

# Optionen und Maßnahmen



UniNETZ –  
Universitäten und nachhaltige  
Entwicklungsziele

Österreichs Handlungsoptionen  
zur Umsetzung  
der UN-Agenda 2030  
für eine lebenswerte Zukunft.



# Gender- und diversitätssensible Mediengestaltung als Kriterium einer Medienförderung

05\_03

Target 5.1, 5.5

**Autor:**

Palucki, Maciej (*Technische Universität  
Wien*)

**Reviewerin:**

Kraus, Doris (*Presseclub Concordia*)

## Inhalt

3	05_03.1	Ziele der Option
3	05_03.2	Hintergrund der Option
9	05_03.3	Optionenbeschreibung
9	05_03.3.1	Beschreibung der Option bzw. der zugehörigen Maßnahmen bzw. Maßnahmenkombinationen
11	05_03.3.2	Erwartete Wirkungsweise
11	05_03.3.3	Bisherige Erfahrung mit dieser Option oder ähnlichen Optionen
11	05_03.3.4	Zeithorizont der Wirksamkeit
12	05_03.3.5	Interaktionen mit anderen Optionen
12		Literatur

### 05\_03.1 Ziele der Option

Die Targets 5.1. *Alle Diskriminierungen von Frauen und Mädchen überall auf der Welt beenden* und 5.5. *Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen* stehen bei der Option 5\_03 im Fokus.

Medien wie Presse, Rundfunk und Onlineportale erfüllen in unserer Gesellschaft wichtige Funktionen wie Information, Meinungs- und Bewusstseinsbildung. Sie nehmen als vierte Gewalt in Demokratien eine zentrale Kontrollfunktion ein. Medien bekommen, entsprechend gewisser Kriterien, öffentliche Fördermittel vom Staat. Gesellschaftliche Themen wie Chancengleichheit, (Anti-)Diskriminierung, Maßnahmen gegen Gewalt an Frauen, Sexismen (Stichwort: Hass im Netz) und Rassismen bekommen von Medien hinsichtlich des Inhalts und der (Bild-)Sprache nicht jenen Stellenwert oder jene Ernsthaftigkeit, der/die angemessen wäre. In den österreichischen Redaktionen, vor allem betreffend Führungsebenen, lässt sich zudem feststellen, dass es punkto Gender und Diversität kein repräsentatives Abbild der Gesellschaft gibt.

*Gender Equality* bzw. Gender- und diversitätssensible Mediengestaltung soll bis 2030 ein Kriterium bei der Vergabe öffentlicher Fördermittel (Presse- und Medienförderung) oder Projektförderungen für Medien sein. Die Ziele dieser Option können in drei Aspekte unterteilt werden, die eine bewusstseinsbildende Funktion für die Gesellschaft haben:

1. Paritätische Repräsentanz von Frauen in den Medien/Organisationen, im Sinne der Gleichstellung von Frauen am Arbeitsmarkt (Republik Österreich, 2020a), die sich in Leitungsfunktionen (Gesamt-, Teil-, Projektleitungen) in den Redaktionen der Verlage/Sender (Frauenquote) und in der gleichen Bezahlung ausdrückt. Im *Regierungsprogramm 2020-2024* wird beim Punkt Gleichstellung von Frauen Arbeitsmarkt explizit der „*Ausbau und Stärkung der Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten*“ angeführt (Republik Österreich, 2020, S. 41);

2. Stärkere Repräsentation bzw. Inklusion von Frauen in den Medien. Diese soll sich in Sprache (geschlechtergerechte Sprache) als auch in der Bildsprache und den Inhalten (Akteur\_innen) ausdrücken. Dabei sollen Frauen nicht als homogene Gruppe, sondern als vielfältige Personen mit heterogenen und diversen Lebens- und Berufsrealitäten, Familienmodellen, Interessen, Glauben und Weltanschauungen, sexuellen Orientierungen und Geschlechteridentitäten abgebildet werden;

3. Bekämpfung von Sexismen, Stereotypen sowie Gewalt an Frauen durch sichtbare gender- und diversitätssensible (Bilder-)Sprache und Inhalte, die in den ethischen Richtlinien festgehalten werden sollen sowie die systematische und regelmäßige Analyse und Evaluierung von Geschlechterverhältnissen im österreichischen Journalismus.

### 05\_03.2 Hintergrund der Option

Geschlecht ist in unserer Gesellschaft eine zentrale Strukturkategorie (Aulenbacher, 2008; Beer, 1990). Die (Re-)Produktion von Geschlechterrollen und -normen prägt und hierarchisiert den Arbeits- wie auch den Privat- und Familienkontext (Althoff et al., 2001). Im Kontext der Erwerbstätigkeit

sind die horizontale und die vertikale Geschlechtersegregation Ursachen für ein geschlechtsspezifisches Lohngefälle, den *Gender Pay Gap*. *Horizontale Segregation* erklärt die ungleiche Verteilung auf Branchen und Arbeitsbereiche: Männerdominierte Bereiche weisen eine höhere Entlohnung auf, männlich konnotierte Arbeit wird ungleich höher bewertet als weiblich konnotierte. *Vertikale Segregation* erklärt die ungleiche hierarchische Verteilung von Männern und Frauen in der Wissenschaft (*Leaky Pipeline*) und Wirtschaft (*Gläserne Decke*) (Kahlert, 2013).

Wie Wirtschaftssektoren sind auch Organisationen gegendert. Sie sind nicht geschlechtsneutral, sondern gestalten als vergeschlechtlichte und vergeschlechtlichende Organisationen den Erwerbsarbeitskontext (Acker, 1990). Das gilt auch für journalistische Organisationen. Die Journalismusbranche ist generell nach wie vor eine männlich geprägte. Das *Gendering* (Axeli-Knapp, 1993), also der Prozess der Produktion und der ständigen Reproduktion von sozialen Geschlechterverhältnissen in der Gesellschaft und von Teilbereichen, ist auch im Journalismus nach wie vor feststellbar. Chefredaktionen werden zu meist von Männern geleitet. Als freie Mitarbeiter\_innen fungieren meist Frauen. Weiche Ressorts in Redaktionen wie Kultur oder Gesundheit werden Frauen zugeschrieben, harte Ressorts wie Politik oder Wirtschaft Männern (Lünenborg, 2006). In den Führungsebenen gibt es kaum Frauen. Auch der *Gender Pay Gap*, die geschlechterungleiche Bezahlung bei gleicher Qualifikation und Tätigkeit, ist im Journalismus nach wie vor festzustellen (Weischenberg, Malik & Scholl, 2006).

Dies trifft auch für journalistische Organisationen in Österreich zu. Statistiken belegen diese geschlechtsspezifischen Ungleichheiten: Im österreichischen Journalismus sind hauptberuflich 5346 Personen, davon 60 Prozent, in Personenzahlen 3226, in den Printmedien tätig. 1814 Personen arbeiten im Bereich Rundfunk, 121 bei Online-Medien und 185 sind in journalistischen Agenturen tätig. Das Geschlechterverhältnis bei hauptberuflichen Journalist\_innen in Österreich liegt bei 53 Prozent Männer zu 47 Prozent Frauen. Ein zentraler Indikator für die männlich geprägte Branche zeigt sich in der ungleichen Bezahlung. Zwar haben im Journalismus tätige Frauen durchschnittlich eine höhere Ausbildung (etwa akademische Abschlüsse), trotzdem verdienen Männer mehr: 57 Prozent der im Journalismus in Österreich tätigen Frauen verdienen unter 3.500 Euro (monatliches Bruttogehalt), während es bei den Journalisten 42 Prozent sind. Auch bei der Wochenarbeitszeit ist ein *Bias* festzustellen, 80 Prozent der im Journalismus tätigen Männer haben Vollzeitstellen, während es bei Frauen im Journalismus lediglich 55 Prozent sind. 14 Prozent der im Journalismus tätigen Männer haben leitende Positionen. Bei im Journalismus tätigen Frauen sind es acht Prozent. Zwei Drittel aller Leitungsfunktionen – mit Budget- und/oder Personalhoheit – sind im österreichischen Journalismus von Männern besetzt, nur ein Drittel von Frauen (33 Prozent). Es kann hier zwischen mittleren leitenden Positionen (Ressortleitungen) und Top-Positionen (Chefredaktionen) unterschieden werden (Kaltenbrunner et al., 2020).

Von den Redaktionen der 14 Tageszeitungen, die aktuell in Österreich auf dem Markt sind, werden 13 von Männern und lediglich eine von einer Frau geleitet.

Hinsichtlich der Ressorts, in denen Journalist\_innen (in den Bereichen Print, Online und Agenturen) arbeiten/tätig sind, ist ebenfalls ein deutlicher *Gender-Bias* festzustellen. So sind die Anteile von Journalisten in harten Ressorts wie Wirtschaft (57 Prozent der Journalist\_innen), Sport (90 Prozent), Politik (59 Prozent) und Motor (91,5 Prozent) wesentlich höher als jene von Journalistinnen. Bei weichen Ressorts ist auffallend, dass im Ressort Lifestyle/Mode/Reise

mehr Frauen (67 Prozent), im Ressort Kultur jedoch mehr Männer (52 Prozent) tätig sind (Kaltenbrunner et al., 2020).

Der *Gender Pay Gap* in der Branche Journalismus liegt bei den Gehältern bei 17,5 Prozent. Eine Journalistin verdient durchschnittlich 3.446 Euro brutto im Monat, ein Journalist 4.177 Euro. Bei den akademischen Abschlüssen der im Journalismus Tätigen liegen Journalistinnen mit 58 Prozent im Geschlechtervergleich mit Journalisten (40,5 Prozent) weit voran. Ein *Gender-Bias* kann hier ebenfalls konstatiert werden. In den vergangenen Jahren stieg der Anteil der Journalist\_innen mit akademischen Ausbildungen bzw. Abschlüssen. Damit einher ging, dass gegenwärtig außer-akademische Perspektiven, etwa jene von Arbeiter\_innen oder Migrant\_innen, in vielen Bereichen fehlen. Das zeigte eine europäische Studie, die Redaktionen in Schweden, Deutschland und Großbritannien untersuchte. Österreichische Redaktionen waren nicht Teil der Studie, es sind hier jedoch wohl Parallelen festzustellen (Kaltenbrunner et al., 2020).

Fragen von Geschlechterungleichheit sind im Kontext journalistischer Organisationen in Österreich also nach wie vor zentral. Frauen sind auch 2021 immer noch mit struktureller Gewalt konfrontiert, die sich in ungleichen Machtverhältnissen äußert (Galtung, 1975).

Da sich in der Sprache Machtverhältnisse, Identitäten und Gesellschaftsordnung manifestieren, ist der Fokus auf die Sprache von Relevanz. Mittels Sprache werden Ein- und Ausschlüsse produziert und reproduziert. "*Sprache ist ein Zeichensystem, das Wirklichkeit abbildet. Wie über Menschen, Dinge, Sachverhalte gesprochen wird, wie sie bezeichnet werden, sagt viel darüber aus, welchen Wert und welchen Platz sie in der Gesellschaft haben*" (Pates et al., 2010, S. 17.)

Sprache wie Bilder nehmen auf unsere Konstruktion von Wirklichkeit und sowohl kognitiv als auch emotional auf unser Denken Einfluss. Es zeigt sich aus konstruktivistischer Perspektive, dass sprachliche Interventionen dazu beitragen, dass Sexismen, Rassismen und Migrationen des Alltags unterbrochen und irritiert werden (Hayn, 2011).

### **Feministische Linguistik**

Die Forderungen nach geschlechtergerechter Sprache im Deutschen existieren seit den 1970er Jahren. Eine der zentralen Fragen ist, ob und inwiefern Sprache androzentristische Perspektiven reflektiert und untermauert (Günthner, 2019). Die Begründerinnen der *feministischen Linguistik*, Luise Pusch und Senta Trömel-Plötz, kritisierten bereits 1978 respektive 1979 in den Linguistischen Berichten (Trömel-Plötz, 1978) anhand verschiedener Beispiele die nicht symmetrische Verteilung von Frauen und Männern in der deutschen Sprache und die sprachliche Unsichtbarmachung von Frauen durch Personenbezeichnungen und Pronomen im Maskulinum.

Die Kritiker\_innen der *feministischen Linguistik* warfen den beiden Autorinnen vor, Sexus mit der sprachlichen Kategorie Genus zu vermischen. Dieser Argumentation begegnet man auch heute noch (Reisigl & Spieß, 2017). Dabei ist festzustellen, dass das Genus soziale Konstruktionen/soziale Erwartungen an die Geschlechter enthält und damit die Geschlechterordnung bzw. geschlechtsspezifische Machtverhältnisse reproduziert. Das zeigt sich an folgenden Beispielen: Arzt/Krankenschwester (medizinischer Kontext); Chef/Sekretärin (organisationaler/wirtschaftlicher Kontext) et cetera. Trömel-Plötz (1978) und Pusch (1979) weisen darauf hin, dass die Verwendung des generischen Maskulinums in vielen Fällen dazu führt, dass Frauen nicht mitgemeint sind.

### **Neurowissenschaften**

Die Erkenntnis, dass es einen Unterschied macht, wenn Frauen und Männer explizit angesprochen werden, wird auch durch Elektroenzephalogramm-Messungen in den Neurowissenschaften bestätigt. So führen Fehler eines Wortes, das grammatikalisch oder von der Bedeutung her falsch ist, zu Spannungsmodulationen im Gehirn. Die durchgeführten Untersuchungen zeigen, dass es einen Zusammenhang der Berufsbezeichnungen wie Doktor oder Krankenschwester mit stereotypen Bildern über das Geschlecht der Personen gibt. Also sind Stereotypen Teil der im Gehirn abgesicherten Informationen über einen Begriff oder eine Bezeichnung (Osterthout et al., 1997; Wagner, 2002). Seit den 1990er Jahren wird in empirischen Studien untersucht, ob Menschen, wenn sie maskuline Personenbezeichnungen hören, eher an Männer als an Frauen denken. Diese These konnte in vielen Fällen bestätigt werden. Die ausdrückliche Nennung des generischen Femininums hat zur Folge, dass Menschen in höherem Maße an Frauen denken. Eine weitere Erkenntnis der Studien ist, dass einerseits der Kontext und andererseits die stereotypen Zuschreibungen der Berufe und Tätigkeiten als männlich oder weiblich einen Einfluss darauf haben, ob die befragten Personen an Frauen oder Männer denken (Braun et al., 1998; Stahlberg & Sczesny, 2001).

Daraus folgend wird eine Sichtbarmachung von Frauen in der Sprache gefordert. Seit den 1980er Jahren werden unterschiedliche Vorschläge in Leitfäden und Richtlinien formuliert – vor allem im öffentlichen Bereich, in der Stadtverwaltung, in Ministerien und an Universitäten. Um auf die Geschlechtervielfalt über die binäre Geschlechterordnung hinaus zu verweisen und nicht-binäre Personen sichtbar zu machen, wird empfohlen, den Unterstrich/*Gender Gap* (z. B. Minister\_in), den Asterisk/Gender-Stern (Mitarbeiter\*in) oder den Doppelpunkt (Arbeiter:innen) anzuwenden (*Akademie der bildenden Künste Wien*, 2019). Es ist von Schreibenden und Journalist\_innen ein bewusster und kreativer Umgang mit Sprache gefordert.

### **Gender Equality im Kontext Journalismus/der Medien**

Über *Gender Mainstreaming* in den Medien sagt der Journalist Tarik Tesfu: "*Man darf sich nicht wundern, wenn gewisse Themen in der Gesellschaft nicht ernstgenommen, bagatellisiert oder heruntergespielt werden, wenn das gerade so genannte Qualitätsmedien genauso tun*" (Vossenberg, 2020, S. 5).

Medien konstruieren Geschlecht tagtäglich über Sprache, Bilder und Narrative (Vossenberg, 2020). Sie (re-)produzieren die Ordnung der Geschlechter (Lünenborg & Maier, 2013). Mit Personenbezeichnungen wie beispielsweise Politiker, (Staats-)Chefs, Amtsträger oder Präsidenten reproduzieren Journalist\_innen und Medien Geschlechterungleichheiten in der Sprache. Dabei hat die gesellschaftspolitische Ausrichtung des jeweiligen Mediums keinen wesentlichen Einfluss darauf (auch Printmedien, die als linksliberal o. ä. bezeichnet werden, verwenden keine geschlechtssensible Sprache) – es wird in kommerziellen Medien, vor allem in Zeitungen (Print und Online) durchwegs das generische Maskulinum verwendet. Damit bleiben Frauen sprachlich unsichtbar, Männer hingegen die Norm.

Im Diskurs wird in Qualitätszeitungen, das sind Zeitungen, deren Leser\_innenschaft eine überdurchschnittliche Bildung, überdurchschnittliches Einkommen und überdurchschnittlichen *Impact* auf die Entscheidungsprozesse der Republik haben (Jandura & Brosius, 2011), die Nicht-Be-

rücksichtigung von geschlechtssensibler Sprache wie folgt argumentiert: keine Lesbarkeit, Was werden die Leser sagen?, Vermeidung politischer Statements, Neutralität/Objektivität bewahren, widerspricht der Blattlinie, -ec.

In jüngerer Vergangenheit, verstärkt seit Beginn der Covid-19-Pandemie, kann festgestellt werden, dass österreichische Fernsehmedien wie *ORF* oder *Puls 4* geschlechtssensible Sprache in Nachrichtenformaten verwenden.

Es gibt immer wieder Bestrebungen, Frauen in Medienhäusern sichtbarer zu machen. Die jüngste ist eine gemeinsame Initiative des *Frauennetzwerks Medien* (Österreich), des *Presseclubs Concordia* (Österreich), *ProQuote Medien* (Deutschland) und *Medienfrauen Schweiz* vom 26. Juni 2020 (Frauennetzwerk, 2020).

- Folgende Forderungen sind an Medienhäuser, Redaktionen und Medienpolitiker\_innen adressiert:
- 50 Prozent Frauen auf allen Führungsebenen in den Redaktionen und Medienhäusern;
- Mehr Frauen als Protagonistinnen und Expertinnen in der Berichterstattung. Für eine angemessene weibliche Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit;
- 50 Prozent Kolumnistinnen, Leitartiklerinnen und Kommentatorinnen in den meinungsbildenden journalistischen Formaten für eine vielfältige Sicht auf die Welt;
- Möglichkeiten auf Führungspositionen in Teilzeit, Jobsharing und für familienfreundliche Arbeitsbedingungen;
- Unterstützung, Solidarität und Hilfsfonds für freie Mitarbeiter\_innen;
- Gleiches Gehalt für gleiche Arbeit. Für eine gerechte Bezahlung unserer Leistung unabhängig von Geschlecht;
- Mehr Diversität in Redaktionen. Weil sich gesellschaftliche Vielfalt in den Redaktionen widerspiegeln muss;
- Berücksichtigung der fairen Repräsentanz und Frauenförderung als Kriterium bei der Vergabe öffentlicher Fördermittel wie zum Beispiel Presse- und Medienförderung oder Projektförderungen für Medien.

Die Forderungen sind im Sinne des Schwerpunkts Gleichstellung von Frauen am Arbeitsmarkt, der sich im Kapitel Frauen im *Regierungsprogramm 2020-2024* der österreichischen Bundesregierung wiederfindet, allesamt zu unterstützen (Republik Österreich, 2020a).

#### **Förderungen für Medien in Österreich**

Die Grundlage für die Presseförderung ist in Österreich im Presseförderungsgesetz festgehalten, das 2004 novelliert wurde. Die *Kommunikationsbehörde Austria*, die *KommAustria*, ist dafür zuständig. Neben der Vertriebsförderung für Tages- und Wochenzeitungen und einer Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt von Tageszeitungen beinhaltet das Gesetz auch eine Reihe von Maßnahmen zur Qualitätssicherung und Zukunftssicherung (*Verband Österreichischer Zeitungen*). Die Berücksichtigung der fairen Repräsentanz von Frauen ist darin nicht verankert.

Die Presseförderungskommission besteht aus sechs Mitgliedern. Je zwei Mitglieder werden vom Bundeskanzleramt, zwei vom *Verband Österreichischer Tageszeitungen* und zwei von der Gewerkschaft GPA-djp bestellt (Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Kommission Austria). Für die derzeitige Funktionsperiode, die bis Ende Dezember 2021 dauert, sind alle sechs Mitglieder männlich.

Beim Rundfunk muss in Österreich unterschieden werden zwischen dem öffentlichen Rundfunk, dem *Österreichischen* Rundfunk (ORF) und den privaten Rundfunkveranstaltern. Die beiden Säulen der Finanzierung des ORF (vier Fernsehprogramme, zwölf Radioprogramme und dem Webauftritt orf.at), bilden das Programmengeld, die GIS-Gebühren, sowie Werbeerträge (ORF, 2020). Private Sender werden durch den Privatrundfunkfonds gefördert, der durch die RTR-GmbH verwaltet wird. Der Fonds erhält aktuell 20 Millionen Euro. In diesem sind auch qualitätsfördernde Maßnahmen festgeschrieben, die von den Rundfunkveranstalter\_innen zu erfüllen sind. Ein Punkt ist dabei ein nachweislich umgesetztes Gleichbehandlungskonzept (gemäß IX.2 PRRF Richtlinien; Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH). Der Fachbeirat, der zur Beratung bei der Mittelvergabe eingerichtet wurde, wird von der Bundesregierung bestellt. Der aktuelle Fachbeirat (bestellt am 21. November 2018) setzt sich aus fünf Mitgliedern zusammen und besteht aktuell aus vier Männern und einer Frau (Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH).

#### **Projektorientierte Medienförderung**

Neben der Presseförderung existieren unterschiedliche Projektförderungen, wie seit 2019 die *Medieninitiative Wien*. Mit dieser sollen junge Journalist\_innen und qualitativ hochwertige Journalismusprojekte (Wirtschaftsagentur Wien, 2020) mit bis zu 10.000 Euro unterstützt werden. Im Falle einer Leitung durch eine Frau wird das Projekt mit zusätzlichen 5.000 Euro gefördert.

#### **Corona-Sonderförderung**

Im April 2020 wurde im Nationalrat eine einmalige Corona-Sonderförderung in der Höhe von 32 Millionen Euro beschlossen: Tageszeitungen (Kauf- und Gratiszeitungen) erhielten dabei 12,1 Millionen Euro, Wochenzeitungen 2,7 Millionen, kommerzielle Privatsender 15 Millionen und nicht kommerzielle Privatsender 2 Millionen Euro (*Der Standard*, 2020).

#### **Indirekte Presseförderung durch Inserate**

An dieser Stelle ist es relevant festzuhalten, dass es eine andere Art der monetären Unterstützung für Medien in Form von Inseraten, TV-Spots, Banner, Radiowerbung und Social-Media-Kampagnen von politischen Parteien gibt. Im Vergleich zu den gesetzlich geregelten Förderungen gelten für diese indirekte Presse- und Medienförderung keine Kriterien. D. h., Bundes-, Landes- oder Stadtregierung entscheiden selbst, wo geworben wird.

#### **Berichterstattung über Gewalt gegen Frauen**

Die Berichterstattung zu körperlicher, sexueller und psychischer/verbaler Gewalt gegen Frauen und Frauenmorden (Femizide) ist ein wichtiger Aspekt dieser Option.

Medien spielen hinsichtlich Information und Bewusstseinsbildung eine zentrale Rolle in unserer Gesellschaft. Ihre Funktion ist es, bewusstseinsbildend und präventiv gegen Gewalt an Frauen zu sein (Istanbul-Konvention). Die Studie *Gewalt gegen Frauen – Analyse der Berichterstattung über Gewaltdelikte an Frauen und die Rolle der Medien*, hat rund ein Jahr lang die meistgelesenen Massenmedien, sowohl Print als auch online und Social Media, analysiert. Es zeigt sich, dass über Gewalt nicht oder kaum als gesamtgesellschaftliches oder strukturelles Thema, sondern stets über Einzelfälle berichtet wird. Die Studie zeigt auch, dass vor allem viel gelesenen Boulevardmedien die Sensibilität und Sachlichkeit beim Thema Gewalt fehlt (Pernegger, 2020).

In Österreich ist jede fünfte Frau körperlicher und/oder

sexueller Gewalt ausgesetzt, jede dritte Frau wird ab ihrem 15. Lebensjahr sexuell belästigt. 2019 wurden, das zeigt die polizeiliche Kriminalstatistik, 39 Frauen ermordet. 2020 gab es 31 Femizide, 2021 bislang 15 (Stand: 30. Juni 2021). Die Mörder waren beim überwiegenden Teil die (Ex-)Lebensgefährten oder Familienmitglieder der Frauen (*Autonome Österreichische Frauenhäuser*, 2021).

Bei der Berichterstattung über Gewaltverbrechen wie Vergewaltigung gegen Frauen ist stets auf die Würde der Opfer zu achten. Durch Bekanntgabe grausamer oder intimer Details, die Veröffentlichung von Fotos, die Verharmlosung von Taten und pseudopsychologisierende Erklärungsversuche, Täter-Opfer-Umkehr und die ungerechtfertigte Entlastung des Täters sowie die Perspektive des Täters in Medienberichten. Beispiele für in der Be-

richterstattung verbreitete, aber zu kritisierende Begriffe sind u. a. Ehedrama, Beziehungsdrama, er tat es aus Eifersucht, Sextat, Erweiterter Suizid (*Österreichischer Presserat*, 2019).

### 05\_03.3 Optionenbeschreibung

#### 05\_03.3.1 Beschreibung der Option bzw. der zugehörigen Maßnahmen bzw. Maßnahmenkombinationen

Die Option enthält folgende Maßnahmen- bzw. Maßnahmenbündel:

- Die Grundvoraussetzung für die Presseförderung soll künftig die Mitgliedschaft beim Presserat, ein Redaktionsstatut und damit verbunden auch die Einhaltung von ethischen Richtlinien (Ethikkodex für die österreichische Presse) sein.

Erweiterung der bestehenden ethischen Kriterien um weitere gendergerechte und -sensible Richtlinien. Bislang enthält der Ethikkodex beim Punkt 7. (Schutz vor Pauschalverurteilungen und Diskriminierung) folgende Regel: Jede Diskriminierung wegen des Alters, einer Behinderung, des Geschlechts sowie aus ethnischen, nationalen, religiösen, sexuellen, weltanschaulichen oder sonstigen Gründen ist unzulässig (*Österreichischer Presserat*, 2019). 50 Prozent Frauenquote auf allen Führungsebenen in den Redaktionen und Medienhäusern;

- Verankerung der fairen Repräsentanz von Frauen im Presseförderungsgesetz und Einführung einer 50-prozentigen Quote für die Presseförderungskommission;
- Ausnahmslose Entlohnung nach dem Journalist\_innen-Kollektivvertrag, um bestehende prekäre Dienstverhältnisse zu verhindern;
- Errichtung eines *Journalismus Gender Reports* (analog zum *Österreichischen Film Gender Report*), der in regelmäßigen Abständen, z. B. alle zwei Jahre, eine Analyse der Geschlechterverhältnisse im österreichischen Journalismus enthält;
- Monitoring durch eine neu errichtete *Watch Group*: Für die Bestimmung und Ausformulierung der Kriterien/Parameter für Gender- und Diversitätssensibilisierung sowie für das Monitoring und die Beurteilung soll eine *Watch Group* bestehend aus Vertreter\_innen der Universitäten, Expert\_innen und Vertreterinnen des *Frauennetzwerks Medien* installiert werden. Die *Watch Group* soll auch die Social-Media-Auftritte der Medien hinsichtlich Gender- und Diversitätssensibilität beobachten und einem Monitoring unterziehen. Auch sollen Austausch/Training und Workshops für Vertreter\_innen der Medien angeboten

werden;

- Boni für gender- und diversitätssensible Mediengestaltung. Im Folgenden sollen die Schwerpunkte vorgestellt werden:

#### **Gender Equality in der Sprache**

- Geschlechtssensible Sprache (z. B. Expert\_innen, Expert:innen, Expertinnen und Experten; statt Experten), Diversitätssensible Sprache (keine homo-/transphoben, rassistischen Bezeichnungen);
- Ächtung von Gewalt und Stopp der Verharmlosung und Ausschlichtung von Gewaltverbrechen. Der *Österreichische Presserat* verurteilt und kritisiert diese Fälle regelmäßig, vor allem in den sogenannten Boulevardmedien. Hier bedarf es Sanktionen, falls sich Medien in ihrer Berichterstattung nicht an Richtlinien halten.

#### **Gendersensible Bildgestaltung**

Bilder transportieren Themen ebenso kognitiv, aber auch emotional. Mit einer sensiblen Bildgestaltung schaffen und reproduzieren Massenmedien Wirklichkeit (Viele Facetten, 2012). Auch wenn Medien die Objektivität und Neutralität betonen, so sind sie als Organisationen, aber auch ihre Produkte und damit auch die Bildgestaltung, gegendert.

Sexismus äußert sich dabei etwa in der Objektivierung von Frauen (beispielsweise werden Frauen und Mädchen in Boulevardmedien als sogenannte Badenixen dargestellt/bezeichnet) und in der ungleichwertigen Darstellung von Frauen und Männern auf einem Bild. Auch die Unsichtbarkeit bzw. ungleiche Verteilung von Bildern (und Beiträgen) von Frauen und Männern bei männlich konnotierten Themenfeldern wie Wirtschaft, Sport und Politik trägt zur bestehenden Ungleichheit bei. Des Weiteren kann eine genderungleiche Wertigkeit von Beiträgen auf den Webauftritten von Printmedien festgestellt werden.

- Um sexistische und einseitige Bildgestaltung zu vermeiden, wurden vom Forschungsprojekt *Viele Facetten* folgende Richtlinien erstellt:
- Kein/e Sexismus/Objektivierung;
- Gleichwertigkeit der Geschlechter;
- Vermeidung von Stereotype;
- Stereotype aufbrechen;
- Diversität unterschiedlicher Pressefotograf\_innen und damit mehr Perspektivenvielfalt;
- Diversität in Bildern (z. B. Musliminnen nicht nur im Kontext der Berichterstattung über die Kopftuchdebatte abbilden, sondern auch bei positiven Kontexten wie Kultur, Sport oder Preisverleihungen u. ä.).

#### **Inhalte**

Über Gewalt an Frauen oder über sexualisierte Gewalt sollte ohne Voyeurismus und ohne zu verharmlosen berichtet werden. Folgende Erkenntnisse wurden im Rahmen eines Workshops des *Frauennetzwerk Medien* mit der ehemaligen Journalistin Sybille Hamann und Andrea Brem, der Geschäftsführerin der *Wiener Frauenhäuser* erarbeitet (*Presseclub Concordia*) und dienen für die Option ebenfalls als *Guideline*:

- Opfern eine Stimme geben;
- Gewalttaten nicht erklären und entschuldigen;
- Genaue und sensible Sprache verwenden;
- Bilder ohne Voyeurismus;
- Anonymität und Opferschutz beachten.

### **05\_03.3.2 Erwartete Wirkungsweise**

Die Option stellt ein bewusstseinsbildendes Maßnahmenbündel dar. Frauen werden mit der Umsetzung der Maßnahmen im Sinne der Gleichstellung am Arbeitsmarkt langfristig in den Medien paritätisch abgebildet, das gilt auch für die Führungsebene. Kurzfristig kann die Maßnahme einer Quote und der Gendersensibilität in der Sprache für einen *Backlash* sorgen. Mittel- und langfristig ist von einer bewusstseinsbildenden Wirkung auszugehen.

### **05\_03.3.3 Bisherige Erfahrung mit dieser Option oder ähnlichen Optionen**

An dieser Stelle soll explizit auf Erfahrungen mit der Maßnahme *50 Prozent Frauenquote auf allen Führungsebenen in den Redaktionen und Medienhäusern* der Option eingegangen werden:

- Dass die Quote in der Wirtschaft wirkt, zeigt sich im europäischen Vergleich daran, dass Länder mit Frauenquoten und strengen Sanktionen zu einem signifikant höheren Anteil von Frauen in Entscheidungsgremien geführt haben. Moderate Sanktionen wie der *empty chair* in Österreich und Deutschland haben sich als deutlich weniger effizient erwiesen. Freiwillige Zusagen oder freiwillige Quoten mit keinen Sanktionen haben eine geringe Wirkung (Arndt und Wrohlich, 2019);
- In Österreich gibt es seit 2018 in den Aufsichtsgremien großer und börsennotierter Unternehmen bzw. in staatsnahen Betrieben eine verbindliche Quote für ein ausgewogeneres Geschlechterverhältnis. Zwei Jahre später zeigt die Quote bereits Wirkung, die Repräsentanz von Frauen in Aufsichtsräten hat sich erhöht. Bei den großen, börsennotierten Unternehmen liegt die Quote für das Aufsichtsratsgremium bei 30 Prozent. Seit der Einführung stieg der Frauenanteil von hier von 22,4 auf 31,7 Prozent. Andererseits erfüllt fast jedes dritte Unternehmen, das zur Frauenquote verpflichtet ist, die gesetzliche Frauenquote nicht. Um das Ziel eines ausgeglichenen Geschlechterverhältnisses in Führungspositionen zu erreichen, soll nach dem Vorbild Deutschland eine Quote für den Vorstand angestrebt werden (AK, 2020).

### **05\_03.3.4 Zeithorizont der Wirksamkeit**

#### **Kurzfristig**

- Höhere Gender- und Diversitätssensibilität in Redaktionen;
- Backlash in Redaktionen (z. B. von der Chefredaktion und Leser\_innenschaft).

#### **Mittelfristig**

- Sensiblerer Umgang mit Sprache in Zusammenhang mit Gewalt;
- Höhere Repräsentation von Frauen in leitenden Positionen (Republik Österreich, 2020b).

#### **Langfristig**

- Paritätischer Anteil von Frauen in Führungspositionen in journalistischen Organisationen;
- Abbau von Geschlechterstereotypen in der Gesellschaft durch Etablierung geschlechtssensibler (Bilder-)Sprache;
- Verringerung der (strukturellen) Gewalt in der Gesellschaft.

### 05\_03.3.5 Interaktionen mit anderen Optionen

Es können Interaktionen und Synergien mit den

Optionen *Gewalt gegen vulnerable Gruppen bekämpfen* (16\_01), *Gewalt im Netz bekämpfen* (16\_03), *Sexuelle Gewalt bekämpfen* (16\_05), *Forcieren alternativer Geschäftsmodelle von Online-Nachrichtenanbietern* (16\_23), *Medienbildung und Medienkompetenz fördern* (16\_24) und den Optionen von SDG 5 *Entgeltpolitik (5.01)*, *paritätische Umverteilung von kinderbezogenen Betreuungs- und Versorgungsaufgaben* (5\_02) und *flächendeckende Verankerung von gendersensible Elementarpädagogik* (5\_04) festgestellt werden.

#### Literatur

- Acker, Joan (1990). Hierarchies, Jobs, Bodies: A Theory of Gendered Organizations. In: Gender and Society, Vol. 4., No. 2, 139-158.
- Akademie der bildenden Künste Wien (2019, 17.1.). Leitfaden geschlechtergerechtes Formulieren und geschlechtersensible Kommunikation. [https://www.tuwien.at/fileadmin/Assets/dienstleister/abteilung\\_genderkompetenz/gender\\_ressourcen/geschlechtergerechte\\_Sprache/Leitfaeden/Richtlinie\\_LeitfadengeschlechtergerechtesFormulierenundgeschlechtersensiblerKommunikation2.pdf](https://www.tuwien.at/fileadmin/Assets/dienstleister/abteilung_genderkompetenz/gender_ressourcen/geschlechtergerechte_Sprache/Leitfaeden/Richtlinie_LeitfadengeschlechtergerechtesFormulierenundgeschlechtersensiblerKommunikation2.pdf) [30.6.2021]
- AK Wien (2020): Frauen. Management.Report.2020 - Die Aufsichtsratsquote wirkt - was nun? [https://www.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/wirtschaft/betriebswirtschaft/AK\\_Frauen\\_Management.Report.2020.pdf](https://www.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/wirtschaft/betriebswirtschaft/AK_Frauen_Management.Report.2020.pdf)
- Althoff, Martina, Bereswill, Mechthild, Riegraf, Birgit (2001). Zwischen männlicher Normalbiografie und doppelter Vergesellschaftung: Erkundungen der Frauen- und Geschlechterforschung im Feld der Arbeit. In: Feministische Methodologie und Methoden. Lehrbuchreihe zur sozialwissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung der Sektion Frauenforschung in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie. Springer VS, 111-152.
- Arndt, Paula; Wrohlich, Katharina (2019): Gender quotas in a European comparison: Tough sanctions most effective, DIW Weekly Report, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Vol. 9
- Aulenbacher, Brigitte (2008). Geschlecht als Strukturkategorie: Über den inneren Zusammenhang von moderner Gesellschaft und Geschlechterverhältnis. In: Wilz S.M. (eds) Geschlechterdifferenzen - Geschlechterdifferenzierungen. VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-90831-1\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-531-90831-1_5), 139-166.
- Autonome Österreichische Frauenhäuser (2021). Zahlen und Daten – Gewalt an Frauen in Österreich. <https://www.aof.at/index.php/zahlen-und-daten> [30.6.2021]
- Beer, Ursula (1990): Geschlecht, Struktur, Geschichte. Soziale Konstituierung des Geschlechterverhältnisses. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Braun, Friederike, Gottburgsen, Anja, Sczesny, Sabine, Stahlberg, Dagmar (1998). Können Geophysiker Frauen sein? Generische Personenbezeichnungen im Deutschen. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik 26 (1998), S. 265–283.
- Der Standard (2020). <https://www.derstandard.at/story/2000116451364/corona-sonder-vertriebsfoerderung-fuer-kaufzeitungen-druck-foerderung-reduziert> [4.12.2020]
- Flicker, Eva & Vogelmann, Lena Lisa (2018). Österreicher Film Gender Report 2012-2016, Universität Wien.
- Frauenetzwerk Medien (2020). Frauenförderung als Kriterium für Medienförderung. [https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20200626\\_OTS0020/frauenetzwerk-medien-fordert-frauenfoerderung-als-kriterium-fuer-medienfoerderung-bild](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200626_OTS0020/frauenetzwerk-medien-fordert-frauenfoerderung-als-kriterium-fuer-medienfoerderung-bild) [26.6.2021]
- Galtung, Johan (1975). Johan Galtung, Strukturelle Gewalt. Beiträge zur Friedens- und Konfliktforschung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Günthner, Susanne (2019). Sprachwissenschaft und Geschlechterforschung: Übermittelt unsere Sprache ein androzentrisches Weltbild? In Sabisch, Katja et al. (Hrsg.), Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung. Springer.
- Hayn, Evelyn (2011). Structures we live by – Die Re\_Produktion einer Grammatik der >politisch korrekten< >Integration<. In: Hornscheidt, Antje Lann, Jana, Ines, Acke, Hanna (Hrsg.), Schimpfwörter – Beschimpfungen – Pejorisierungen. Wie in Sprache Macht und Identitäten verhandelt werden. Brandes & Apsel.
- Jandura, Olaf & Brosius, Hans-Bernd (2011). Wer liest sie (noch)? Das Publikum der Qualitätszeitungen. In Jarren, Otfried et al. (Hrsg.), Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Springer.
- Kahlert, Heike (2013): Riskante Karrieren. Wissenschaftlicher Nachwuchs im Spiegel der Forschung, Barbara Budrich: Opladen.
- Kaltenbrunner, Andreas, Lugschitz, Renée, Karmasin, Matthias, Luef, Sonja, Kraus, Daniela (2020): Der österreichische Journalismus-Report, Facultas, Wien.
- Knapp, Gudrun-Axeli (1993). Segregation in Bewegung: einige Überlegungen zum "Gendering" von Arbeit und Arbeitsvermögen. In K. Hausen, & G. Krell (Hrsg.), Frauenerwerbsarbeit: Forschungen zu Geschichte und Gegenwart. München: Hampp, 25-46.
- Lünenborg, Margreth (2006). Zwischen Boulevard und Polit-Talk - Doing Gender im politischen Journalismus. In: Femina Politica 2/2006.
- Lünenborg, Margreth, Maier, Tanja (2013). Gender Media Studies. Eine Einführung. UVK Verlagsgesellschaft.
- Medieninitiative Wien (2020). <https://www.wien.gv.at/arbeit-wirtschaft/medieninitiative-foerderung.html> [18.12.2020]
- ORF (2020). ORF-Finanzierung. <https://der.orf.at/kundendienst/gebuehren/index.html> [26.11.2020]
- Osterhout, Lee, Bersick, Michael & McLaughlin, Judith (1997). Brain potentials reflect violations of gender stereotypes. Memory & Cognition, 25(3), 273-285.
- Österreichischer Presserat (2019). Grundsätze für die publizistische Arbeit (Ehrenkodex für die österreichische Presse). [https://www.presserat.at/show\\_content.php?hid=2](https://www.presserat.at/show_content.php?hid=2) [15.06.2021]
- Österreichischer Presserat (2020). Tätigkeitsbericht des Österreichischen Presserats für das Jahr 2019. [https://www.presserat.at/rte/upload/pdfs/taetigkeitsbericht\\_2019.pdf](https://www.presserat.at/rte/upload/pdfs/taetigkeitsbericht_2019.pdf) [18.12.2020]
- Pates, Rebecca, Schmidt, Daniel, Karawanskij, Susanne (2010). Antidiskriminierungspolitik – Konzepte und Methoden für die Bildungsarbeit mit Jugendlichen, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Pernegger, Maria (2020). Gewalt gegen Frauen – Analyse der Berichterstattung über Gewaltdelikte an Frauen und die Rolle der Medien, Jahresbericht 2019. Mediaffairs.
- Presseclub Concordia (o.D.). Wie über Gewalt an Frauen be-

richten? <https://concordia.at/wie-ueber-gewalt-an-frauen-berichten/>

Pusch, Luise (1979). Der Mensch ist ein Gewohnheitstier, doch weiter kommt man ohne ihr. *Linguistische Berichte*, 63, S. 84-102.

Republik Österreich (2020a). Aus Verantwortung für Österreich. Regierungsprogramm 2020-2024, S. 191.

Republik Österreich, Parlementsdirektion (2020b). Entwurf zum Bundesfinanzgesetz 2020, Entwurf zum Bundesfinanzrahmengesetz 2020-2023. Untergliederungsanalyse UG-10-Bundeskanzleramt – Schwerpunkt Frauenangelegenheiten und Gleichstellung, [https://www.parlament.gv.at/ZUSD/BUDGET/2020/BD - UG 10-Bundeskanzleramt - Frauenangelegenheiten und Gleichstellung\\_BVA-E 2020.pdf](https://www.parlament.gv.at/ZUSD/BUDGET/2020/BD - UG 10-Bundeskanzleramt - Frauenangelegenheiten und Gleichstellung_BVA-E 2020.pdf) [21.12.2020]

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (2018). Fachbeirat. <https://www.rtr.at/de/foe/FBRRundfunkfonds> [3.6.2021]

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. Gleichbehandlungskonzept (gemäß IX.2 PRRF Richtlinien). <https://www.rtr.at/de/foe/Gleichbehandlungskonzept> [3.6.2021]

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH: Kommission Austria (KommAustria), Vorsitzender und Mitglieder. [https://www.rtr.at/de/ppf/Kommission\\_2018](https://www.rtr.at/de/ppf/Kommission_2018) [3.6.2021]

Stahlberg, Dagmar, Sczesny, Sabine (2001). Effekte des generischen Maskulinums und alternativer Sprachformen auf den gedanklichen Einbezug von Frauen. In: *Psychologische Rundschau* 52 (2001). Hogrefe-Verlag. <https://doi.org/10.1026//0033-3042.52.3.131>. S. 131-140.

Trömel-Plötz, Senta (1978). *Linguistik und Frauensprache*. *Linguistische Berichte*, 57.

Viele Facetten (2012). Geschlechtergerecht formulieren. <https://www.vielefacetten.at/technik-ingenieurwissenschaften/themenfelder/geschlechtergerecht-formulieren/>

Vossenberg, Katja (2020). How to gender im Journalismus: Leitfaden für einen gendersensiblen Journalismus, Kultur und Geschlecht, *Onlinejournal Kultur & Geschlecht #24* [https://kulturundgeschlecht.blogs.ruhr-uni-bochum.de/wp-content/uploads/2020/01/Vossenberg\\_How-](https://kulturundgeschlecht.blogs.ruhr-uni-bochum.de/wp-content/uploads/2020/01/Vossenberg_How-)

[to-gender-im-Journalismus.pdf](https://www.voez.at/politik-recht/foerderung/pressefoerderung/) [30.6.2021]

Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) Presseförderung <https://voez.at/politik-recht/foerderung/pressefoerderung/> [2.6.2021]

Wagner, Susanne (2002). Geschlechtergerechte Sprache. <https://www.tuwien.at/tu-wien/organisation/zentrale-services/genderkompetenz/gender-resourcen/geschlechtergerechte-sprache/> [29.6.2021]

Weischenberg, Siegfried, Malik, Maja, Scholl, Armin (2006). *Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.

Wirtschaftsagentur Wien (2020). Qualitäts- und Diversitätsschub für Journalismus. <https://wirtschaftsagentur.at/news/qualitaets-und-diversitaetsschub-mit-wiener-medieninitiative-510/> [30.6.2021]