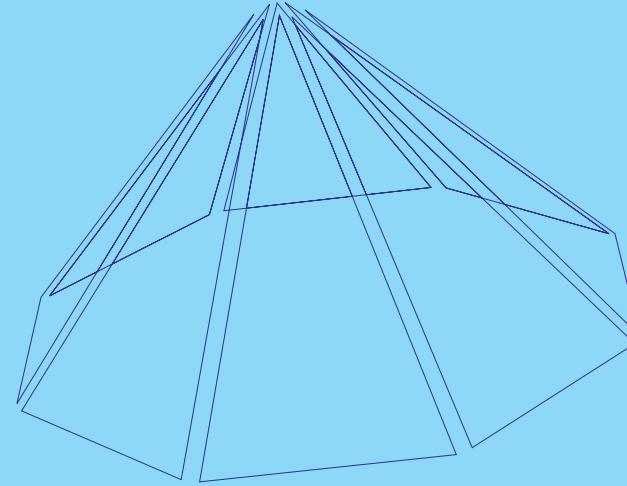


Die gläserne Decke Die gläserne Decke Die gläserne Decke



Eine Veranstaltung der  
Dr. Maria Schaumayer Stiftung  
ÖVP-Frauenoffensive  
Vereinigung der Österreichischen Industrie

**EINLADUNG**

**Österreichischer Journalistinnenkongress 2000**

**„FRAU IM BILD“**

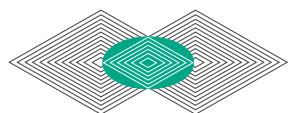
**Darstellungen zwischen Realität und Vorurteil**

**ERSTE**   
BANK

Unser besonderer Dank gilt der Vereinigung der Österreichischen Industrie für die Zurverfügungstellung der Räumlichkeiten, sowie die Organisation und das Sponsoring der Bewirtung aller Teilnehmer/innen während des Kongresses.

Organisation: DIE SCHWARZ, 1230 Wien, Anton Baumgartner Str. 44/RS/083, Tel: 01-667 31 69, Fax: 01- 667 70 55, [jh@die-schwarz.at](mailto:jh@die-schwarz.at)

## Wir danken unseren Sponsoren und Medienpartnern:



Dr. Maria Schaumayer Stiftung



Industriellenvereinigung



"FFi"

FRIEDRICH-FUNDER-INSTITUT  
für Publizistik, Medienforschung  
und Journalistenausbildung



## TEILNAHMEBEDINGUNGEN:

Wenn Sie am Österreichischen Journalistinnenkongress teilnehmen wollen, senden Sie bitte formlos ein e-Mail mit allen Details des Anmeldeformulars an [jk@die-schwarz.at](mailto:jk@die-schwarz.at) oder per Fax oder Post das Anmeldeformular dieser Einladung (siehe letzte Seite). Sie erhalten umgehend eine Rechnung mit Zahlschein über ATS 1.200,- inkl. 20% MWSt.. Für MitarbeiterInnen der Sponsoren und Medienpartner ist die Teilnahme (bei Voranmeldung über Redaktion/Institution) kostenlos. Sollten Sie eine Hotelreservierung benötigen, kontaktieren Sie bitte das Organisationsbüro - wir helfen Ihnen gerne.

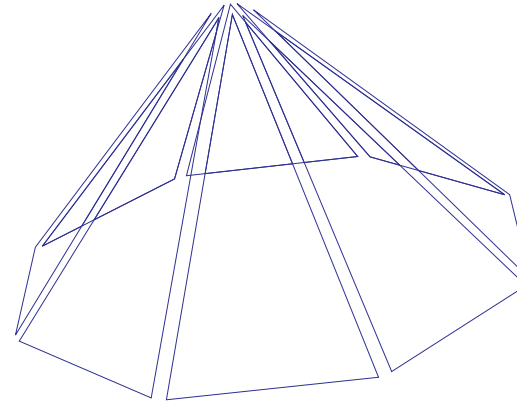
## ANMELDEFORMULAR

Zuname/Titel:	
Vorname:	
Funktion/Redaktion:	
Medium:	
Postadresse:	<input type="checkbox"/> Redaktionsadresse <input type="checkbox"/> Privatanschrift Bitte ankreuzen und gewünschte Postadresse ausfüllen
Straße:	
PLZ/Ort:	
Telefon (Vorwahl):	
Fax:	
eMail:	
Datum & Unterschrift:	

Für die Teilnahmegebühr von ATS 1.200,- erhalten Sie Rechnung und Zahlschein. Wenn Sie Hotelreservierungen oder Hilfe bei Reisearrangements brauchen, wenden Sie sich bitte direkt an das Organisationsbüro. Ihre Anmeldung senden oder faxen Sie bitte an das Konferenzbüro (bzw. senden Sie oben angeführte Informationen per eMail):

**DIE SCHWARZ** 1230 Wien, Anton Baumgartner Straße 44/A5/083  
 Telefon: +43/ 1/ 667 31 69, Fax: +43/ 1/ 667 70 55  
 eMail: [jk@die-schwarz.at](mailto:jk@die-schwarz.at), Konto-Nummer: ERSTE 033-59417, BLZ 20111

Die gläserne Decke Die gläserne Decke Die gläserne Decke



Österreichischer Journalistinnenkongress 2000

„FRAU IM BILD“

Darstellungen zwischen Realität und Vorurteil

Hauptsponsor **ERSTE**  BANK

27. & 28. November 2000

Haus der Industrie

Schwarzenbergplatz 4

1030 Wien



## Frau im Bild

Zum dritten Mal wird der Österreichische Journalistinnenkongress wieder ein starkes Signal für interessierte Medienfrauen unseres Landes sein.

Wenn es in den vergangenen Jahren um die geringe Frauenpräsenz in Führungspositionen, um Verhinderung und Selbstverhinderung oder um Ausbildung und Qualifizierung ging, wollen wir heuer einen Blick auf die „Frau im Bild“ werfen.

Wieweit hat die „Weiblichkeitsfalle“ unser Frauenbild geprägt und welche Rolle haben die Medien den Frauen zugedacht? - Medien, die gut zur Hälfte bereits von Frauen gestaltet werden.

Welches Frauenbild wird erwartet? Wie kritisch sind LeserInnen, SeherInnen und MedienmacherInnen? - Klafft zwischen Erwartung und Medienrealität eine Lücke?

Gibt es weibliche Strategien oder eine weibliche Seite der Macht, die Medienfrauen schneller auf die Überholspur bringen könnten? Und welchen Nutzen bringen mentale, physische oder optische „Nachhilfen“?

Von virtuell bis wirklich: Kommen die Frauen jetzt im world wide web groß heraus?

Der 27. und 28. November wird diesen Themen gewidmet sein. Eine Einladung zum Gedankenaustausch, eine Plattform und Meetingplace für Medienfrauen, die die angesprochenen Fragen kritisch und offen beleuchten wollen.

Auf die kommenden, hoffentlich wieder spannend-kontroversiell und effizient-konstruktiven Kongresstage freut sich



Maria Rauch-Kallat

## Montag, 27. November:

9:30	Einlass & Kaffee
	Registrierung der TeilnehmerInnen
10:30	Plenum 1
10:30	Eröffnung <b>Dr. Maria Schaumayer</b>
10:40	Begrüßung <b>Dkfm. Lorenz Fritz</b>
	Grußworte <b>StS. Franz Morak</b>
10:45	Einleitung <b>Maria Rauch-Kallat</b>
	Präsentation der aktuellen Untersuchung <b><i>Das tägliche Frauenbild im Spiegel der österreichischen Tagespresse</i></b>
11:15	PAUSE - Kaffee
11:45	Plenum 2
A	<b>Mag. Dr. Rotraud Perner</b> <b><i>Die Weiblichkeitsfalle funktioniert</i></b>
B	<b>Christine Bauer-Jelinek</b> <b><i>Die weibliche Seite der Macht</i></b>
C	<b>Dr. Monika Lindner</b> <b><i>Imagestrategien: was bremst, was pusht?</i></b>
D	<b>Susanne Broos</b> <b><i>Die virtuelle Chance</i></b>
E	<b>Prof. Sigrid Prosser</b> <b><i>Frauenbild mit Nachhilfe</i></b>
13:00	PAUSE - Mittagsbuffet
	Registrierung zu den Workshops
14:00	Plenum 3
	Vortrag <b>Dr. Beatrix Brauner</b> <b><i>Mediennutzung weiblich</i></b>
	Vortrag <b>Petra Reichenberger</b> <b><i>WQ - das neue Frauenbild</i></b>
14:45	Aufteilung in die Workshops

**Montag, 27. November:**

<b>15:00</b>	<b>Workshops</b>
A	<b>Die Weiblichkeitsfalle funktioniert</b> Leitung: <b>Mag. Dr. Rotraud Perner</b> Impulse: <b>Dr. Margit Böck</b> <b>Dr. Beatrix Brauner</b> <b>Dr. Anneliese Stoklaska</b>
B	<b>Die weibliche Seite der Macht</b> Leitung: <b>Christine Bauer-Jelinek</b> Impulse: <b>Mag. Sabine Daxberger</b> <b>Mag. Gerlinde Rogatsch</b> <b>Dr. Gabriele Zuna-Kratky</b>
C	<b>Imagestrategien: was bremst, was pusht?</b> Leitung: <b>Dr. Monika Lindner</b> Impulse: <b>Heidi Glück</b> <b>Dr. Ingrid Lehmann</b> <b>Dr. Monika Närr</b>
D	<b>Die virtuelle Chance</b> Leitung: <b>Susanne Broos</b> Impulse: <b>Carine Czirbusz</b> <b>Alexandra Bader</b> <b>Dr. Sabine Ertl</b>
E	<b>Frauenbild mit Nachhilfe</b> Leitung: <b>Prof. Sigrid Prosser</b> Impulse: <b>Helga Dolezal</b> <b>Susanne Tröstl</b> <b>Irmie Schüch-Schamburek</b>
<b>17:00</b>	<b>PAUSE mit Kaffee</b>
<b>17:30</b>	<b>Plenum 4</b>  Begrüßung ERSTE Bank: <b>Dr. Elisabeth Bleyleben-Koren</b>  <b>Präsentation des ORF-Frauenbildes</b> <b>Mag. Kathrin Zechner</b> Filmbeitrag und Diskussion
<b>18:30</b>	<b>Pause mit Abendbuffet</b> – Registrierung der Abendgäste

**Montag, 27. November:**

<b>19:30</b>	<b>Podiumsdiskussion</b> <b>Sag mir, wo die Frauen sind?</b>  Moderation: <b>Maria Rauch-Kallat</b> TeilnehmerInnen: <b>Helmut A. Gansterer</b> <b>Peter Rabl</b> <b>Patricia Riekel</b> <b>Mag. Kathrin Zechner</b>
<b>21:00</b>	Ausklang mit Umtrunk & Chat

Im Foyer: Büchertisch und aktuelle Informationen

**Dienstag, 28. November**

<b>10:30</b>	<b>Plenum 5</b>
10:45	<b>Maria Rauch-Kallat</b> Präsentationen der Workshop-Ergebnisse mit jeweils anschl. Diskussion
A	<b>Dr. Anneliese Stoklaska</b>
B	<b>Dr. Gabriele Zuna-Kratky</b>
C	<b>Dr. Monika Närr</b>
D	<b>Alexandra Bader</b>
E	<b>Irmie Schüch-Schamburek</b>
<b>11:45</b>	<b>PAUSE mit Kaffee</b>
<b>12:15</b>	<b>Plenum 6</b>
13:00	Abschlussreferat & anschließende Diskussion <b>Gordana Susa</b> (angefragt)
13:00	Dank & Verabschiedung <b>Maria Rauch-Kallat</b>
<b>13:15 bis 14:30</b>	<b>BUFFET &amp; Umtrunk zum Ausklang</b>
	<b>Änderungen vorbehalten!</b>

**Alexandra BADER**, Internetredakteurin und technische Leiterin der „Ceiberweiber“ (größte österr. Frauen-Website und Frauen-Online-Magazin, seit April 1996). Vorher im politischen Bereich tätig (u.a. EU-Referentin der Grünen).

**Christine BAUER-JELINEK**, Wirtschaftscoach und Psychotherapeutin. Gründerin und bis 1996 Geschäftsführerin der „Wiener Trainerakademie“. Management und Coaching für u.a. Bank Austria, IBM, ORF. Geschäftsführung „Forum für Intelligente Planung F.I.P.“ und „Wohnclub Wien“. Aktuelles Buch: „Die helle und die dunkle Seite der Macht“ (Edition Va bene).

**Dr. Elisabeth BLEYLEBEN-KOREN**, Studium der Rechtswissenschaften. 1973 Beginn der Banklaufbahn bei Creditanstalt Bankverein, 1977 Wechsel zur Ersten. Im Juli 1997 Bestellung in den Vorstand. Zuständig für Wohnbau, Groß- und Kommerzkunden, Öffentliche Hand, Personal und Recht sowie das Programm-Management zur Erreichung der Ergebnisse.

**Mag. Dr. Margit BÖCK**, Studium der Publizistik, Kommunikationswissenschaft und Theaterwissenschaft in Wien, Lektorin an der Uni Wien und an der FH für Informationsberufe, Eisenstadt. Publikationen u.a.: „Leseförderung als Kommunikationspolitik, 1998; aktuell: „Das Lesen in der neuen Medienlandschaft“.

**Dr. Beatrix BRAUNER-ZAUNINGER**, Studium der Publizistik und Psychologie in Salzburg. 1989-1995 Studienassistentin, dann Projektleiterin am Institut für Motivforschung/Österreichisches Gallup Institut. 1995 Gründung und geschäftsführende Gesellschafterin der Sensor Marktforschung.

**Susanne BROOS**, Frankfurt/Main, Studium der Betriebswirtschaftslehre, später Prokuristin. 1988 Umstieg in den Journalismus. Seit 1990 freie Journalistin und Autorin. Mitinhaberin der Internetmedienagentur für Frauen „womanticker“ (tägliches Newsdienst und Content Pool für Journalistinnen). Aktuelle Publikation: „Selbstbewusst und voller Power. Junge Frauen von heute“ (Fischer Taschenbuch).

**Carine CZIRBUSZ**, Wirtschaftsausbildung, seit Anfang April 2000 als Referentin in der ÖVP-Bundespartei zuständig für Frauenfragen, redaktionelle Betreuung und Gesamtadministration der Frauenservice-Website [www.frauenoffensive.at](http://www.frauenoffensive.at); Kooperation mit Frauennetzwerken.

**Mag. Sabine DAXBERGER**, Studium der Germanistik und Theaterwissenschaft, seit 10 Jahren beim ORF NÖ. Chefin vom Dienst NÖ Journal, Beiträge für Radio und FS, 3SAT, Alpen Donau Adria Magazin. Betriebsratsvorsitzende und Redakteursprecherin Studio NÖ.

**Helga DOLEZAL**, dipl. Fachkosmetikerin, Heilmasseurin u. a. Therapien, Dekret für Cymatic- und Bioenergetik, Experte für Schönheit und Wellness, seit 1980 eigene Beauty-Farm.

**Dr. Sabine ERTL**, 1992 - '95 Studium Publizistik, Politikwissenschaften und Spanisch an der Uni Wien. 1996 Generaldirektion „Soziale Angelegenheiten“ (Abteilung „Frauenrechte“) des Europäischen Parlaments. 1997 Dolmetschausbildung bei der Europ. Kommission. Assistenz des Universitätslehrgangs Medienpädagogik I an der Donau-Universität Krems. Zahlreiche Projekte und Publikationen zum Thema Journalismus, Europa und Medien. Seit 1. September in der Online-Redaktion der Wiener Zeitung.

**Dkfm. Lorenz FRITZ**, Absolvent der Hochschule für Welthandel in Wien; fast 30 Jahre bei Alcatel Austria, von 1988 bis 1996 Generaldirektor. Seit 1997 Generalsekretär der Industriellenvereinigung (IV). Koordination sämtlicher Aufgaben der IV in den Landesgruppen und im Büro der Industriellenvereinigung in Brüssel.

**Helmut A. GANSTERER**, HTL-Absolvent, Studium der Nationalökonomie, als Journalist und Werbetexter tätig, eigene Wirtschaftszeitung „Economy“, später Trend, seit 1976 Chefredakteur, seit 1977 Herausgeber. Zahlreiche Publikationen und Beiträge.

**Heidemarie GLÜCK**, mathematisches Realgymnasium Reutte mit Ausbildung in Metallurgie. 1980-'83 freie journalistische Tätigkeit, 1984-'94 beim ORF: Pressereferentin Hörfunk, Informationsintendant Fernsehen, Marketing und Promotion „Nachbar in Not“ und „Licht ins Dunkel“. 1995-2000 Pressesprecherin und politische Beraterin von BM Dr. Elisabeth Gehrler. Ab 2000 Pressesprecherin des Bundeskanzlers Dr. Wolfgang Schüssel.

**Mag. Dr. Ingrid LEHMANN**, Studium der Politikwissenschaften und Philosophie (Freie Universität Berlin) und Geschichte (Univ. of Minnesota). 1985-1993 u. a. Leiterin der Abteilung Friedens- und Sicherheitsprogramme der UNO. Seit 1999 Leiterin des UN Informationsdienstes in Wien. Publikation: „Peacekeeping and Public Information“.

**Dr. Monika LINDNER**, Studium der Theaterwissenschaften, journalistische Ausbildung bei Hellmuth Andics. Freie Mitarbeiterin im ORF (Abteilung Politik und Zeitgeschehen). 1979 Leitung ORF-Pressestelle, dann Stab des Generalintendanten. 1991: Leiterin der WIR-Redaktion, Chefin der Sendung „Willkommen Österreich“. Seit Oktober 1998 Landesintendantin ORF Niederösterreich.

**Dr. Monika NÄRR**, Studium der Publizistik, Deutschen Philologie, Geschichte und Politikwissenschaft. 1982 - '97 Redakteurin u. a. der „Wochenpresse“, „Wienerin“ und „Wiener Zeitung“. 1995 Gründung der Dr. Närr Consultancy. 1997-1998 persönliche Pressesprecherin von Frank Stronach. Seit 2000 Kommunikations- und Teamworktrainerin bei der UNO.

**Mag. Dr. Rotraud A. PERNER**, promovierte Juristin, Diplom. Erwachsenenbildnerin, Psychotherapeutin (Psychoanalyse), Hochschullehrerin und Publizistin. Lizenzierte Psychotherapeutin, Mitglied des Psychotherapiebeirats im Gesundheitsministerium. Senior Consultant des eigenen Instituts für Projektberatung, Personal Training und Supervision (IPPS). Aktuelle Publikation: „Lust Macht Mut - ein Strategiehandbuch für Frauen“ (Ueberreuter).

**Prof. Sigrid PROSSER**, Ausbildung an der LehrerInnenbildungsanstalt Salzburg, Musikerziehung an Gymnasien in Salzburg und Wien. Seit 1974 Vortragende am „Mozarteum“, seit 1986 ist sie Medientrainerin für RedakteurInnen und ModeratorInnen bei ORF, ZDF, ARD und ab 1997 bei n-tv. Seit 10 Jahren Coaching von Führungskräften. Zahlreiche Abhandlungen in Fachzeitschriften.

**Peter RABL**, Publizistikstudium an der Uni Wien. Seit 1971 Journalist, u. a. bei der „Wochenpresse“. Beim ORF Sendungschef und Präsentator u. a. des „Inlandsreports“, Hauptabteilungsleiter Dokumentation bis 1988. Herausgeber und Chefredakteur des „profil“ bis 1991, Herausgeber und Chefredakteur des „Kurier“. Von 1995 bis 1997 Präsentator der Sendung „Zur Sache“.

**Maria RAUCH-KALLAT**, Lehramtsprüfung für Englisch, Russisch, Geographie und Sport, 1967-83 Schuldienst; 1983-92 Geschäftsführerin des Sozialen Hilfswerks; 1983-87 Abg. zum Bundesrat; 1987-92 Abg. zum Wr. Landtag und Gemeinderat und ab '88 Landesleiterin der Wr. ÖVP-Frauen, 1992-95 Bundesministerin für Umwelt, Jugend und Familie; 1995-99 Abg. zum NR; seit 1995 Generalsekretärin der ÖVP. 1986 Aufbau des Frauennetzwerks „alpha“, '89 Gründungsmitglied „MÖWE“, '90 „Aktion Mensch“, '96 „Lobby für Kinder“.

**Petra REICHENBERGER**, Fremdsprachenkorrespondentin, Übersetzerin und Dolmetscherin für Russisch und Englisch, freiberuflich tätig bei der VOEST-Alpine, Dolmetscherin für den Oberbürgermeister von München, freiberuflich im Office Management und als Übersetzerin, seit April 2000 CR des Frauenmagazins „WQ“ (How to spend it Verlag), stv. CR von Business People.

**Patricia RIEKEL**, 1970-'77 Redakteurin der „Augsburger Allgemeinen“, „Quick“ und „freundin“, 1977-'91 freie Autorin u. a. bei „Cosmopolitan“, „freundin“, „ELLE“, „Petra“, Gründung von „Radio der Frau“, 1991-'94 stellv. Chef-Red. u. a. bei „die aktuelle“, „die zwei“, ab 1997 CR von „Bunte“, seit '99 CR von „InStyle“.

**Mag. Gerlinde ROGATSCH**, Studium der Politikwissenschaften und Publizistik, Journalistin und Abgeordnete zum Salzburger Landtag, Landesgeschäftsführerin der ÖVP Salzburg. Politische Schwerpunkte u. a. Außenpolitik, EU, Medien.

**Dr. Maria SCHAUMAYER**, Studium an der HS für Welthandel und an der Univ. Innsbruck. Tätigkeit in Industrie und Bankwesen. Mitglied der Wr. Landesregierung. Im Vorstand der OMV AG startete sie die erste Teilprivatisierung. Als Präsidentin der OeNB 1990-1995 wirkte sie für die rasche Teilnahme Österreichs an der Europ. Währungsunion. 2000 Regierungsbeauftragte für NS-Zwangsarbeiterentschädigungen.

**Irmie SCHÜCH-SCHAMBUREK**, Modeschule Hetzendorf, Studium der freien und angewandten Malerei, Ausbildung zur psychologischen Astrologin. Seit 1999 Geschäftsleitung des Kaufhauses Steffl (Einkauf/Marketing/Werbung). Im ORF Trendscout für „Willkommen Österreich“. Freie Journalistin u. a. bei „ORF Nachlese“, „Wienerin“, „Anima“, „Beauty“. 2000: „Das große Styling-Buch (Ueberreuter).“

**Dr. Anneliese STOKLASKA**, geb. 1946. Studium der Geschichte und Germanistik; Institutsreferentin an der TU Wien. Seit 1991: Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr, seit 1994 Abteilungsleiterin für Internationale Forschungskooperation. Langjährige Obfrau-Stellvertreterin des Frauennetzwerks „alpha“.

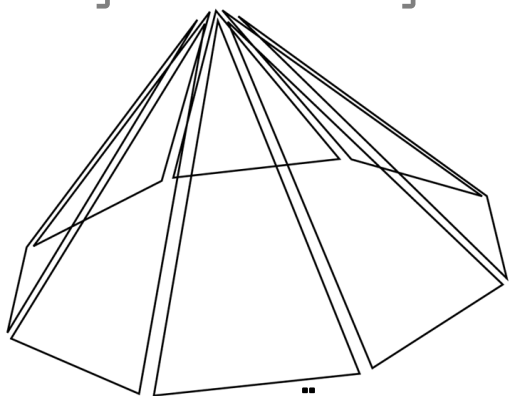
**Gordana SUSAN**, Chefredakteurin von TV 92 Belgrad, Vorsitzende der Vereinigung unabhängiger Journalisten. - angefragt!

**Susanne TRÖSTL**, dipl. Gesundheitstrainerin, Personal Fitness- und Ernährungstrainerin, u. a. von Vera Russwurm und Barbara Wussow. Firmen-Workshops und „I feel good-Fitness-Urlaube“, Kolumne „Bleiben Sie in Schwung“ in der Kronenzeitung. Mitautorin „Das I feel good-Geheimnis“, etc.

**Dr. Gabriele ZUNA-KRATKY**, nach Lehramtsprüfung bis 1988 Lehrerin, 1988 Promotion zum Doktor der Philosophie. Seit 1993 Leitung des Referates Medienservice am damaligen BM für Unterricht und Kunst, 1997 Direktorin der Österr. Phonotheek, seit Anfang 2000 Geschäftsführerin des Technischen Museums Wien.

**Mag. Kathrin ZECHNER**, '81-'86 Studium der Rechtswissenschaften; '83-'86 Doppelstudium der Theaterwissenschaften und Politologie. '82-'86 Freelancer im Bereich „Conference Service“ der IAEA, UNIDO und KSZE in Wien; '86-'91: freie Mitarbeiterin des ORF, '91 Referentin des Generalsekretärs. '91-'92 Unterhaltungschefin TELE 5, '92-'94 Geschäftsleiterin ENDEMOL. Seit 1994 Programmintendantin des ORF, wiederbestellt '96.

Die gläserne Decke Die gläserne Decke Die gläserne Decke Die gläserne Decke Die  
gläserne



## Österreichischer Journalistinnenkongress 2000

### „Frau im Bild“

#### Darstellungen zwischen Realität und Vorurteil

Eine Initiative von Maria Schaumayer, Maria Rauch-Hallat und Lorenz Fritz

Vielen Dank dem  
Hauptsponsor

**ERSTE** BANK

**27. & 28. November 2000**  
**Haus der Industrie**  
**1030 Wien, Schwarzenbergplatz 4**

#### REFERENTINNEN:

**Alexandra BADER**, Internetredakteurin und technische Leiterin der "Ceiberweiber" (größte österr. Frauen-Website und Frauen-Online-Magazin, seit April 1996). Vorher im politischen Bereich tätig (u.a. EU-Referentin der Grünen).

**Christine BAUER-JELINEK**, Wirtschaftscoach und Psychotherapeutin. Management und Coaching für u.a. Bank Austria, IBM, ORF. Geschäftsführung "Forum für Intelligente Planung F.I.P." und "Wohnclub Wien". Aktuelles Buch: "Die helle und die dunkle Seite der Macht" (Edition Va bene).

**Mag. Dr. Margit BÖCK**, Studium der Publizistik, Kommunikationswissenschaft und Theaterwissenschaft in Wien, Lektorin an der Uni Wien und an der FH für Informationsberufe, Eisenstadt. Publikationen u.a.: "Leseförderung als Kommunikationspolitik, 1998; aktuell: "Das Lesen in der neuen Medienlandschaft".

**Dr. Beatrix BRAUNER-ZAUNINGER**, Studium der Publizistik und Psychologie in Salzburg. 1989-1995 Studienassistentin, dann Projektleiterin am Institut für Motivforschung/Österreichisches Gallup Institut. 1995 Gründung und geschäftsführende Gesellschafterin der Sensor Marktforschung.

**Susanne BROOS**, Frankfurt/Main, Studium der Betriebswirtschaftslehre, später Prokuristin. 1988 Umstieg in den Journalismus. Seit 1990 freie Journalistin und Autorin. Mitinhaberin der Internetmedienagentur für Frauen "womanticker" (tägliches Newsdienst und Content Pool für Journalistinnen). Aktuelle Publikation: "Selbstbewusst und voller Power. Junge Frauen von heute" (Fischer Taschenbuch).

**Carine CZIRBUSZ**, Wirtschaftsausbildung, seit Anfang April 2000 als Referentin in der ÖVP-Bundespartei mit dem Aufgabengebiet für Frauen und Familien; redaktionelle Betreuung und Gesamtadministration der Frauenservice-seite [www.frauennetzworke.at](http://www.frauennetzworke.at); Kooperation mit Frauennetzwerken.



**Mag. Sabine DAXBERGER**, Studium der Germanistik und Theaterwissenschaft, seit 10 Jahren beim ORF NÖ. Chefin vom Dienst NÖ Journal, Beiträge für Radio und FS, 3SAT, Alpen Donau Adria Magazin. Betriebsratsvorsitzende und Redakteursprecherin Studio NÖ.

**Helga DOLEZAL**, dipl. Fachkosmetikerin, Heilmasseurin u. a. Therapien, Dekret für Cymatic- und Bioenergetik, Experte für Schönheit und Wellness, seit 1980 eigene Beauty-Farm.

**Dr. Sabine ERTL**, 1992 – '95 Studium Publizistik, Politikwissenschaften und Spanisch an der Uni Wien. 1996 Generaldirektion "Soziale Angelegenheiten" (Abteilung "Frauenrechte") des Europäischen Parlaments. 1997 Dolmetschausbildung bei der Europ. Kommission. Assistenz des Universitätslehrgangs Medienpädagogik I an der Donau-Universität Krems. Zahlreiche Projekte und Publikationen zum Thema Journalismus, Europa und Medien. Seit 1. September in der Online-Redaktion der Wiener Zeitung.

**Dkfm. Lorenz FRITZ**, Absolvent der Hochschule für Welthandel in Wien; fast 30 Jahre bei Alcatel Austria, von 1988 bis 1996 Generaldirektor. Seit 1997 Generalsekretär der Industriellenvereinigung (IV). Koordination sämtlicher Aufgaben der IV in den Landesgruppen und im Büro der Industriellenvereinigung in Brüssel.

**Helmut A. GANSTERER**, HTL-Absolvent, Studium der Nationalökonomie, als Journalist und Werbetexter tätig, eigene Wirtschaftszeitung "Economy", später Trend, seit 1976 Chefredakteur, seit 1977 Herausgeber. Zahlreiche Publikationen und Beiträge.

**Heidmarie GLÜCK**, mathematisches Realgymnasium Reutte mit Ausbildung in Metallurgie. 1980-'83 freie journalistische Tätigkeit, 1984-'94 beim ORF: Pressereferentin Hörfunk, Informationsintendantin Fernsehen, Marketing und Promotion "Nachbar in Not" und "Licht ins Dunkel". 1995-2000 Pressesprecherin und politische Beraterin von BM Dr. Elisabeth Gehrler. Ab 2000 Pressesprecherin des Bundeskanzlers Dr. Wolfgang Schüssel.

**Dr. Katharina KRAWAGNA-PFEIFER**, Studium der Rechtswissenschaften Linz, Promotion 1978. Seit 1974 ständige freie Mitarbeiterin der "Salzburger Nachrichten", Redaktion Linz. 1978/79 Aufenthalt in Paris. 1979-93 in der Zentralredaktion der SN, seit 1993 Ressortleiterin Innenpolitik bei "Der Standard".

**Mag. Dr. Ingrid LEHMANN**, Studium der Politikwissenschaften und Philosophie (Freie Universität Berlin) und Geschichte (Univ. of Minnesota). 1985-1993 u. a. Leiterin der Abteilung Friedens- und Sicherheitsprogramme der UNO. Seit 1999 Leiterin des UN Informationsdienstes in Wien. Publikation: "Peacekeeping and Public Information".

**Dr. Monika LINDNER**, Studium der Theaterwissenschaften, journalistische Ausbildung bei Hellmuth Andics. Freie Mitarbeiterin im ORF (Abteilung Politik und Zeitgeschehen). 1979 Leitung ORF- Pressestelle, dann Stab des Generalintendanten. 1991: Leiterin der WIR-Redaktion, Chefin der Sendung „Willkommen Österreich“. Seit Oktober 1998 Landesintendantin ORF Niederösterreich.

**Dr. Monika NÄRR**, Studium der Publizistik, Deutschen Philologie, Geschichte und Politikwissenschaft. 1982 - '97 Redakteurin u. a. der "Wochenpresse", "Wienerin" und "Wiener Zeitung". 1995 Gründung der Dr. Närr Consultancy. 1997-1998 persönliche Pressesprecherin von Frank Stronach. Seit 2000 Kommunikations- und Teamworktrainerin bei der UNO.

**Mag. Dr. Rotraud A. PERNER**, promovierte Juristin, Diplom. Erwachsenenbildnerin, Psychotherapeutin (Psychoanalyse), Hochschullehrerin und Publizistin. Lizenzierte Psychotherapeutin, Mitglied des Psychotherapiebeirats im Gesundheitsministerium. Senior Consultant des eigenen Instituts für Projektberatung, Personal Training und Supervision (IPPS). Aktuelle Publikation: "Lust Macht Mut - ein Strategiehandbuch für Frauen" (Ueberreuter).

**Prof. Sigrid PROSSER**, Lehramtsprüfung aus Musikerziehung (Salzburg), Diplome aus Gesangspädagogik und Opernschule in Wien, Bühnenerfahrung als Sängerin und Schauspielerin, seit 1974 unterrichtet sie Gesang an der Universität "Mozarteum" in Salzburg, seit 1986 ist sie Medientrainerin für RedakteurInnen und FernsehmoderatorInnen bei ORF, ARD und ZDF, seit 1997 bei n-tv in Berlin. Sie ist Autorin von zwei gesangspädagogischen Büchern und coacht seit 10 Jahren Führungskräfte.

**Peter RABL**, Publizistikstudium an der Uni Wien . Seit 1971 Journalist, u. a. bei der "Wochenpresse". Beim ORF Sendungschef und Präsentator u. a. des "Inlandsreports", Hauptabteilungsleiter Dokumentation bis 1988. Herausgeber und Chefredakteur des "profil" bis 1991, Herausgeber und Chefredakteur des "Kurier". Von 1995 bis 1997 Präsentator der Sendung "Zur Sache".

**Maria RAUCH-KALLAT**, Ausgebildete Lehrerin; von 1983-92 Geschäftsführerin des Sozialen Hilfswerks; 1983-87 : Abg. zum Bundesrat; 1987-92: Abg. zum Wr. Landtag und Gemeinderat; ab '88 Landesleiterin der Wiener ÖVP-Frauenbewegung; 1992-95 Bundesministerin für Umwelt, Jugend und Familie; 1995 - 99 Abg. zum Nationalrat; seit 1995 Generalsekretärin der ÖVP. 1986 Gründung und Aufbau des Frauennetzwerks „alpha“, '89 Gründungsmitglied „MÖWE“, '90 „Aktion Mensch“, '96 „Lobby für Kinder“.

**Petra REICHENBERGER**, Fremdsprachenkorrespondentin, Übersetzerin und Dolmetscherin für Russisch und Englisch, freiberuflich tätig bei der VOEST-Alpine, Dolmetscherin für den Oberbürgermeister von München, freiberuflich im Office Management und als Übersetzerin, seit April 2000 CR des Frauenmagazins "WQ" (How to spend it Verlag), stv. CR von Business People.

**Patricia RIEKEL**, 1970-'77 Redakteurin der "Augsburger Allgemeinen", "Quick" und "freundin", 1977-'91 freie Autorin u. a. bei "Cosmopolitan", "freundin", "ELLE", "Petra", Gründung von "Radio der Frau", 1991-'94 stellv. Chef-Red. u. a. bei "die aktuelle", "die zwei", ab 1997 CR von "Bunte", seit '99 CR von "InStyle".

**Mag. Gerlinde ROGATSCH**, Studium der Politikwissenschaften und Publizistik, Journalistin und Abgeordnete zum Salzburger Landtag, Landesgeschäftsführerin der ÖVP Salzburg. Politische Schwerpunkte u. a. Außenpolitik, EU, Medien.

**Dr. Maria SCHAUMAYER**, Studium an der HS für Welthandel und an der Univ. Innsbruck. Tätigkeit in Industrie, Bankwesen und Wr. Landesregierung. Im Vorstand der OMV AG startete sie die erste Teilprivatisierung. Als Präsidentin der OeNB 1990-1995 wirkte sie für die rasche Teilnahme Österreichs an der Europ. Währungsunion. 2000 Regierungsbeauftragte für NS-Zwangsarbeiterentschädigungen.

**Irmie SCHÜCH-SCHAMBUREK**, Modeschule Hetzendorf, Studium der freien und angewandten Malerei, Ausbildung zur psychologischen Astrologin. Seit 1999 Geschäftsleitung des Kaufhauses Steffl (Einkauf/Marketing/Werbung). Im ORF Trendscout für "Willkommen Österreich". Freie Journalistin u. a. bei "ORF Nachlese", "Wienerin", "Anima", "Beauty". 2000: "Das große Styling-Buch (Ueberreuter).

**Dr. Anneliese STOKLASKA**, geb. 1946. Studium der Geschichte und Germanistik; Institutsreferentin an der TU Wien. Seit 1991: Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr, seit 1994 Abteilungsleiterin für Internationale Forschungskooperation. Obfrau-Stellvertreterin der Frauennetzwerks "alpha".

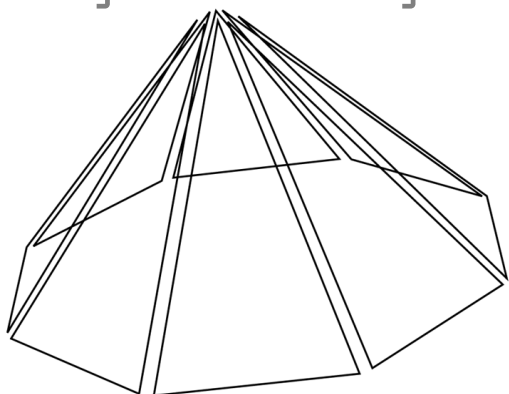
**Gordana SUSAN**, Chefredakteurin von TV 92 Belgrad, Vorsitzende der Vereinigung unabhängiger Journalisten. – *angefragt!*

**Susanne TRÖSTL**, dipl. Gesundheitstrainerin, Personal Fitness- und Ernährungstrainerin, u. a. von Vera Russwurm und Barbara Wussow. Firmen-Workshops und "I feel good-Fitness-Urlaube", Kolumne "Bleiben Sie in Schwung" in der Kronenzeitung. Mitautorin "Das I feel good-Geheimnis", etc.

**Dr. Gabriele ZUNA-KRATKY**, nach Lehramtsprüfung bis 1988 Lehrerin, 1988 Promotion zum Doktor der Philosophie. Seit 1993 Leitung des Referates Medienservice am damaligen BM für Unterricht und Kunst, 1997 Direktorin der Österr. Phonotheek, seit Anfang 2000 Geschäftsführerin des Technischen Museums Wien.

**Mag. Kathrin ZECHNER**, '81-'86 Studium der Rechtswissenschaften; '83-'86 Doppelstudium der Theaterwissenschaften und Politologie. '82-'86 Freelancer im Bereich "Conference Service" der IAEA, UNIDO und KSZE in Wien; '86-'91: freie Mitarbeiterin des ORF, '91 Referentin des Generalsekretärs. '91-'92 Unterhaltungschefin TELE 5, '92-'94 Geschäftsleiterin ENDEMOL. Seit 1994 Programmintendantin des ORF, wiederbestellt '96.

Die gläserne Decke Die gläserne Decke Die gläserne Decke Die gläserne Decke Die  
gläserne



## Österreichischer Journalistinnenkongress 2000

„Frau im Bild“

Darstellungen zwischen Realität und Vorurteil

Eine Initiative von Maria Schaubmayer, Maria Rauch-Hallat und Lorenz Fritz

27. & 28. November 2000  
Haus der Industrie  
1030 Wien, Schwarzenbergplatz 4

*Vielen Dank dem  
Hauptsponsor*  
**ERSTE** BANK

Dokumentation Österreichischer Journalistinnenkongress 2000

Begrüßung

## **Dkfm. Lorenz Fritz**

Sehr verehrte Damen und Herren, wir von der Industriellenvereinigung machen zum dritten Mal sehr gerne mit, indem wir zumindest diesen schönen Saal zur Verfügung stellen. Sie können eigentlich gar keine richtige Affinität zu ihm entwickeln, weil Sie sehr intensiv über Ihr Thema diskutieren. Wenn aber die Pausenräumlichkeiten und andere Bequemlichkeiten in diesem Haus dazu dienen, die Gespräche zu vertiefen, dann passt es schon wieder zusammen.

Ich darf herzlich begrüßen: Maria Rauch-Kallat, die nicht vorzustellen ist, denn das würde heißen, Eulen nach Athen zu tragen. Als ich noch Unternehmer war, wollte sie schon wissen, was die Unternehmer für ihre weiblichen Mitstreiter im Unternehmen tun.

Dann wollte sie damals schon wissen, wie wir als Männer bereit wären, die Methoden des Machterhalts mit den Frauen zu teilen. Wir wurden uns nicht einig, ob das überhaupt geht. Das Thema befasst mich also durchaus schon einige Zeit und ist jetzt in ein eigenes Reifestadium gekommen, und insofern ist es gut, dass Sie mit Frau Präsidentin Schaumayer und allen, die mitstreiten, auf dem Thema - wie wir im Haus sagen - "drauf bleiben".

Genauso herzlich begrüße ich Herrn Staatssekretär Morak, der ja durch das gewählte Thema ins Bild rückt und heute den Proporz zwischen Mann und Frau ausmacht. Der Herr Staatssekretär ist in Medienfragen inzwischen ein sehr gefragter Gesprächspartner und einer, der sehr viel an Konzepten für dieses Land erstellt und damit auch viel verändern will. Insofern wird er uns mit seinem Statement vielleicht auch etwas in seine Überlegungen hineinschauen lassen: Welche institutionellen Fragen kommen auf uns zu und wie werden die Institutionen letztlich wieder geleitet und ausgefüllt? Und was ist sein eigenes Frauenbild? Wie ich die Veranstalter kenne, haben sie ihn nicht nur als Medienexperten hergebeten, sondern damit er sich diesbezüglich auch deklarieren möge. Herzlich willkommen hier im Haus, Herr Staatssekretär.

Wie wir bei der Pressekonferenz schon sagen konnten, ist die Zeit reif, und die Industriellenvereinigung ist gefordert, nicht nur gesellschaftspolitisch schöne Ansagen zu diesem Thema zu machen. Eigentlich fällt dieses Thema zurück auf "wir haben Arbeitskräftebedarf in diesem Lande", und wir haben das einmal festgemacht an der Idee "Schlüsselqualifikation", aber das ist die Spitze einer Pyramide. Die Frauenquote in diesem Land ist im europäischen Vergleich durchaus ausbaufähig. Jetzt rede ich nicht nur von den Medien, sondern von der ganzen wirtschaftlichen Arbeitswelt. Die Firmen und meine Mitglieder müssten sich eigentlich sehr viel mehr um dieses Thema kümmern, weil sie sonst ihre Aufgabenstellungen und Chancen nicht wahrnehmen können.

Uns geht es in Europa hoffentlich genauso wie in Amerika, es gibt kein "soft landing". Die Konjunktur geht weiter, weil das sehr viel mit dem Wechsel in der Wirtschaft von der "Old" zur "New Economy" zu tun hat. Dazu kommt noch die Demografie. In zehn Jahren werden wir wirklich diesen "war for talents" haben, von dem wir derzeit nur reden. Es wird so sein, dass die Wohlfahrt jedes Landes sich tatsächlich danach bemessen lassen wird, wie viel man rechtzeitig für die Zuwanderung getan hat. Und ich sage das auch wissend, dass man damit in der Regierung derzeit noch ein Problem hat.

Zum Thema selber: Frau im Bild. Ich finde es strategisch unglaublich klug, dass die Frauen, die in den Medien mehr als in der Wirtschaft ihre Frau stellen, ihr eigenes Bild so transportieren wollen, dass wir Männer es endlich kapiieren.

Damit wünsche ich dieser Veranstaltung sehr spannende Diskussionen und das Klima, das in diesem Hause üblicherweise herrscht: das des guten Gesprächs.

Herzlichen Dank.

## **Grußworte** **Staatssekretär Franz Morak**

Mein Herr, meine Damen, zuerst herzlichen Dank, dass ich hier einen Botenbericht geben darf, ich komme nämlich gerade aus einer sehr wesentlichen Sitzung zur Medienbehörde. Seit Jahren hat ein großer Stillstand geherrscht. Seit kurzer Zeit ist einiges im Rollen, einiges bewegt sich.

Kommende Woche sind zwei wesentliche Gesetzesvorschläge im Ministerrat zu beschließen, die die Entwicklung der Medienlandschaft in Österreich nachhaltig vorantreiben werden. Dies war ja, wenn ich an den ersten Journalistinnenkongress zurückdenke, doch ein wesentlicher Kritikpunkt.

Der enge Markt und die durchaus überblickbare heimische Medienlandschaft bietet vor allem Frauen zu wenige Chancen, sich in dieser Branche zu etablieren und in Spitzenpositionen zu gelangen. Der Aufbruch, den wir jetzt durch die geplanten Vorhaben erleben, könnte auch in dieser Frage einiges in Bewegung bringen. Ich denke hier vor allem an das Privatradiogesetz - es stellt einen Schritt hin zu mehr Wettbewerb und mehr Freiheit für Hörfunkveranstaltungen dar, bundesweites Radio wird möglich. Ein Medienunternehmen kann in Hinkunft ein Radio allein von einem Versorgungsgebiet betreiben. Durch das Radiofrequenzgutachten wird zur Verbesserung der Sendeleistung nach zusätzlichen Kapazitäten gesucht.

Die KommAustria, ein unabhängiger Regulator für elektronische Medien und Telekommunikation, soll sehr zukunfts- und praxisorientiert arbeiten und, ich möchte das hier noch einmal betonen, von der Tages- und Parteipolitik unabhängig agieren. Diese Behörde und vor allem der ihr angefügte Geschäftsapparat sollen ein Kompetenzzentrum sein und die Medien und Telekommunikationsunternehmen im Sinne der immer stärker werdenden Konvergenz bei der Entwicklung unterstützen.

Die in den letzten Tagen laut gewordene Kritik - und gestatten Sie, dass ich hier zwischen billiger Polemik und konstruktiver Kritik unterscheide - wurde von uns und von mir durchaus verstanden und wird auch ihren Niederschlag in den Entwürfen haben.

Ebenso wird es im Sinne des Bekenntnisses der Bundesregierung zum dualen System sehr bald das Privatfernsehgesetz geben. Natürlich müssen wir hier das Ergebnis des TV-Frequenzgutachtens abwarten, aber ich denke, dass wir im Frühjahr die gesetzlichen Rahmenbedingungen schaffen werden.

Das ORF-Gesetz, welches durchaus im Zusammenhang mit dem Privatfernsehgesetz gesehen werden kann, wird eine Vereinfachung der Strukturen und Bestellvorgänge, aber auch eine Präzisierung des öffentlich-rechtlichen Auftrages bringen. Eine Forderung, die auch im Rahmen Ihres ersten Kongresses, wie ich in der dazu erschienenen Publikation "Frauen in Spitzenpositionen - das Manko der Medien" nachlesen konnte, erhoben wurde.

Im Printbereich ist mit der Reform zur Presseförderung, die im Wesentlichen auf eine Vertriebsförderung abgestellt sein wird, ein Trend weg vom vielbemängelten Gießkannenprinzip zu einer stärkeren Marktorientierung vorgezeichnet.

Sie sehen, dass mit Entschlossenheit auf die verschiedenen Problemfelder zugegangen wird. Die Bundesregierung beweist in vielen Fragen Problemlösungskompetenz und zeigt, dass der Slogan "Österreich neu regieren" seine Berechtigung hat.

Mein politisches Ziel ist, in den kommenden drei Jahren meiner Tätigkeit Rahmenbedingungen zu schaffen, dass aus der Kulturnation Österreich auch eine Mediennation Österreich wird, eine Kultur- und Mediennation Österreich.

Die Frage des Medienstandortes Österreich wird durch die unübersehbare Bedeutung der neuen Medien und Informationstechnologien die Zukunft und Entwicklung Österreichs wesentlich bestimmen. Schwerpunktsetzung bei der Ausbildung, sowohl im klassischen als auch im neuen Medienbereich, sind demnach Schlüsselemente für die Wettbewerbsfähigkeit, sowohl für Frauen als auch für Männer, auf dem internationalen Terrain. Ich erinnere in dem Zusammenhang nur an die Entwicklung, die Finnland in den letzten Jahren genommen hat. Es hat ausschließlich oder in einem sehr großen Ausmaß und sehr rechtzeitig auf Kommunikationstechnologien gesetzt und ist ein Mekka der Wirtschaftsentwicklung.

In diesem Zusammenhang möchte ich Ihnen und vor allem, dir, liebe Maria, als Initiatorin dieser Tagung, sehr herzlich gratulieren. Der Journalistinnenkongress findet aufgrund seines Erfolgs seine Fortsetzung. Anders als beim Film, wo die Fortsetzung meist nicht so gut ist wie die erste Staffel, hast du bewiesen, dass das in der Politik anders sein kann, und dass es vor allem in der Politik zusammen mit Journalistinnen anders sein kann.

In diesem Sinne wünsche ich dir eine schöne Konferenz und Ihnen ein spannendes Podium und spannende Diskussionen. Danke schön.

## **Eröffnung** **Maria Rauch-Kallat**

Sehr geehrte Damen und Herren, oder sehr geehrte Herren und Damen, diesmal sind die Herren in der Minderheit - ich darf Sie alle sehr herzlich willkommen heißen zum dritten Österreichischen Journalistinnenkongress. Ich begrüße sehr herzlich alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer, ich begrüße alle schon anwesenden Referentinnen dieses Vormittags, des Nachmittags und vielleicht auch des morgigen Tages.

Hier am Podium darf ich den Hausherrn begrüßen, Herrn Generalsekretär Dkfm. Lorenz Fritz, und den zuständigen Staatssekretär für Medien, Franz Morak.

Sie wissen, der Journalistinnenkongress wird immer sehr langfristig geplant, was bei einem derart umfangreichen Programm, wie wir es Ihnen heuer wieder bieten, auch notwendig ist. Da kann es passieren, dass es einige Änderungen im Programm gibt. Ich darf sie Ihnen vielleicht ganz kurz jetzt schon sagen: Unsere Präsidentin, Maria Schaumayer, ist jetzt verhindert. Sie wissen, es findet in Österreich das große OSZE- Treffen statt, und als wir geplant haben, war ihr Terminkalender noch etwas in Bewegung, vor allem was die Verhandlungen in der Zwangsarbeiterfrage betrifft. Sie wird morgen mittag ihre Grußworte an uns richten.

Monika Lindner kann heute das Impulsreferat nicht halten, wir bleiben aber bei Dr. Monika, es wird Dr. Monika Närr für sie diesen Part übernehmen, und Monika Lindner wird dafür heute abend bei der Podiumsdiskussion mitdiskutieren.

Elisabeth Bleyleben-Koren, die Vertreterin des Hauptsponsors, der Ersten, wird nicht vor Kathi Zechner, sondern nach ihr sprechen. Es sind alles vielbeschäftigte Frauen. Und bei drei unserer Impulsreferentinnen hat leider die Grippe zugeschlagen. Ich muss entschuldigen Frau Dr. Margit Böck vom Workshop A, Mag. Gerlinde Rogatsch vom Workshop B und Helga Dolezal vom Workshop E. Da wir aber in jedem Workshop ohnehin eine Leiterin und drei Impulsreferentinnen haben, bleibt dadurch etwas mehr Zeit zum Diskutieren. Trotzdem bedauern wir sehr, dass sie krank sind, schicken ihnen von hier aus beste Genesungswünsche und hoffen, dass sie beim nächsten Journalistinnenkongress dabei sein werden.

Wir haben für diesen Journalistinnenkongress das Thema "Frau im Bild" gewählt, weil wir der Meinung sind, dass es ganz wesentlich ist, welches Bild vor allem auch die Medien von den Frauen zeichnen. Es ist ja sehr viel untersucht worden vom Bild der Frau in der Werbung, es hat bisher noch nicht sehr viele Untersuchungen gegeben vom Bild der Frau in den Medien, und wir haben eine nicht unspannende Untersuchung gemacht.

Lassen Sie mich aber ein etwas kuriozes Ergebnis eines früheren Journalistinnenkongresses präsentieren, weil es einfach sehr gut zu diesem Thema "Frau im Bild" passt. Diejenigen, die beim ersten Journalistinnenkongress dabei waren, werden sich vielleicht daran erinnern, dass es hier sehr viel Unmut gegeben hat darüber, dass die Zeitung des Journalistenverbandes "Der österreichische Journalist" schlicht und einfach einen ausschließlich männlichen Namen trug. Ich kann Ihnen die schlechte Nachricht gleich vorweg sagen: Die Zeitung heißt immer noch "Der österreichische Journalist". Sie hat eine Frau auf dem Titelbild, es ist die aktuelle Nr. 11, aber aus lauter schlechtem Gewissen haben die Herausgeber jetzt eine Schleife dazu gemacht: "Die österreichische Journalistin".

Das ist eine Lösung, die nicht das war, was wir uns eigentlich vorgestellt haben. Wir wollen es vielleicht als einen ersten Schritt werten, wir finden es trotzdem grotesk und hoffen, dass die Zeitung vielleicht im nächsten Jahr "Der österreichische Journalist und die

österreichische Journalistin" heißen wird. Aber es hat zumindest Wirkung gezeigt. Unsere Bemühungen haben ein schlechtes Gewissen verursacht, und das kann ein erster Schritt sein.

*Präsentation der Studie "Das tägliche Frauenbild" (Auswertung von 10 österreichischen Tageszeitungen, 3 Stichtage). Kurzfassung wurde beim Kongress an die TeilnehmerInnen verteilt. Siehe auch Studie 2000.doc.*

## **Workshops - Einleitung**

**Prof. Mag. Dr. Rotraud A. Perner**

***Die Weiblichkeitsfalle funktioniert***

(Überarbeitung des frei gehaltenen Vortrags)

Mein Ursprungsberuf ist die Juristerei - ein klassischer Männerberuf. Denn Juristen werden darauf hin ausgebildet, wie man(n) Machtstrukturen aufbaut, verstärkt und sichert. Dazu dienen Gesetze, aber auch "Spielregeln" (und seien sie noch so "informell").

### *Spielregeln verteilen Zeit und Raum*

So legen "informelle" Spielregeln fest, wann "Zusammentreffen" - entscheidende Sitzungen etwa - terminisiert werden. Dann können bestimmte Personen daran nicht teilnehmen. Frauen beispielsweise, die kleine Kinder zeitgerecht vom Kindergarten abholen müssen. Ebenso kann man aber auch Fernseh- oder Rundfunksendungen zeitlich so fixieren, dass Frauen mit Sorgepflichten sie kaum sehen oder hören können.

Spielregeln schaffen "Subkulturen", beispielsweise durch die "Pflege" eines bestimmten Sprachstils, den Aufbau von Bewertungen (egal, ob es durch Gruppendünkel geschieht oder durch "In- und Out-Listen) und folglich Rangordnungen ("Rankings"). Hierarchien.

### *Unhinterfragt schaffen Spielregeln Sieger und Verlierer(innen)*

Dabei nehmen Männer für sich das Recht in Anspruch, Frauen nach Nützlichkeit zu reihen: schön (zur eigenen Erbauung, zum Ärger der Rivalen), fleißig (für eigenes Wohlbefinden, für Profitmache), unbrauchbar (kein eigener Vorteil erkennbar).

Dementsprechend finden sich in der schriftlichen Darstellung von Frauen "schmückende" - oder diskriminierende - Beiworte hinsichtlich Alter, Haarfarbe, Familienstand ... Damit wird Aufmerksamkeit vom Inhalt ab- und auf "Formen" hingelenkt, und zwar nicht nur im Kontext des Berichts, sondern auch für die Zukunft jeglicher Wahrnehmung dieser Person.

Beispiel 1: Die "Absetzung" von Frau Löffler im "Literarischen Quartett" - eine klassische "Doppelmühle", denn man trifft nicht nur eine Frau, sondern auch eine Journalistin - eine "Meinungsmacherin". Die alten Herren machen "Meinung" über die Kollegin: abwertend, selbstgefällig. Sie "richten" und richten hin. Wenn man jemand als Person vernichten - zum Nichts machen - will, kennzeichnet man sie als altmodisch oder prüde. Will man die Person aber respektieren, so kann man sie als effizient oder auch konfliktbewusst bezeichnen. Will man sie unterstützen, wird man sie als erfolgreich oder gar unverzichtbar auszeichnen.

Beispiel 2: Das Titelbild des Kurier, auf dem die Olympia- Sportlerinnen mit geöffneten Oberteilen ihrer Overalls dargestellt waren.

Beispiel 3: Das Titelbild des Kurier, auf dem sich die Vizekanzlerin ihren Pulli auszieht - Kopf weg, Busen da.

Beispiel 4: ZIB 2 : Interview Birgit Fenderl mit Klubobmann Andreas Khol. Thema: Verfassungsmäßigkeit der EU - Volksbefragung. Fenderl hatte offensichtlich einen Konkurrenzeffekt ausgelöst, als sie einen anderen - kritischen - Verfassungsrechtler zitierte und Khol sofort konterte, er wäre ja selbst Verfassungsrechtler. Fenderl zum Abschluss: "Ich danke für das Gespräch!" Khol, herablassend: "Ich danke auch. Nett war's!" Zu einem Mann hätte er das wohl nicht gesagt.

Üblicherweise werden die subtilen Missachtungen von Frauen übersehen bzw. überhört. Um nicht als "angerührt" zu gelten. Solche unterschweligen Festlegungen von Frauen auf "sexy" bzw. "nicht sexy" bzw. "nett" oder "nicht nett" sind es, die Frauen erstens zu Objekten verdinglichen, zweitens in ihrer leibseelischgeistigen Ganzheit schädigen (auch wenn sie es

fürs erste noch nicht merken, später wird ihr Immunsystem schon reagieren), und drittens gegeneinander ausspielen (die "Braven" gegen die "Schlimmen").

Beispiel 5: NEWS vom 5. 10. 2000, Frauenteil. Titel: "Die Geheimnisse der Österreicherinnen. Was Frauen wirklich wollen - Was Frauen über Beruf, persönliche Karriere und Familie denken". (Beachten Sie bitte die Generalisierungen!) Geheimnis Nr. 1: Vera Russwurm. Ihr Geheimnis ist: Disziplin. Disziplin heißt im Klartext: keine Alleingänge, sondern Ein - und Unterordnung, keine originellen, kreativen Verhaltensweisen, sondern berechenbare Anpassung. Das zweite "Geheimnis" heißt Schwangerschaft. Das dritte und vierte, bereits deutlich kleiner dargestellt, sind Spiritualität und Familie, noch kleiner das fünfte, Selbständigkeit, und ganz klein das sechste: berufliche Produktivität.

So wird textlich wie bildlich suggeriert, dass "alle" Frauen "insgeheim" diese Rangordnung von Zielen "wirklich wollen". Alle, die etwas anderes wollen, fallen aus diesem "Österreich - Bild" hinaus.

Demgegenüber Beispiel 6: Der Standard vom 6. 10. 2000: "Nur Superweiber pfeifen drauf. Eine Polemik von Ute Woltron". Es geht um - das Kostüm. Zitat: "Vor allem Politikerinnen demonstrieren mit dieser Stoff gewordenen Anbiederung Selbstbewusstlosigkeit". Aber dann: Lob für die "Unangepasstheit" Maria Schaumayers: "Mut zum Tüpfel".

Ein schwacher Beginn, individualistische Frauen zu unterstützen? Damit es weitergehen kann, etwa so: "Superweiber pfeifen drauf!" Nämlich mit zarter Stimme lieblich zu fiepsen, und ewig lächelnd Themen zu präsentieren, die todernst - nämlich wirklich tod-ernst! wie Gewalt gegen Frauen - sind, wo eigentlich Wut angesagt wäre, und Krafteinsatz, um etwas zu ändern in dieser männerbestimmten Welt voller Gewalt...

Ein Beginn aber auch, Spielregeln aufzudecken: wie zeigen sich welche Frauen, damit sie im Heer der Schwarz-, Grau- und Dunkelblaumänner nicht durch Buntheit auffallen? Wenn aber doch, werden sie manchmal schon wieder belächelt - jenseits ihrer nachweislichen Berufskompetenz - wie Ferrero Waldner im profil - Porträt von Angelika Hager? Egal, wie frau aussieht, irgendwer findet immer etwas daran auszusetzen. Und jetzt enthülle ich ein Geheimnis: oft genug geschieht es auf "Anregung" - Wunsch? Befehl? - eines Chefredakteurs. "Only bad news are good news". Zumindest wenn es um Frauen geht, die sich anders als in der Geschlechtsrolle (erst Sexpartnerin, nachher Mutter) präsentieren.

Während Frauen Kompetenz an Qualitäten festmachen, zählt für die meisten Männer immer noch Quantität: je mehr, je schneller, je stärker, desto besser. Egal, was es ist. Das entspricht dem Rangordnungsdenken: der älteste, größte, stärkste (oft ein Widerspruch) zuerst. Danach werden Honorare ebenso ausgerichtet wie die Teppichgrößen und Schreibtischessel.

### *Frauen stören das Bild - außer sie dienen*

Die Kommunikationswissenschaftlerin Elisabeth Klaus zeigt in "Medien und Zeit." (Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart, Heft 2 / 2000) auf, wie Geschlechterdefinitionen, Geschlechterpositionierungen und Geschlechteridentifikationen aufgeboten werden, um Wertungen aufrecht zu erhalten - ich ergänze: und damit hierarchische Strukturen - und eine Spielregel, die dazu führt, "...dass Frauen in bestimmten Bereichen als nicht kompetent erachtet werden".

Klaus zitiert den Leiter der Sportredaktion \*\*\* , der Frauen, die sich gut vorbereitet hatten, als "überpräpariert" abqualifizierte: " Ein bisschen mehr intelligente Ahnungslosigkeit, eloquente Naivität statt angestrebter Fachlichkeit" - das hätte den Unterschied zu den meisten anderen Moderatoren deutlich gemacht. Es geht nämlich um Sportsendungen... Klaus betont, "...dass sorgfältige Vorbereitung und Fachwissen negativ bewertet und statt dessen Ahnungslosigkeit und Naivität erwartet werden, woran auch die adjektivische Qualifizierung nichts ändert, ist für die Beurteilung eines Sportmoderators undenkbar."

Dahinter lauert das Bild der ewig lächelnden, der jungen, schlanken, angepassten, lieblichen, anmutigen / anmutenden Frau. Vergleichen Sie Sigrid Löffler und Ines Radisch! Wer wohl "gefällt" Herrn Reich - Ranicki? Ich frage: gefällt uns Herr Reich- Ranicki? Und wie gefällt uns Herr Karasek? Warum fragt uns niemand? Warum fragen wir uns nicht selbst?

Warum wehren wir uns nicht? Warum stellen wir nicht laut die Frage, welche Frauen gibt es, die trotz erwiesener Qualifikation und Kompetenz "abgesetzt" werden, versteckt, verleugnet, vergessen - und warum wohl? Während Greise mit oder ohne Bauch und Glatze vom



Bildschirm granteln, muss frau ewig schön sein, lieb und ja nicht dominant... Und damit sie ja nicht versuchen soll, dominant zu sein, muss sie "immer nur lächeln" oder zumindest neutral kraftlos erscheinen.

### *Im Bild wird sichtbar, welchen Geist wir verkörpern*

Ob Fotografie oder Film: beide zeigen unerbittlich auf, von welchem Geist ein Mensch durchdrungen - "beseelt" - ist. Erwünscht sind Menschen ohne Emotionen, die - so männlich - technisch perfekt affektgeladene Störenfriede - männlich aber auch weiblich - beseitigen. Erwünscht sind nachrichtenimmune Informant/innen und Berichterstatter/innen, die ab und zu durch gegenseitiges Zulächeln heile Paar- und gelegentlich, wenn schwanger, Familienstimmung signalisieren. Da auch sichtbar wäre, ob mensch seinen/ihren Beruf freudig ausübt oder gerade mit Behinderungen zu kämpfen hat, ist Emotionsfreiheit oberstes Gebot: "Belästige uns nicht mit deiner Befindlichkeit!" Damit wir alle uns beruflich wie privat wohlfühlen - und daher gut leisten - können und nicht überfordern müssen, ist es nötig, die Arbeitsbedingungen diesem Ziel gemäß zu gestalten. Dazu ist es wichtig, einander zu zu arbeiten.

### *Zuarbeiten heißt, auf Trennendes und Hinderndes zu achten*

Hindernisse sind nicht nur gläserne Decken und gläserne Wände. Hindernis ist auch, wenn frau einen Platz zugewiesen bekommt, auf dem sie nicht "wachsen" kann. Auf dem sie sich nicht Aufrichten kann. Oder in die Mitte platziert wird, sodass sie dadurch keinen Bewegungsraum hat. Oder neben "große" Männer - sodass der Eindruck von putziger Kleinheit entsteht. (Männer bekommen in solchen Fällen ein Podest unterschoben ...) Oder dass Frauen die einzige in einer Männergruppe und daher leicht zu übertönen sind. Oder Ablehnung auf sich ziehen, wenn sie sich stimmlich durchsetzen wollen (und hernach drei Tage heiser sind).

Die Weiblichkeitsfalle heißt immer noch: "Sei schön und halt' den Mund!" Sei jung, unerfahren und verführbar. Und red' nicht mit den älteren, erfahreneren, nicht mehr Verführbaren, die dich vor Fallstricken und Fallgruben warnen, sonst reden wir Macher nicht mehr mit dir!

## **Christine Bauer-Jelinek** **Die weibliche Seite der Macht**

Mein Beitrag soll drei Fragen klären.

- 1) Hat die Macht überhaupt eine männliche und weibliche Seite?
- 2) Wie können wir als Frauen uns mehr Machtkompetenz aneignen? Wie können wir mit der Macht besser umgehen?
- 3) Welche Zukunftsperspektiven sehen wir in der Verteilung der Macht zwischen Männern und Frauen?

Wie stellt sich uns denn heute die Situation dar? Frauen haben zur Macht ein sehr heimliches Verhältnis, Macht wird sehr oft als lustfeindlich erlebt, Macht ist ein notwendiges Übel. Frauen sprechen lieber von Verantwortung als von Macht.

Wenn man sie fragt: Haben Sie Macht, üben Sie gerne Macht aus, sagen Frauen sehr oft: Nein, so arg ist es nicht, ich habe nur ein bisschen Macht. Sie versuchen zu verkleinern, sie beschreiben die anderen, die ja viel mehr Macht haben. Und der Tenor ist immer wieder, dass Macht etwas Negatives ist. Wenn über Macht gesprochen wird, auch wenn Frauen über Macht sprechen, dann hat es immer einen negativen Beigeschmack, wie das in den Fünfziger Jahren noch mit der Sexualität der Fall war, wo man nur "es" sagen durfte, wo "es" im Finstern und unter der Decke passierte, fortpflanzungsorientiert war, und wo vor allem die Frauen keinen besonderen Spaß daran zu haben hatten. Mit Frauen wird immer noch eher die Ohnmacht verbunden als die Macht. Das ändert sich seit einigen Jahren, aber es beginnt erst ganz marginal.

Schauen wir uns hingegen die Männer an in ihrem Verhältnis zur Macht. Der mächtige Mann ist erotisch, der mächtige Mann - auch die Naturwissenschaftler bestätigen uns das - aktiviert unser Stammhirn, wir finden ihn attraktiv, auch wenn er vielleicht gar nicht so attraktiv aussieht. Macht ist etwas Schillerndes für Männer, Macht ist öffentlich und Macht wird mit "männlich" im Grunde genommen gleichgesetzt.

Diese Sichtweise ist aber nur vordergründig. Frauen sind ohnmächtig, die Männer sind mächtig - das ist die Fassade, der Vordergrund. Dahinter gibt es ganz andere Meinungen. Dahinter gibt es das Sprichwort: "Der Mann ist der Kopf, aber die Frau ist der Hals."

Männer sind über die Sexualität und über die Kinder zu steuern, das alles passiert heimlich, Männer sind abhängige, willensschwache Werkzeuge. Die weibliche Seite dieser Macht wurde extrem abgewertet, die "Waffen einer Frau", sind nichts, das wirklich zur Macht zählt, es geht alles in den Bereich der Abwertung, alles in den Bereich der Sexualität.

Diese beiden Szenarien, das vordergründige Bild und die Umkehrung - die Frau ist eigentlich die femme fatale, die alles im Hintergrund steuert - diese beiden Seiten wirken. Das Eine mehr öffentlich, das Andere in Witzen und in Anekdoten, bis zu den Zoten.

Tatsache ist, dass diese Aufteilung einen wesentlichen Faktor verbirgt. Es beginnt schon damit, dass in dieser Aufteilung Macht nur noch als das verwendet wird, was öffentlich ist, dass Macht der Funktion, die öffentliche Macht, den Männern zugeschrieben wird, und die heimliche Macht den Frauen zugeschrieben wird.

Wir brauchen dazu eine Definition. Ich sehe Macht als etwas, das in Interessenskonflikten zum Tragen kommt. Macht brauchen wir dann, wenn wir etwas wollen, wenn wir ein Ziel haben.

Es gibt acht Quellen der Macht, die unterschiedlich von Männern und Frauen besetzt sind.

- 1) Die Macht der Materie. Sie beginnt bei der Körperkraft auf der Seite der Männer, bei der Reproduktionskraft auf der Seite der Frauen. Wenn wir eine Urgesellschaft hernehmen, dann haben die Männer die Muskeln und die Frauen die Kinder, und diese Verteilung bestimmt einfach unseren Ursprung der Gesellschaft. Die Körperkraft, die Muskelkraft auf der Männerseite, die Schwangerschaft, das Stillen, das Versorgen, das Haus auf der Frauenseite. In der weiteren Entwicklung der Übergang von der Muskelkraft zu den Waffen. Hier ist es nicht mehr so notwendig, Muskeln zu haben. Denn wenn wir einen Revolver zu bedienen haben, oder wenn wir nur mehr auf einen Knopf drücken müssen, dann ist diese Verteilung nicht mehr an Männer und Frauen gebunden. Die Macht des Geldes. Auch hier kommen bereits rollenspezifische Merkmale und gesellschaftliche Prozesse zum Tragen. Macht des Besitzes. Wer Geld hat, schafft an.
- 2) Macht der Herkunft. Die Familie, der klingende Namen, die Adelstitel, die hohen Häuser. Die Ahnen, aber auch das Volk. Der Schweizer Computerspezialist wird sich in Österreich leichter tun, eine Wohnung zu finden, als ein Schwarzafrikaner mit der selben Qualifikation. Kinder, die von Anfang an in die Macht hineinwachsen, haben andere Möglichkeiten, mit Macht umzugehen.
- 3) Die Macht der Mehrheit ist eine neue Form der Macht. Parteien, Netzwerke, Möglichkeiten, sich gegen die alten, etablierten Machtverhältnisse aufzulehnen und ein Gegengewicht zu setzen, ist, Mehrheiten zu bilden. Wir haben das in der Arbeiterbewegung, in den jungen Demokratien gesehen. Es geht auch darum, diese Machtform zu lernen. Die Frauen wären weltweit mehr, sie hätten die Macht der Mehrheit, sie hätten in allen Ländern der Welt die Mehrheit der wahlberechtigten Stimmen. Da eine Mehrheit aber nur dann mächtig ist, wenn sie einen Focus hat und sich als eine solche begreift, können sie diesen Vorteil nicht vollständig ausnützen.
- 4) Die Macht des Wissens. Früher an die Kirche und an die Herrschaftshäuser gebunden, ist sie heute demokratisiert. Jeder kann sich das Wissen besorgen und kann mit Wissen, Kompetenz und Lebenserfahrung Macht ins Spiel bringen.
- 5) Die Macht der Gefühle. Da sind wir wieder auf einem ursprünglichen Frauenterritorium, einer Machtform, die den Frauen zugeschrieben wird. Auch heute gibt sich eine gewisse Literatur als frauenfreundlich, transportiert aber nur Klischees. Frauen sind deswegen die besseren Führungskräfte, weil sie so emotional sind. Frauen sind deshalb an der Spitze zu brauchen, weil sie so sensibel sind. Frauen

haben deswegen so große Chancen in der Wirtschaft, weil sie so teamfähig sind, weil sie Schlüsselkompetenzen haben. Das stimmt schon alles auch, und das sollten wir ausnützen. Es werden aber Unterschiede transportiert, die wieder an die Biologie geheftet sind, die wieder unsere ureigenste Aufgabe im Bereich der Sexualität sehen, im Bereich der Liebe und Fürsorge, der Familienbindung, im Bereich der bösen Verführerin, auch von Mitleid und Schutzbedürftigkeit, Mythischem, Mystischem und Unverständlichem.

- 6) Die Macht der Funktion. Ämter, Aufgaben. In der Demokratie wird Macht hauptsächlich über Funktionen verteilt. Die Macht der Funktion muss sich durch Insignien zeigen. Kappen, Orden, Knöpfe, Uniformen. In jedem Unternehmen, in jeder Organisation werden Sie rasch herausfinden, wie die Rangordnungen sind. Frauen legen bei ihren Verhandlungen oft sehr wenig Wert darauf, diese Insignien auch zu zeigen. Das ist ehrenwert, aber in der Praxis nicht sehr förderlich.
- 7) Die Macht der Kontakte, besonders in Österreich. Wenn man etwas erreichen will, muss man jemanden kennen oder jemanden kennen, der jemanden kennt. Sonst geht gar nichts. Die Old-Boy's-Networks, die jahrhundertealt und international verteilt sind, haben ein enormes Gewicht in der gegenseitigen Unterstützung. Frauennetzwerke sind kleine Pflänzchen, die neben Mammutbäumen eingesetzt wurden. Sie haben den großen Vorteil, dass sie flexibler sind, aber man darf nicht glauben, dass sie die selbe Kraft haben könnten. Frauen hatten diese Macht wieder im privaten Bereich, sie haben sich ausgedacht, wer wen heiratet. Männer hatten ihre Einflüsterer, Informanten und machten und machen sich die Geschäfte bei gesellschaftlichen Anlässen.
- 8) Die Macht der Überzeugung. Auf der äußeren Ebene sehr stark von den Kirchen, den Religionen und Ideologien besetzt, auf der persönlichen Ebene sehr stark von Frauen. Wenn Frauen etwas durchsetzen wollen, setzen sie sehr oft moralische Argumente ein. Sie sind enttäuscht, dass jemand sich unfair verhält. Man muss aber mit allem rechnen. Nicht die eigene Ethik einsetzen und meinen "Das darf man nicht und deshalb wird es nicht passieren". Sondern aufmerksam und wach jedem alles zutrauen. Die Überzeugung, die mit göttlicher Wahrheit ausgestattet wird, oder mit ideologischer Treffsicherheit - dazu gehören auch politische Ideologien -, ist im Hintergrund immer noch wirksam.

Gibt es also eine männliche und eine weibliche Seite der Macht? Antwort: Ja, es gibt sie. Aufgrund der biologischen und historischen Bedingungen. Das muss aber nicht so bleiben.

Wie können Frauen zu mehr Machtkompetenz kommen? Indem sie sich klar machen, dass ihre Hauptkompetenz seit Jahrtausenden aufgrund der geschichtlichen Entwicklungen und der Biologie im inneren Bereich liegt - dort haben wir Übung. Männer haben das äußere Feld in allen Kulturen besetzt. Wenn sich das jetzt ändern soll, dann müssten wir eine strategische Planung dazu haben, wir müssen ihnen das Haus schmackhaft machen, oder man muss einen Bedarf wecken, d. h. man muss ihnen ihr Feld so auszehren, dass sie selbst einen Bedarf haben. Nur mit moralischen Appellen sind wir nicht weiter gekommen und werden wir auch nicht so schnell weiterkommen, wie wir wollen.

Wie schaut die Zukunft aus? Müssen diese Verteilungen gleich bleiben? Männer außen, Frauen innen, Männer stark, Frauen sensibel? Müssen diese Klischees weitergetragen werden? Müssen Frauen ihre Weiblichkeit überall bestätigt sehen und müssen sie Angst vor Vermännlichung haben? Je mehr die Technik fortschreitet und die Körperkraft ersetzt und je mehr die gesellschaftlichen Strukturen und die gesetzlichen Regelungen Frauen die Möglichkeit geben, das Haus zu verlassen, umso mehr könnten die Machtträume von innen und außen zwischen Männern und Frauen neu verteilt werden. Die Verantwortung zur Macht liegt aber immer bei demjenigen, der das will.

**Dr. Monika Närr**

***Imagestrategien: was bremst, was pusht?***

"Wer den Hafen nicht kennt, in den er segeln möchte, für den ist kein Wind ein günstiger."  
Seneca.

Das heißt, wenn ich mein Image verändern möchte, ist die erste und wichtigste Grundvoraussetzung eine klare Zieldefinition. Wo will ich hin? Wie soll mein Hafen beschaffen sein?

Wenn ich mir über dieses Ziel im Klaren bin, kann ich mir daran anschließend die entsprechenden Handlungspotenziale aktivieren, die zur Umsetzung notwendig sind. Wann will ich im Hafen ankommen? Was muss ich dazu wissen? Wer kann mir dabei helfen? Wie kann ich diese Hilfe einfordern?

Eigen-PR: Wesentliche Grundvoraussetzung für Eigen-PR ist das klare Erkennen meiner derzeitigen Situation. Bin ich von meinen Lebensumständen her in einer Phase, wo ich pushen kann, wo ich gestalten kann, wo ich ohne wesentliche Widerstände in Fluss sein kann? Oder bin ich durch äußere oder innere Befindlichkeiten gebremst? Ist es besser anzuerkennen, dass ich mich in einer Ruhephase befinde, wo ich Kraft sammeln muss? Grundlegend sei zur Frage "pushen oder bremsen" darauf hingewiesen, dass sich ein Kampf immer dann lohnt, wenn er konstruktiv geführt werden kann. Komme ich in eine Situation, wo ich durch einen Kampf in eine passive Pattstellung käme, wo ich in die Defensive käme, dann ist es besser, die Handlungsebene zu verlagern, auf eine andere Art der Aktivität überzugehen, sich nach innen zu orientieren. Erkenne klar und bewusst deine Situation, dann kannst du dein Bewusstsein in dein Sein integrieren und umwandeln. Ganz wesentlich ist die Eigenverantwortung, die wir dafür tragen, wie wir unsere persönliche Empfindungswelt steuern und verändern. Bevor ich handle, beginnt das bei den Gedanken, die ich aussende, auf einer energetischen Ebene. Das, was ich ausstrahle, wird zu mir zurück kommen. Der rascheste und beste Weg aus einer Pattstellung ist auf nicht der direkteste. Wege, die man als Umwege empfunden hat, wurden im Rückblick als Chancen für Lernprozesse erkannt.

Was versteht man unter handelnder und nichthandelnder Aktivität? Das Wesentliche ist - egal wie es in meiner Innen- oder Außenwelt aussehen mag -, dass ich jederzeit danach trachte, im Strom meiner eigenen Identität zu leben. Bin ich in der glücklichen Situation, dass ich mit dem Strom fließen kann, dass mein Leben im Großen und Ganzen so verläuft, wie ich mir das wünsche? Dann kann ich konstruktiv gestalten und habe großen Handlungsspielraum. Bewege ich mich quer zu Strom, welche Handicaps auch immer vorhanden sein mögen, innen oder außen, dann ist bewusste Kontrolle angesagt. Irgendwo kann der Feind lauern, möglicherweise auch in mir selbst. Wenn man gegen den Strom steht, wenn man in eine richtige Krisensituation kommt, dann ist das Wesentlichste einmal, inne zu halten.

Reputation Management: Wie kann ich meine eigene Reputation fördern? Wie kann ich mein Image pflegen? Und wie kann ich meinen Ruf stabilisieren oder stärken? Fließe ich mit dem Strom, bin ich in einer Lebenssituation, wo ich kaum Druck empfinde, dann habe ich die Möglichkeit zur weitgehenden Kursbestimmung. Ich habe die Möglichkeit, strategische Langfristplanungen umzusetzen, meine Vorgangsweise ist eine aktive und interaktive. Stehe ich quer zum Strom, bin ich in einer Situation, wo auf mich in gewisser Weise Druck ausgeübt wird, heißt es wachsam sein. Wo kann ich Kurkorrekturen vornehmen? Die Konzentration wird sich auf Mittelfrist-Ziele verlagern, und ich muss mir bewusst sein, dass meine Vorgangsweise eine aktive sein kann, aber nicht mehr eine interaktive. Stehe ich gegen den Strom, wo ich unter enormen Druck gerate, wo praktisch nur mehr geringste Kurskorrektur möglich ist, dann muss die volle Konzentration der Gegenwart gelten und ich muss mir bewusst sein, dass ich reaktiv agieren kann, nicht reagieren.

Personal Lobbying: Auch hier lauert eine klassische Frauenfalle. Und zwar tendieren Frauen dazu, in erster Linie immer an ihre Arbeitsqualität zu denken, aber nicht an andere Elemente, die beispielsweise beim Finden einer Topposition oder eines weiteren Karriereschritts notwendig sind. Nur 10% macht die Arbeitsqualität bei Topjob-Besetzungen aus, 60% das Kontaktnetz, 30% das Image. Wenn man weiß, nach welchen Kriterien man Karriere machen kann, dann kann man die einzelnen Karriereschritte auch einfordern. Wie sieht meine Zukunft aus? Welche Chancen muss ich mir dazu schaffen? Und vor allem:

Welche Machtfäden fördern mich dabei? Ich habe in Anlehnung an das Buch von Rotraud Perner drei Bereitschaftstendenzen, die eine gute Grundvoraussetzung sind, aufgelistet: Den Mut zur Selbstpräsentation, die Macht, dass wir selbst unsere höchsten Erwartungen erfüllen können, die Lust, ein erfülltes Leben aktiv zu steuern. Personal Lobbying darf aber niemals zu Lasten anderer gehen.

Personal Networking: Gehen wir zurück auf das Thema Besetzung von Spitzenpositionen. Egal, ob diese Positionen in der Wissenschaft, in der Kunst, in den Medien, in der Wirtschaft, in der Politik sind, es sind immer politische Jobs, im Sinne von gesellschaftspolitischen Jobs. Sie erfordern ein System im Aufbau von Netzwerken. a) Wer oder was ist wichtig? Welche Personen oder Informationen können mir auf meinem weiteren Weg helfen? b) Wie kommt man an die Personen und Informationen heran? Die Kompetenzen und Kontakte müssen in eine Ich-Kategorie gebracht werden, für mich genutzt werden, um mir behilflich zu sein bei dem, was ich erreichen möchte. c) Wie überzeuge ich Personen, die mir helfen sollen? Wie steuere ich entsprechende Informationen, die ich plazieren möchte? Ich überzeuge dann am besten, wenn ich selbst überzeugt bin von dem, was ich möchte und ein klares Ziel habe. Ich steure am besten, wenn ich dieses persönliche Ziel klar im Auge behalte und den Mut und die Bereitschaft habe, zu springen. d) Wie lasse ich mich präsentieren? Er ist zwar passiv formuliert, aber auch dahinter stehen Sie persönlich aktiv, Sie können gestalten, wie Sie jemand heben kann, wie Sie jemand verkaufen kann, wie Ihnen jemand behilflich sein kann.

Meisterinnen: Ich habe drei Beispiele von Frauen gewählt, die sich selbst bezwungen haben, die ein gutes strategisches Management für sich selbst gefunden haben. Maria Theresia: Sie hat in 40 Regierungsjahren längst fällige Reformen ihrer Vorväter durchgeführt, sie konnte aufgrund ihrer Position, aber auch aufgrund ihrer Fähigkeiten mit dem Fluss schwimmen. Ihre größte Stärke war es, die führenden Köpfe des Landes für ihr Anliegen und ihre Sache zu gewinnen. Sie war eine Meisterin im Networking und hat ihren Erfolg vor allem der Motivation ihrer Mitarbeiter zu verdanken. Hillary Clinton: Sie stand sehr quer zum Fluss, als die Causa Lewinsky publik wurde. Ich bin mit einer Clinton-Beraterin befreundet, die mir erzählt hat, dass erst eine Stunde, bevor Bill Clinton öffentlich über TV der ganzen Welt sein Schuldbekenntnis mitgeteilt hat, Hillary und Chelsea informiert wurden. Der ganze Beraterstab ist unter einem irrsinnigen Schock gestanden, Hillary Clinton war doppelt betrogen, nicht nur als Ehefrau, sondern auch als Anwältin, die ihren Mann immer unterstützt hat. Und auch wenn viel persönliches Leid dahinter gestanden hat, Hillary hat die Kraft entwickelt, mit persönlichem Lobbying diese schwere Krise umzupolen und ist jetzt als Senatorin im Weißen Haus. Ein drittes Beispiel, sehr österreichisch, gegen den Fluss: Ich habe ganz bewusst Margot Löffler gewählt. Als 1993 ihre Beziehung zu Thomas Klestil bekannt wurde, nehme ich an, dass ich nicht die einzige Journalistin war, der sie den Telefonhörer aufgelegt hat. Sie hat sich komplett zurückgezogen, sie war nicht bereit, in der Öffentlichkeit ein Statement abzugeben. Sie hat klar erkannt, dass sie das schwächste Glied in der damaligen Kette war, dass es angesagt war, nicht zu handeln, bessere Zeiten abzuwarten und die Tarnkappe aufzusetzen, durchzutauchen. Das was sie persönlich damit erreichen wollte, hat sie erreicht.

Wesentliche Voraussetzung: Erkenne dich selbst, erkenne deine Situation von den äußeren Umständen und den inneren Möglichkeiten, entscheide wer und wie du sein willst. Und wenn du etwas anderes willst, dann tue etwas anderes.

## **Susanne Broos**

### ***Die virtuelle Chance***

Das Internet, zumindest der kommerzielle Teil, das world wide web, das wir meinen, wenn wir vom Internet reden, ist im Grunde fünf Jahre alt, und viel jünger ist noch der Online-Journalismus, der neue Berufsbilder wie das der Online-Redakteurin und Online-Entwicklerin hervorgebracht hat. Wir befinden uns sozusagen im Nebel und sehen langsam am Horizont etwas auftauchen, aber wir wissen noch nicht, was. Prognosen, wie der Internet-Alltag in zehn Jahren aussehen wird, wagt im Grunde niemand. Eine Umfrage von "News Aktuell", die jetzt im Oktober veröffentlicht wurde, belegt, dass 99% der JournalistInnen E-Mail benutzen, davon 88% häufig.

Eine weitere Studie belegt, dass Frauen im Internet oft zu der Gruppe der sogenannten "Kontakterinnen" gehören, und zwar über Grenzen hinweg. Typisch für diese Gruppe ist, dass sie bis zu 90% ihrer im Online verbrachten Zeit kommunizieren, am liebsten per E-Mail. Interessant bei der Studie war, dass Frauen sich den Internet-Zugang oder die Internet-Nutzung erst langsam erschließen. Die Befragung von 446 Journalisten und 180 Journalistinnen ergab nämlich, dass 45% der Männer, aber nur 35% der Frauen seit mehr als 2 Jahren Online-Medien benutzen. Im letzten halben Jahr waren es immerhin 20% der Frauen und 13% der Männer. Also Frauen kommen jetzt nach.

Dieser Trend spiegelt sich auch allgemein wider. Im Herbst wurde die vierte ARD-ZDF-Online-Studie veröffentlicht, und die hat belegt, dass der relative Zuwachs bei den Internet-Nutzerinnen in Deutschland größer ist als bei den Nutzern. Und zwar ist von 1997 an der Anteil der Frauen von 1 Million auf 7 Millionen gewachsen. Während der Anteil der Männer von 3 Millionen auf 8 Millionen anstieg. Absolut gesehen sind die Männer immer noch mehr, aber relativ gesehen nimmt der Frauenanteil deutlich zu.

Insgesamt sind in Deutschland 40% der Internet-Nutzer weiblich, wenn es so weiter geht, dann überholen die Frauen irgendwann die Männer, in den USA ist das schon der Fall, da sind 51% der Internet-Nutzer Frauen.

Mich persönlich freut die Entwicklung, denn ich bin davon überzeugt, dass das Internet über kurz oder lang zu einem Massenmedium wird. Und es wäre fatal, finde ich, wenn Frauen da hinten anstehen würden. Aber ich weiß das aus eigener Erfahrung, dass viele Kolleginnen im Internet immer noch zögerlich gegenüberstehen und es erst langsam als Selbstverständlichkeit in ihren Alltag einbauen.

E-Mail ist sehr verbreitet. Die meisten nutzen das world wide web als Recherche-Medium, und viele nutzen es als Recherche-Medium mehr schlecht als recht, denn sie wissen nicht genau, wie sie an qualitativ hochwertige Informationen kommen. Die Glaubwürdigkeit der Informationen wird als großes Problem eingeschätzt.

Das Internet ist in meinen Augen viel mehr als ein Recherche-Medium, es erschließt nämlich ganz neue Berufsfelder, zumindest bei uns boomt der Online-Journalismus und wird langsam zu einem Trendberuf mit Karriere-Aussichten für junge Leute oder auch für Quereinsteiger. Während vor drei Jahren die Zahl der Kolleginnen und Kollegen in Deutschland, die für neue Medien arbeiten, bei 300 lag, sind es mittlerweile 2000, 3/4 von ihnen sind angestellt, offene Stellen gibt es bei uns wirklich wie Sand am Meer.

Bei der täglichen Arbeit ist mir zudem aufgefallen, dass viele der Online-Redakteure, mit denen ich es zu tun hatte, weiblich sind. Ich war am Anfang ein bisschen verblüfft, weil ich damit eigentlich nicht gerechnet hatte. Jetzt gibt es eine Zahl, die mir das auch bestätigt: 38% der Online-Journalisten sind Frauen. Ich denke, dass diese Zahl gar nicht von ungefähr kommt, denn Online-Medien prägen das Tätigkeits- und Anforderungsprofil. Man muss das journalistische Handwerk weiterhin beherrschen, aber hinzu kommt der unmittelbare Kontakt zum Publikum, der bei Online-Medien an Bedeutung gewinnt. Das berührt Felder, die Frauen traditionell besser beherrschen, die Kommunikation und die Beziehungspflege. Und ich behaupte, dass soziale Kompetenz, emotionale Intelligenz und kommunikative Fähigkeiten noch wichtiger werden für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von Online-Medien.

Heute sehen Online-Angebote von Tageszeitungen und anderen Informationsanbietern noch so aus, dass es immer einen Textbereich gibt, den die Redaktion verantwortet, und ein sogenanntes Forum, eine community. Ich kann mir aber vorstellen, dass es in Zukunft eine von Leserinnen und Lesern gemachte Zeitung geben wird, die nur noch "moderiert" wird. Und in dem Zusammenhang sind genau diese Fähigkeiten wieder gefragt. Es muss nämlich jemanden geben, der in der Lage ist, ein Umfeld zu schaffen dafür, dass ein Medium entstehen kann aus den Beiträgen der Leserschaft. Und ganz nebenbei noch: Frauen gelten mittlerweile sogar als bessere Software-Entwickler. In Indien, das ja eines der größten Software-Entwicklungs-Zentren der Welt ist, geht man davon aus, dass bald 45% der Software von Frauen entwickelt werden wird, denn diese besitzen schon heute die besten Voraussetzungen, weil sie durch ihre Fähigkeit, vernetzt zu denken, die komplexen Kommunikationsanforderungen besser erfüllen.

Zurück zum Thema "virtuelle Chancen". Es gibt im Internet keine alten Zöpfe, es gibt nichts, wo es heißt, das machen wir schon immer so, wir brauchen nichts Neues, sondern es ist wirklich eine Möglichkeit, ein Medium mit zu entwickeln. Ich betone das, weil ich denke, es

ist wirklich eine Chance für Frauen, ganz von Anfang an mitzumischen und nicht das Feld den Männern zu überlassen. Denn für die Männer ist das Medium genauso neu wie für uns. Frauen sollten wirklich die Chance nutzen, das Medium mitzugestalten, mit all den Auswirkungen auf Arbeitsverhältnis und Geschlechterverhältnis, und zwar ihren Vorstellungen und ihren Bedürfnissen entsprechend.

Ein weiterer Vorteil des Internets ist es, dass sich Öffentlichkeit leicht herstellen lässt. Die Neugründung eines Frauenmagazins ist z. B. relativ leicht, wir brauchen für unseren News-Ticker kein Druckhaus, wir brauchen "nur" Platz in einem Server und natürlich technische Kompetenzen, aber die sind leicht erlernbar.

Dieses "Machen" ist natürlich eine Frage der Finanzierung. Zur Zeit fährt fast jede Online-Redaktion in Deutschland Verluste ein, es wird einfach auf die Zukunft gesetzt, auch die großen Häuser setzen auf die Zukunft und investieren wirklich Millionenbeträge in ihre Angebote im Internet.

Wenn es um die virtuelle Chance geht, gibt es noch zwei weitere Vokabel, nämlich "Netzwerk" und "Content". Content ist neudeutsch für Inhalt. Das Internet ist natürlich prädestiniert, für Vernetzungen genutzt zu werden. Es entstehen Plattformen für Journalistinnen, für Autorinnen, oder es sollen welche entstehen. Es gibt auch viele Gedanken, wo sich den Autorinnen und Journalistinnen präsentieren können.

Zum Thema Content. Es gibt immer mehr Journalistinnen, die eine eigene Homepage ins Netz stellen, aber drin zu sein reicht nicht aus. Es ist wichtig, dass es ein Dach gibt, einen sogenannten Content Pool, der einerseits für Qualität bürgt, andererseits den kommerziellen Aspekt auch sieht. Denn es geht auch um die ökonomischen Möglichkeiten, es geht darum, aktiv Kompetenz zu vermarkten. Meiner Ansicht nach funktioniert das am besten, wenn es eine Agentur gibt, die Content, Text und Inhalt aktiv vermittelt und für die Qualität bürgt.

Fazit: Ich sehe virtuelle Chancen auf mehreren Ebenen. Berufsfeld Online-Journalismus kommt Frauen entgegen, weil die kommunikativen Fähigkeiten, die Fähigkeit, vernetzt zu denken, stärker gefragt sind als bisher.

Es ist ein boomender Bereich mit offenen Stellen. Es wird die Beschaffungs- und Vermarktungswege im Journalismus ändern. Da greift das Thema Content Pool, Content Provider. Und ich hoffe, dass viele Frauen die Chancen nutzen werden.

## **Prof. Sigrid Prosser** **Frauenbild mit Nachhilfe**

Zum Titel "Frauenbild mit Nachhilfe" ist mir eingefallen, dass die Männer im Training genauso ein Schäufelr nachgelegt brauchen wie die Frauen. Mit anderen Worten: Die Frauen haben schon gehörig nachgezogen. Das Weibchen-Spielen, Sich-Zurücknehmen, Bescheiden--Sein, schön artig und brav sein, das wirkt sich in der Körperspannung aus, also im Aufrichten des Stimm-Instrumentes. Dieses Verhalten ist weitgehend gewichen und die Moderatorinnen stehen den Moderatoren kaum mehr nach an Qualität und Wirkung.

Mein Hauptthema ist also, über die Wirkung der Stimme zu sprechen. Dabei muss man wissen, dass die Aufmerksamkeit der Zuschauer nur zu 7% durch den Inhalt besetzt ist, zu 55% durch das, was man sieht und 38% der Aufmerksamkeit ist durch den Stimmklang belegt.

Wie mache ich die 7% Inhalt sichtbar in der Körpersprache und hörbar in der Stimme?

Nun wissen wir, dass die Stimme sekundäres Geschlechtsmerkmal ist und deshalb ganz starke Signalwirkung hat. Viele Männer neigen zu Geschmacksverirrungen: Weil die Stimme der Frau um eine Oktave höher klingt als die des Mannes, kommt es vor, dass Männer kreischende Frauen mögen, sie fühlen sich davon erotisch stimuliert. So erleben wir monatelang oder jahrelang, dass solche Einleitungen wie "Tja, schön, dass sie wieder eingeschaltet haben ..." (mit schriller Stimme) offensichtlich blendend beim Publikum angekommen sind, weil niemand eingreift. Das erkläre ich mir so, dass dieses Noch-höher und Noch-schriller und Noch-schärfer das Weibliche der Stimme überhöht.

Aber unser Ziel ist, dass die Persönlichkeit authentisch auftritt. Es gibt in der Stimmbildung und in der Ausdrucksschulung ganz klare Kriterien für richtig und falsch. Alles,

was den physiologischen Mustern entspricht, ist als richtig und demnach auch als schön und als entwicklungsfähig zu bezeichnen. Hier gilt der Grundsatz: ALLE MENSCHEN SIND GLEICH. Gleichzeitig gilt der Grundsatz: JEDER MENSCH IST VERSCHIEDEN und dabei wird die Unverwechselbarkeit der persönlichen Präsentation entwickelt. Da gilt es, Besonderheiten des Stimmklangs oder des Aussehens oder des Auftretens herauszuarbeiten, die nur im Zusammenwirken gelingen. Man kommt nicht umhin zu experimentieren, um herauszufinden, wie sich der Mensch wohl fühlt.

Wir gehen davon aus, dass jeder Gedanke Energie bedeutet. Mentale Impulse sind Energie, die sich in den Blickreflexen verrät, im Positiven und im Negativen. Wenn zum Beispiel in einem Interview der Gast spricht und der Moderator nachliest, was als nächste Frage kommt, dann wird sofort spürbar, wenn die Beziehungsebene zum Gesprächspartner unterbrochen wird, dadurch, dass die Aufmerksamkeit nicht wirklich bei ihm ist.

Tatsächlich ist es so, dass jeder gestaltende Vortragende viele Bewusstseins Ebenen wach halten muss, und es verrät sich alles am Bildschirm. Es ist eine anspruchsvolle Tätigkeit, dieses Bild eindrucksvoll zu entwickeln.

Es ist einfach unsinnig, wenn in Gesprächen die Damen wohlmeinend fünf Minuten oder zehn Minuten oder eine ganze Sendung hindurch brav mit überschlagenen Beinen dasitzen, obwohl es um ganz aufregende Themen geht. Wir müssen lernen oder wieder erlernen, unserem Körper auch Bewegung zu gestatten, in dem Maß, das individuell angemessen ist. Natürlich gibt es Leute, die in sich ruhen, und das ist gut so, die brauchen dann nicht viel Bewegung, aber in irgendeiner Art muss der Körper mitreagieren dürfen.

Interessant ist, dass die komplette Körpersprache nur dann in Gang kommt, wenn die Stimme die individuelle Vitalität aufnimmt. Alles Eingeschüchterte und Säuselnde oder das Energiesparen, indem man das Mikrofon lauter dreht, wird sichtbar. Jemand fragte: "Was soll ich mit den Händen tun?" Meine Antwort: "Rede lauter." Dann reguliert sich manches wirklich von selbst.

Erst dann, wenn die Stimmbänder die Vitalenergie, die Betriebsenergie, die angeboren und antrainiert ist, aufnimmt, beginnt die komplette Beredsamkeit der Körpersprache. Ist das aber unterspielt, dann ist die Mimik tot, man wird ungelent. Und man bekommt vom Chef möglicherweise den Auftrag, freundlicher zu sein und zu lächeln. Und das bei ernstesten Themen wie Unfällen. Dadurch ergibt sich eine große Schere von Inhalt und Gestaltung. Dem wollen wir entkommen, denn eine solche Präsentation ist nicht authentisch.

Wir streben also an, dass der Energiestrom fließen darf, dass er mobilisiert wird. Das heißt auch, dass das Instrument erst aufgerichtet gehört. Wenn Leute die Vorstellung im Kopf haben, dass sie locker wirken sollen, dann werden sie schlaff und das Instrument funktioniert nicht mehr. Der Brustkorb fällt zusammen, die Atmung funktioniert nur unkomplett, die Ausholbewegung des Atems, damit sich der Kehlkopf während der Einatmungsphase absenken kann und resonanzfähig wird, ist zu gering, und es ist dann eine "Wischi-Waschi-Stimme", so wie jeder schnell einmal klingt. Oder es klingt dann heiser und hauchig.

Das Eine ist, dass wir das Instrument aufrichten, das Andere ist, dass wir darauf spielen. Da gibt es ganz bestimmte Proportionen, individuell unterschiedlich, zwischen Stimmvolumen und Sprechtempo, und der Länge der Pausen. Die Kunst des Übergangs macht den Meister, wobei die gestaltete, durchlebte Pause ein wunderbares Stilmittel ist.

Es hat sich in Ö3 leider wie ein Virus verbreitet, dass bei Schlagzeilen drei bis fünf unterschiedliche Themen auf einem Atem gesprochen werden, ohne dass abgesetzt wird. Das führt zu absurden und fast bedrückenden Eindrücken. Etwa wenn die Opfer von Kaprun, BSE bei Rindern und Verbot für Tiermehlütterung auf einem Atem gesprochen werden. Das kann man als Zuhörer kaum verkraften.

Wenn im Kopf die Schnelligkeit da ist, und wenn auch der Körper mitmacht, dann funktioniert die reflektorische Atmung in 0,2 Sekunden. Die Ausrede, dass man Zeit verliert, gilt nicht. Tempo ist schon in Ordnung, aber es muss im Kopf stattfinden. Es müssen die dazugehörigen Bilder entwickelt werden und damit komme ich zur hohen Kunst des Teleprompter-Lesens.

Beim Teleprompter-Lesen sieht die Moderatorin vorerst das Schriftbild. Auch ihre Aufmerksamkeit ist, wie die der Zuschauer, zu 55 % mit dem belegt, was sie sieht, also dem Schriftbild. Dieses muss blitzschnell in die sprachlich aufbereiteten Fantasiebilder



umgedeutet werden, denn nur Bilder, die in der Sprache disponiert werden, bewirken Blickreflexe und bringen die übrige Körpersprache in Gang. Das vollzieht dann der Zuschauer mit, er ist auf Rapport mit der Moderatorin.

Ich will auch ganz eindringlich sagen, dass Frauen sich nicht als Kleiderständer verwenden lassen sollen. Nicht nur der Stimmklang soll aus der Persönlichkeit entwickelt werden, sondern auch das gesamte Aussehen. Es gibt kluge Damen, die sehr angenehm präsentieren und sich dann alles mögliche drüberstülpen lassen. Das wirkt wie eine Überinterpretation der Persönlichkeit, die durch merkwürdige Kostümierungen überzeichnet und von der eigenen Ausstrahlung entfernt werden.

Wenn es Ihnen gelingt, den Alltag kraftvoll zu durchleben, und wenn Sie gleichermaßen Freude an den Lichtbrechungen auf einem Wasserspiegel behalten, wenn Sie das feierliche Läuten eines Doms umzustimmen vermag oder wenn Sie den edlen Abgang eines Schlucks Wein erleben, dann werden Sie die Chance haben, authentisch und wahrhaftig zu präsentieren und das Publikum bleibt bei Ihnen in Ihren Bildern.

## **Vorträge**

**Dr. Beatrix Brauner**

### ***Mediennutzung weiblich***

Die weibliche Mediennutzung misst sich natürlich an den Unterschieden zur männlichen Mediennutzung. Man muss aber darauf achten, die männliche Mediennutzung nicht als Standard zu nehmen. Abweichungen der weiblichen Mediennutzung darf man also nicht als negativ sehen.

Eine Fülle von quantitativen Variablen kann erhoben werden: Reichweite, Zeitbudget, Mediennutzung im Tagesablauf, Inhaltspräferenzen. All diese Variablen sind geschlechtstypisch geprägt.

Ich zeige Ihnen ausschnitthaft die quantitativen Reichweiten der einzelnen Medien, Fernsehen, Hörfunk, Zeitungen, Kino und Internet, erhoben von der Media Analyse von 1965 bis 1999.

Wir sehen beim Fernsehen, dass der Zugang keine Geschlechtsunterschiede aufweist. Das Fernsehen wird von beiden Geschlechtern gleich häufig verwendet, allerdings nicht gleich intensiv in Form von Zeitbudget. Ähnlich ist es beim Hörfunk.

Anders ist es bei der Zeitung. Sie war schon 1965 eher ein Männermedium als die anderen Medien. Hier gab es bis 1999 eine Angleichung, die Unterschiede bestehen aber noch. Nach wie vor erreicht die Zeitung etwas mehr Männer als Frauen.

Das Kino war 1955 noch eher ein Männermedium, 1999 nicht mehr. Schon aus diesen quantitativen Daten kann man Entwicklungen ablesen. Die stärkere Innenorientierung der Frauen und eine stärkere Außenorientierung der Männer ist zumindest im Kinopublikum ausgeglichen.

Wenn man sich das neueste Medium anschaut, das Internet, so zeigen sich deutliche Unterschiede. Das Internet ist derzeit noch ein Männermedium. 1999 war es von 10,5% der Männer und 4,7% der Frauen genutzt. Hier gibt es offensichtlich Einstiegsbarrieren, Barrieren in Bezug auf Technik und auf Umgang mit Computern.

Eine quantitative Variable ist auch das Zeitbudget. Wie lange beschäftigt man sich mit einem Medium? Hier gibt es weniger Daten. Generell kann man sagen, dass das Zeitbudget bei einem Medium auch eine Funktion der Lebensbedingungen ist. Erwerbstätige Frauen sind im Zeitbudget benachteiligt, sie haben nicht mehr so viel Zeit, sich Medien zuzuwenden. Erwerbstätige Frauen sehen am wenigsten fern, Hausfrauen am meisten.

Besonders markant werden die Unterschiede zwischen den Geschlechtern, wenn man sich Inhaltspräferenzen und Informationsbedürfnisse anschaut. Erfreulicherweise keine Reichweitenunterschiede gibt es mehr bei Nachrichtensendungen. Politische Nachrichtensendungen erreichen beide Geschlechter gleich.

Hingegen gibt es sehr wohl noch ganz deutlich geprägte Inhaltspräferenzen, die dem Geschlechtsstereotyp entsprechen. Männer interessieren sich mehr für Sport, sie sind

offener für Aggressionsdarstellung in den Medien. Frauen reagieren anders auf Gewalt, wollen Filme, in denen Gewalt vorkommt, nicht sehen.

Inhaltspräferenzen zeigen sich auch schon in der Wahl der Medien. Hörfunk differiert nicht zwischen den Geschlechtern, sehr wohl differieren aber die einzelnen Sender. Regionalsender sind in der Tendenz eher weiblich, lokale Informationen stoßen bei Frauen auf größeres Interesse. Ö3, rpn, Antenne Steiermark sind tendenziell eher männlich.

Auch Tageszeitungen haben einen männlichen Überhang.

Am deutlichsten werden die Unterschiede bei den Zeitschriften, die schon von ihrer Natur her auf Zielgruppen ausgerichtet sind. Der Leserschaftsanteil der Männer an den Frauenzeitschriften ist sehr gering. Die Frauen stellen aber bei den Männerzeitschriften einen höheren Anteil. Frauen verhalten sich hinsichtlich ihrer Geschlechtsrolle flexibler verhalten als Männer. Die jetzige Annäherung des Verhaltens von Mann und Frau beruht eher darauf, dass Frauen sich mehr den männlichen Verhaltensweisen anpassen, während Männer zu typisch weiblichen Inhalten eine starke Distanz haben. Diese Distanz der Männer zu weiblichen Verhaltensweisen zeigt sich in der gesamten Gesellschaft. Mediennutzung hat ein Veränderungspotenzial. Zwischen 1970 und 1980 ist der Anteil der erreichten Frauen in den politischen Informationsangeboten der Tageszeitungen von einem Drittel auf über die Hälfte gestiegen.

Ich komme nun zu den qualitativen Variablen:

Es gibt in der Massenkommunikationsforschung die sogenannten motivationalen Ansätze, die Mediennutzung als soziales Handeln sehen. Die Grundhypothese ist ein aktiver Rezipient, der die Inhalte nicht so aufnimmt, wie der Kommunikator sie ihm gibt, sondern der die Inhalte für sich selektiert und interpretiert.

Es gab eine Studie über selektive Aufmerksamkeit. Sowohl Männer als auch Frauen schauen eher auf weibliche Protagonisten. Eine andere Studie zeigt, dass Frauen signifikant negativ auf Gewalt reagieren. In der Selektion wird interpretiert, gleiche Inhalte werden von Frauen ganz anders wahrgenommen als von Männern.

Diese Interpretation ist, so wie alles soziale Handeln, ein geschlechtsrollen-konformes Handeln, denn die Geschlechtsrolle ist ein erstes soziales Differenzieren, das ein Mensch macht. Es ist in der heutigen gesellschaftlichen Situation die Grundlage seiner sozialen Orientierung.

Beide Geschlechter identifizieren sich bei Medieninhalten eher mit gleichgeschlechtlichen Charakteren. Hier kommt als Einflussvariable dazu, dass in den Medien Frauen unterrepräsentiert sind. Wenn eine gleichgeschlechtliche Identifikation stattfindet, dann haben Frauen deutlich weniger Möglichkeiten, weil Frauen deutlich weniger abgebildet sind.

Interessant sind auch die Untersuchungen zur Erinnerungsleistung. Der Rezipient nimmt nicht nur die Inhalte anders wahr, er erinnert sich auch anders. 1974 wurde herausgefunden, dass Frauen bei Nachrichtensendungen eine signifikant niedrigere Erinnerungsleistung erzielten. Wenn man davon ausgeht, dass das nicht an der Intelligenz der Frauen liegt, so kann es nur daran liegen, dass in den Nachrichten weniger vorkommt, was für ihren Lebenszusammenhang relevant ist, oder dass zu wenig Identifikationsmöglichkeiten vorkommen.

Aus all diesen Ergebnissen, die ja sehr punktuell sind, sieht man deutlich, dass die Medieninhalte nicht ganz so wahrgenommen werden, wie der Kommunikator sie intendiert. Der aktive Rezipient interpretiert gemäß seinem sozialen Background. Natürlich sind diese Interpretationsschemata nicht beliebig groß.

Selektion, Interpretation und Rezeption erfolgt also deutlich geschlechtstypisch, nicht nur die Auswahl ist geschlechtstypisch, sondern auch die Interpretation.

Was weibliches Verhalten ist, das ist in den gesellschaftlichen Grundregeln festgelegt und auch einer Veränderung unterworfen und außerdem in den verschiedenen kulturellen Milieus ganz unterschiedlich. Diese Definition wird sowohl von Männer als auch von Frauen getragen. Das ist ein gesellschaftliches "Wissen".

Können veränderte Medieninhalte weibliche Nutzungsmuster überhaupt beeinflussen? Prinzipiell sind Medieninhalte ein Spiegelbild gesellschaftlicher Differenzierung. Medieninhalte könne Einstellungen verstärken. In pluralistischen Gesellschaften, wo jeder

die Möglichkeit der Auswahl hat, können Medieninhalte das Nutzungsmuster kaum verändern.

Was bewirken mehr weibliche Kommunikatoren? Wird es dann auch Änderungen in den Medien geben? Die Kommunikatoren wählen die Nachrichten aus, die sie bringen, sie haben eine Funktion als "gate keeper". Eine stärkere Präsenz von Frauen kann sich hier in den Medieninhalten sehr wohl auswirken.

Eine Veränderung der weiblichen Mediennutzung geht dann voran, wenn es eine soziale Veränderung der Rolle der Frau, aber auch des weiblichen Selbstverständnisses gibt. Nur durch Druck der Medien wird sich kaum etwas ändern.

## **Petra Reichenberger** **WQ - das neue Frauenbild**

"WQ" bedeutet: der weibliche Quotient und ist Österreichs erstes Frauen-Wirtschaftsmagazin.

Warum wir zu den 2400 Printtiteln, die derzeit in Österreich erhältlich sind, noch einen weiteren dazu erfunden haben, ist schnell erklärt: WQ trägt einem neuen Frauenbild Rechnung.

WQ hat den Beweis angetreten, dass sogar im konservativen Businessleben das Mannweib als einzige Karrierechance für Frauen ausgedient hat. Was sich zur Zeit abspielt, ist eine Revolution, eine stille Revolution zwar, weil übertönt vom Krawall um die New Economy, die sich aber trotzdem nachhaltiger entwickelt als der Kurs jeder Telekom-Aktie.

Diese Revolution hat nichts mit lautstarken Zusammenrottungen zu tun, nichts mit Verweigerung, nichts mit Sprüche-Skandieren und ähnlichem kriegerischem Getümmel. Diese Revolution ist weiblich. Sie ist klug, sie ist kommunikativ, sie ist offen und sie ist ehrlich. Sie wird den Alltag schöner machen.

Als die Geschäftsleitung des "How to spend it" Verlages im Frühjahr dieses Jahres die Herausgabe eines neuen Frauenmagazins beschloss, hatte er bereits seit zwei Jahren eine Beilage für Business-Frauen erfolgreich am Laufen. Dann wurde ein neuer Herausgeber in den Verlag geholt. Er hat die Zeichen der Zeit schnell erkannt, die bestehende Frauenbeilage mit dem Titel "Business und Lady" recht schnell für antiquiert befunden und sich an die Erstellung eines neuen Konzeptes gemacht.

Und zwar ein Konzept für die rasch wachsende Gruppe von Frauen in der Wirtschaft, die nicht unter Testosteron-Überschüssen leiden und trotzdem Karriere machen wollen. Für Frauen, die es selbstverständlich finden, in einer Partnerschaft zu leben, die aber auch nicht auf ihre Selbstverwirklichung verzichten wollen. Das hat ja gar nichts mehr mit Verzicht auf Lebensqualität zu tun.

WQ sollte also ein echtes Frauen-Wirtschaftsmagazin sein, das der modernen Frau und ihren Bedürfnissen gerecht wird. Jüngste Studien über die moderne Frau brachten immer neue Kategorisierungen, die mit der weiblichen Leserin mit guter Ausbildung und Karrieredenken nicht mehr viel gemein hatten. Es ist keine Rede mehr von der Strickliesl oder von der Königin der Kochrezepte, aber viel mehr von Future Woman, Millenniums-Frau, moderne Amazone, Öko-Spiritistin, moderne Schlampe und vieles mehr.

Es sind ja 25 bis 30 Jahre vergangen, seit der zweiten großen Frauenbewegung in den Sechziger und Siebziger Jahren. Als die Frauen auf die Straßen gingen, um ihr Recht auf Arbeit und Abtreibung zu fordern, als sie gegen tradierte Erwartungen, Geschlechtsrollenzwänge und patriarchale Unterdrückung aufbegehrt. Gebracht hat es uns damals Frauenbuchläden, Gleichstellungsbeauftragte, Häuser für geschlagene Frauen, Selbsterfahrungsgruppen und noch vieles mehr. Es war eine wichtige und gewaltige Revolution, die letztendlich den Weg bereitet hat für unsere Generation.

Aber die Zeiten radikal-emanzipatorischer Theorien sind einfach vorbei. Die alte Frauenbewegung hat sich Ende der Achtziger Jahre ziemlich erschöpft, lag anschließend jahrelang in Agonie, heute ist sie tot. Aber ihre Töchter leben. Für diese nachfolgende Generation von Frauen wurde WQ ins Leben gerufen. Für Frauen, die mit dem Begriff "Feministin" eigentlich nicht mehr viel zu tun haben wollen, weil sie mit dem "alten Schmarrn" - und da zitiere ich eine junge Studentin, die das unlängst zu mir gesagt hat - eigentlich

überhaupt nichts mehr anfangen können und auch nicht wollen. Für Frauen, die sich aufgemacht haben, eine zeitgenössische Ideologie zu kreieren, die sich an die neuen Verhältnisse anpasst. Für Frauen, die nach wie vor, genau so wie ihre Mütter, versuchen, frei und gleichberechtigt zu leben, zu lieben und zu arbeiten. Und für das nach wie vor große Heer der Frauen, die dabei wie die Generationen vor ihnen an die Grenzen stoßen.

Die Methoden, mit denen Frauen heute ihr Recht auf Gleichberechtigung einfordern, sind heute ganz andere. Smart und gebildet, geschminkt und gestylt, machen sie sich auf, die Machtschatten der Männer in Wirtschaft und Politik zu durchbrechen. Heute beobachten wir zum ersten Mal eine Generation, die Wissen und akademische Bildung mit Sinnlichkeit, Stil und reflektiertem Spaß am Konsum vereinen. Wir reden hier von jungen Frauen, die für Notebooks ebenso schwärmen wie für Mode, mindestens ein Handy haben, sich ihr eigenes Auto und ihr Fondsanteile selber kaufen.

Sie besuchen Universitäten, die für sie nicht mehr die Lehreinrichtungen höherer Töchter sind oder gar Heiratsvermittlungsinstitute, sondern Kaderschmiede für eine erfolgreiche Karriere. Anschließend findet man sie im mittleren und hier und da und leider noch viel zu selten im oberen Management.

Auch als Unternehmerin ist die neue Frau erfolgreich, vor allem dank Globalisierung, New Economy und Internet. In den USA werden heute bereits mehr Unternehmensstarts von Frauen durchgeführt als von Männern. Und Studien belegen, dass die modernen Dot Com-Mitarbeiterstäbe sich bereits zu 40% aus Frauen rekrutieren.

WQ begleitet all diese Frauen auf ihrem Weg nach oben. Dieser Weg beginnt an der Uni. An den Unis heißt die Devise der jungen Frauen ganz einfach. "Ich nehme mir, was ich will und aus." Feminismus, der dort zwar als solcher nicht mehr so bezeichnet wird, und Gleichberechtigung funktionieren in diesem Lebensabschnitt noch gut.

Dann beginnen die Schwierigkeiten recht schnell. Denn nach ein paar Arbeitsjahren merken die meisten, wie sie an Schranken stoßen, die für ihre männlichen Kollegen gar nicht heruntergelassen werden. Die meisten Frauen in Österreich trauen es sich durchaus zu, Karriere zu machen und sind auch der Ansicht, die richtigen Fähigkeiten mitzubringen. Dies belegt eine Studie, die mit berufstätigen Frauen zwischen 20 und 25 Jahren durchgeführt wurde. Dabei kam heraus, dass der Karrierefahrstuhl für Frauen zwar durchaus nach oben fährt, aber immer noch eine Etage unter der Chefetage stehen bleibt. Die Gründe, welche die Frauen dafür angeben, sind sehr interessant. Die Mehrheit glaubt, dass der Grund Nummer 1 ihr Kinderwunsch ist. Berufliche Karriere und Mutter-Sein ist immer noch schwer vereinbar. 56% der Befragten sind Mütter, und das größte Problem ist die Kinderbetreuung. Aber auch Familie und Ausbildung sind Kriterien für fehlenden Aufstieg, ebenso wie der Neid der Kollegen und Mobbing, sowie der Chef. Männer fühlen sich gestört von einer Frau.

Dennoch haben Frauen durchaus die Möglichkeit, einiges zu tun, um alte Machtstrukturen aufzuweichen. Männer verlassen sich seit Jahrhunderten auf ihre Netzwerke. Aber das Thema Frauennetzwerke ist den meisten Frauen in Österreich nicht einmal ein Begriff. Der wirtschaftliche Effekt, den eine solche Vereinigung für eine Frau bieten kann, wird in Österreich noch gar nicht gesehen. Auch hier kann WQ noch einiges an Aufklärungsarbeit beitragen. Wir stellen in jeder Ausgabe detailliert ein Frauennetzwerk vor.

Die Situation der Frau hat sich zwar verändert, aber im Prinzip kämpft sie nach wie vor um die gleichen Dinge wie vor 30 Jahren, allerdings mit anderen Methoden. Kinder, Küche, Kirche heißt heute Kinder, Küche, Karriere. Oder besser: "Wie jongliere ich eine erfolgreiche Karriere zwischen Kindern und Kochtopf?"

Bei den drei K's ist es jedenfalls geblieben, und damit ist es für uns nicht einfacher geworden. Denn der Kochtopf bleibt, die Kinder bleiben. Und noch etwas bleibt, nämlich die Frage, wann der gesellschaftliche Bewusstseinswandel eintreten wird, der eine neue Gesellschaftsordnung bringt, in der Männer ebenso wie Frauen selbstverständlich die Laufbahn für ein Karenzjahr unterbrechen, wie es von Frauen so selbstverständlich verlangt wird. Wann wird die Angst der Männer vor starken Frauen dem gemeinsamen Miteinander weichen? Ich glaube persönlich, erst wenn das Wort "Feminismus" aus dem alltäglichen Sprachgebrauch gänzlich verschwunden ist und wenn keiner mehr die Bedeutung des Wortes "Emanze" kennt.

Evelyne Falkner  
Art Direktorin von WQ  
**Das Layout von WQ**

Als Art Direktorin bin ich verantwortlich für die bestmögliche Umsetzung der Themen im Frauen-Wirtschaftsmagazin WQ. Auch für mich ist es eine Herausforderung, den weiblichen Quotienten optisch einfließen zu lassen. Bei einem Cover-Shooting sage ich zu einem Model: Dein Blick soll eine Frau ansprechen und nicht einen Mann. Plötzlich verändert sich die ganze Körperhaltung. Schmolmmund und eine überzeichnete Körperhaltung ist eindeutig auf einen männlichen Betrachter ausgelegt. Die normale Kamerahaltung ist auf den männlichen Betrachter ausgerichtet.

Ich gehe sogar noch einen Schritt weiter. Ich sage "auffallen und gefallen" durch Zurückhaltung. Das entscheidende Gestaltungselement ist das Fehlen der optischen Marktschreierei. Es geht uns nicht um mehr Macht, sondern um mehr Wissen. Es geht nicht um "höher, schneller, stärker", sondern um etwas zutiefst Weibliches, nämlich das Wohlfühlen.

### **Präsentation des ORF-Frauenbildes** **Mag. Kathrin Zechner**

Mich stört ein wenig der Titel der anschließenden Podiumsdiskussion "Sag mir, wo die Frauen sind". Beantworten wir doch ganz einfach einmal die Frage mit einem Frauen-Buchtitel der Neunziger: "Gute Mädchen kommen in den Himmel, böse überall hin". Frauen sind jetzt nahezu überall. Sind wir deswegen böse?

Wir sind nahezu überall, Ministerinnen, Klinikleiterinnen, Wirtschaftsmanagerinnen, Blockbuster-Hauptdarstellerinnen in Hollywood. Offen ist da vielleicht noch die Bundespräsidentin.

Da tun sich doch einige essenzielle Fragen auf. Warum sind wir böse, wenn wir überall hin kommen? Sind wir zu devoter Dankbarkeit verpflichtet, dass "Mann" uns zugelassen hat? Darf "Frau", die 16,7% einer sechsköpfigen Geschäftsführung, nämlich des ORF, daran denken, diesen Anteil auf 33,4% erhöhen zu wollen, das wären dann zwei von sechs? Oder wäre das so unverfroren wie der Wunsch, den ORF-Kindergarten von zwei auf drei Kindergruppen zu vergrößern, was von "Mann" mit "Jetzt ist es aber genug" quittiert wurde.

Ist die ersessene Erkenntnis, er hat Hirn, sie ist etwas fürs Auge in die Frage "ist Hirn unsexy" und "sexy sein ist hirnlos" gemündet? Oder ist gar gesickert, dass optischer Aufputz à la Palmers-Werbegirl nicht mit optischem Aufputz an den Hebeln der Macht zu verwechseln ist, da eine Richterin, eine Konzern-Direktorin oder eine Politikerin das elegante Outfit zwar nicht mehr schadet, aber auch à la longue die fachliche Kompetenz nicht ersetzt. Wie ja auch einem gewissen Mann dieser Profession nicht die gewagte Föhnfrisur nützen wird.

Bin ich in meiner Vorstellung einer gleichberechtigten, weltoffenen, toleranten Welt schon angekommen, wenn ich persönlich eine Drogenkampagne und Taxi Orange überlebt habe? Und Hannelore Elsner in Stöckelschuhen eine Kommissarin spielen darf? Wohl nicht. Es ist Zeit, aus der Revolutionskinder-Phase in die Phase der Strategie und des Selbstverständnisses zu kommen. Wohlgemerkt nicht der Selbstherrlichkeit, das ist ja eher genetisch männlich.

Blicken wir kurz zurück. Den Revolutionärinnen und Kämpferinnen der Siebziger Jahre ist zwar nicht der Umsturz, aber sehr wohl eine tiefgehende Erschütterung gelungen, sie haben den Boden bereitet, auf dem wir heute stehen. Oft wurde diesen Frauen nachgesagt, sie wären verbissen, wehleidig, verzweifelt und vor allem humorlos. Da kommt der "Femaleismus" - wie Elfriede Hammerl treffend bemerkte - schon viel smarter daher. Dieses Abqualifizieren starker, faszinierender und unabhängiger Frauen lässt auf das beliebteste Abwehrinstrument männlichen Revier- und Machterhaltens schließen. Verbale Einschüchterung, verpackt in selbstherrliches, gönnerhaftes Auftreten, mit der feinen

Mischung unkontrollierter Artikulation sexueller Fantasien, die unsereins einfach sprachlos stehen lässt.

Wirkt all das nicht, ruft "Mann" das weibliche schlechte Gewissen an. Kind beeinträchtigt Arbeit, Arbeit beeinträchtigt Kind, und der Mann, der bei dem Entschluss seiner lieben Frau, trotz beruflicher Eigenständigkeit das Kind zu bekommen, noch ausgerufen hat "Aber wie willst DU denn das schaffen!", fühlt sich nun vernachlässigt.

Als Revolutionskind möchte ich mich an dieser Stelle in memoriam bei meiner Großmutter, geboren 1911, gestorben 1999 bedanken, die Medizin studierte, Eislauf- und Tennismeisterin war, praktische Ärztin wurde, ihren Mann bis über den Tod hinaus geliebt hat, zwei Kinder großgezogen hat und wusste, dass Brecht ohne Frauen wie ein Fisch ohne Fahrrad war.

All diesen heute noch freien, starken Frauen sei es gedankt, und um ihret- und unseretwillen entwickeln wir doch diese Strategien, die uns dazu führen, dass wir unsere Lebensumstände nicht wählen *müssen*, sondern frei wählen *können*. Entwickeln wir Strategien, damit - um auf den ORF zurückzukommen - die positive Situation der Landesintendantin Dr. Lindner, der Hauptabteilungsleiterin Dr. Tenner, der Informationsgrößen wie Hopfmüller bis hin zu mir, der es durch Familie und das Unternehmen ermöglicht wird, Kind und Job - nicht cool, nicht mit links, sondern ziemlich exhausted und überfordert, aber leidenschaftlich - zu verbinden, nicht bestehende Mankos zudeckt.

Die herausragenden Frauenbeispiele der Wirtschaft, der Wissenschaft, der Kunst müssen Motivation für jede Frau zur weiteren Lebensgestaltung sein und müssen Druck in der Gesellschaft bleiben, Fortführung und Vielfalt nach sich zu ziehen.

Es hat sich etwas bewegt, und was das Schöne daran ist: Es ist irreversibel. Noch nie haben Frauen über so viel Bildung und Qualifikationschancen verfügt. Der nächste Schritt liegt meines Erachtens darin, den individuellen Willen und das Selbstverständnis zu trainieren. Das, was Frauen machen, ganz selbstverständlich einfach gut zu finden. Emanzipation ist Selbstwertgefühl, Selbstbewusstsein für Sie, für mich selbst.

Wer in dieser Welt ernst genommen werden will, muss zuallererst sich selbst ernst nehmen und damit das offensive Zugehen auf Chancen verbinden. Männer zögern nicht, Chancen zu ergreifen. Frauen warten immer noch, dass man sie fragt. Männer neigen nicht unbedingt zu Selbstzweifeln, Frauen wollen in erster Linie den Erwartungen anderer entsprechen, denen des Vaters, dann des Partners und dann des Chefs. Und da "Mann" diese Mechanismen kennt, spielt "Mann" natürlich mit diesen enttäuschten Erwartungen als Druckmittel.

In diesem Prozess der Selbstwertfindung, der Entwicklung der eigenen Selbstverständlichkeit, ist das Ziel, dass es dem Individuum überlassen ist, schöngestig oder technokratisch, fürsorglich oder erobernd, zurückhaltend oder machtbewusst zu sein. Das heißt, es lohnt, für eine Gesellschaft zu kämpfen, die keinem Geschlecht vorschreibt, wie es zu leben hat.

Film und Fernsehen waren und sind ein Spiegelbild gesellschaftlicher Entwicklungen. Als 1971 im ZDF zum ersten Mal eine Frau die Nachrichten las, kam das noch einer Sensation gleich. Wilke Bruns, die neue ZDF-Sprecherin, wurde von ihren männlichen Kollegen ermahnt, mit Bein und Busen sparsam zu sein. Tagesschau-Chefsprecher Köppke befürchtete gar, "bei einem Kriegsfoto muss eine Frau in Tränen ausbrechen, sie hat doch schließlich Gefühle, sonst wäre sie doch keine Frau".

Ich erinnere mich gerne an meine Kollegin Antonia Rados, die mittlerweile in Deutschland arbeitet, die unter anderem als Kriegsberichterstatterin für den ORF gearbeitet hat. Heute berichten 8 Frauen von Auslandsschauplätzen für den ORF, von London über Paris bis Warschau. Im ORF wurde im Informationsbereich die 1995 verstorbene Annemarie Berthé bereits seit Anfang der Sechziger Jahre in der ZiB eingesetzt. Ingrid Wendl war die erste Sportberichterstatterin im deutschen Sprachraum überhaupt, das war 1972. Trautl Brandstaller, vielfach ausgezeichnet für ihre Dokumentationen, hat mit der Leitung des Magazins "Prisma" wichtige frauenpolitische Anstöße gegeben. Ursula Stenzel hat im Politikbereich ab 1975 außenpolitische Beiträge gemacht, bevor sie ab 1980 auch politische Sendungen moderierte.

Im Entertainment-Bereich wirbeln die selbstbewussten Frauen Roscic, Russwurm und Stöckl primetime über die TV-Bühne, und das weitab vom Balletthasen-Image. Und im heftig diskutierten Taxi Orange hat die kantige, starke und unangepasste Andrea die entzückende, raffinierte, aber doch den Männern die Füße waschende Linda überholt.

Frauenfiguren im Fiction-Bereich zeigen am klarsten die Entwicklung von Dekorationselementen zur tragenden Hauptfigur, von Susan Sarandon in "Thelma and Louise" bis Christiane Hörbiger in "Julia", die nicht nur ihr Leben in die Hand nimmt, sondern das Dogma der asexuellen Frau reiferen Alters gestürzt hat.

Es ist eine Geschichte mit offenem Ausgang, denn am weiteren Verlauf der Handlung sind wir alle nicht unbeteiligt.

## **Podiumsdiskussion**

### **Sag mir, wo die Frauen sind?**

(Auszüge)

Moderation: Maria Rauch-Kallat

TeilnehmerInnen: Helmut A. Gansterer

Peter Rabl

Patricia Riekel

Mag. Kathrin Zechner

Dr. Monika Lindner

Rauch-Kallat: Ich darf ganz herzlich am Podium willkommen heißen: Frau Dr. Monika Lindner, Landesintendantin von Niederösterreich, Helmut A. Gansterer, Herausgeber "Trend", Patricia Riekel, Chefredakteurin "Bunte" und Chefredakteurin "InStyle", Peter Rabl, Chefredakteur "Kurier" und Mag. Kathrin Zechner, Programmintendantin des ORF.

Meine Frage: Wie können wir das Bild der Frau in den Medien verändern? Was sagen die führenden Medienmacher dazu? Und ich möchte Patricia Riekel fragen: Wie ist das in der Bundesrepublik?

Patricia Riekel: Ich möchte mit einem Statement beginnen. Es können nur mehr Frauen in Führungspositionen kommen, wenn mehr Frauen in Führungspositionen sind. - Das Bild der Frau in der Öffentlichkeit wird durch Frauen bestimmt. Da auch in Deutschland 40% -42% der Journalisten Frauen sind, bedeutet das auch, dass wir uns in die Medien hineinbringen oder auch nicht. Wenn ich da einmal einen kurzen Bericht aus der Bunten-Werkstatt bringe, so stelle ich fest - obwohl ich keine Kollegin diffamieren will -, dass Frauen mit Frauen sehr viel kritischer umgehen. Ich habe vor der Diskussion eine eher abfällige Bemerkung über Fr. Merkel, unsere wahrscheinlich zukünftige Kanzlerkandidatin gemacht. Es ging darum, warum sie nicht ihre Frisur ändert. Heute möchte ich mich von solchen Bemerkungen eigentlich wirklich distanzieren, weil es völlig unerheblich ist, welche Frisur eine Frau hat, oder ob ihre Hosen richtig sitzen, oder was auch immer. Es kommt nur auf den Inhalt an. Das bedeutet, dass wir Frauen viel sensibler mit unserer Berichterstattung umgehen müssen. Wir Frauen urteilen erst einmal über das Bild der Frau. Da sind wir noch ganz altmodisch und spießig. Wir sagen: Kleidet die sich richtig, sieht die gut aus, entspricht sie dem Bild, das wir von einer feschen Frau haben? Es ist dann ganz einfach für die Männer, das weiterzuführen und zu fragen: Was willst du mit der alten Hexe? Wenige Frauen, wie etwa Mrs. Albright, haben es geschafft, ganz einfach aufgrund ihrer Kompetenz weltweites Ansehen zu gewinnen. Aber es sind nur ganz, ganz wenige, und das liegt an uns Frauen. Nach einer weltweiten Studie handeln nur 12% aller Nachrichten von Frauen oder erwähnen sie in irgendeinem Zusammenhang. Am häufigsten kommen Frauen als Opfer von Gewaltdelikten vor, in zweiter Linie als Stars. Mit großem Abstand werden sie als weibliche Führungskräfte und schließlich als Gewinnerinnen von Ratespielen oder Kreuzworträtseln erwähnt. Es gibt dabei einen grotesken Nebeneffekt: Selbst in Todesanzeigen dominieren die Männer, weil sie von ihren Clubs oder Firmen gleich in mehrfachen Anzeigen betrauert werden. Bei "Bunte" versuchen wir prozentual festzustellen, ob genau so viele Frauen wie Männer im Heft vorhanden sind. Das ist zuweilen problematisch, weil ja die Aktualität den Inhalt diktiert.

.....

Was können Frauen für Frauen tun? Frauen hatten es noch nie so leicht, etwas in den Medien zu werden. Das ist aber doch ziemliche Augenauswischerei. Es gibt zwar immer mehr Chefredakteurinnen, aber das ist fast eine Inflation. Dadurch wird die Position des Chefredakteurs für Männer fast ein wenig uninteressant. Man setzt den Chefredakteurinnen Geschäftsführer vor die Nase, die den Etat bestimmen. Das sind dann die wirklichen Entscheidungsträger. Für mich sieht es so aus, als hätten die Frauen wieder so einen kreativen Spielraum zugeteilt bekommen. Wenn wir einander helfen wollen, dann müssen wir einander unterstützen. Das fällt aber den Frauen wahnsinnig schwer. Wir müssen unser biologisches Konkurrenzverhalten unterdrücken.

.....

Wenn Frauen von Anfang an auch mehr Akzeptanz hätten, dann wären sie auch in der Öffentlichkeit besser vertreten. Es sind auch die Frauen, die bestimmen, wer in der Öffentlichkeit zählt. Wenn Frauen an toughen Frauen interessiert wären, dann hätte etwa "Emma" eine riesige Auflage. Aber gelesen werden Medien, die ein ganz anderes Bild der Frau zeigen. Es sind aber auch die Männer, die bestimmen, welche Frauen sie wie sehen wollen.

Peter Rabl: Ich würde zunächst gerne eine inhaltliche Antwort auf die Prämissen geben. Winston Churchill sagte: Ich glaube nur Statistiken, die ich selber gefälscht habe. Die Frage der Medien-Erhebung war, wie weit die Gleichberechtigung, die erhoffte Gleichstellung von Mann und Frau, in den Medien bereits Niederschlag findet. Meine Antwort: Soweit sie realisiert ist. Enttäuschung ist das Ergebnis falsch angelegter Erwartungen. Vollkommen recht gebe ich der Formulierung, dass Tageszeitungen üblicherweise als Spiegel der Wirklichkeit gelten. Etwa 9% Frauen kommen in der Wirtschaftsberichterstattung vor. Ist das nicht die Realität? Wo sind die handelnden Personen in wirtschaftspolitischen Spitzenpositionen, in Unternehmensspitzen? Wo hat bei den zuletzt aktuellen Themen eine einzige Frau eine Rolle gespielt? Über welche Frau hätten wir schreiben sollen? Außenpolitik 10%. Wo sind außer Madeleine Albright und unserer Benita Ferrero-Waldner die großen Politikerinnen in der Weltpolitik? Ich erwähne das jüngste Beispiel der Berichterstattung über Kaprun. In den Dutzenden Pressekonferenzen war auf dem Podium ein einziges Mal eine Frau. Kultur, Medien: Wer führt denn die großen Theater, die großen Museen? Wer dominiert im ORF? Ich behaupte daher, dass Tageszeitungen die gesellschaftliche Realität spiegeln. Wo werden Frauen verschwiegen? Im Gegenteil: In der Kultur und im Sport ist die Frau das wesentlich angenehmere Bild. Ketzerische Ansage: In Wirklichkeit haben Frauen in der Berichterstattung eher Vorteile. Ich meine, dass die Frage falsch gestellt ist in dieser Untersuchung. Nicht wie viel, sondern wie über Frauen berichtet wird, ist die Herausforderung.

Monika Lindner: Zum Einen sitze ich hier als Journalistin und bin durchaus dafür verantwortlich, wie Frau in der Öffentlichkeit dargestellt wird, zum Anderen bin ich eine Frau, die natürlich gerne möchte, dass Frauen vorne stehen und dass Frauen mehr vorkommen. Ich bin auch ratlos, weil ich mich frage, wie es das gibt, dass so viele Frauen bei uns in der Berichterstattung tätig sind und trotzdem so wenige Frauen vorkommen. In der Berichterstattung ist es eben so, dass man an demjenigen, der vorne steht, nicht vorbeikommt. Auch wenn dahinter eine Schar wunderbar tüchtiger Frauen steht. Andererseits dominieren bei uns Frauen als Moderatorinnen. Das wichtigste innenpolitische Magazin wird von einer Frau geleitet und moderiert.

.....

Fr. Zechner und ich, wir sind zwei weibliche Steppenwölfe. Es ist jede ihren eigenen Weg gegangen, und alle Frauen, die in den elektronischen Medien an der Spitze stehen, haben den allein gemacht. Wenn in Toppositionen genau so viele mittelmäßige Frauen sitzen wie mittelmäßige Männer, dann ist eine Art Gleichberechtigung erreicht. Wir sind es gewöhnt,



dass wir alleine kämpfen. Man muss es ja denen, die nach uns kommen, nicht unbedingt genau so schwer machen, wie wir es letztlich gehabt haben.

Helmut A. Gansterer: Alles, was Peter Rabl gesagt hat, könnten auch meine Worte sein. Es ist ohne jeden Abstrich auch meine Meinung, dass man sich hüten sollte, den Spiegel für das Gesicht verantwortlich zu machen. Ich würde sogar einen Schritt weiter gehen und glauben, dass wir in unserem echten Bemühen, die Frauen fairer und schneller nach vorne zu bringen, eher die Berichterstattung über die Quote hinaus gestalten. Ich kann für unser kleines, bescheidenes Haus mit Sicherheit sagen, dass die Werte schon für den "Trend" um einiges höher liegen werden für die erwähnten Frauen. Ich halte das aber nicht einmal für einen Vorteil, denn ich weiß aus Redaktionskonferenzen, wie oft wir tatsächlich über Gebühr uns selber gefragt haben, ob der Anteil der Frauen groß genug ist. Und zwar erstens - ob man es mir glaubt oder nicht - aus einer Freundschaft zu den Frauen und zweitens aus Berechnung, weil ein erstaunlich großer Teil unserer Leser und auch unserer verantwortlichen Inserenten aus Frauen besteht. Bei den vielen Veranstaltungen, die wir alle speziell im Jahr 2000 absolviert haben - alle von Männern dominierten Veranstaltungen haben mit Gewalt einen höheren Anteil an Frauen eingebracht als ihr, die ihr jetzt als Frauen diese Veranstaltung gemacht habt. Dass der Peter und ich jetzt als eine Art Alibi-Krokodile dasitzen, ist auch keine sonderlich tolle Quote.

.....

Es gab die Anregung, man sollte den Frauen zuliebe mehr Frauenseiten machen. Ich war immer erstaunt, dass auch die intellektuellen Frauen in diesem Land nicht gegen die diversen Frauenseiten, von denen es ohnehin schon zu viele gibt, Sturm gelaufen sind. Ich glaube, dass jedes Ghetto, noch dazu, wenn es leicht fasslich geschrieben ist, eine unendliche Demütigung für die Frauen darstellt und gar nicht notwendig ist. - Es ist auch in der Männerwelt nicht so, dass nur Netzwerke zählen. Ich kenne bei den Printmedien unendlich viele Steppenwölfe, und zähle mich selbst dazu, die nicht einmal die Gesellschaftsform des kleinen Rudels wollen und trotzdem nicht den geringsten Nachteil gehabt haben. Die wesentliche Grundbedingung für Erfolg in der Wirtschaft und in den Medien scheint mir das Netzwerk nicht zu sein.

Kathrin Zechner: Wenn ich mir das anhöre, bin ich sehr froh, Programmintendantin zu sein, weil ich mit der Wirklichkeit spielen und der Fantasie freien Lauf lassen kann. Ich möchte mein Statement darauf hinrichten, dass wir uns einmal anschauen, was im fiktionalen Bereich passiert. Da sind wir nicht so arm, dass wir diese furchtbare Realität abbilden müssen, die der Peter geschildert hat. Ich halte es für umso wichtiger, dass dieser fiktionale Bereich Motor ist für eine mögliche Entwicklung, nämlich dass nicht mehr in Zweifel gezogen wird, dass das Wissen, das Können, die Veranlagung, die Ausbildung vorhanden ist. Ich kann im fiktionalen Bereich, da er ja über weite Strecken in meiner Verantwortung liegt, einiges tun, um Vorbilder zu setzen. Beispiel: der Kaisermühlen-Blues. Er ist eine viel umstrittene und viel gesehene Serie, und wenn in diesem Kaisermühlen-Blues die Gitti Schimek, die das Leben fest im Griff hat, eine Diskussion führt, wie man sich als junger Mensch verhält, wenn man eine ledige Mutter ist, ein Kind zur Welt bringt, der Mann ist weg etc. etc. - führen über dieses Thema eine Million Leute, die es gesehen haben, die Diskussion darüber, was denn dieses Thema in ihrem Leben bedeutet. Zweites Beispiel ist die "Julia", wo wir das Thema der Sexualität der Frau über 50 bewusst angegriffen haben. Das wäre in einer Diskussionssendung etwas spröde, verhalten und nicht wirklich reizvoll abgelaufen, aber im fiktionalen Bereich, wenn eine Frau ihr Leben in den Griff nimmt, wenn sie Schwierigkeiten, Zusammenbrüche hat, weil sie verlassen wird, den Job aufgeben muss, ihre Rolle dann aber wiederfindet und sich ein Verhältnis mit einem Jüngeren anfängt, das ist schon etwas sehr Reizvolles. Die Reaktionen darauf waren hervorragend. Ein nicht ganz so fiktionaler Bereich, aber umso umstrittener, ist Taxi Orange. Die Frau, die vielleicht gewinnt, Andrea, war am Anfang sehr kantig, ist sehr angeeckt, hat ganz klar eine feministische Position bezogen und war von Absturz gefährdet. Eine andere Frau, Linda, hat nach einigen Wochen folgenden Kunstgriff getan: Sie hat sich vom Aufruf der emanzipierten, feministischen Weiber in der Gruppe öffentlich distanziert. Dann hat sie im Hof einem Mann

die Füße gewaschen. Zwei Tage später war sie auf die dritte Stelle vorgerückt. Aber diese Linda ist inzwischen ausgeschieden, und unsere kantige Andrea hat ihren Weg gefunden. Also kann man in meinem Bereich einiges tun, und vielleicht infiziert er ja auch den aktuellen Bereich. Bei allem Spiegel der Wirklichkeit, den es natürlich gibt, liegt es natürlich auch am Willen.

.....

Warum ziehen die Frauen nicht nach? Weil wir Frauen nicht zusammensitzen und uns überlegen: Erstens, wer an Frauen ist die nächste Generalintendantin, die nächste Bundespräsidentin? Wir treffen uns dann eben nicht - wie zu Bachers Zeiten - in der Autobahnstation Sowieso, überlegen uns, wie wir das angehen, wie wir an diese Positionen kommen. Das tun wir definitiv nicht, und das ist sicher ein Grund, warum erst erreicht ist, dass ein paar Ja sagen, wenn sie gefragt werden. Es ist aber noch nicht erreicht, dass wir aktiv an die Gestaltung einer Karriere gehen.

## **Zusammenfassung der Workshop-Ergebnisse**

### ***Die Weiblichkeitsfalle funktioniert*** **Dr. Anneliese Stoklaska**

Ausgehend von der "Business-Lady" in einem Vortrag haben wir uns gefragt: Wie ist es eigentlich mit dem Bild, das wir selbst von Frauen entwerfen? Wird das nicht oft wirklich zur Falle? Die "Business-Lady" will mit dem Wort "Arbeiten" gar nicht mehr in Zusammenhang gebracht werden. Was an Schlagworten für sie transportiert wurde, war "tolle Ausbildung", "Life und Style", "sie geht an die Universität, sie nimmt sich, was sie will" - aber 80% aller Frauen studieren noch immer Lehramt Deutsch und Englisch. Das ist die Realität.

Die "Business-Lady" ist auch selten eine Angestellte, sie ist eigentlich eine Unternehmerin, denn das ist cool. Wenn wir uns aber die sogenannte Klein- und Mittelbetriebsszene in Österreich ansehen - denn dort sind die Business-Ladies zu Hause -, dann sind das meistens ganz kleine Unternehmen, wo sich eine oder zwei Frauen abstrudeln.

Nehmen wir als Ermutigung und als Warnung, dass Sprache geistige Bilder auslöst. Gehen wir mit der Kreation solcher Bilder sehr vorsichtig um. Überlegen wir uns, was wir in die Auslage unserer Arbeit stellen, und auch, ob wir vereinnahmt werden. Das, was man an persönlichen Werten und Maßstäben in die Arbeit einbringen möchte, ist oft gar nicht gefragt.

Es wurde immer wieder nach Humor, nach der witzigen Bemerkung im Medienberuf gefragt. Ein goldenes Wort: Nach Humor soll man nur greifen, wenn man ihn wirklich hat.

Vieles, das wir als Falle entdecken, praktizieren wir oder legen es selber aus. Man muss eine klare und eindeutige Haltung einnehmen. Die urheberlose Frauenfalle gibt es nicht mehr.

Wenn die Botschaft eindeutig sein soll, das ist im Umgang mit Vorgesetzten auch sehr dringend notwendig, dann muss man zwischen Taktik und Strategie unterscheiden. Taktik entspringt dem Augenblick, mit Strategie kann man sich langfristig auseinandersetzen. Rotraud Perner hat vorgeschlagen, dass man sich eine langfristige Strategie zurechtlegen soll. Auch wenn man nie in die Lage kommt, sie anzuwenden, es tut gut, wenn man zumindest das Gefühl hat, es kann nichts passieren.

Dazu gehört auch der Unterschied zwischen Stil und Credo. Man soll nicht sein innerstes Bekenntnis zu Fragen mit dem verwechseln, was man geschmäckerlich als Bild transportiert. Das Eine hat mit dem Anderen nichts zu tun.

Im Diskriminierungsbereich unterliegen die Frauen, die in medialen Berufen arbeiten, den gleichen Mechanismen wie überall. Es ist eine Gratwanderung, sich den Konditionierungen des beruflichen Umfelds zu fügen, bzw. zu versuchen, sie zu gestalten. Man will ein Eigenes verwirklichen können, in einem Rahmen, der sehr fix vorgegeben ist. Man sollte auch versuchen, sich nicht zusätzlich in Schwierigkeiten zu bringen, indem man sich Stress auferlegt. Von einigen Kolleginnen wurde ihre Involvierung in die

Berichterstattung, von Lassing angefangen, erwähnt, die eine hohe persönliche Betroffenheit auslösen. Diese Schwierigkeit ist für Frauen vielleicht wirklich schwieriger zu bewältigen.

Es ist auch die Rüstung im Umgang mit Menschen wichtig, im Positiven als auch zur Verteidigung. Da hilft das Älterwerden ein wenig, da man Erfahrung und Distanz gewinnt.

Das Frauenbild, das uns entgegengebracht wird und das wir weitertransportieren, ist noch immer sehr von 2000 Jahren Christentum geprägt. Was wir an gesellschaftlichen Zwängen erfahren, was uns als Frauen an Erwartungshaltung entgegengebracht wird, hat sehr viel damit zu tun.

Zusammenfassend: Denken wir immer daran, dass Bilder Szenarien festlegen. Seien wir realistisch und denken wir frauenspezifisch. Leichter geht es, wenn Frauen einander unterstützen, wenn sie sich vernetzen, wenn sie einander Hilfe angedeihen lassen.

### **Die weibliche Seite der Macht** **Dr. Gabriele Zuna-Kratky**

Impulsreferat von Mag. Sabine Daxberger. Sie arbeitet seit zehn Jahren im Landesstudio Niederösterreich. Sie bekamen eine Chefin, die zum Aufbrechen alter Strukturen gleich einmal ein Seminar abhalten hat lassen, und zwar zum Thema weibliche Macht. Sie meinte, das wäre ein Schritt in die richtige, andere Richtung.

Ich brachte drei Gedanken zur Macht ein: Die Einschätzung von Macht ist immer vom Umfeld abhängig. Solange das Umfeld männlich ist, werden wir uns anpassen müssen. Können und sollen Unterschiede zwischen weiblicher und männlicher Macht nebeneinander bestehen? Und zum veralteten weiblichen Zugang, dass Macht nicht isoliert betrachtet werden könne, sondern immer mit Kompetenz, Verantwortung und Autorität gepaart werden solle.

Macht ist bei Interessenskonflikten das einzige Lösungsmittel. Da ist es wichtig, Macht in die Hand zu nehmen. Welche Machtform wirkt wo, das herauszufinden, ist sehr wichtig.

Angesprochen wurden die Netzwerke der "Old Boys". Wir konnten uns gegenseitig beruhigen, dass diese Saurier zwar noch Bestand haben, sie kennen sich aber nicht mehr direkt und sind nicht mehr so wirksam wie die jetzt schon zunehmend aufgebauten Frauen-Netzwerke, wo sehr viel über persönliche Kontakte läuft.

Wenn jemand an Macht interessiert ist, muss er die Spielregeln kennen. Wir müssen diese Spielregeln akzeptieren oder wir können daran arbeiten, sie zu ändern.

Die Sprache als Machtmittel ist nach wie vor männlich, wird aber zunehmend durch unseren Beitrag aufgebrochen werden können.

Je mehr Frauen in gute Jobs kommen, umso höher ist der Anteil an schlechten Managerinnen. Für jede schlechte Frau in einem Management-Job gibt es aber wohl zehn schlechte Manager.

Die Gleichberechtigung greift schon. Nämlich in der Richtung, dass Männer in Karenz bereits die gleichen Probleme haben wie Frauen. Sie sind genauso bedroht und haben die selbe Jobunsicherheit.

Kinderwunsch und Kinderbetreuung sind noch immer Hemmschuhe für Frauen. Die Aufteilung der Macht von innen nach außen ist auf die ganz kleine Restbiologie zusammengeschrumpft. Eine Frau, die einen Kinderwunsch hat, muss sich immer noch überlegen, ob sie weitermacht oder ob sie sich irgendwie anders organisiert. So lange nicht von außen eingewirkt wird, mit Kinderbetreuungsstätten, mit Möglichkeiten für Frauen, sich den Kinderwunsch zu erfüllen und trotzdem Karriere zu machen, auch wenn sie keinen gleichberechtigten Miterzieher haben, das ist noch immer ein gesellschaftlich zu lösendes Problem.

Quintessenz: Ein Spiel wird gespielt. Jeder hat zu überprüfen: Bin ich am richtigen Spielfeld, kenne ich die Regeln in meinem Spiel, oder muss ich umsteigen, muss ich ein anderes Spiel finden, oder muss ich mir die Regeln dort, wo ich sie verändern kann, selbst machen.

## **Imagestrategien: was bremst, was pusht?**

**Dr. Monika Närr**

Wir haben Imagestrategien aus der Sicht von drei verschiedenen Berufsfeldern beleuchtet. Eine Teilnehmerin war Heidi Glück, die Pressesprecherin von Bundeskanzler Schüssel, die zuvor Pressesprecherin und politische Beraterin von Elisabeth Gehrler war. Sie hat das Thema aus der bundespolitischen Sicht beleuchtet. Aus internationaler politischer Sicht, nämlich von der UNO, hat Dr. Ingrid Lehmann berichtet, die seit eineinhalb Jahren in Wien den UNO-Informationsdienst leitet. Ich habe einen kurzen Beitrag aus der Sicht einer internationalen Konzerns, Magna, geliefert.

Heidi Glück hat festgestellt, dass Frauen immer zeigen müssen, dass sie kompetent sind, bis es ihnen zugestanden wird, während bei Männern von der Kompetenz ausgegangen wird.

Beide Damen haben berichtet, ihre jetzige berufliche Situation sei durch Zufall zustande gekommen: der richtige Augenblick, die richtigen Leute, wobei man aber voraussetzen muss, dass der Zufall in einem System erst dann wirkt, wenn man bereits seine Leistung bewiesen und sein Kontaktnetz aufgebaut hat.

Es macht keinen großen Unterschied, so Heidi Glück, ob man als Frau einen Mann coacht oder eine Frau. Entscheidend ist immer die Persönlichkeit, und dass man sich mit den richtigen Argumenten durchsetzt. Eine Beobachtung aus ihrer Zeit mit Elisabeth Gehrler schien auch noch wesentlich: Die Journalistinnen beweisen Politikerinnen gegenüber mehr Solidarität als gegenüber Männern in vergleichbaren Positionen.

Dr. Lehmann hat dann aus dem starren politischen System der UNO berichtet, dass sie ständig große Kompetenz zeigen und beweisen muss, auch mit intensivem und schwerem Arbeitseinsatz. Dass langfristig Glaubwürdigkeit und Integrität zum Ziel führen, wobei die Glaubwürdigkeit immer wieder aktiv kommuniziert werden muss, mit Sachkompetenz und Intelligenz.

Sie leistete auch noch einen sehr persönlichen Beitrag zum Thema der gläsernen Decke. In zehn Jahren hat sie fünf Beförderungen rasch durchlaufen, bis sie in einer Position wie kaum jemand Vergleichbarer aus ihrer Altersgruppe war. Neid und Missgunst entstanden, sie wurde durch einen Mann verdrängt, ist dann relativ planlos in der UNO herumgeschwommen. Es war niemand bereit, sich für sie zu engagieren. Erst nach einer "Urlaubsphase", in der sie ihr PhD gemacht hat und ein mid career-Programm in Harvard, wurde sie von Kofi Annan persönlich nach Wien geholt.

Die Erfahrung, die ich aus meiner Zeit mit Frank Stronach und Magna beitragen konnte, ist, dass es wenig Unterschied macht, ob ich einen Frank Stronach gecoacht habe oder eine Marilies Flemming als Umweltministerin. Das Hauptproblem, mit dem ich bei Magna konfrontiert war, war die Ignoranz des Geldes. Es wurde als Machtinstrument ganz extrem eingesetzt, man glaubte, mit Geld über alles drüberrodern zu können. Es gab drei Frauen in exponierten Positionen. Wir haben uns in einer informellen Vernetzung immer wieder darum bemüht, Änderungen herbeizuführen, aber Geld war wichtiger als eine positive Unternehmenskultur. Nachdem wir erkannt haben, dass wir hier nicht ändern und gestalten können, haben wir unabhängig voneinander die Konsequenz gezogen. Wenn pushen nichts hilft, ziehen wir die persönliche Bremse und begeben uns auf ein anderes Terrain.

Abschließend hat jede Teilnehmerin für sich ein kleines Zielmodell entwickelt, wo sie die Imagestrategie für sich verbessern möchte, welche Ressourcen sie dazu ausbauen soll und kann, und was der erste, wesentliche Schritt ist.

Ein interessantes Ergebnis war für mich, dass von den Frauen, die ja alle in Kommunikationsberufen arbeiten, alle bis auf eine das Ziel hatten, in Zukunft klarer zu kommunizieren.

## **Die virtuelle Chance**

### **Alexandra Bader**

Wir haben uns zunächst gefragt, warum nicht mehr Frauen an diesem Arbeitskreis beteiligt waren und haben dann analysiert, dass es daran gelegen ist, dass die Referentin Susanne Broos weniger Persönlichkeitsbildung als Information versprochen hat.

Wir haben auch festgestellt, dass es in Deutschland konkrete Vorstellungen gibt über Berufsbilder im Bereich Internet und Online-Journalismus, es gibt auch Ausbildungen in diesem Bereich. Es ist in Österreich nicht klar, ob es so viele Jobangebote gibt wie in Deutschland.

Unter Frauen besteht vielleicht ein wenig größere Angst, wenn neue Dinge zu lernen sind und nicht so klar ist, wie umfangreich oder schwierig oder technisch diese neuen Dinge sind.

Bei der Vorstellung aller Teilnehmenden hat sich dann herausgestellt, dass die meisten eine typische Patchwork-Karriere haben. Es gibt Online-Berufe noch nicht so lange als Berufsmöglichkeit. Aus diesem Grund landet "frau" von irgendwo dort.

Für junge Frauen ist es teilweise leichter, weil sie Informatik studiert haben oder sich in der Schule gewissen Dinge beibringen, so wie es Jungen machen.

Rollenklischees existieren in diesem Bereich entweder überhaupt nicht mehr, oder sie sind sehr stark aufgeweicht. Sabine Ertl, die seit kurzem in der Online-Redaktion der Wiener Zeitung arbeitet, erzählt zum Beispiel, dass sie die einzige Frau im Online-Team ist, aber keine Probleme hat. Es sei aber wichtig, Abhängigkeit auszuschließen, also zum Beispiel die Programmiersprache selbst in den Grundzügen zu beherrschen.

Carine Czirbusz ist verantwortlich für die Webseite [www.frauenoffensive.at](http://www.frauenoffensive.at), lernt dabei sehr viel von Männern und ist auch eine Quereinsteigerin. Womanticker.de, wo Susanne Broos arbeitet, wird von zwei Frauen gemacht, wobei sie mehr für inhaltliche Agenden verantwortlich ist.

Die anderen Teilnehmerinnen arbeiten zumeist bereits in Internet-Plattformen. Es wurde festgestellt, dass Männer oftmals mehr Kompetenz vorschützen, als sie tatsächlich haben. Es besteht auch die Tendenz, dass Männer Frauen etwas auf einem Niveau erklären, das unter dem Niveau der Computerkenntnisse dieser Frauen ist.

Da in Österreich noch nicht ganz klar ist, wie die Online-Leute eingestuft werden, ist es auch sehr wichtig, sich nicht ausbeuten zu lassen. Die Journalisten-Gewerkschaft bemüht sich darum, einheitliche Regelungen zu schaffen.

Zu den Zukunftsperspektiven: Die Zeit der Bastler ist mehr oder weniger vorbei, sowohl beim Gestalten von Web-Auftritten, als auch im Online-Journalismus.

Es gibt bei Online weniger Rollenklischees, es gibt andere Arbeitsverhältnisse, die Hierarchien sind flacher. Wenn Frauen technische Unabhängigkeit anstreben, können sie sich diese auch verschaffen. Es ist ein Ausweg aus dem Versuch, zu gefallen. Es ist wichtig, dass die Frauen diese Nische richtig einschätzen und von Anfang an das Knowhow und die Erfahrungen anderer Frauen vermittelt bekommen.

Damit Frauen in den Redaktionen argumentieren können, haben wir empfohlen, Grundkenntnisse in den Programmiersprachen zu erwerben. Auch, um ein Gefühl für die Möglichkeiten und die Grenzen des Internets zu bekommen. Beim Internet muss man sich Technik und Inhalt immer zusammendenken. Dafür gibt es sehr gute Kurse von Frauen für Frauen.

Das Tolle am Internet ist, dass auch Männer Neuland betreten und dass sie noch nicht alles nach ihren Kriterien definiert haben.

## **Frauenbild mit Nachhilfe**

### **Irmie Schüch-Schamburek**

Wie verhalte ich mich in der Öffentlichkeit, wie kann ich Unsicherheit im Auftreten, zu schnelles Reden, leise Stimme, zu hohe Stimme und ein Unbehagen korrigieren?

Das Seminar war so spannend, weil es zwischen Körperarbeit und Diskussionsrunde pendelte. Die Teilnehmerinnen setzten sich aus Studentinnen, Journalistinnen und einer Schriftstellerin zusammen. Die Frage war: Wie kann ich mich besser darstellen?

Bei der Körperarbeit war Prof. Prosser in ihrem Element, was die Stimmbildung betrifft, denn die Stimme ist eines der wichtigsten Instrumente bei der Darstellung in der Öffentlichkeit. Was das Gegenüber vermittelt bekommt, besteht hauptsächlich aus zwei Komponenten: Wie ich klinge und wie ich aussehe.

Da gibt es Techniken, um die Stimme farbiger führen zu können, Atem- und Ausdrucksübungen, um das Stimmvolumen zu stärken, die Tonlage einzupendeln, um eine reiche Palette von Oberklängen gestalterisch verfügbar zu bekommen. Dann hat man größere Chancen, in der Öffentlichkeit erfolgreich zu präsentieren.

Dann ging es um Styling. Wobei Styling nicht nur Make-Up, Mode und Accessoires ist, es steckt viel mehr dahinter, z. B. die Macht der Farben. Mit den Farben, die man trägt, signalisiert man seinem Gegenüber etwas. Die Farben wirken aber auch auf einen selbst zurück. Man kann mit Farben ganz bewusst Stimmungen forcieren. Wir hatten eine spannende Diskussion über die Farbe Schwarz in der Öffentlichkeit, was sie bewirkt und symbolisiert. Energetisch zieht die Farbe Schwarz an, sie strahlt nichts ab. Man gibt nichts her von seiner Energie, ist aber sehr empfänglich für die anderen Energien.

Gerade eine Person, die sich in der Öffentlichkeit ein wenig unsicher fühlt, die sich größer und dominanter machen muss, sollte sich bewusst durch Farben präsentieren, aber nicht durch schwarz. Außerdem ist man in Schwarz immer korrekt gekleidet.

Dann wurde Körperarbeit mit Stimmübungen und Atemübungen gemacht. Zwei Personal Trainerinnen machten mentale Körperübungen, um sich positiv zu programmieren, sich durch den Atem zu beruhigen.

Es ist unerlässlich, zu üben. Es gibt keine Allheilmittel, keine Tricks, um beim Auftritt zu glänzen. Es steckt Arbeit dahinter. Wenn es beruflich nötig ist, sollte man auch private Coaching-Stunden nehmen, um gezielt auf Bilder und Programmierungen einzugehen.

Letzter Punkt war der Rhythmus, die Veränderung. Es ging darum, wie schnell man sich verändern kann, wenn man will. Wie radikal wird das gemacht? Jede Frau muss den eigenen Rhythmus der Veränderung finden. Die Vorher-Nachher-Show-Aktionen sind für das Selbstbewusstsein der Frauen meistens nicht gut, denn man muss mit der Veränderung mitwachsen. Es ist das Erscheinungsbild immer eine Symbiose zwischen dem Inneren und dem Äußerem.

Der erste Schritt zur Veränderung des Stylings ist das Kennen lernen, das Akzeptieren des eigenen Körpers. Wenn man sich selbst fremd ist, hilft die beste Frisur nichts. Es gibt immer Punkte, die eine Auseinandersetzung mit dem eigenen Körper verlangen. Man muss spielerisch darauf hinarbeiten, sich langsam zu verändern.

## **Abschlussreferat** **Gordana Susa**

Liebe Kolleginnen, liebe Damen, es freut mich sehr, heute in Ihrer Gesellschaft zu sein. Vorher, beim Interview, das ich draußen geführt habe, habe ich gesagt: "In meinem Alter fehlen mir die Hormone, die ich von Ihnen mitbringen möchte."

Sie werden es besser verstehen, wenn ich Ihnen sage, dass ich dreißig Jahre Journalistin bin und in der serbischen Sprache ist das Wort "Journalismus" männlich.

In Serbien genauso wie in Österreich sind 52% der Bevölkerung weiblich. Nur 5% der Frauen sind in leitenden Positionen tätig. Die Situation in der Presse ist ein bisschen anders. Von allen Journalisten stellen 32% weibliche Journalistinnen dar.

Wenn ich über meine Generation spreche, so muss ich zugeben, dass die Funktionen zwischen Mann und Frau gleichmäßig verteilt waren, d. h. dass die Frauen überall zu finden waren, als Direktorin, als Chefredakteurin, als Kamerafrau, also in allen medialen Bereichen war die Frau zu finden.

13 Jahre Herrschaft von Milosevic hat uns viele Jahrzehnte zurückgeworfen. So sind die Frauen in dieser Herrschaft von 13 Jahren in der Presse nicht nach ihrer Kompetenz oder nach ihrer Schulbildung gewählt worden, sondern nach ihrer Gesinnung ihm gegenüber. Je weniger gebildet sie waren, umso leichter konnte man sie manipulieren.

Es wurde eine neue virtuelle Welt geschaffen, über ein Serbien, über einen Mythos, über das göttliche Volk, in dem das Hauptziel einer jungen Frau eine gute Heirat mit einem reichen Mann ist.

Wie schlimm diese Politik war, kann ich Ihnen anhand der staatlichen Radiotelevision Serbiens aufzeigen. Stellen Sie sich ein so kleines Land wie Serbien, unentwickelt, völlig verarmt, vor, das eine Radiotelevionsstation besitzt, in der 8400 Beschäftigte tätig sind. So eine Zahl der Beschäftigten in einem solchen Medienzweig können nicht einmal reiche Länder aushalten. Es war aber ein Teil der Politik, die von Milosevic' Regierung geführt wurde. Er hat die Menschen ausgewechselt, je nachdem, welche Priorität in seiner Politik gesetzt wurde. In der Zeit des Nationalismus hat er Nationalisten aufgenommen. Das waren jene Jahre unmittelbar vor dem Verfall des zweiten Jugoslawiens.

Damals wurden an einem Tag 1400 Presseleute gekündigt und gleichzeitig 2000 neue, sehr hörige Leute eingestellt. In der Phase der Gründung der neuen Linken, die von seiner Frau als Partei gegründet wurde, waren die sogenannten "Mondialen" modern, das ist natürlich nur verbal, nicht wirklich. Zu diesem Zeitpunkt haben sie 2000 neue Mitarbeiter aufgenommen, die alten 2000 haben sie ein bisschen beiseite gelegt, für alle Fälle als Reserve, sozusagen. Und danach, als der Krieg schon in vollem Gange war, wurden jene "Journalisten" aufgenommen, die gepredigt haben, für die Heimat soll man auch lügen, wenn es notwendig ist.

Bei einer solchen Geschäftsgebarung, wo man neue Leute aufgenommen und die alten ein bisschen beiseite gelegt hat, für den Fall, dass man sie braucht, ist das Haus auf ein Team von über 8000 angewachsen. Durch solche Politik und durch solches Spiel des Regimes diente Fernsehen lediglich Propagandazwecken. Virtuelle Wirklichkeit des Fernsehens war völlig konträr von der Realität, und dadurch hat sie auch kontraproduktiv auf die Bevölkerung gewirkt.

Als die aufgebrachte Menge dann am 5. Oktober nicht nur das Parlament stürmte, sondern auch die Radio- und Fernsehstation, sind sogar zwei Stockwerke in Flammen aufgegangen. Diese Vernichtung des Eigentums könnte eigentlich kein normaler Mensch gutheißen, aber wenn man sich die Jahre davor vorstellt, in denen die staatliche Fernsehstation die Menschen immer mit Lügen überschüttet hat, wurde diese Gewalt geschaffen, die im Fernsehen den Hauptgrund allen Übels gesehen hat, und auch den Schuldigen.

In dieser Fernsehstation habe ich bis zum Krieg zwanzig Jahre lang gearbeitet. Ich bin nicht gekündigt worden, sondern als ich alle auf die populistische und nationalistische Politik von Milosevic aufmerksam gemacht habe und auf Kriegsgefahren und das Aufputschen gegen die anderen, habe ich selbst gekündigt und bin aus dieser Fernsehstation weggegangen.

Zu diesem Zeitpunkt war es nicht ganz ohne, so etwas zu sagen, es noch dazu laut zu sagen, denn Milosevic war damals von einer großen Zahl der Bevölkerung frei gewählt. Ich war vorlaut, und man hat mich diskreditieren müssen, weil ich ja nicht nur in Serbien bekannt war, sondern in ganz Jugoslawien, und wenn ich mich auf der Straße bewegte, habe ich mich gar nicht sicher fühlen können, denn ich wurde zum Verräter Nr. 1 des Volkes gemacht.

Damals, unmittelbar vor dem Krieg, zu sagen, dass jede andere Lösung als Krieg besser wäre, auch Konföderation, war einem Verrat gleichzustellen. Und wenn Sie sich die Ereignisse vom 5. Oktober 2000 in Erinnerung rufen, dann können Sie sich vorstellen, dass ich das Gefühl hatte, dass die große Anzahl der Bevölkerung erst am 5. Oktober jenes Level erlebt hat, das ich im Jahre 87 hatte, noch bevor ganz Jugoslawien zerfallen war.

An diesem 5. Oktober wurde ich als Vorsitzende des Unabhängigen Fernsehens von den Kollegen herausgeführt zu einer entfernten Ort, von wo man die aktuellen Berichte der Bevölkerung hat zeigen können. Ich habe damals eine regelmäßige Talkshow gemacht, die auf Kassetten aufgenommen und in allen Ländern des ehemaligen Jugoslawiens gesendet wurden, etwa Montenegro und Herzegowina. Studios außerhalb der Stadt haben noch funktioniert, die Zentrale in der Stadt Belgrad selbst war abgebrannt. Wir sind damals durch einen dichten Wald gelaufen, mit allen Kassetten und allen notwendigen Geräten, wir haben auch nicht gewusst, ob aus diesem Wald das Militär herauskommt und uns erschießt. Aber damals hat keiner von uns 8 Personen daran gedacht, dass ein Risiko für uns entstehen könnte. Es war uns einfach wichtig, diese Sendung in ganz Serbien zu zeigen, damit die Bevölkerung erfährt, dass es keinen Milosevic mehr gibt, dass es Veränderungen in Belgrad gegeben hat.

Und von damals bis heute, ich habe auch die vierte vorläufige Funktion, arbeite ich auch als Volontär der Informations- und Nachrichtensendungen. In den letzten 30 Tagen arbeiten wir mit allen professionellen Mitarbeitern des Fernsehens. Wir haben die Worte des Hasses eliminiert, alle Informationen, die wichtig und relevant sind, werden gesendet. Im Programm dieses Fernsehsenders werden auch die Produktionen anderer Fernsehsender gesendet.

Ich habe jenen Menschen, die sich Presseleute nennen, erklärt, wir wollen niemanden entlassen, wir werden auch niemanden neu anstellen, und jene, die für Verbrechen verantwortlich sind, werden sich vor jenen Organen zu verantworten haben, die dafür zuständig sind. Und dass jene, die eine personifizierte Milosevic-Wiedergabe waren, nicht mehr auf den Bildschirmen aufscheinen können; sie werden aber nicht entlassen, sie sollen ein Pause einlegen.

Jene, die keine journalistische Bildung besitzen, sollen diese nachholen und jene, die sie haben, aber nicht nachdenken konnten, sollten jetzt sich selbst ein wenig überprüfen und anfangen, mit dem Kopf zu arbeiten. Und ich muss Ihnen sagen, dass ich in diesem Gespräch mit den ehemaligen Mitarbeitern des Fernsehens Verständnis fand, und jene, die dann als freischaffende Journalisten fürs Fernsehen arbeiten wollten und Nachrichten liefern wollten, waren überrascht, warum das jetzt geprüft wird, nicht nur von der staatlichen Fernsehstation, sondern auch von den unabhängigen Nachrichtenagenturen Beta und allen anderen. Sie haben am Anfang ständig gefragt: Kann man das senden, ist das erlaubt? In diesen 30 Tagen haben sie wenigstens ein bisschen dazugelernt.

Und wenn ich zurückkomme, hoffe ich, dass sie schon ein bisschen selbständig arbeiten können. Es ist eine vorübergehende Phase bis zu den Parlamentswahlen im Dezember.

Was unsere Arbeit in der unabhängigen Journalistenvereinigung betrifft, bemühen wir uns jetzt schon, dass diese staatliche Fernsehstation eine öffentliche Servicestelle wird, d.h. eine Servicestelle für alle Bewohner Serbiens und nicht nur die herrschenden Parteien.

Und dank dem Engagement der Frauen in dieser Vereinigung und der Konvention, die wir der serbischen Opposition angeboten haben, noch bevor sie die Macht ergriffen hat, haben wir auch in der Übergangsregierung unsere Ministerin für Informationswesen vertreten. Sie ist eine professionelle Journalistin. Wir bemühen uns, langfristig gesehen, ein solches Ministerium abzuschaffen, aber in dieser Übergangsregierung sind wir zufrieden damit, dass wir mit dieser Funktion dort vertreten sind.

Die Frage, die mir gestellt wurde, welche Rolle nimmt die Frau in der heutigen Zeit in Jugoslawien ein, glaube ich, habe ich teilweise schon beantwortet. Aber ich möchte nur hinzufügen, dass in allen Bereichen heute in Serbien eigentlich die Frauen in wichtigen Positionen, wie zum Beispiel Natasa Kandic, die Direktorin der Organisation für humanitäres Recht ist, mit der Aufgabe, sämtliche Verbrechen auf dem Territorium des ehemaligen Jugoslawien zu prüfen. Andere Frauen sind im Helsinki-Ausschuss, in der Europa-Bewegung. Global gesehen möchte ich sagen, dass die sensibelsten Stellen in der heutigen Zeit, wo sehr viel Verantwortung verlangt wird, in den Händen der Frauen sind.

Wenn wir über die neue Regierung sprechen, so muss ich sagen, dass da die Resultate schlimm aussehen, wahrscheinlich wegen des Lochs von 13 Jahren Isolation. In beiden Häusern des Bundesparlaments sind nur 9 Frauen vertreten. Das ist ein Problem, mit dem wir erst zu kämpfen haben werden. Wie schwer es die Frauen in der Zeit der Milosevic-Regierung hatten, kann ich Ihnen durch ein Beispiel zeigen. Es ist nicht nur die Isolation, die nach außen bestand, sondern die Isolation, die nach innen geschaffen worden ist, von der regierenden Partei. Die höchste Inflation nach der Weimarer Inflation, eine Armut ohne Beispiel, haben dazu geführt, dass von 4 Millionen arbeitsfähigen Menschen in Serbien 2 Millionen ohne Arbeit geblieben sind, und vor allem die Frauen.

Die Frauen haben auch in dieser Phase Eigenständigkeit bewiesen, durch eigene Unternehmungen. Sie haben selbst Arbeiten erfinden müssen, wo sie die eigenen Herrinnen waren und keine Arbeitgeber hatten. Auf diesen Wegen ist auch die kleine Produktion "WIN" entstanden, deren Autorin ich bin.

Wir waren nur der kleine David in der Situation gegenüber dem RTS, den wir als Goliath gesehen haben, und wie Sie sehen, der kleine David hat den Goliath besiegt.

Es war in einer Situation, die erschreckend war, im Jahr 93 wurde zum Beispiel eine Enquete durchgeführt, in der die Frage gestellt wurde, wer bombardiert Sarajewo. Zwei Drittel haben gesagt, die Moslems. Deswegen ist die Produktion "WIN" entstanden, weil ich



der Meinung war, dass ungeachtet dessen, wie niederschmetternd eine Information sein kann, die Information wichtig ist. Deshalb haben wir auch diesen Weg eingeschlagen.

Und jetzt noch eine persönliche Erfahrung: Es wurde die Frage an mich gestellt, was könnte ich den Frauen empfehlen, um Karriere zu machen. Alles, was schon Frau Dr. Schau-mayer erwähnt hat, kann ich nur bestätigen und einen Rat dazugeben: Versuchen Sie bitte, sich nicht in einen Diktator zu verlieben.

*Simultan übersetzt von Miroslava Bayr-Varga*

# Umfrage im Vorfeld des Österreichischen Journalistinnenkongresses 2000

27. & 28. November 2000

Haus der Industrie - Schwarzenbergplatz/Wien

**Aktuelle Studie zum alltäglichen Frauenbild in den Tageszeitungen**

Auswertung von 3 Tagen (1. August, 29. September und 8. November)

## Wo stehen wir Frauen heute?

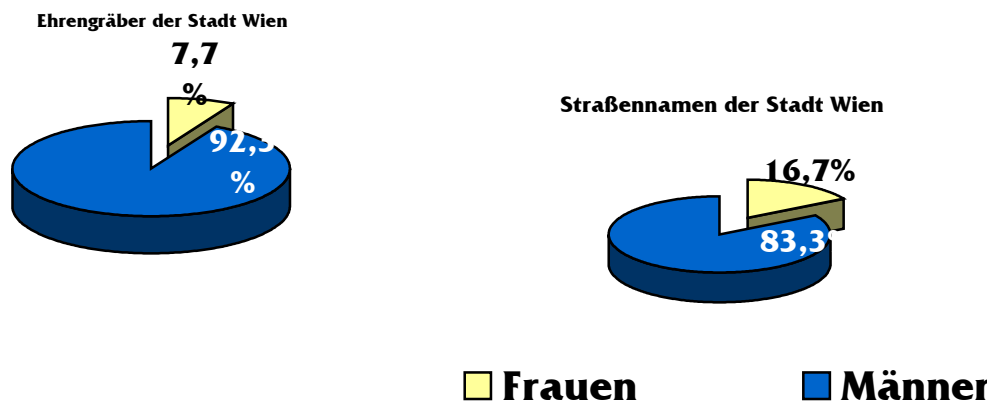
Das Plakative beeinflusst uns mehr als das wohlformulierte Argument.  
Kleine, tägliche Gedankenanstöße mehr als ein gescheites Buch – oder viele  
gescheite Bücher.

Wenn wir im Rahmen dieser Veranstaltungsreihe der "Gläsernen Decke" schon mit  
dem Titel die Dominanz des Unterbewussten skizzieren – und in unseren ersten  
beiden Kongressen hinsichtlich Ausbildung, Fortbildung und Weiterbildung,  
Verhinderung und Selbstverhinderung, Selbstbild und Fremdbild sehr ausführlich  
diskutiert haben, dann möchte ich heute einmal mit den sogenannten "Kleinigkeiten"  
beginnen, die uns im Alltag begegnen.

Wenn man durch die Straßen Wiens geht, erinnern Straßennamen an berühmte  
Söhne und Töchter dieser Stadt oder durchaus auch an internationale  
Persönlichkeiten. Uns hat interessiert, in welchem Verhältnis.

Von den 3.480 Wiener Straßennamen, die keine Flurbezeichnung sondern in  
ehrendem Angedenken nach einer Person benannt wurden, finden sich heute nur  
200 Frauennamen. – Im Straßenbild begegnen uns also 94,6% Männer und 5,4 %  
Frauen. Das ist halt so.

Auch das Verhältnis der Wiener Ehrengräber mit 111 Frauen von insgesamt 1440  
Ehrengräbern ist mit 7,7 % einer der kleinen Gedankenanstöße – denen man, aus  
der Historie kommend, nicht allzuviel Bedeutung für die Gegenwart zumessen sollte.  
Das ist halt so.



Und diese Prozentsätze ließen sich auch bei Schutzhütten, Gedenktafeln und Denkmälern in ähnlicher Weise nachvollziehen. Das war halt so – im Rückblick der Geschichte. Das ist halt so.

Trotzdem prägt es!

Es hat sich doch einiges verändert in den letzten Jahren, das muss seinen Niederschlag finden. Natürlich noch nicht gleich in Straßennamen und gottseidank noch nicht bei Ehrengräbern.

Daher wollten wir uns etwas ganz Aktuellem und trotzdem Alltäglichem zuwenden. Den Tageszeitungen, die zur guten Hälfte von Österreicherinnen gelesen werden.

## **Das Frauenbild in den Medien am Beispiel von 10 österreichischen Tageszeitungen**

Herangezogen zur Wertung wurden die Ausgaben von 10 österreichischen Tageszeitungen an drei willkürlich gewählten Stichtagen (an einem Dienstag, Mittwoch und Freitag) am 1. August, 29. September und 8. November 2000.

<b>Tageszeitungen</b>	<b>Ressorts</b>
Der Standard	Aussenpolitik
Die Presse	Chronik
Kleine Zeitung	Innenpolitik
Kronenzeitung	Kultur/Medien
Kurier	Sport
OÖN	Wirtschaft
Salzburger Nachrichten	Wissenschaft
Tiroler Tageszeitung	
Vorarlberger Nachrichten	
Wiener Zeitung	

Die Zeitungen wurden von jeweils 2 Korrektorinnen kontrolliert und nach folgenden Kriterien ausgewertet:

### **AUSWERTUNGSKRITERIEN**

Gewertet wurden **im redaktionellen Teil der Zeitung namentlich zitierte Männer/Frauen.**

- In der Chronik häufig erwähnt z.B. "die 47-jährige Angestellte" ist kein Name. Hingegen der 24-jährige Daniel Z. (Name abgekürzt) schon.
- Menschen, hinter denen eine unzweifelhafte Identität steht und die unter immer derselben Bezeichnung wiedererkannt werden ("Queen Mum", "Madonna") wurden gewertet.
- Pro Artikel (auch bei häufiger Namensnennung) wurde diese Person nur einmal in die Zählung einbezogen.
- Die Zuordnungen zu den Ressorts erfolgte durch die Kennung der Medien bzw. durch die inhaltliche Zuordnung (Titelseite = verschiedene Themen/Ressorts).

- In Bildern erkennliche Personen (Erwähnung im Bildtext bzw. Platzierung des umfließenden Textes so eindeutig, dass Wiedererkennung durch Mediennutzer möglich ist) wurden in der Wertung "Männer/Frauen im Bild" gezählt.
- Bilder von Männern/Frauen, die nur illustrativen Charakter haben (anonyme Sekretärin am PC in einem IT-Artikel oder Fußballmannschaft beim Training ohne Bildtext) wurden NICHT gewertet.

### **Nicht in die Zählung einbezogen waren die Teile**

- Inserat/PR-Artikel
- Programme (TV/Kino, etc.)
- Amtsblatt, Börsenteil
- Kleingedrucktes (z.B. Sportergebnisse im Detail)
- Leserbriefe, Gratulationen, Geburten- und Sterbechronik
- Themenzentrierte Beilagen

Tageszeitungen gelten üblicherweise als **Spiegel der Wirklichkeit**.

In unserem Bewusstsein ist verankert:

**"Was wichtig ist, steht in der Tageszeitung".**

Tageszeitungen werden täglich gelesen, geben den täglichen Impuls. Hier erfährt man nicht nur Aktuelles und Neues, hier werden auch die Menschen hinter den jeweiligen Themen zitiert, hier erfährt man, wer für Aktuelles und Neues verantwortlich ist. Hier liest man Namen, wer die Kompetenz wofür hat.

Hier findet die Beweisführung statt:

**"WER wichtig ist, steht in der Tageszeitung".**

### **Das prägt. Jeden Tag aufs Neue.**

Das liefert die Abgrenzung von wichtig zu unwichtig – in vielen Facetten. Von der Auswahl der Themen, von der Placierung bis zur Suche nach der Kompetenz. Eine Tageszeitung gibt so gesehen nicht nur den Überblick, wie wichtig eine Meldung, ein Artikel oder ein Anlass ist – hier weiß man auch, WER etwas zu sagen hat.

Ziel dieser Untersuchung war, wieweit die Gleichberechtigung, die erhoffte Gleichstellung zwischen Mann und Frau bereits in den Medien ihren Niederschlag findet. – In Medien, die bereits zu rund 40 % von Frauen gestaltet und gemacht werden.

"Aus dem Gefühl heraus" rechneten wir vor Start der Zählungen mit einer Frauenquote von rund 30 – 25 %.

## Die schlechte Nachricht vorweg: Das Ergebnis entsprach diesen Erwartungen bei weitem nicht.

Drei Erhebungstage und 10 Medien ergaben **11.303 zitierte Namen**.

Nur **1.890** davon waren Frauen.

**83,28 %** der zitierten Menschen waren Männer. Nur **16,72 %** Frauen.

Das prägt das Frauenbild, das Männerbild. Täglich.

Für "wirklichkeitsgewohnte" Tageszeitungsnutzerinnen genauso wie für 16 bis 19-jährige Neueinsteigerinnen.

**WIRTSCHAFT** ist fest in männlicher Hand. Mit **8.80 %** zitierten Frauen liegen Frauen fast nochmals 50 % unter dem Durchschnittswert von 16,72 %.

**AUSSENPOLITIK:** Mit Ferrero Waldner, Hillary Clinton und Madeleine Albright schaffen wir hier gerade einmal **9,75 %**.

**INNENPOLITIK:** Auch hier kann man fast einzeln zitieren: Riess-Passer, Klasnic, Gehrler oder Rauch-Kallat bringen es auf **14,99 %** der nicht-männlichen Nennungen.

Gut, die Frauenquote im **SPORT** mit **15,79 %** ist durch die flächendeckende Präsenz von Fußball zu erklären. Aber das Ergebnis wäre noch wesentlich schlechter ausgefallen, wäre nicht einer der Erhebungstage ein Olympia-Tag gewesen und hätte nicht eine Meisterschaft im Geräteturnen stattgefunden. – Gut, der nächste Winter kommt bestimmt, beim Skifahren dürfen wir uns durchaus Chancen ausrechnen.

Es ist ja nicht immer so, dass über Frauensport NICHT berichtet würde.

Erfreulicherweise fanden wir beispielsweise fast ½ Seite über Damenhandball – der einzig zitierte war allerdings Trainer Prokop. In Bild und Text.

In der **CHRONIK schneiden wir mit 20,08 % vergleichsweise überdurchschnittlich ab**, dabei hilft natürlich auch das "Blumenmädchen XY" oder die "Studentin NN" von Seite 7 oder Berichterstattungen wie "Männer lieben Brünette" mit sensationellen sieben Namensnennungen in nur einem kleinen Artikel!

Nur schwach weiblicher wird es bei **KULTUR und MEDIEN**. Auch hier gelingt es den Frauen, nur mit **22,20 %** der gesamten Namensnennungen knapp unter einem Viertel der Gesamtheit zu bleiben. – Dass selbst KULTUR zu 77,80 % männlich dominiert ist – hier hätten wir uns ohne Zählung sicher verschätzt!

Als Beispiel, nicht aus der Tageszeitungsauswertung, allerdings im Gesamtbild passend der "Runde Tisch" (immer ein beliebtes Signal für die absolute Kompetenz) des Magazins NEWS zum spannenden Thema der Zukunft des Fernsehens im allgemeinen und des Reality-TV's im besonderen. Hier versammelt acht männliche Kapazitäten von Marboe bis Phettberg. – Scheinbar sind Frauen TV-Konsumentinnen ohne Meinung zu ihrem allgemeinen Tun.

Ich möchte nicht falsch verstanden werden. **Es liegt mir fern, eine Art Quoten-Berichterstattung anzuregen** oder auch nur für erstrebenswert zu erachten. Ich glaube aber, dass wir Frauen gut beraten sind, mahnend aufzuzeigen, dass auch hier Chancen versäumt werden.

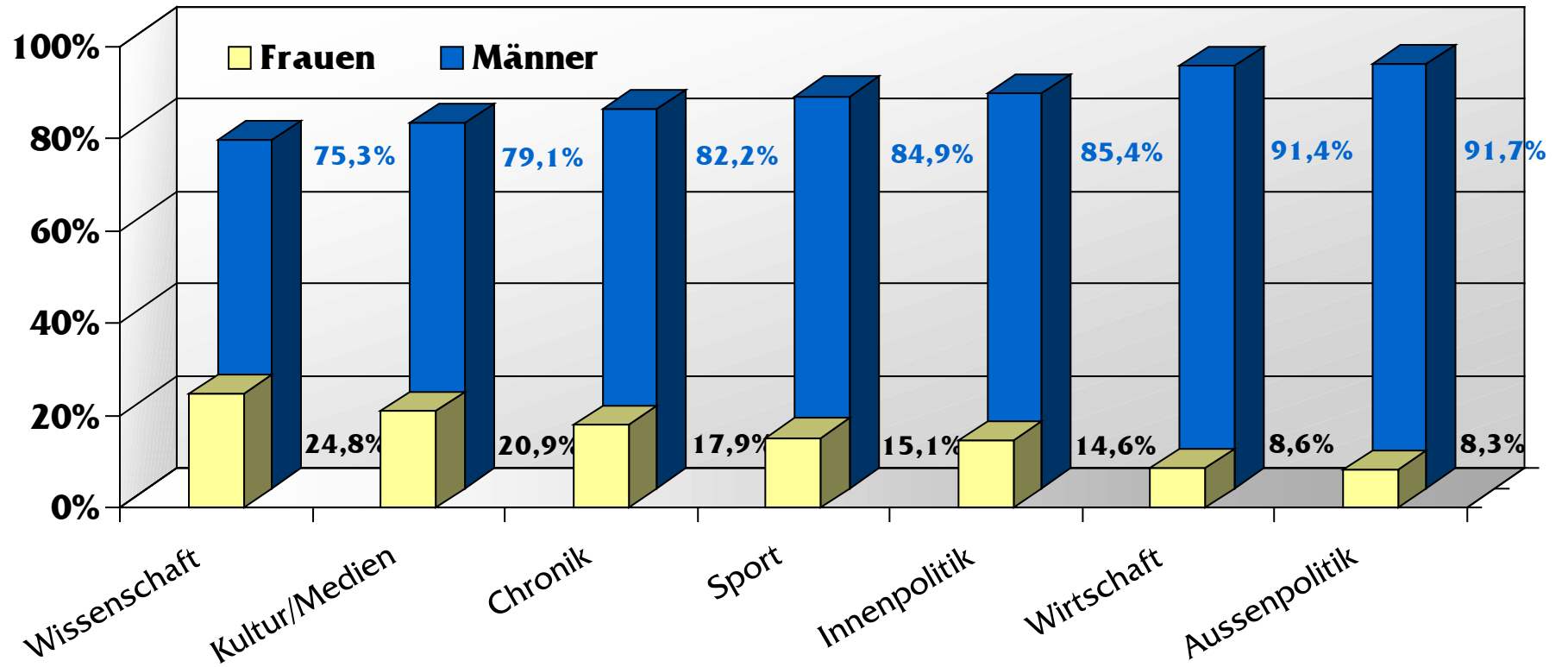
Chancen, das Umfeld für unsere eigene Kompetenz zu verbreitern. Ohne Ressortzuteilung, ohne auf einzelne Belange einzugehen. Wir sollten versuchen, dass insgesamt mehr Frauen in der Berichterstattung vorkommen.

Dieses tägliche Bild nehmen wir mit und tragen es in uns.  
Wir alle, genauso wie die junge Studentin, die gerade überlegt, welche Karriereleiter sie für sich eines Tages erklimmen will. Genauso wie der Personalchef, der wieder einmal vor der Frage steht, wen er für eine Position einstellen soll.

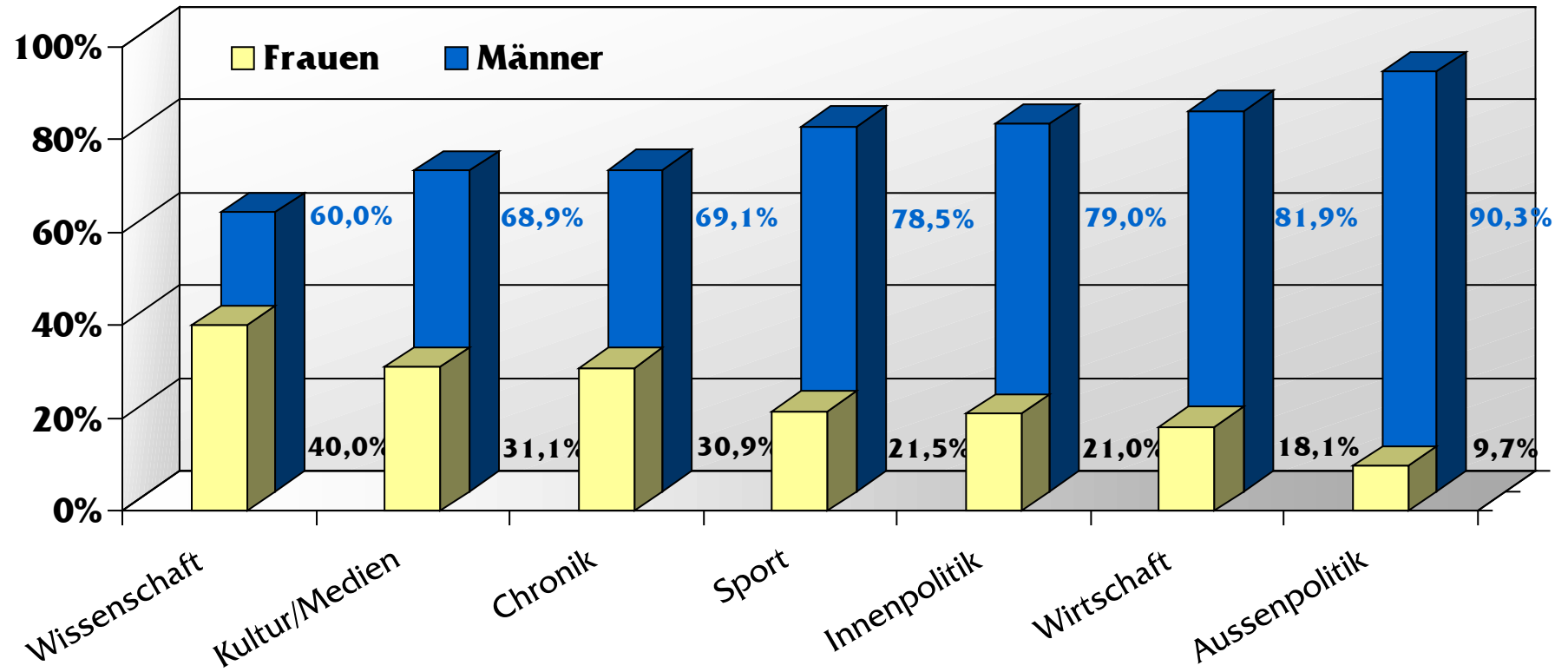
Wir alle sollten uns überlegen, wo wir hier unseren Beitrag leisten können.

Folgeseiten: Übersicht Auswertungsergebnisse

## Ressorts: Namen im Text

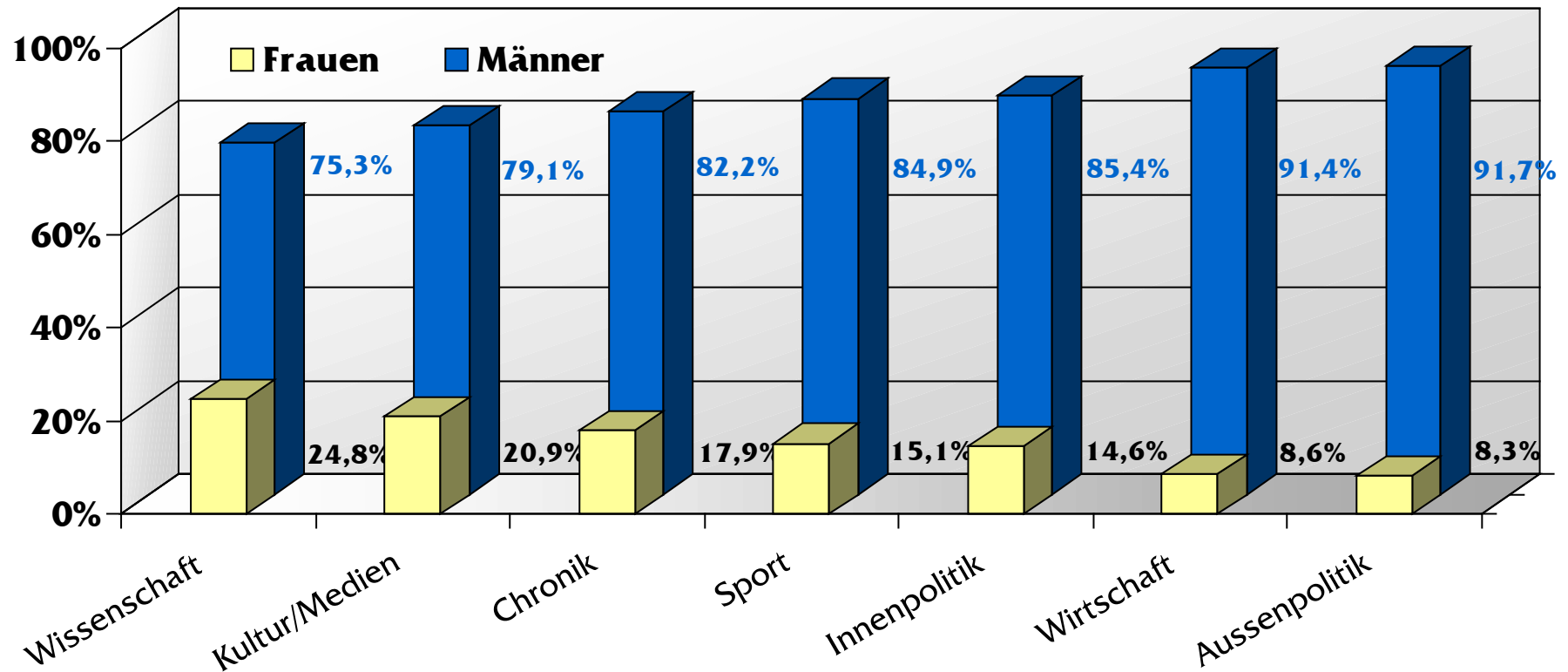


## Ressorts: Namen im Bild





## Ressorts: Namen im Bild und Text



## Ressorts: Abweichungen vom Mittelwert

