/38_srg_medienstudie_integral_de.pdf)

## 1.2. Medien haben Spielräume

Wodurch kann die Medienpräsenz von Frauen auf den Hauptnachrichtenseiten der Tageszeitungen erhöht werden? Indem beispielsweise die großen Themen der internationalen Politik „herunter gebrochen werden“.

Im Rahmen des dritten weltweiten Global Media Monitoring Projects (GMMP), das für die deutschen Medien erneut vom Journalistinnenbund durchgeführt wurde, wurden an der Universität Lüneburg unter Leitung von Prof. Dr. Jutta Röser über einen Zeitraum von zwölf Wochen die Titel- und Hauptnachrichtenseiten von elf großen Tageszeitungen intensiver ausgewertet. Im Gesamtergebnis waren weibliche Akteure mit einer namentlichen Nennung von 18 % stark unterrepräsentiert.

Deutlich über dem Durchschnitt lagen dabei die Leipziger Volkszeitung (27 %) und die Westdeutsche Allgemeine Zeitung (22 %). Schlusslichter sind die Frankfurter Allgemeine Zeitung (12%), das Handelsblatt (13%) und die Tageszeitung (15%). Süddeutsche Zeitung (19%), Frankfurter Rundschau (17%) und Welt (19%) liegen im Mittelfeld.

Bemerkenswert ist, dass die politische Ausrichtung offensichtlich nicht den Ausschlag gibt, ob weibliche Akteure marginalisiert werden.

Die ersten inhaltlichen Analysen liefern Anhaltspunkte dafür, wie die vergleichsweise hohen Anteile von Akteurinnen in der Berichterstattung der beiden Positivbeispielen zustande gekommen sind. Beispielsweise wurden die „großen“ Themen der internationalen Politik „herunter gebrochen“. So nahm die Westdeutsche Allgemeine Zeitung das Kyoto-Protokoll zum Anlass, um die damalige nordrhein-westfälische Ministerin Bärbel Höhn zu befragen.

Vorläufiges Fazit von Prof. Dr. Röser: „Diese Spannbreite 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.“

### Weitere Infos:

Jutta Röser: Positivbeispiel Regionalpresse. Frauen und Männer in den Hauptnachrichten der Tageszeitung. In: Der G-Faktor. Gender-Perspektiven in den Medien. Hg.: Journalistinnenbund e.V., Bonn 2005, S. 13 f

Gedruckte Broschüre bestellen: [journalistinnenbund@t-online.de](mailto:journalistinnenbund@t-online.de)

## 2. Bereich Sport

### Hinter den Siegen

Sport ist eine Männerdomäne. Trotzdem gelang es dem amerikanischen Network NBC 30% mehr Frauen für die Sportberichterstattung zu interessieren. Sie porträtierten die Menschen „hinter den Siegen“.

Der Fernsehsender NBC konnte durch eine veränderte Sportberichterstattung bei der Olympiade 1996 30% mehr Frauen erreichen und damit die Einschaltquoten deutlich erhöhen. Ergebnisse qualitativer Medienforschung hatten dazu geführt, die Sportberichterstattung mit narrativen Berichtsformen anzureichern. Die Ausgangshypothese dieser Programmveränderungen lautete: Männer und Frauen sitzen gern gemeinsam vor dem Fernseher, weswegen die Art der Sportberichterstattung auch die Wahrnehmungsvorlieben von Frauen ernst nehmen muss. Horst Stipp vom Development Research des amerikanischen Networks NBC erläuterte dies bei den Mainzer Tagen der Fernseh-Kritik 1997: „(...) dass Männer zugucken würden, das wussten wir. Es ging darum, dem Bedürfnis der Frauen nachzukommen. Die wollten mehr Stories, die wollten Drama.“ Frauen seien an den Personen und Geschichten „hinter den Siegen“ interessiert. „Die wollten nicht nur Ergebnisse. (...) Wir mussten also ganz bewusst versuchen, den Zeitgeist und Publikumsgeschmack zu treffen.“

#### Weitere Infos:

Peter Christian Hall, Dagmar Skopalik (Hg): Weibsbilder und TeleVisionen. Frauen und Fernsehen. 30. Mainzer Tage der Fernsehkritik. Mainz 1998, S. 156 ff

## 3. Bereich Unterhaltung

### Eingehen auf die Zielgruppe Frauen

Männer sehen auch Frauenfilme, aber Frauen kaum Männerprogramme. Denn Männer haben auch weibliche sensitive Eigenschaften. Die Filmindustrie geht schon lange gezielt auf den weiblichen Publikumsgeschmack ein.

Im Bereich Unterhaltung wird auf den (weiblichen) Publikumsgeschmack schon seit Jahren stärker eingegangen. Der Anteil berufstätiger Frauen in den Serien beispielsweise hat sich seit den 60er Jahren enorm erhöht. Hans-Wolfgang Jurgan, der Geschäftsführer der ARD-Tochterfirma Degeto (zuständig für die Eigenproduktionen der ARD) begründet die hohen Marktanteile der Degeto-Filme von oftmals über 14 % mit dem erfolgreichen Eingehen auf die Zielgruppe Frauen. Demnach würden „(...) die Frauen (heute) sehr viel stärker entscheiden, was geguckt wird. Und sie wollen andere Themen, andere Genres sehen. Sei eine Geschichte allzu männerlastig, verliere man das weibliche Publikum. Werde die gleiche Geschichte aus einem weiblichen Blickwinkel erzählt, sei es wieder da. ‚Männer‘, ergänzt (Regisseur Nico) Hoffmann, ‚haben ja auch weibliche sensitive Eigenschaften und schauen

sich deshalb gern auch weiblich erzählte Filme an.' Das sei der Unterschied: Männer sehen auch Frauenfilme, aber Frauen kaum Männerprogramm.“

**Download:**

Gangloff, Tilmann P.: Mit dem weiblichen Blick. Freitagfilme: Warum die ARD die Woche mit Herz-Schmerz ausklingen lässt. In: Hamburger Abendblatt vom 1.7.2005  
<http://www.abendblatt.de/daten/2005/07/01/454177.html>

## **4. Bereich Gesellschaft**

### **4.1. Klischees von gewalttätigen älteren Männern**

Zwischen Zeitungsberichterstattung und Einstellungen der LeserInnen gibt es deutliche Parallelen. Am Beispiel des Themas „Sexueller Missbrauch“ wurden diese Zusammenhänge erforscht. Erfreulich: Zwei Tageszeitungen, die sich in Sachen Umgang mit den Tätern für Rückfallprävention (Zwangstherapie, etc.) aussprachen, bewirkten bei ihren Leserinnen und Lesern ähnliche Einstellungen.

Im Rahmen eines DFG-finanzierten Forschungsprojekts wurden zum einen Kriminalstatistiken zum Thema „Sexueller Missbrauch“, zum anderen die Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ), der Süddeutschen Zeitung (SZ) und der BILD-Zeitung in den Jahren 2002 und 2003 ausgewertet. Drittens wurde eine Quotenstichprobe der bundesdeutschen Bevölkerung (277 Personen) befragt.

Die Studie fand heraus, dass es zwischen Zeitungsberichterstattung und Bevölkerungsvorstellungen deutliche Parallelen gab: Alle drei Zeitungen thematisierten nur selten die Ursachen und Folgen für Missbrauchsoffer und hatten stattdessen sehr häufig schweren sexuellen Missbrauch im Fokus, wobei insbesondere die „Triebfaktoren“ und Defizite der Täter interessant waren. Dies spiegelte sich in den Einstellungen der Befragten.

Positiv fiel auf, dass sich im Gegensatz zu BILD-LeserInnen, FAZ- und SZ-LeserInnen für Rückfallprävention bei Tätern aussprachen. Eine Einstellung, die auch in dieser Berichterstattung der beiden Medien, nicht aber in der BILD-Zeitung, vertreten wurde.

Im experimentellen Teil der Studie wurde nachgewiesen, dass LeserInnen von Artikeln, in denen der Fokus auf dem so genannten Fremdtäter lag, stereotype Vorstellungen entwickelten, z. B. „Täter sind gewalttätige ältere Männer“. LeserInnen von Artikeln, die nur die Kurzzeitfolgen (körperliche Wunden, Schockzustände, etc.) für die missbrauchten Kinder thematisierten, „verhängten“ bei einer anschließenden Befragung mildere Urteile für die Täter. Artikel, in denen jedoch die Langzeitfolgen (Folgen für Psyche und Verhalten) thematisiert wurden, bewirkten bei den Leserinnen und Lesern ein häufigeres „Anbieten von Unterstützung“ als die Vergleichsartikel, die nur über Kurzzeitfolgen berichteten.

**Download:**

DGPuK-Newsletter Nr. 14 vom Juni 2005, Bertram Scheufele: Sexueller Missbrauch. Mediendarstellung und Medienwirkung. <http://www.dgpuk.de/newsletter/index.cfm?id=1449>

Studie von Bertram Scheufele ist demnächst über das Institut für Kommunikationswissenschaft der Münchner Universität erhältlich.

**4.2. „Ehedrama“ oder einfach „Mord“?**

Ein „Leitfaden für sensible Berichterstattung in den Printmedien“ bezogen auf das spezielle Thema „Gewalt gegen Frauen“ gibt Anregungen wie eine stereotype Darstellung vermieden werden kann.

Das Frauenbüro Wien hat in Zusammenarbeit mit Frauenorganisationen einen „Leitfaden für sensible Berichterstattung in den Printmedien“ bezogen auf das spezielle Thema „Gewalt gegen Frauen“ erstellt. Dieser 2002 herausgegebene Leitfaden enthält unter anderem Checklisten und vertiefende Hinweise.

Welche Konnotationen werden durch das Verwenden bestimmter Begriffe erzeugt? Ausdrücke wie „Ehedrama“ oder „Familientragödie“ vermitteln den Eindruck, dass die Tat unvermeidlich und schicksalhaft war. Begriffe wie „Sex-Spiele“ oder „Sex-Strolch“ rücken fälschlicherweise den Aspekt der Sexualität in den Vordergrund und verharmlosen dadurch die Gewalttat. Die saloppe Kurzform „Sex“ ist in Gewaltberichten besonders problematisch, da sie mit Lust assoziiert wird.

Stattdessen sollte klar benannt werden, was stattgefunden hat: Vater erdrosselt seine Tochter, Mann tötet seine Frau, Gewalttäter zwingt Mädchen zu sexuellen Handlungen ....

Sabine Funk, Brigitte Geiger: Thema Gewalt an Frauen. Ein Leitfaden für sensible Berichterstattung in den Printmedien. Hg: Frauenbüro der Stadt Wien. Wien 2002

Fordern Sie per E-Mail den Leitfaden im Frauenbüro Wien an unter:  
[frauen@m57.magwien.gv.at](mailto:frauen@m57.magwien.gv.at)

Oder klicken Sie sich auf den Website des Frauenbüros und bestellen dort:  
<https://www.wien.gv.at/ma57/forms/index.htm>

## 5. Gendersensibilität institutionell fördern und fordern

### Redaktionsstatute und Programmrichtlinien

Die BBC-London ist der einzige uns bekannte Sender, der Diversity-Leitlinien für die Produktion entwickelt hat. Die „Producers Guideline. The BBC's Values and Standards“ enthält ethische Richtlinien und Standards zur Antidiskriminierung von Frauen, ethnischen Minderheiten, Menschen mit Behinderungen, religiösen Gruppen, sexuelle Orientierung und ältere Menschen.

Im Folgenden finden Sie Ausschnitte aus: Producers's Guidelines. The BBC'S Values and Standards. London 2000. (72 Seiten), die bis zum 25. Juli 2005 gültig waren.

- S. 45: 3.4. Violence Against Women
- S. 51: III. Women
- S. 53: VII Sexual Orientation

Unterpunkt: Fiktionale Darstellung von Gewalt

#### *3.4 Violence Against Women*

Violence against women in drama should not encourage the notion that women are to be exploited or degraded through violence or are, other than exceptionally, willing victims of violence. Rape is nothing but a tragedy for its victim and it would be wrong to suggest otherwise.

Violence against women should not be portrayed as an erotic experience. Where in rare cases, a link between violence and sexual gratification is explored as a serious theme in drama, any depiction must be justified by its context and not simply designed to arouse.

Similar sensitivities apply to violence against children.

Unterpunkt : Portrayal

#### 3 WOMEN

Women form the majority of the population in the UK. In spite of laws and changing attitudes women are still discriminated against in some respects and are often under-represented in programmes. Older women are particularly under-represented in programmes and their portrayal is often limited.

Use of non-sexist language is one way to avoid perpetuating the impression that certain activities are the preserve of one sex only.

For many words which refer to a time when women were barred from many types of work (firemen, policemen, taxmen, newsmen, manning) there are comfortable alternatives which are not sexist (firefighters, police officers, tax inspectors, journalists, staffing).

Some people are uncomfortable at the use of some non-sexist terms. It is always possible to re-write a sentence to avoid both sexism and political correctness. However, we should respect people's wishes about how we refer to them. If someone calls himself or herself the "Chair" of an organisation it is not for us to make them Chairman or Chairwoman or vice versa.

## 7 SEXUAL ORIENTATION

BBC programmes must not be vehicles for prejudice. Lesbians and gay men can be particularly subject to thoughtless and offensive stereotyping. Gay and lesbian people, and those who are bi-sexual, make up a significant minority entitled to be served and treated fairly by the BBC. Programme makers should remember that homosexuals play a full range of roles in society. They have the same right as others to see that range truthfully portrayed.

### *7.1 Stereotyping*

Stereotyping is a particular danger if the gay characters we portray are present only because of their sexuality or if their sexuality is their main distinguishing characteristic. Remember that sexual orientation may be an incidental characteristic. We must not confuse homosexuality with transvestism or trans-sexualism, neither of which relates specifically to a person's sexuality.

Programmes must not allow offensive assumptions or generalisations in scripted material, and interviewees who express them need to be challenged with vigour.

### *7.2 Acknowledging sexuality*

When relevant, there should be straightforward reference to the publicly- acknowledged homosexuality of well-known people and their acknowledged partners. This might occur, for example, in profiles, obituaries and other contexts where it is strictly relevant or where heterosexual relationships would be considered similarly relevant. However, it is not for the BBC to force matters of sexuality into the open. We have a strong regard for privacy in this as in other matters.

### *7.3 Terminology*

Be sensitive to the effect of language. 'Homosexual' has wide currency. 'Gay and lesbian' is often preferred and is certainly acceptable. There is no place in factual programmes for our use of words like 'queer', 'dyke', 'fairy' or 'poof': when contributors use them in a pejorative way they should be challenged wherever possible.

When they are used by characters in drama programmes they are just as sensitive as racial abuse and should be considered accordingly.