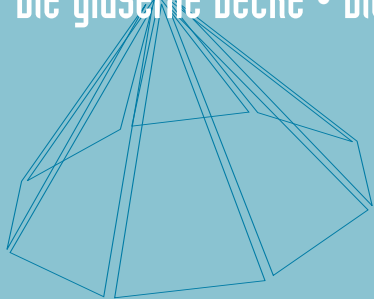


Die gläserne Decke • Die gläserne Decke • Die gläserne Decke



PROGRAMM

7. Österreichischer Journalistinnenkongress 2005

MEDIENFRAUEN GRENZENLOS



Montag, 11. April 2005
Haus der Industrie
Schwarzenbergplatz 4
1030 Wien

Organisation: DIE SCHWARZ • 1230 Wien • Anton Baumgartner Straße 44/A5/083
• Fax: 01/667 70 55 • www.medienfrauen.net • jk@die-schwarz.at

BUNDESMINISTERIUM FÜR
GESUNDHEIT UND FRAUEN



Österreichischer Journalistinnenkongress 1998 bis 2004

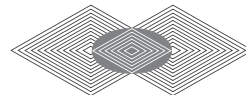


Kooperationspartner/innen und Sponsor/innen 2005

BUNDESKANZLERAMT  ÖSTERREICH



www.bauer-jelinek.at



Dr. Maria Schaumayer Stiftung



WEINLEIDENSCHAFT
PUR



MEDIENFRAUEN GRENZENLOS

7. Österreichischer Journalistinnenkongress



Das Thema „grenzenlos“ wird bei diesem Kongress vielfach hinterfragt. Aktuell lösen sich durch das neue Europa die starren politischen Grenzen auf. Ein neues, gewachsenes Informationsbedürfnis ist entstanden. Die Themen und Interessen werden breiter, die Medienlandschaft verändert sich. Neue Chancen und Herausforderungen kommen auf Medienfrauen zu.

Ein Fokus wird jenen gehören, die bisher schon an der Auflösung und Überwindung von Grenzen gearbeitet haben. Die Podiumsdiskussion „Grenzenloser Einsatz, Sprungbrett oder Karrierefalle“ wird zeigen, was Engagement in Grenzbereichen bringt und ob es sich für die beteiligten Frauen auch lohnt.

Unsere zweite Podiumsdiskussion illustriert die „Printmedienlandschaft im Wandel, Auswirkungen für Medienfrauen?“. Zum Thema Veränderungen und Zukunftserwartungen haben wir auch versucht, mit unserer diesjährigen Kongress-Studie beizutragen. Auf beide Ergebnisse dürfen wir gespannt sein.

In fünf parallelen Workshops geht es um weitere Grenzen. „Grenzenlos Netzwerken“ – wie stellt man es an, wer gibt Orientierungshilfen am internationalen Parkett? Enge Grenzen im Arbeitsfeld haben sich „Die Spezialistinnen“ gesteckt. – Ist das der Weg der Zukunft und Garant für verbesserte Chancen? Bei „Männerdomäne Technik“ geht es tradierten Grenzen an den Kragen. Was erleben hier die wenigen Frauen in klassischen Männermetiers? Ist es der Markt oder die weibliche Bescheidenheit; manchmal muss man auch bei Honorarverhandlungen Grenzen überschreiten, im Workshop „Honorare selbstbewusst verhandeln“ werden wir mehr darüber hören. Das Medienrecht setzt legitistische Grenzen. Was man hier wissen und beachten sollte und ob sich innerhalb der EU weitere Angleichungen oder Änderungen ergeben werden, darum geht's im fünften Workshop.

Hilfreiche Anregungen holen wir uns diesmal bei den Naturwissenschaften. Die Autorinnen Sabina Riedl und Dr. Barbara Schweder geben zum Thema „Mimosen in Hosen“ erfrischende Antworten auf alltägliche Mann:Frau-Fragen.

Der Abend gehört diesmal ganz dem Netzwerken. In einem Open Space mit Thementischen und ausreichend Zeit für Kennenlernen und für konstruktive Gespräche. Wir freuen uns auf den 7. Österreichischen Journalistinnenkongress, auf über 40 motivierte Referentinnen, über 200 interessierte Medienfrauen und auf viele nützliche Inputs für Karriere und Erfolg.

Maria Rauch-Kallat
BM Maria Rauch-Kallat

09.00 Uhr **Einlass und Teilnehmer/innenregistrierung**

09.30 Uhr **Begrüßung und Eröffnung**

Dr. Maria Schaumayer (Dr. Maria Schaumayer Stiftung)
BM Maria Rauch-Kallat (Bundesministerium für Gesundheit und Frauen)
Dr. Veit Sorger (Präsident der Industriellenvereinigung)
Dr. Karl Stoss (Generaldirektor der Generali Versicherung)

Präsentation der Kongress-Studie 2005

und erste Ergebnisse aus GMMP (Global Media Monitoring Project)
– Vergleichszahlen des österreichischen Beitrags
KR Daniela Schwarz (Agentur DIE SCHWARZ)

10.30–11.00 Uhr **Kaffeepause**

11.00–11.50 Uhr **Vorstellung der Workshops**

A Grenzenloses Netzwerken

Dr. Anneliese Rohrer
(langj. Ressortleiterin Presse, Lehrgangsführerin FH Journalismus)

B Enge Grenzen: Die Spezialistinnen

Mag.^a Birgit Dalheimer
(ORF und Univ.-Lehrgang Wissenschaftskommunikation)

C Männerdomäne Technik

Elisabeth Pechman
(Motorjournalistin)

D Honorare: Selbstbewusst verhandeln

Christine Bauer-Jelinek
(Wirtschaftscoach und Psychotherapeutin, www.bauer-jelinek.at)

E Medienrecht: EU-Änderungen

Bascha Mika (Chefredakteurin taz, Berlin)

11.50–13.30 Uhr Podiumsdiskussion „Grenzenloser Einsatz, Sprungbrett oder Karrierefalle?“

Dr. Doris Appel (ORF, Religion im Fernsehen)
Johanna Awad-Geissler (Journalistin und Autorin)
Silvana Meixner (ORF, Minderheitenredaktion)
Dr. Rubina Möhring (Reporter ohne Grenzen)
Dr. Edit Schlaffer (Frauen ohne Grenzen)

Moderation: Elisabeth Horvath (Journalistin und Autorin)

anschließend ca. 13.30–14.30 Uhr Mittagspause + Buffet

14.30–16.00 Uhr 5 parallele Workshops

16.00–16.30 Uhr Kaffeepause

16.30–18.00 Uhr Podiumsdiskussion

„Printmedienlandschaft im Wandel, Auswirkungen auf Medienfrauen?“

Dr. Gabriele Ambros (Verlagsleiterin Bohmann Verlag)
Mag. Dagmar Lang (Herausgeberin Manstein Verlag)
Barbara Mucha (Verlegerin Barbara Mucha Media)
Mag. Gerda Schaffelhofer (Geschäftsführerin Furche und Die Presse)
Zsuzsanna Sashegyi (Magyar Radio, Printjournalistin und Lektorin)
Helena Šulcová (CZ Rundfunk- und Medienredakteurin)

Moderation: Mag. Dr. Silvia Huber
(Leiterin Int. Journalismuszentrum, Donau-Univ.Krems)

18.00–18.50 Uhr Präsentation der Workshopergebnisse

Diskussion

18.50–19.15 Uhr Wissenschaftliches zum Thema: Vortrag „Mimosen in Hosens“

Sabina Riedl, Dr. Barbara Schweder (Autorinnen)

19.15 Uhr Open Space mit Anmoderation und Vorstellung der Thementische

anschließend Buffet und Ausklang, Ende ca. 21.00 Uhr

Moderation des Kongresses: Mag. Ursula Puschmann (upconsult)

Änderungen vorbehalten

A Grenzenloses Netzwerken

- Dr. Alexandra Förderl-Schmidt (Präs. Auslandsjournalisten Deutschland, Standard/Berlin)
- Dr. Susanne Glass (ARD, Vorstand Auslandspresse Wien)
- Ines Pedoth (Redakteurin RAI und ORF)
- Dr. Anneliese Rohrer (langj. Ressortleiterin Presse, Lehrgangsheiterin FH Journalismus)

Moderation und Report: Petra Stuibler (Korrespondentin, Kolumnistin, Autorin)

B Enge Grenzen: Die Spezialistinnen

- Mag.^a Birgit Dalheimer (Wissenschaftsjournalistin, ORF)
- Sabine Jansen-Nöllenburg (Katzenjournalistin und Autorin)
- Luzia Schrampf (Weinkritikerin, Der Standard)
- Dipl.-Ing. Ute Woltron (Architekturjournalistin, Der Standard)

Moderation und Report: Mag. Dr. Irene Suchy (Musikjournalistin, Ö1)

C Männerdomäne Technik

- Mag. Sabine Bachinger MAS (Kommunikationschefin Telekom)
- Marion Gröbner (Kamerafrau)
- Elisabeth Pechmann (Motorjournalistin)
- Martina Stadler (ORF-Technik)

Moderation und Report: Mag. Lydia Ninz (Pressesprecherin ARBÖ)

D Honorare selbstbewusst verhandeln

- Christine Bauer-Jelinek (Wirtschaftscoach und Psychotherapeutin, cbj)
- Jasmin Dolati (Moderatorin und Coach, ORF)
- Mag. Angelika Schähle (Generali Versicherung)
- Dr. Astrid Zimmermann (stv. Vorsitzende Journalistengewerkschaft)

Moderation und Report: Dr. Monika Rupp (Gleichstellungsbeauftragte ORF)

E Medienrecht/Änderungen, Unterschiede in EU

- Dr. Viktoria Kickingler (Gen.Sekr. und Kommunikationschefin Österr. Post AG)
- Bascha Mika (Chefredakteurin taz, Berlin)
- Dr. Martina Peucker (Bertelsmann AG, Director Government Relations, Brüssel)
- Dr. Karin Wessely (Rechtsanwältin)

Moderation und Report: Dr. Martina Salomon (Leiterin Innenpolitik, Die Presse)

THEMENTISCHE

BUNDESMINISTERIUM FÜR
GESUNDHEIT UND FRAUEN



Bundesministerium für Gesundheit und Frauen
Monika Posch



Club Alpha
Dr. Eszter Dorner-Brader, Helga Zörrer



Frauennetzwerk Medien
Mag. Lydia Ninz, Karin Strobl



ÖÖ. PRESSECLUB

Oberösterreichisches Frauennetzwerk
Heidi Vitez



Frauen ohne Grenzen
Mag. Martina Handler



Reporter ohne Grenzen
Mag. Gabriela Oberzill

medienfrauen.net

www.medienfrauen.net und Expertinnendatenbank
Mag. Alexandra Buhl MAS



Telekom Austria: Technik in der Kommunikation
Mag. Sabine Bachinger MAS

11 Frauen und ihre Weine
Weinverkostung

WEINLEIDENSCHAFT
PUR

11 Frauen
ihre Weine

REFERENTINNEN 2005

Dr. Gabriele AMBROS – Studium der Betriebswirtschaft, Tätigkeiten in Verlagen und Werbeagenturen, seit 1993 im Verlag Bohmann als Assistentin der GL, Controlling, Verlagsleitung und seit 2000 Geschäftsführerin, erfolgreicher Management Buy Out im Juni 2004 (gemeinsam mit Geschäftsführer-Kollegen Gerhard Milletich wurden 100 % der Unternehmung von Wolters Kluwer zurückgekauft), zuständig für den Bereich Fachmedien, Fachveranstaltungen und Beteiligungen in MOEL.

Dr. Doris APPEL – Studium Publizistik/Kommunikationswissenschaft und Bibelwissenschaft an der Universität Wien; Absolventin der Religionspädagogischen Akademie Wien. 1989 bis 2001 Redakteurin und Moderatorin im ORF-Radio Ö1, vorwiegend Abteilung Religion. Seit 2004 sendungsverantwortliche Redakteurin des Ressorts „Glaubenthemen“ (Sendungen „FeierAbend“, „Religionen der Welt“, „Was ich glaube“ und das von der TV-Hauptabteilung Religion produzierte Kinderprogramm). Moderatorin und Redakteurin der ORF-Hauptabteilung „Religion im Fernsehen“. Verheiratet, ein Kind aus erster Ehe, drei „mitgeheiratete“ Kinder.

Johanna AWAD GEISSLER – Sie hat in Kairo acht Jahre als Radiojournalistin gearbeitet und war später UNO-Beamtin in Wien. Nach mehrjähriger freiberuflicher Arbeit als Wissenschaftsjournalistin, u.a. für Radio Ö1, „profil“ und „Der Standard“, schreibt sie heute Bücher, vornehmlich zum Schwerpunkt Nahost. Ihr Doku-Roman „Safia, eine Scheichtochter kämpft für ihr Land“, 2003, Droemer-Knauer, München, ist inzwischen auch in den Niederlanden, Spanien und Japan erschienen.

Mag. Sigrid BACHINGER MAS – Studium der Germanistik und Kommunikationswissenschaften an der Universität Salzburg, 1992–1997 interne und (später hinzukommende) externe Kommunikation bei den Österreichischen Bundesforsten, 1993–1995: Hochschullehrgang für Öffentlichkeitsarbeit an der Universität Wien, Nachgraduierung zum MAS (PR). Seit 1998 bei Telekom Austria, zunächst Interne Kommunikation, seit 2000 Pressesprecherin und Leitung PR. Wintersemester 2004/05: Lektorin an der Uni Wien (Übung Interne Kommunikation).

Christine BAUER-JELINEK – www.bauer-jelinek.at, Diplompädagogin und Psychotherapeutin, zählt zu den Pionieren des Coachings mit Klienten aus Wirtschaft, Politik und Non-Profit-Organisationen. Internationale Vortrags- und Seminar­tätigkeit zu Themen wie „Männernacht und Frauenmacht“, „Überleben am Arbeitsplatz“. Lehrbeauftragte der WU Wien und der FH für Medienmanagement St. Pölten, Mitglied im wissenschaftlichen Beirat der L. Kahr-Akademie Salzburg, Gründerin des Vereins F. I. P. – „Forum für intelligente Planung“.

Veröffentlichungen u. a.: „Business-Krieger. Überleben in Zeiten der Globalisierung“, 2003, „Die helle und die dunkle Seite der Macht“, 6. Auflage, 2000.

Mag. Dr.phil. Eva CESCUTTI – Studium der Klassischen Philologie und Vergleichenden Literaturwissenschaft in Innsbruck, Padua und Wien, Promotion 1995; Redakteurin für Radio und Fernsehen im Landesstudio Tirol des ORF, Mitarbeiterin des Folio Verlags, Wien/Bozen, seit 2001 Öffentlichkeitsarbeiterin am IFK Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaften, freie Mitarbeiterin diverser deutschsprachiger Printmedien.

Mag.^a Birgit DALHEIMER – 1991–1997 Studium der Molekulargenetik. Seit 1998 Wissenschaftsjournalistin beim Programm Ö1 des ORF-Hörfunk (u.a. „Dimensionen“, „Salzburger Nachtstudio“, „Radiokolleg“, „Wissen aktuell“, „Journale“). Seit 2002 unterrichtet sie im Universitätslehrgang Wissenschaftskommunikation „scimedia“, seit 2004 im Schwerpunktwahlfach Wissenschaftskommunikation für Molekularbiologen der Universität Wien. Zusätzlich moderiert und organisiert sie gelegentlich wissenschaftliche Veranstaltungen.

Jasmin DOLATI – ausgebildete Sprecherin. 1989–1995 Moderaterin, Sprecherin, Redakteurin beim ORF, 1995 – 1997 Moderations-Chefin bei Radio Melody Salzburg, 1998–2000 Chefredakteurin bei RTL Wien. Seit 2001 Programm Managerin/Leiterin T & C beim ORF Radio Wien. Jasmin Dolati ist Dozentin am Internationalen Journalismus Zentrum der Donau-Universität Krems, Referentin bei der Medienakademie und leitet Workshops an der Schule des Sprechens.

Dr. Alexandra FÖDERL-SCHMID – Studium der Publizistik, Politikwissenschaften und Geschichte, Sponson 1993, Promotion 1996, seit 1990 beim Standard, seit 1993 – mit einer Unterbrechung – Korrespondentin in Deutschland, seit 2004 Vorsitzende des Vereins der Ausländischen Presse in Deutschland mit 423 Mitgliedern aus 61 Staaten.

Dr. Susanne GLASS – geboren in Schwäbisch Gmünd (Baden-Württemberg). Studium der Politikwissenschaft, Volkswirtschaftslehre und Soziologie. Nach freiberuflicher Tätigkeit für diverse Printmedien (u. a. die „Süddeutsche Zeitung“, Deutschlandfunk) seit 1994 Redakteurin beim Bayerischen Rundfunk (Chefin vom Dienst Aktuelle Nachrichten/Politik). Reisebericht-Erstattung aus der Ukraine, Juniorkorrespondentin in Bonn. Seit 1999 ARD-Korrespondentin für Südosteuropa. U. a. Berichterstattung aus dem Kosovo-Krieg und dem Mazedonien-Konflikt.

Marion GRÖBNER – Kamerafrau. Nach Abschluss der Handelsschule 4 Jahre Tätigkeit in einer Bank. Danach Projekt für die Event-Abteilung von Ö3 und Assistentin für Live-TV-Übertragungen. Seit 2001 selbstständige Dreharbeiten auf fast allen Gebieten der Fernsehübertragung. Reportagen, Unterhaltungssendungen (z. B. Taxi Orange), Sport-Live-Übertragungen.

Elisabeth HORVATH – freie Journalistin für Politik und Wirtschaft, Moderatorin, Buchautorin, Vizepräsidentin Presseclub „Concordia“, Generalsekretärin der Österreich-Sektion von „Association European Journalists“ (AEJ). Zuvor Redakteurin in der „Wochenpresse“, danach „WirtschaftsWoche“. Mitwirkung an zahlreichen TV-Pressestunden sowie diversen Hörfunk-Diskussionen. Von 1993 bis 2000 Mitglied der Diskutantenrunde in der Ö1-Sendung „Im Gespräch“ unter der Leitung von Peter Huemer.

Mag. Dr. Silvia HUBER – Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften, Spanisch und Rechtswissenschaften, Forschungsemester in Nicaragua, berufliche Erfahrung in Werbung, Verlagswesen und an der Universität. 1997 Leiterin des Europabüros der Sozialdemokratischen EU-Abgeordneten in Wien. Seit 2000 Leiterin „Internationales Journalismus Zentrum“ an der Donau-Universität Krems.

Sabine JANSEN-NÖLLENBURG – Studium am Niederrheinischen Studieninstitut für Kommunale Verwaltung. Zunächst Arbeit am Sozialamt und an der Volkshochschule, danach Redakteurin der Zeitschrift „Katzen extra“ und des „Schweizer Katzenmagazins“. Seit 1995 Redakteurin bei der „Landwirtschaftlichen Wochenzeitschrift Rheinland“, wo sie nicht nur für die Tierseite schreibt, sondern auch für den Frauen- und Familienbereich. Seit 2001 regelmäßige Sachbuchveröffentlichungen (zu Katzenthemen) und Auftritte als Expertin in TV-Sendungen. Ein Sohn.

Dr. Viktoria KICKINGER – 1981–1986: Universität Wien; Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften und Ethnologie. 1987–1998: ORF, 1998–2001: ÖBB, 2001–2004 ÖIAG, seit April 2004: Generalsekretärin und Leiterin der Abteilung Unternehmenskommunikation Österreichische Post AG.

Mag. Dagmar LANG – begann ihre journalistische Karriere beim Österreichischen Wirtschaftsverlag, dann in den Wirtschaftsredaktionen der „Presse“ und der „Kronen Zeitung“. 1989 Chefredakteurin des Handelsmagazins CASH. 1997 Leiterin der Kommunikationsabteilung der Flughafen Wien AG, 2003 Herausgeberin aller Medien des Manstein Verlages. Seit 2004 Übernahme der Geschäftsführung von Unternehmensgründer Hans-Jörgen Manstein.

Silvana MEIXNER – geboren in Split, studierte nach der Matura zunächst Soziologie und Pädagogik an der Universität in Zadar und absolvierte anschließend ein Wirtschaftskolleg in Split. 1986 kam sie nach Wien und 1988 zum ORF, wo sie am Aufbau der Minderheitenredaktion mitwirkte. Neben den journalistischen Aufgaben, präsentiert Silvana Meixner die Sendung „Heimat, fremde Heimat“. Mutter eines Sohnes, nimmt immer wieder an Vorträgen, Podiumsdiskussionen und Veranstaltungen teil.

Bascha MIKA – geboren in Polen, Studium der Germanistik, Philosophie, Ethnologie. Seit Studienzeiten freie Journalistin. Ab 1988 Redakteurin, dann Reporterin bei der „taz“, die

tageszeitung, Berlin. Seit 1998 Chefredakteurin der „taz“. Medienrätin für Berlin-Brandenburg seit Herbst 2003. Gastprofessorin (Kulturjournalismus) an der Universität der Künste Berlin seit 2004. Buchveröffentlichung: „Alice Schwarzer – eine kritische Biographie“, Rowohlt 1988.

Dr. Rubina MÖHRING – Historikerin, leitende Redakteurin ORF/3sat für die Bereiche Kultur und Wissenschaft, für den ORF verantwortlich für die täglichen 3sat-Magazine „kulturzeit“ und „nano“. Lektorin am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften der Universität Wien. Autorin und Herausgeberin zahlreicher Publikationen zu gesellschafts-politischen Themen, Vizepräsidentin der internationalen Menschenrechtsorganisation „reporters sans frontières“, Präsidentin der österreichischen Sektion „Reporter ohne Grenzen“ in Wien.

Barbara MUCHA – Verlegerin, Chefredakteurin, Geschäftsführerin. Neben dem Studium der Rechtswissenschaften (6 Semester) schrieb sie für verschiedene Medien, u. a. „Der Wiener“. 1990 erwarb sie den Verlagsmantel des MDR-Verlags und gründete die Barbara Mucha Media GesmbH. 1991 erschien das unabhängige Testmagazin „DieMUCHA“ das erste Mal und ist bis heute konkurrenzlos im Bereich „Mystery-Shopping“. Selbst mit der ersten Tochter schwanger entstand das Familienmagazin „Baby-Express“ und „Familienwelt“ folgte. Nächster Schwerpunkt „Signora“ (ein Magazin für Frauen über 40, mit neuen Impulsen für diese wichtige Zielgruppe). Neben weiteren Printpublikationen gibt es zu jedem Titel eine Internetplattform mit tagesaktuellen Themen.

Elisabeth PECHMANN – Journalistin und Kommunikationsmanagerin mit dem Schwerpunkt Motor & Mobilität. Sie leitete die Motor-Ressorts von „Die Ganze Woche“, AZ, „Wienerin“ und „Wiener“. 1991 Gründung des Automagazins „Alles Auto“ gemeinsam mit einem österreichischen Verleger. 2002–2005 Bereichsleiterin Kommunikation beim ÖAMTC, verantwortlich für Öffentlichkeitsarbeit, Verkehrsinformation und Internet-Auftritte, sowie Chefredakteurin des ÖAMTC-Magazins „auto touring“. Ihre freie publizistische und Projekt-Arbeit umfasst Interviews mit internationalen Auto-Bossen (z. B. im „trend“), Kommentare für den „Standard“ und Vortragstätigkeit.

Dr. Martina PEUCKER – arbeitet seit November 2003 als Director Government Relations im Brüsseler Verbindungsbüro der Bertelsmann AG. Zuvor Büroleiterin bei der Bundestagsabgeordneten Dr. Martina Krogmann, Sprecherin Neue Medien der CDU/CSU-Bundestagsfraktion. Ihre Ausbildung zur Volljuristin absolvierte sie in Köln, München, Hamburg, Santiago de Chile und Montevideo mit Schwerpunkt Medienrecht. Neben dem Studium schrieb sie für verschiedene Redaktionen, u. a. „Süddeutsche Zeitung“ und Deutsche Presse-Agentur in Buenos Aires. Martina Peucker promovierte mit einem Stipendium der Studienstiftung der „Süddeutschen Zeitung“ zum Thema „Der Schutz der Medienfreiheiten gegen rechtsgeschäftliche Beschränkungen des Informationszugangs“.

Mag. Ursula PUSCHMANN – ab 1986 Auslandsaufenthalt in Florenz, 1994–1997 Projektmanagement und Organisation bei der Investment & Trust Bank AG, seit 1997 selbstständige Beraterin für OE & Kommunikation bei up-consult, 1998 Geschäftsführerin der ungarischen Niederlassung der Koloman Handler AG, seit 1999 gewerblich geprüfte Unternehmensberaterin, u. a. tätig für die ÖBB, die Erste Bank, Generali Versicherung, Wiener Stadtwerke.

BM Maria RAUCH-KALLAT – Lehramtsprüfung für Englisch, Russisch, Geographie und Sport, 1967–1983 Schuldienst; 1983–1992 Geschäftsführerin des Sozialen Hilfswerks; 1983–1987 Abg. zum BR; 1987–1992 Abg. Zum Wiener Landtag und Gemeinderat und ab 1988 Landesleiterin der Wiener ÖVP-Frauen, 1992-95 Bundesministerin für Umwelt, Jugend und Familie; 1995–1999 Nationalratsabgeordnete und Generalsekretärin der ÖVP; seit 2003 Bundesministerin für Gesundheit und Frauen. Aufbau des Frauennetzwerks „alpha“, Gründungsmitglied „MÖWE“, „Aktion Mensch“, „Lobby für Kinder“.

Sabina RIEDL – ab 1984 Studium für Dolmetscher- und Übersetzer Ausbildung, seit 1987 freie Mitarbeiterin im ORF, Wissenschaft und Bildung, tätig für ZiB, Wissen Aktuell, Brennpunkt, Universum, Modern Times. 1998 Staatspreis für Wissenschaftspublizistik für die Dokumentation „Der kleine Unterschied“. Seit 1999 in der Wirtschaftsredaktion CO. Publikationen: „Der kleine Unterschied. Warum Männer und Frauen anders fühlen“, Deuticke, 1997. „Wie Frauen Männer gegen ihren Willen glücklich machen“, Ueberreuter, 2002. „Mimosen in Hosen. Eine Naturgeschichte des Mannes“, Ueberreuter, 2004 (alle gemeinsam mit Barbara Schweder).

Dr. Anneliese ROHRER – Matura in Klagenfurt, 1963/64 American Field Service Stipendium in den USA, 1971 Dr. phil. an der Universität Wien, 1972–1974 Assistentin am Institut für Geschichte an der University of Auckland, Neuseeland, 1974–1986 Redakteurin für Innenpolitik bei „Die Presse“, 1987–2001 Ressortleiterin Innenpolitik bei „Die Presse“, 2001–2005 Ressortleiterin Außenpolitik bei „Die Presse“. Ab 2005 Lektorin und Fachbereichsleiterin am FH Studiengang Journalismus in Wien.

Dr. Monika RUPP – ORF-Gleichstellungsbeauftragte und zuständig für Planung und PR im ORF-Marketing. Studium der Publizistik u. Kommunikationswissenschaft und Kunstgeschichte, 1975–1985 Redakteurin in den Bereichen TV-Kultur und Religion sowie ORF-Öffentlichkeitsarbeit, 1985–1996 freie Journalistin (u. a. „Brigitte“ und „ORF Nachlese“), 1996–2002 ORF-Redakteurin Fernsehen/Information (Deskleitung bei „Willkommen Österreich“) und Fernsehen/Programmentwicklung (Entwicklung von Spiele- und Showformaten, u. a. „Sechs im Sommer“), ab 2002 Umsetzung von Projekten zur strategischen Unternehmens-Kommunikation.

Dr. Martina SALOMON – Studium der Germanistik/Publizistik in Salzburg, freie Mitarbeit im ORF-Landesstudio Oberösterreich sowie bei den Oberösterreichischen Nachrichten, von 1983 bis 1988 Innenpolitik-Redakteurin in der Wiener Redaktion der „Tiroler Tageszeitung“, 1989 bis 2003 Innenpolitik-Redaktion des „Standard“, seit 2004 Innenpolitik-Ressortleiterin „Die Presse“. Verheiratet, zwei Kinder.

Zsuzsanna SASHEGYI – Studium der Germanistik, Romanistik und vergleichenden Literaturgeschichte und Lehrgang für Messenkommunikation. Mehrere Auslandsstipendien und Studienreisen. Seit 1979 im öffentlich-rechtlichen ungarischen Rundfunk (Auslandssendungen, Literatur und Kunst). Sie gestaltet Programme, moderiert und schreibt in Zeitschriften und hält Vorlesungen an der Fakultät für Massenkommunikation der Universität Pázmány Péter. Vizepräsidentin der Frauenkommission für Mittel-Ost-Europa der WCL. Seit zwei Monaten Mitglied einer Forschungsgruppe des Internationalen Journalismus Zentrums Krems (Untersuchung der Medieneigentümerschaften und die Reichweiten ungarischer Medien). Verheiratet, zwei Töchter.

Mag. Angelika SCHÄHLE – Studium der Rechtswissenschaften an der Uni Salzburg und Gesangsstudium am Mozarteum; lebt in Oberösterreich, arbeitet seit 3 Jahren bei der Generali Versicherung in Salzburg als Betreuerin im Außendienst. Ihr Schwerpunkt liegt im Bereich Finanzcoaching, der als Instrument der lebensbegleitenden Planung und Betreuung die Themenbereiche Vorsorge, Veranlagung sowie Finanzierung umfasst.

Mag. Gerda SCHAFFELHOFER – die ersten 10 Jahre ihrer Berufstätigkeit als Lehrerin tätig, dann im sozialen Management. 1995 bis 2002: Aufbau und Leitung des Vereines Zeitung in der Schule (ZIS), seit 2003 Geschäftsführerin der Wochenzeitung „Die Furche“, seit Oktober 2004 Geschäftsführerin der „Presse“ (innerhalb einer Dreiergeschäftsführung zuständig für Redaktion und Marketing).

Dr. Maria SCHAUMAYER – Studium an der Hochschule für Welthandel an der Univ. Innsbruck. Tätigkeit in Industrie und Bankwesen. Mitglied der Wiener Landesregierung. Im Vorstand der OMV AG startete sie die erste Teilprivatisierung. Als Präsidentin der Österreichischen Nationalbank (1990–1995) wirkte sie für eine rasche Teilnahme Österreichs an der Europäischen Währungsunion. 2000 Regierungsbeauftragte für NS-Zwangsarbeiterentschädigungen.

Dr. Edit SCHLAFFER – Gründerin und Vorsitzende der Organisation „Frauen ohne Grenzen“ für den Dialog der Frauen auf internationaler Ebene. Sie leitet als Sozialwissenschaftlerin seit über 20 Jahren die Ludwig Boltzmann Forschungsstelle für Politik und zwischenmenschliche Beziehungen in Wien. Seit 2004 ist Edit Schläffer Vorstandsmitglied der Österreichischen Stiftung Weltbevölkerung. Publikationen: „Glücklich trotz Mann“, Krüger, 2004, „Supermacht Mann – oder das Ende der Vernunft“, Ueberreuter Verlag, 2003, „Die Emotionsfalle“. Fischer/Krüger, 2000 – alle Bücher gemeinsam mit Cheryl Benard.

Luzia SCHRAMPF – selbständige Journalistin und Übersetzerin. Regelmäßige Tätigkeit für „Der Standard“, unregelmäßig für „Feinschmecker“, „Der Winzer“, „Die Wirtschaft“, diverse Beiträge für Bücher, z. B. „Wien wie es isst“, „Große Schnäpse Österreich“. Spezialgebiet ist der Wein in all seinen Aspekten (wirtschaftlich, wissenschaftlich, Life-Style). 2003 Abschluss des zweijährigen Diploma-Kurses des britischen Wine & Spirits Education Trusts an der Weinakademie Rust. Diverse nationale und internationale (Wein)Jury-Einladungen.

KR Daniela SCHWARZ – nach Studium der Kommunikationswissenschaften als internationale Reiseleiterin tätig, 1989–1994 Büroleiterin des Wissenschaftsministers und Vizekanzlers. Seit 1994 selbstständig mit PR- & Werbeagentur DIE SCHWARZ. Schwerpunkte Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungsmanagement. Seit 1990 spezialisiert auf frauenpolitische Projekte. Autorin von „Man nehme einen Mann. Geschichten von Weiberlist und Lebenslust“, Ueberreuter (gemeinsam mit Gerti Kuhn). Weiters als Moderatorin und Seminarleiterin tätig.

Dr. Barbara SCHWEDER – Studium der Zoologie und Anthropologie, Promotion und zahlreiche Forschungsarbeiten zum Thema „Anthropologie der Partnerwahl“. 1990–1993, Assistentin an der Uni Wien, 1993–1999 Lehrstelle an der Uni Wien. Seit 1997 Vorträge und Medienauftritte zum Thema Partnerwahl/Geschlechterunterschiede. Seit 1999 freiberuflich als Autorin tätig. Veröffentlichungen: „Der kleine Unterschied. Warum Männer und Frauen anders fühlen“, Deuticke, 1997. „Wie Frauen Männer gegen ihren Willen glücklich machen“, Ueberreuter, 2002. „Mimosen in Hosen. Eine Naturgeschichte des Mannes“, Ueberreuter, 2004 (alle gemeinsam mit Sabina Riedl).

Mag. Kristina SILBERBAUER – Studium der Rechtswissenschaften in Wien. 1997–2002 Ausbildung zur Rechtsanwältin bei Dorda Brugger & Jordis Rechtsanwälte GmbH und Rechtsanwälte Dr Krilyszyn. 2001–2003 Lektorin an der Fachhochschule des bfi Wien. 2002 Eintragung als Rechtsanwältin, 2004 Gründung der eigenen Kanzlei mit Tätigkeitsschwerpunkten Wirtschaftsrecht, v.a. Arbeitsrecht, Immaterialgüterrecht, Gesellschaftsrecht, sowie Corporate Wording. Zahlreiche rechtliche Fachartikel, etwa im Standard, Wirtschaftsblatt, Extradienst, Horizont.

Martina STADLER – nach der Matura Eintritt in die Ausstattungsabteilung des ORF, die in der technischen Direktion angesiedelt ist. Seit 2004 leitende Funktion im mittleren Management (Gruppenleiter Betriebsabwicklung Ausstattung), Controlling, verantwortlich für Budget, Investitionen, sowie diverse Bereiche wie Fundus, Lager, Transport.

Karin STROBL – von 1996 bis 2001 bei der Neuen Kronen Zeitung als Redakteurin für Internet, Gericht, Lokales und Chronik. Arbeitet seit 2001 als Freie Journalistin für verschiedene Verlage im In- und Ausland und übernimmt für diverse Firmen deren Internet-Content-

Management. Regelmäßig als „Freie“ für das Branchenblatt ExtraDienst (Mucha Verlage), die Österreichische Bauzeitung, das Architektur & Bauforum (Österreichischer Wirtschaftsverlag) und das Amnesty International Magazin Österreich tätig.

Petra STUIBER – Studium der Publizistik und Theaterwissenschaft, 1989–1999 Redakteurin beim „Standard“, 1999–2002 bei „Format“, Ressort Innenpolitik. Seit 2002 Korrespondentin für Österreich und Ungarn für „Die Welt/Berlin“. Seit 1997 wöchentliche Kolumnen im Standard. Autorin der Bücher „Die schrulligen Habsburger“, „Habsburgs leere Kassen“, „Österreich in Männerhand?“, Co-Autorin von „Die Vranitzky-Jahre“. 2001 Preisträgerin für weiblichen Nachwuchs-Journalismus „Die spitze Feder“.

Univ.-Lekt. Mag. art. Dr. phil. Irene SUCHY – glücklich in Synergien rund um Musik arbeitend; Grenzgängerin, was Berufsbezeichnungen betrifft: Universitätslektorin, freie Forscherin mit freundlicher institutioneller Unterstützung, Autorin, Musikjournalistin in Ö1, Dramaturgin für Konzerte, Ausstellungsmacherin.

Helena SULCOVA – Studium der Journalistik, 1999/2000 Tschechischer Rundfunk Regina (Nachrichtensprecherin und Reporterin), 2000–2005 Tschechischer Rundfunk – Radiojournal (freie Journalistin, Schwerpunkte Politik, Medien), 2003 Radioprojekt „Europäische Familie“(Leben in der EU und den Kandidatenstaaten; 50 Reportagen über deutsche Familien), 2003 einmonatiges Seminar für Journalisten in Düsseldorf, 2004 Praktikum bei RBB Berlin.

Dipl.-Ing. Ute WOLTRON – Studium der Architektur an der TU-Wien, ab 1988 Redakteurin Wirtschaftsmagazin „Trend“, ab 1992 Redakteurin Nachrichtenmagazin „Profil“, Ressort Wirtschaft, ab 1997 Ressort Kultur, seit 1998 Redakteurin „Der Standard“, Schwerpunkt Architektur. Von 2003 bis 2004 Aufbau der Kommunikationsabteilung der BIG.

Dr. Astrid ZIMMERMANN – Studium der Erziehungswissenschaft und Psychologie, Schwerpunkt Erwachsenenbildung, 20 Jahre journalistische Praxis in Tages- und Wochenzeitungen, 10 Jahre Betriebsratsvorsitzende, stv. Vorsitzende der Journalistengewerkschaft. Federführend bei den Verhandlungen des Gesamtvertrages für ständig freie MitarbeiterInnen bei Tages- und Wochenzeitungen (1999), sowie für verbindliche Richtlinien für freie MitarbeiterInnen in Monats- und Fachzeitschriften (2004). Geschäftsführerin Medienhaus-Wien, Gesellschaft für Forschung und Weiterbildung.

ANMELDUNG

TEILNAHMEBEDINGUNGEN:

Teilnahmegebühr: € 30,- (inkl. 20% MwSt)

Dank unserer Sponsoren und Kooperationspartnern stehen auch einige kostenlose und geförderte Teilnehmerinnenplätze zur Verfügung. Journalistinnen in Ausbildung bzw. in Karenz werden bevorzugt. Für Mitarbeiterinnen der Sponsoren und Medienpartner ist die Teilnahme bei Anmeldung über die Redaktion/Institution kostenlos.

Online-Anmeldung und Infos unter <http://www.medienfrauen.net>

Organisation: Agentur DIE SCHWARZ – Daniela Schwarz & Gerti Kuhn
A-1230 Wien, Anton Baumgartner Straße 44/A5/Top 083,
Fax: +43/1/66 77 055, E-mail: jk@die-schwarz.at

Druck: Remaprint, www.remaprint.at

Nutzen Sie die Informationsplattform des Journalistinnenkongresses. Unter

www.medienfrauen.net

finden Sie unter anderem auch die Nachlese der vergangenen 6 Journalistinnenkongresse mit Begleitstudie, kompletter Kongressdokumentation, Programm und allen Referentinnen.

Hier haben Sie auch Zugriff auf die – stetig wachsende –
Österreichische Expertinnendatenbank.
Fachfrauen online suchen und finden. Weitere Expertinnen empfehlen.
Aufnahme und Information über die Netzwerke.
Darüberhinaus: Information und Meinungsaustausch
über Forum und Drehscheibe.



Zukunftsorientiert aus Tradition – Neuorientierung aus Überzeugung.

Was dem 7. Österreichischen Journalistinnenkongress 2005 ein Anliegen ist, findet Unterstützung der Generali: Frauen Mut zur Karriere zu machen und sie auf dem Weg in Toppositionen zu begleiten. Das ist nicht nur in der Medienwelt eine Notwendigkeit, sondern ebenso in der Versicherungs- und Finanzbranche.

In der Finanzberatung profitieren Beraterinnen, Kunden und das Unternehmen gleichermaßen. Bei Verdienst und Aufstiegsmöglichkeiten gibt es unter den Generali-FinanzCoaches eine absolute Gleichstellung von Frau und Mann. Mehr als 80 Prozent der Frauen wollen in Vorsorge- und Versicherungsangelegenheiten lieber von Frauen beraten werden. Und ihre Verkaufsleistungen sind signifikant höher als die der männlichen Kollegen. Ein gemeinsam mit dem Arbeitsmarktservice gestartetes Projekt zur Förderung von Frauen als FinanzCoaches ist ein erster Schritt der Generali in diese Richtung.

Die Generali ist für den Journalistinnenkongress 2005 ein zuverlässiger Partner – ebenso wie für ihre rund 1 Million Kundinnen. Ihnen bietet die Generali in allen Fragen der persönlichen und betrieblichen Vorsorge umfassenden Schutz. Auf Wunsch auch Beratung von Frau zu Frau.

Unter den Flügeln des Löwen.



GENERALI
GRUPPE

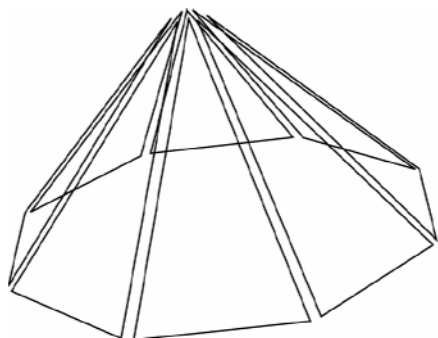
Eine Initiative von
Dr. Maria Schaumayer
BM Maria Rauch-Kallat
und der Industriellenvereinigung

Wir danken allen unseren Sponsor/inn/en und Medienpartner/innen/n:

Generali Versicherung, Bundesministerium für Gesundheit und Frauen,
Bundeskanzleramt, Telekom Austria, ORF, Der Standard,
Kurier, Wiener Zeitung

Unser besonderer Dank gilt der Industriellenvereinigung
für die Zurverfügungstellung der Räumlichkeiten sowie für Organisation und
Sponsoring der Bewirtung aller Teilnehmer/innen während des Kongresses.

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



7. Österreichischer Journalistinnenkongress 2005
„Medienfrauen grenzenlos“

Eine Initiative von Maria Schaumaier, Maria Rauch-Kallat und der Industriellenvereinigung

Österreichischer Journalistinnenkongress 2005

„Medienfrauen grenzenlos“

11. April 2005
Haus der Industrie
1030 Wien, Schwarzenbergplatz 4

DOKUMENTATION

Dokumentation der Beiträge

Begrüßung und Eröffnung

Dr. Maria Schaumayer - Dr. Maria Schaumayer Stiftung

„Medienfrauen grenzenlos“ - ich habe darüber nachgedacht und mir überlegt, dass wir nicht „hemmungslos“ meinen, sondern dass wir das Wegräumen von Hindernissen meinen. Und dieses Wegräumen von Hindernissen ist am Beginn des 21. Jahrhunderts natürlich auch sehr mit der europäischen Integration verbunden. Und wie bei jeder Veränderung zeigen sich auch da Chancen und Risiken. Wenn es – wie stets im Medioumfeld – Leitpersonen gibt, die sich einprägen, dann gilt das in gleicher Weise für die Integration wie für die Medienfragen. Ich glaube, dass es einfach schon ein Ergebnis vorangegangener Bemühungen ist, wenn wir heute sagen können, es gibt namhafte Kommentatorinnen, namhafte Interviewerinnen, die das Bild der Medien prägen. Aber es bleibt die Frage: Was hat die Strahlkraft solcher Leiterpersönlichkeiten an Bedeutung für den Alltag der Journalistinnen? Und da meine ich, dass es ein Zeichen der Ermutigung gibt, dass diese Leitpersönlichkeiten ganz wesentlich zur Bewusstseinsbildung in der Öffentlichkeit beitragen und damit auch die Gesellschaft ändern. Es ist meines Erachtens unmittelbar das Signal gegeben: Kompetenz ist nicht nur männlich. Kompetenz kann sehr wohl auch weiblich sein. Und sie sollte es in einem ausgewogenen Verhältnis sein.

Die Phase, in der man Kompetenz nur mit „männlich“ assoziiert hat, haben wir glücklicherweise hinter uns und es ist daher die Zeit gekommen, dass sich die Medienfrauen jeweils um ihre Trademark bemühen und damit auch gesellschaftlich anhaltend diese Entwicklung verankern, die dann auch den jüngeren Kolleginnen zugute kommt.

Wenn ich „jüngere Kolleginnen“ sage, dann glaube ich, dass wir eines hinter uns gelassen haben sollten – nämlich Schaukämpfe zwischen den Generationen, Schaukämpfe, wo die Eifersucht der Älteren den Jüngeren Probleme macht, aber auch Eifersucht, wo die Ellbogen der Jüngeren vielleicht etwas zu stark ausgefahren werden. Das gilt für Männer und Frauen. In unserer gesellschaftlichen, demografischen Entwicklung müssen wir uns an die Generationen-Harmonie allmählich gewöhnen. Das sage ich nicht nur, weil ich alt bin und mich vor den Ellbogen fürchte, sondern weil ich meine, dass beide Generationsebenen davon nur profitieren können. Wird es im Medienbereich nicht berücksichtigt, dann sind wir wieder dort, wo wir vor Jahrzehnten begonnen haben: „Aha, sie streiten nur“. Sei es in Unternehmen, sei es in Redaktionen.

Das beste Netzwerk beginnt mit der eigenen Masche. Ich glaube, dass Frauen in besonderem Maße gefordert sind, über Frauen und über Frauenspezifisches nicht nur selbst nachzudenken, sondern auch selbst zu berichten und die Medien hinzuführen. Daher wünsche ich Ihnen, dass die Medien, die ein enormer Machtfaktor geworden sind, Ihnen allen – jung, alt, mittel – viele Möglichkeiten bieten, und ich bitte Sie, nutzen Sie diese Möglichkeiten!

Ich wünsche einen guten Kongress!

Begrüßung und Eröffnung

Präsident Dr. Veit Sorger – Industriellenvereinigung

Sie werden es nicht glauben, aber auch ich habe „Maschen“ gelernt, auch ich habe im Handarbeitsunterricht häkeln gelernt. Ich sage damit nicht, dass bei mir die Gleichstellung schon in der Volksschule begonnen hat, aber ich bin absolut liberal erzogen.

Herzlich willkommen bei uns im Haus. Ich freue mich, dass ich das erste Mal dabei sein kann und Sie begrüßen darf.

Wenn ich in die Runde blicke, so ist es bei uns im Haus der Industrie natürlich keine alltägliche. So viele Damen auf einmal sehen wir normalerweise nicht. Es ist richtig, dass die Industrie und die Arbeitswelt heute noch sehr stark zugunsten der Männer geprägt sind und noch nicht im Sinne des Gleichgewichts. Wir anerkennen das und arbeiten daran – drei unserer Geschäftsführer in den Bundesländern sind heute bereits Damen, sehr erfolgreich, sehr hoch geschätzt von uns allen, sehr effizient. Nehmen Sie das als guten Anfang.

Wir selbst wissen, dass wir unsere industrielle Erfolgsgeschichte nur dann fortsetzen können, wenn wir Frauen mehr für den industriellen Prozess gewinnen, ihnen bessere Chancen bieten

können, ihnen die Möglichkeit geben können, Beruf und Familie weiter zu vereinbaren. Das ist Teil der Industriepolitik, für die das Haus und ich selbst stehen.

Flexiblere Arbeitszeiten, mehr Kinderbetreuungszeiten, Kernforderungen unseres industriellen Programms, sollen die demografische Entwicklung vorbereitend abfedern und abstützen, sodass wir jene Produktivität, für die wir bekannt sind, weiter fortsetzen können.

Wir fordern, dass eine bessere Ausbildung und ein Zugang zu technischen und naturwissenschaftlichen Berufen stattfinden. Für uns ist es ein ganz großes Manko, dass die Bereiche der Naturwissenschaften und der Technik nicht in dem Ausmaß mit weiblichen Persönlichkeiten besetzt sind, wie wir das gerne sehen würden. Die Qualifikationen der Frauen werden den Wohlstand im Standort Österreich sicherstellen, davon sind wir sehr überzeugt. Ich hoffe, es gibt ein achttes, neuntes, zehntes Mal dieses Kongresses. Ich darf Sie bereits jetzt dazu einladen. Wir wollen unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Veränderung der Arbeitswelt leisten, wir sind davon überzeugt. Unsere Unterstützung ist Ihnen gewiss. Viel Erfolg für die heutige Tagung!

Eröffnung und Begrüßung

Generaldirektor Dr. Karl Stoss – Generali

Ich freue mich außerordentlich, dass ich heute auch zum ersten Mal hier öffentlich auftreten darf, als Hauptsponsor dieser Veranstaltung. Der Generali-Gruppe ist es ein ehrliches Anliegen, für diese Sache einzutreten.

Für diese Sache heißt – eigentlich sollten wir eher einen Männerkongress unterstützen, denn Männer sollten mehr Grenzen überwinden. Wenn wir durch unsere Unterstützung einen positiven Beitrag leisten können, Sie auf diesem Weg zu unterstützen, dann ist es ein gut investiertes Geld. Wir müssen in der heutigen, dynamischen Zeit fast täglich Grenzen überwinden, seien es geografische Grenzen, wo wir in Österreich einen ganz wesentlichen Beitrag innerhalb einer europäischen Union leisten, seien es aber auch Denkgrenzen innerhalb einer noch immer sehr stark von Männern dominierten Welt. Deshalb habe ich auch vorangestellt, dass es mir ein größeres Anliegen wäre, dass viele Männern beginnen, aktiver darüber nachzudenken, wie man gläserne Decken durchstoßen kann.

Die Generali hat vor einigen Jahren mit dem Arbeitsmarksservice begonnen, ein Frauenförderungsprogramm auf die Beine zu stellen, in dem wir zusammen mit dem AMS versuchen, Finanzberaterinnen zu finden und auch entsprechend auszubilden und zu fördern. Das alles unter vollkommener Gleichstellung, sowohl in den Aufstiegsmöglichkeiten als auch in den Verdienstmöglichkeiten. Das machen wir auch deshalb, weil Meinungsumfragen ganz klar ergeben, dass mehr als 80% der Frauen eine Vorsorgeberatung durch Frauen wünschen. Dieser Erfolg in Form von messbaren, klar nachvollziehbaren Resultaten ist aus meiner Sicht auch das Ausschlaggebende, und nicht irgendeine Erfüllung von Quotenregelungen. Es muss uns ja der Hausverstand eingeben, dass Frauen keine Minderheit sind, sondern eine klare Mehrheit, wenn man allein die Bevölkerungsstatistik anschaut.

Ich persönlich komme aus einer Minderheit, als Vorarlberger ist man in Wien eine Minderheit, aber ich habe sehr rasch gelernt, hier Netzwerke zu pflegen und begonnen, sie aufzubauen. Und ich habe nach dem Bonmot von Frau Präsident Schaumayer begonnen, Maschen zu stricken. Ich konnte das tatsächlich einmal, denn ich habe immerhin eine Textilschule absolviert, und dort lernt man das in den Grundzügen.

Diese besondere Form der Förderung hängt auch damit zusammen, dass Frauen eine höhere Glaubwürdigkeit besitzen, weil sie etwas haben, das Männer nur in einem sehr geringen Ausmaß aufweisen, nämlich emotionale Intelligenz. Emotionale Intelligenz heißt, dass Frauen ein kritisches Maß an Eigenurteilsvermögen haben. Das kann aber sehr oft eine Bürde sein. Männer muten sich im Gegensatz zu Frauen zunächst einmal viel mehr zu. Je größer die Unsicherheit bei Männern ist, umso höher wird auch die Überheblichkeit. Das kann man proportional nachvollziehen. Deshalb kann ich Sie nur ermuntern, dass Sie weiter dran bleiben, Grenzen zu überwinden. Nehmen Sie viele Anregungen des heutigen Tages aktiv auf, versuchen Sie die in Ihrem Bekanntenkreis, in Ihrem Beruf weiter fortzusetzen.

Ich hoffe, Sie erleben alle einen spannenden und interessanten Tag.

Begrüßung und Eröffnung

Bundesministerin Maria Rauch-Kallat – BM für Gesundheit und Frauen

Ich kann nicht umhin, die Wortspiele von den Maschen und vom Häkeln aufzugreifen. Offensichtlich sind Häkelnlernen und Strickenlernen gute Voraussetzungen für Männer von heute, und offensichtlich ist es dann auch etwas leichter mit der „eigenen Masche“. Beides kann nicht schaden auf dem Karriereweg.

Frau Präsident Schaumayer erzählt immer wieder, dass sie einmal des Hauses verwiesen wurde, weil sie eine Frau ist. Diese Zeiten sind Gott sei Dank vorbei, heute sind auch hier Frauen selbstverständlich. Es war nicht immer ein leichter Weg. Als ich in den 80er Jahren die erste Europa-Veranstaltung gemacht habe, bei der nur Frauen am Podium saßen, war Präsident Krejci der Einzige, der als Hausherr begrüßen durfte und hat seinen Satz begonnen: „Dieses Haus hat schon so vieles überlebt, es wird auch dieses überstehen ...“

In der Zwischenzeit ist der Journalistinnenkongress ein Standard-Event der Industriellenvereinigung geworden, ich danke daher auch ganz herzlich, dass wir wieder hier Gast sein dürfen. Der Herr Präsident kann sicher sein: wir WERDEN kommen und wir werden vielleicht auch immer mehr werden, denn ich freue mich ganz besonders, dass wir heuer so viele Anmeldungen haben wie nie zuvor. Dreihundert Medienfrauen haben sich angemeldet. Wir werden diesen Tag auch wieder zum Netzwerken, zum Knüpfen von Kontakten, zum Holen von Informationen nützen.

Vierzig Expertinnen werden uns auch heuer wieder mit ihrem Know-how und ihren Inputs ein Stück weiter bringen und Anregungen zu Problemlösungen oder zu ganz bestimmten Fragen geben. Ich möchte mich bei jeder Einzelnen von ihnen bedanken, für ihren Einsatz, ihre Zeit und ihre interessanten Beiträge.

Der Journalistinnenkongress wird damit einmal jährlich zu einem Fixpunkt, dem größten Netzwerk-Event für Journalistinnen in Österreich und immer stärker auch für Journalistinnen aus dem Ausland, sowohl für Teilnehmerinnen als auch für Referentinnen. Wir bauen auf die Qualität von Frauen und wir wissen, dass wir damit gut fahren. Wir werden auch nächstes Jahr, wenn dieser Kongress wieder zweitägig sein wird, Kolleginnen aus dem Ausland und aus den neuen Mitgliedsländern der Europäischen Union einladen.

Die Referentinnen des heutigen Tages lesen sich wie das "Who is Who" des weiblichen Journalismus in Österreich und spiegeln sehr viel an Sachkenntnis, Kompetenz und Karriere in den Medien wider. Wenn wir die letzten Kongresse Revue passieren lassen, so sind es mehr als 200 Referentinnen, die dabei waren. Irgendwann nach dem dritten Kongress wurden Befürchtungen laut, dass dem Medien-Österreich mit Expertinnen irgendwann einmal „die Namen ausgehen werden“. Das ist nicht eingetreten, denn jährlich finden sich neue Namen, Frauen, die sich einen Namen gemacht haben, Frauen, die Wichtiges zu sagen haben und die selbstverständlich von uns eingeladen werden.

Ich möchte mich bei dieser Gelegenheit ganz, ganz herzlich bei den beiden Organisatorinnen Dani Schwarz und Gerti Kuhn und ihren Mitarbeiterinnen bedanken, die weit über die reine Einladungspraktik hinaus Augen und Ohren offen haben für interessante Frauen und die sich auch mit den Studien beschäftigen.

Es steht eine Reihe von Veränderungen an. Nicht zuletzt deshalb hat offensichtlich der Workshop „Grenzenloses Netzwerken“ den größten Zuspruch gefunden. Es zeigt sich auch, dass österreichische Frauen viel mobiler sind als ihr Ruf und durchaus wissen, dass Auslandsaufenthalte, sei es am Beginn der Karriere oder gleich nach dem Studium oder auch nach der Familienphase, durchaus von Nutzen sein können.

Wir haben auch heuer wieder eine Kongress-Studie erstellt, wie in den Jahren zuvor. Darüber hinaus haben sich die Organisatorinnen auch am GMMP, das ist das Global Media Monitoring Project, beteiligt und am Stichtag die Medien beobachtet. Eine Idee, die wir schon vor sechs Jahren beim Journalistinnenkongress hatten, wurde von Europa aufgegriffen, und Österreich hat sich beteiligt. Eines ist sicher: Das Frauenbild in den Medien prägt, und zwar jeden Tag. Daher ist es nicht ganz unwichtig, wie dieses Frauenbild in den Medien aussieht.

Es ist für mich nämlich noch immer unverständlich, dass Frauen zwar verstärkt in verschiedenen Branchen in Führungspositionen sind, in den Medien aber nach wie vor unterrepräsentiert sind.

Das ist wenig ermutigend für Mediennutzerinnen, die sich ihre Berufsentscheidung überlegen, und wenig ermutigend für Frauen allgemein, wenn sie täglich die Zeitung aufschlagen.

Es gibt nämlich direkte Zusammenhänge. Wer wichtig ist, steht in der Zeitung. Wer nicht, steht nicht in der Zeitung. Ob das jetzt richtig oder falsch ist, diesen Schluss machen wir alle irgendwo im Hinterkopf. Dieses mediale Missverhältnis ist ein denkbar schlechter Wegbereiter für Frauenkarrieren, wo immer sie auch stattfinden.

Ich denke auch, dass es auf Sie alle ankommt, dieses Missverhältnis und Missverständnis – nur als solches kann ich es werten – kleiner werden zu lassen. Jede von Ihnen ist dabei angesprochen, in ihrem Medium Frauen vor den Vorhang zu holen und sie auch mit Namen zu nennen und eventuell mit einem Bild zu zeigen. Unsere Beobachtungen zeigen, dass das nicht selbstverständlich ist, denn wenn Frauen vorkommen, bekommen sie sehr oft nicht einmal einen Namen.

„Tue Gutes und rede darüber“ ist nicht nur wichtig für Rotary und Lions, es sollte auch wichtig sein für alle Frauen und Frauenkarrieren. Das beginnt bei der eigenen „Masche“, um die man nicht umhin kann, und es endet bei der Frauensolidarität, indem Frauen eben Frauen vor den Vorhang holen. Damit ist Frauen insgesamt sehr geholfen und positive Auswirkungen für Frauen in den Medien sind damit nicht ausgeschlossen.

Ein kurzer Dank noch an die Sponsoren, sowohl an die Industriellenvereinigung als Gastgeberin, als auch an unseren Hauptsponsor, die Generali. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen einen interessanten Tag und hoffe, dass Sie am Abend mit dem Gefühl weggehen, dass es eine gut investierte Zeit war, und dass Sie wieder vieles mit nach Hause nehmen. Alles Gute!

Einleitung und Studienpräsentation

Daniela Schwarz

Ich darf die Gelegenheit wahrnehmen, vor der Präsentation unserer ZWEI Studien (wir können nicht genug kriegen ;-)) als Organisatorin dieses Kongresses ein paar Anmerkungen und Dankesworte anzubringen und einige organisatorische Details anzukündigen:

Heuer haben wir einen neuen Kongresspartner in der Telekom Austria gefunden, der uns nicht nur eine qualifizierte Referentin, die Unternehmenssprecherin Frau Mag. Bachinger, sondern auch 4 Online-Surfstationen - je 2 im Spiegelsaal und 2 im Foyer - zur Verfügung stellt, Damit wird ein häufig geäußelter Wunsch nach raschen Online-Zugängen während des Kongresses erfüllt.

Darüber hinaus filmt die Telekom diese Veranstaltung und stellt uns heuer erstmals diese elektronische Kongress-Dokumentation zur Verfügung. Ab (hoffentlich) morgen sind die links unter www.medienfrauen.net

Wenn wir gerade bei der Dokumentation sind: sollten Sie die Fülle der Eindrücke und Informationen dieses Tages noch einmal in Ruhe nachvollziehen wollen, die schriftliche Doku wird wieder in voraussichtlich einer Woche/10 Tagen auch dort zum Download und zum nachlesen zur Verfügung stehen. Der hier nie genannten Irene Mettler sei Dank, die seit dem ersten Kongress 1998 alljährlich alle gesprochenen Worte in lesbare Form bringt.

Zu dem "virtuellen Kongress" auf medienfrauen.net überhaupt ein paar Worte: heuer wurden bereits fast 90% (genau 84% ;-)) der Anmeldungen online gemacht - eine zeitgemäße Form und eine echte Zeitersparnis für uns. Dadurch gab's auch eine starke Frequenz auf dieser Seite, die wir Ihnen besonders ans Herz legen wollen: Dank der konstruktive Zusammenarbeit von 3 Frauennetzwerken: dem club alpha, dem Frauennetzwerk Medien und der OÖ Journalistinnennetzwerk entstand hier eine beachtliche Expertinnendatenbank, die als Recherchetool für Interviewpartnerinnen verstärkt genutzt werden sollte. Es gibt sie nämlich - und wir führen hier Beweis.

Und in Sachen Fotodokumentation gehen wir heuer auch neue Wege: Dank eines neuen Angebotes von Presstext Austria können Sie die ersten Bilder ab Mittag, die Bilder der zweiten

Tageshälfte ab dem Abend unter www.fotodienst.at anschauen und - natürlich in drucktauglicher Pressefoto-Qualität - downloaden.

Dazu möchte ich anmerken, dass wir uns alle sehr freuen, wenn jene unter Ihnen, die von der "schreibenden Zunft" sind - und das ist wohl die Mehrheit- davon auch Gebrauch machen, über diesen Kongress berichten und wir gemeinsam auch einmal ein eindrucksvolles Lebenszeichen der Medienfrauen setzten. Warum das so wichtig ist, werden Sie nach der Präsentation des Global Media Monitoring Projects selbst sehen.

Natürlich möchte ich mich den Danksagungen der Frau Bundesminister anschließen und der Industriellenvereinigung für die wunderbar kooperative Abwicklung aller organisatorischer Details hinter den Kulissen danken, namentlich Herrn Eberhard und seinem Team sowie unserem Cheftechniker, Herrn Janele, der uns seit Anbeginn bestens betreut.

Dank an alle Organisationen und Kooperationspartner für die freundliche Unterstützung und Dank an alle Medienpartner - dem ORF, dem Standard, dem Kurier und der Wiener Zeitung - die beispielgebend ihren Mitarbeiterinnen die kostenfreie Teilnahme am Kongress ermöglicht und die für die Kongressankündigung gesorgt haben.

Besonderer Dank an die Generali, die heuer nicht nur finanziell eingesprungen ist, um den Kongress zu ermöglichen, sondern die auch inhaltlich voll hinter dieser Beteiligung steht und interessante Service-Angebote für Frauen hat und die uns heuer mit Tagungsmappen, Namensschildern und viel Infrastruktur geholfen hat. Wir fühlen uns sehr wohl unter den Flügeln des Löwen!

Eine Bitte in eigener Sache an alle unsere Referentinnen: Bitte beugen Sie sich dem Diktat der Zeit und folgen sie unserer gestrengen Moderatorin. Mag. Ursula Puschmann hat sich auf unsere Bitte bereit erklärt, die "Zuchtmeisterin" des Tages zu sein und ungeplante Längen und Zeitverschiebungen zu vermeiden. Ein undankbarer Job, mit dem man sich nicht immer beliebt macht, aber sie wird diese Herausforderung mit Charme und Strenge professionell meistern. Danke Ursula!

Kurz noch Organisatorisches zum Abend: Neben den Info-Tischen der Frauennetzwerke, des Ministeriums und der Telekom konnten wir "**Weinleidenschaft pur**" zum Mitmachen gewinnen. 11 Frauen und ihre Weine - ein Frauennetzwerk der besonderen Art - zeigt Spezialistinnen am Werk und führt Beweis, wie frau in der Männerdomäne "Wein" Erfolg haben kann. Dank der Kostproben werden Sie sich selbst davon überzeugen können und wir entsprechen damit auch dem Wunsch nach mehr "Lustbarkeit" am Ende eines anstrengenden Kongresstages.

Die Links zu den Ergebnissen der beiden Studien:
„Europa wird größer, Europa wird anders“ – Präsentation
<http://www.medienfrauen.net/dokumente/Studieppt2005.pdf>

„Europa wird größer, Europa wird anders“ – Interpretation
<http://www.medienfrauen.net/dokumente/StudieJK7.pdf>

Global Media Monitoring Project – Presseinfo
<http://www.medienfrauen.net/dokumente/GMMP.pdf>

Global Media Monitoring Project – Übersicht der Ergebnisse
<http://www.medienfrauen.net/dokumente/GMMPppt.pdf>

Vorstellung des Workshops

Grenzenloses Netzwerken

Dr. Anneliese Rohrer – Lehrgangsdirektorin FH Journalismus

Meine Aufgabe ist es, über das grenzenlose Netzwerken zu reden.

Zwei Dinge möchte ich Ihnen ans Herz legen und im Workshop näher diskutieren: Das Netzwerken funktioniert nach meiner Erfahrung besser über die persönliche Ebene. Eine britische Studie zeigt aber, dass Frauen eher über institutionelle Organisationen Networking betreiben. Frauen beklagen sich immer wieder darüber, dass Männer „bei einem Glas Bier“ Networking betreiben. Daher würde ich den Frauen nahe legen, dieser persönlichen Ebene mehr Beachtung zu schenken.

In den meisten Fällen funktioniert das, indem man seine Scheu überwindet und bei Veranstaltungen auf ausländische Journalistinnen zugeht, sich vorstellt, Visitenkarten hergibt und selber einsteckt. Ich weiß, da ist eine gewisse Barriere zu überwinden, dennoch ist es wichtig. Auch was ausländische Zeitungen betrifft, funktioniert es eher über die persönliche Ebene. Ein Beispiel: die New York Times wollte einen Bericht über Arnold Schwarzenegger. Jemand hat in der Redaktion bei einer Kollegin angerufen, sie hat sie an mich verwiesen. Es war eine wunderschöne Sache, aber es hat nicht ausgereicht. Man muss nachdoppeln, man muss in Kontakt bleiben, wobei man aber schon bedenken muss, dass in Amerika die Dinge anders laufen. Man kann ein E-Mail schicken und 5 Monate nichts hören und glauben, dass es das war und nach einem halben Jahr kommt doch etwas. Ich persönlich habe auch in Neuseeland Kontakte aufgebaut und wir fördern uns gegenseitig.

Die zweite Ebene ist die strukturelle Ebene. Es gibt etwa die „International Women’s Media Foundation“, da zahlt man 50 oder 100 Dollar im Jahr und bekommt einen Newsletter, in dem jede Menge Fellowships ausgeschrieben sind, bei denen man sich bewerben kann. So ein Struktur-Netzwerk macht sich schon bezahlt.

In England gibt es zwei große Organisationen, „Women in Journalism“ mit ungefähr 500 Mitgliedern und „Women in Publishing“. Man muss sich halt bemerkbar machen.

Es gibt natürlich auch noch die Möglichkeit, die von uns hier, glaube ich, weniger in Anspruch genommen wird, sich an eine Agentur zu wenden. Es gibt etwa in Amerika Agenturen, die sich damit beschäftigen, Artikel in Magazinen unterzubringen. Es erfordert eine gewisse Nachhaltigkeit, den Fuß in die Tür zu bringen, aber die Möglichkeiten sind da.

Referentinnen in diesem Workshop:

Dr. Anneliese Rohrer (Journalistin und Lehrgangsdirektorin FH Journalismus, Wien)

Dr. Alexandra Förderl-Schmidt (Präs. der Auslandsjournalisten in Deutschland, Standard/Berlin)

Dr. Eva Cescutti (Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaften)

Dr. Susanne Glass (Vorstand Auslandspresse Wien, ARD)

Moderation und Report: Petra Stuibler

Vorstellung des Workshops

Enge Grenzen: Die Spezialistinnen

Mag.a Birgit Dalheimer – ORF und Univ. Lehrgang Wissenschaftskommunikation

Als ich 1997 an der Uni Wien das Genetik-Studium abgeschlossen habe, hatte ich eine Menge Ideen, was ich damit tun wollte. Journalismus war keine davon. Ich habe mich ein Jahr mit allen möglichen Projekten auf der Uni „herumgetrieben“ und kam dann mehr oder weniger zufällig auf die Idee, mich doch beim ORF zu bewerben. Genauso zufällig hat man dort in der Wissenschaftsredaktion des Hörfunks nach jemandem gesucht, der eine naturwissenschaftliche Ausbildung hat.

Es war damals relativ selten, und ist es auch heute noch, dass jemand mit einer wissenschaftlichen Ausbildung ohne jegliche journalistische Erfahrung direkt in eine Fachredaktion kommt. Es hilft natürlich, wenn man eine naturwissenschaftliche Ausbildung hat. Wenn Dolly plötzlich an Altersschwäche leidet, wenn irgendwo Stammzellen geklont werden oder wenn eine

Sekte in den USA von einem Klonbaby erzählt, ist es fein, wenn man nicht mehr lange recherchieren muss.

Was Spezialisten dann relativ oft fehlt, ist das journalistische Handwerk. Wir alle, auch meine Kolleginnen und Kollegen, sind dann „Learning by Doing“-Fälle geworden. Wir haben uns vor ein paar Jahren gedacht, dass das nicht unbedingt so sein muss, deshalb haben wir uns im Jahr 2001 zusammengesetzt und zusammen mit den Printmedien den

Wissenschaftskommunikationslehrgang SciMedia ins Leben gerufen. Das ist ein Lehrgang, der PR und Wissenschaftsjournalismus Absolventen aller Studienrichtungen beibringen soll. Es hat sich herausgestellt, dass ein Großteil der Bewerber NaturwissenschaftlerINNEN waren. 2002/2003 waren unter den 16 Teilnehmenden 2 Männer.

Über diesen Wissenschaftskommunikationslehrgang gibt es Näheres im Internet:
www.scimedia.at.

Spezialistinnen können sich natürlich nicht nur im Wissenschaftsjournalismus ausweisen. Darüber hören sie im Workshop.

Spezialistentum erhöht natürlich Chancen, nämlich auf dem Gebiet, auf das man sich spezialisiert, aber man läuft natürlich auch Gefahr, seine Chancen einzuschränken. Wie diese Gratwanderung verläuft, wird in unserem Workshop diskutiert werden.

Referentinnen in diesem Workshop:

Mag.a Birgit Dalheimer (Wissenschaftsjournalistin, ORF)

Dipl.Ing. Ute Woltron (Architekturjournalistin, Der Standard)

Sabine Jansen-Nöllenburg (Katzenjournalistin und Autorin)

Luzia Schrampf (Weinkritikerin, Der Standard)

Moderation und Report: Mag. Dr. Irene Suchy (Musikjournalistin, Ö1)

Vorstellung des Workshops

Männerdomäne Technik

Elisabeth Pechmann – Motorjournalistin

Männerdomäne Technik, Motorjournalismus – üblicherweise vor einem rein weiblichen Publikum kein Quotenbringer. Aber ich glaube, Sie unterschätzen sich. Wer wäre denn von Ihnen in der Lage, die Batterie im Auto zu finden? – Sie sind alle besser als der Niki Lauda, dem ist es vor ein paar Jahren nicht gelungen.

Ich kann Sie aber verstehen. Wenn ich höre: *So pflegen Sie ihre Zimmerpflanzen richtig* oder *Sofaüberwürfe und Hussen leicht gemacht*, habe ich ungefähr einen ähnlichen Zustand dazu, wie Sie zum Auto.

Trotzdem halte ich ein Plädoyer für Technik. Wenn Sie sich so wichtige Themen ansehen wie zum Beispiel gerade jetzt die Feinstaubdiskussion, es würde manchem Lobbyisten weniger leicht fallen, uns das Blaue vom Himmel herunter zu erzählen, wenn manche BerichterstellerInnen mehr Ahnung von Verbrennungsprozessen oder Autotechnik hätten.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Macht des Kameramannes, die Macht der Kamerafrau. Es hat als Medienperson durchaus Sinn, sich auch dort mit der Technik auseinander zu setzen. Ich würde also den Titel des Workshop einfach ein bisschen anders ansetzen: Männerdomäne – und die Technik, damit umzugehen. Wenn wir uns die so genannten Männerdomänen ansehen, dann sind wir sehr bald über Klassiker wie Motorressort oder Sportredaktion oder IT hinaus, obwohl auch dort schon eine Menge Frauen erfolgreich unterwegs sind.

Männerdomänen sind aber auch Chefredaktionen, Ressortleitungen, Herausgeberbüros, kaufmännische Büros. Wie kommt man hinein, wie bleibt man drinnen, wie kommt man weiter? Und wie vermeidet man die Fallen, die es in diesen Organismen gibt – das Ausgegrenztwerden, das „Eingekasteltwerden“, auch das „In den Krieg geschickt-Werden“. Das sind alles Dinge, die wir im Workshop ansprechen wollen.

Ich erinnere mich an einen Journalistinnenkongress vor ein paar Jahren, als die Kathrin Zechner die vier Stufen des Erfolgreichwerdens skizziert hat. Sie hat gesagt, wenn man als Frau in einen Männerbereich hineinkommt, dann probieren es die Männer am Anfang mit Ignorieren. Dann wird

man verniedlicht und lächerlich gemacht, dann kommt der Kampf. Wenn man schließlich auch den überstanden hat, kommt die Akzeptanz.

Ich sehe bei solchen Veranstaltungen immer wieder die Gesichter junger Kolleginnen, die sagen: „Was hat denn das alles mit mir zu tun? Heute doch nicht mehr. Die Kollegen sind alle so nett zu mir, ich habe überhaupt kein Problem.“

Ja, Sie haben völlig recht. Warten Sie bitte bis zum dem Tag, wo Sie eine Position haben, nach der sich zwei Drittel Ihrer jetzt so netten männlichen Kollegen alle zehn Finger abschlecken – und dann schauen wir weiter.

Der Vorteil als Frau in einer Männerdomäne ist, dass man ein paar Mechanismen nützen kann. Frau Dr. Schaumayer hat heute die „Trademark“ angesprochen. „To be this woman in Austria in the Automotive Business“ ist für den Anfang gar keine so schlechte Trademark. Die einzige Frau oder eine von ganz wenigen Frauen in einem männerdominierten Bereich zu sein, erspart Ihnen zumindest in der ersten Stufe den Schritt, sich zu profilieren. Dann müssen Sie etwas daraus machen, aber diesen Einstiegsvorteil kann man nützen. In vielen Männerdomänen ist die Selbsteinschätzung der Männer so hoch, dass die Konkurrenz an wirklich guten Männern nicht so groß ist. Auch das ist ein Bonus.

Referentinnen in diesem Workshop

Elisabeth Pechmann (Motorjournalistin)

Mag. Sabine Bachinger (Kommunikationschefin Telekom)

Martina Stadler (ORF-Technik)

Marion Gröbner (Kamerafrau)

Moderation und Report: Karin Strobl

Vorstellung des Workshops

Honorare: Selbstbewusst verhandeln

Christine Bauer-Jelinek – Wirtschaftscoach und Psychotherapeutin

Herzlich willkommen zum nächsten Anlauf, dieses Drittel Unterschied in den Honoraren zwischen Männern und Frauen endlich zu verringern. Einiges dazu muss gesetzlich umgesetzt werden, aber das meiste und größte muss jede Frau für sich selbst tun.

In meiner langjährigen Coaching-Praxis passiert jetzt etwas ganz Interessantes. Nicht nur die Frauen müssen verhandeln lernen, sondern auch die neuen, jungen Männer. Sie tapsen in die selben Fallen, wie sie bisher Frauen vorbehalten waren und bekommen dafür auch ein Drittel weniger bezahlt.

Was ist Gehaltsverhandlung? Welche Situation haben wir hier vor uns? Sie wollen mehr Gehalt oder ein höheres oder zumindest angemessenes Honorar. Angenommen, Ihr Gegenüber möchte das nicht, weil Sie einen Auftraggeber oder eine Auftraggeberin haben, die auf ihr Budget schauen müssen – dann haben Sie eine klassische Machtsituation. Sie wollen etwas und müssen sich gegen einen Widerstand durchsetzen. Das ist legitim, „it's the name of the game“.

Was machen Sie nun? Frauen neigen sehr oft und immer noch dazu, zu warten, bis Gerechtigkeit waltet. Sie denken sich, wenn ich gut bin, dann wird das auch jemand sehen. Wenn ich brav, fleißig, gescheit und gut ausgebildet bin, dann wird das irgendwann entdeckt werden, dann werde ich geholt und man wird mir das geben, was mir zusteht.

Dort warten Frauen schon ziemlich lange, unter dieser gläsernen Decke oder auf dem Abstellgleis, wo sie gute, fleißige Arbeiterinnen sind und auch nicht gerne hergegeben werden. Dort stehen viele gute Frauen.

Ich möchte mit den Kolleginnen mit Workshop diskutieren, was wir brauchen. Als erstes brauchen wir eine strategische Planung einer solchen Verhandlung, sehr oft gehen wir mit dem Handtascherl dorthin und denken uns, das machen wir doch locker aus dem Ärmel. Wir brauchen ja nur zu erzählen, was wir Gutes getan haben. Strategische Planung bedeutet, Eskalationsstufen einzubauen. Das heißt, friedlich zu beginnen, nicht mit dem Stellwagen ins Gesicht zu fahren, aber dann noch etwas in der Hinterhand zu haben, steigern können. Nicht schon blank dastehen, wenn Sie den ersten Pfeil verschossen haben.

Sie brauchen einen Argumentekatalog, der auf den Punkt gebracht ist und keine lange Geschichte Ihrer Lebenseinstellung darstellt. Sie brauchen eine Analyse Ihrer Emotionen und auch eine Analyse der Emotionen Ihres Gegenübers, sowie der Werte und Spielregeln, ein worst case Szenario. Was passiert, wenn Sie es nicht bekommen? Machen Sie es dann wie die Erste Allgemeine Verunsicherung beim Banküberfall und sagen: Na gut, dann zahl' ich eben ein? Warum Frauen besonders nicht bekommen, was sie wollen und nicht einmal bekommen, was ihnen zusteht, liegt hauptsächlich an drei Punkten:

Sie moralisieren, anstatt zu argumentieren. „Das muss man doch ...“ oder „Das gehört sich doch ...“ oder „Das steht mir doch zu ...“. Anstatt Argumentationen zu bringen, die dem Gegenüber nutzen.

Sie verkaufen ihre Leistungen nicht, weil das anrühlich ist, nahe an der Prostitution.

Und vielen Frauen sind interessante Inhalte, Stimmung, ein gutes Team und Aufgaben wichtiger als Geld. Wie sie zur interessanten Aufgabe, zur Sprengung der Männerdomäne auch noch das selbe Geld bekommen, das wäre das Ziel unseres Workshops.

Referentinnen in diesem Workshop:

Christine Bauer-Jelinek (Wirtschaftscoach und Psychotherapeutin, cbj)

Jasmin Dolati (Moderatorin und Coach, ORF)

Mag. Angelika Schähle (Finanzcoach Generali Versicherung)

Dr. Astrid Zimmermann (stv. Vorsitzende Journalistengewerkschaft)

Moderation und Report: Dr. Monika Rupp (Gleichstellungsbeauftragte ORF)

Vorstellung des Workshops

Medienrecht: EU-Änderungen

Bascha Mika – Chefredakteurin taz, Berlin

Wenn wir uns hier als Journalistinnen darüber verständigen sollten, was eigentlich die Aufgaben von Medien in einer Demokratie sind, dann hätten wir keine Schwierigkeiten und auch keine Dissense. Wahrscheinlich würden wir auch wenige Kontroversen haben, wenn wir uns über journalistische Standards, über Handwerk, über das schlichte Basismaterial verständigen sollten. Wenn es aber um Fragen des Medienrechts geht, vor allem auch um journalistische Praxis und Gepflogenheiten, gibt es innerhalb der EU, der einzelnen Länder, durchaus Unterschiede. Sie sind teilweise interessant, teilweise ausgesprochen ärgerlich.

Der Workshop Medienrecht wird nicht so theoretisch sein, wie es klingt. Wir werden uns praxisorientiert mit den Problemen in unserem journalistischen Alltag beschäftigen. Wir werden uns auseinandersetzen mit unterschiedlichen Fragen des Medienrechts, mit geschriebenen und ungeschriebenen Gesetzen.

Es geht um die Problematik der Autorisierung von Interviews, die Zusammenarbeit von Unternehmenskommunikation und Medien, den neuesten Stand des Medienrechts in Österreich, den EU-Zusammenhang und kommende Entwicklungen im EU-Medienrecht.

Einen besonderen Fall möchte ich Ihnen hier vorstellen, in Zusammenhang mit der Problematik der Autorisierung von Interviews. Das gehört in der Bundesrepublik Deutschland zu den ungeschriebenen Gesetzen des Journalismus. Es gibt keinen Prominenten, keine Prominente, die ein Interview freigeben, das nicht autorisiert ist.

Eigentlich ist das eine freiwillige Abmachung zwischen dem Interviewer und dem Interviewten. Es ist weder presserechtlich, noch sonst irgendwo gesetzlich festgelegt. Aber wenn man sich einmal darauf eingelassen hat, dann ist man daran gebunden. Prominente in Deutschland bestehen inzwischen auf diesem Vertrag, bevor sie überhaupt ein Interview zusagen. Es ist inzwischen so selbstverständlich, dass selbst ich, wenn ich Interviews gebe, gar nichts mehr dazu sagen muss, sondern es heißt am Schluss des Interviews: Selbstverständlich legen wir Ihnen die Zitate noch einmal vor.

Eigentlich müsste das ja gar nicht so schlimm sein. Wir arbeiten alle unter relativem Zeitdruck und sind doch nicht für alles Fachfrauen, auch wenn wir in vielen Bereichen Spezialistinnen sind. So ein Gegenlesen kann auch dazu führen, dass man inhaltliche Fehler entdeckt und dass auch

sprachlich gefeilt wird. Es ist nicht immer einfach, aus der gesprochenen Sprache eine vernünftige geschriebene Sprache zu machen. Ein geschriebenes Interview muss eine besondere sprachliche Qualität haben.

Es wäre also kein Problem, wenn sich nicht in Deutschland seit vielen Jahren die Praxis eingeschlichen hätte, dass die Interviewten – vor allem Politiker – Interviews dazu benutzen, um Journalisten und Journalistinnen zu PR-Agenten zu degradieren. Sie schreiben die Interviews komplett um, sie redigieren sogar in die Fragen hinein, sie verbitten sich ganze Fragen. Diese journalistische Form, die ich sehr schätze, weil sie lebendig ist und authentisch etwas vermitteln kann – und der Leser glaubt ja auch, dass authentisch ist, was da steht – diese journalistische Form ist komplett verlüdert.

Wir haben in der taz eine ganz unangenehme Erfahrung gemacht, die zu einer erstaunlich spektakulären Aktion geführt hat. Der ehemalige Generalsekretär der SPD, Olaf Scholz, wurde von einem Kollegen von uns auf dem SPD Parteitag interviewt. Er hat brav auf alle Fragen geantwortet, sich ein bisschen gewunden, sonst aber nichts gesagt. Als der Kollege dabei war, auf der Presstribüne das Interview abzutippen, kam eine Pressefrau von Olaf Scholz vorbei und sagte: „Wenn Sie das Interview in der Form aufschreiben, in der es geführt worden ist, dann wird es nicht autorisiert.“ Vor allem ging es ihr um die Fragen. Die wären zu pfeffrig gewesen. Der Kollege hat sich nicht drum geschert, hat das Interview fertig gemacht, hat es zum Autorisieren vorgelegt, die Autorisierung wurde mit dem Hinweis auf die Fragen abgelehnt. Darauf wurde der Kollege ziemlich „stinkig“ und hat gedroht, es eben ohne Autorisierung zu drucken. Da hieß es dann: Dann fliegt die taz eben aus allen Hintergrundkreisen raus, auf die die SPD Einfluss hat. Wir wollten diesen Fall zu einem generellen Fall machen, denn es ist ja nicht zum ersten Mal passiert, das war nur der Tropfen, der das Fass zum Überlaufen gebracht hat.

Ich habe innerhalb einer Woche alle Chefredaktionen von der FAZ bis zu Springer – und das ist eine erstaunliche Bandbreite in der Bundesrepublik – zu diesem Thema zusammenbekommen. Es war ein Pulverfass, in das man nur hineinpieksen musste. Die Empörung über die Art und Weise, wie mit den Interviews umgegangen wird, war enorm groß. Daraus hat sich eine konzertierte Aktion von neun Zeitungen entwickelt. Jede Zeitung hat ihren eigenen Beitrag zu diesem Thema gebracht, es haben sich anschließend noch andere Zeitungen der Aktion angeschlossen. Es war eine Aktion, die wirklich auf die Grundfragen des Journalismus zielte, und deswegen für uns so wichtig.

Diese Geschichte zeigt, wie sich in unserem Alltag unser journalistisches Selbstverständnis, Fragen der Pressefreiheit, Einflussnahme von der Gegenseite in einem konkreten Beispiel kristallisieren.

Referentinnen in diesem Workshop:

Mika Bascha (Chefredakteurin taz, Berlin)

Dr. Viktoria Kicking (Gen.Sekr. und Kommunikationschefin Österr. Post AG)

Dr. Martina Peucker (Bertelsmann AG. Director Government Relations, Brüssel)

Dr. Kristina Silberbauer (Rechtsanwältin)

Moderation und Report: Dr. Martina Salomon (Leiterin Innenpolitik, Die Presse)

Podiumsdiskussion

„Grenzenloser Einsatz, Sprungbrett oder Karrierefalle?“

Johanna Awad-Geissler – Journalistin und Autorin

Dr. Edit Schlaffer – Frauen ohne Grenzen

Dr. Rubina Möhring – Reporter ohne Grenzen

Silvana Meixner – ORF Minderheitenredaktion

Dr. Doris Appel – ORF Religion im Fernsehen

Moderation: Elisabeth Horvath – Journalistin und Autorin

Elisabeth Horvath:

Entgrenzung, Globalisierung hat sicher auch den Medienbereich und damit uns Journalistinnen und Medienleute erreicht. Bei uns in Österreich dauert es eben immer eine Zeit, bis das von den

Medien in die Bevölkerung getragen wird. Damit einher gehen das journalistische Engagement und die Berichterstattung über jene Themen, die auch in der nationalen Berichterstattung seit jeher vorwiegend von weiblichen Journalisten betreut wurden oder ihnen überlassen wurden, oder wohin sie abgeschoben und verdrängt wurden.

Die Themen sind Soziales, Armut, Ungerechtigkeit, Kluft zwischen Arm und Reich, hemmungslose Bereicherung in der Wirtschaft, Krankheit, Kriegsfolgen, Unterdrückung in allen Spielarten, Diskriminierung, Ausbeutung, Minderheitenprobleme.

Fakt ist, dass sowohl national wie global das Engagement für solche Themen, salopp formuliert, wenig Geld, viel Ehre und null Karrierechancen einbringt. Unter anderem auch deshalb, weil die öffentliche Aufmerksamkeit für diese Bereiche weiterhin weniger groß ist als für andere Themen, die man den Frauen ungern oder überhaupt nicht überlässt. Ich sehe da auch keine Änderung von meiner Generation zur jüngeren Generation.

Dazu kommen auch Diskussionsteilnahmen, Moderationen, bei denen sehr gerne Frauen herangezogen werden, wenn es darum geht, ihnen etwas ehrenhalber anzubieten. Frauen sind auch viel schneller bereit, sich da zu engagieren.

Die zentrale Frage, die ich heute gerne diskutieren lassen möchte, lautet: Ist das die ewige mildtätige Sackgasse, in die wir uns hineintreiben lassen oder die wir selbst wählen, weil wir so human, so sozial, so bescheiden sind?

Wenn ich jüngeren Kolleginnen die Frage stelle, welche Karriere, welche Positionen sie anstreben, kommt immer die Antwort: Ich strebe gar nichts an, ich bin so glücklich, dass ich schreiben kann, dass ich Berichte gestalten kann, ich will gar keine Leitungsfunktion.

Dazu passt auch die Aussage von Bascha Mika im „Standard“: Früher sagten die Frauen, das traue ich mir nicht zu; heute fragen sie, soll ich mir das antun?

Sind Frauen also vielfach selber schuld, wenn die Männergesellschaft Entscheidungen über uns trifft, uns fremdbestimmt, das Leben mit ihren hohen Gagen genießen und die Frauen weiterhin von ihnen abhängig bleiben? Ich habe das jetzt bewusst relativ undifferenziert gesagt, damit ein bisschen Provokation dabei ist.

Oder glauben wir an ein Wunder? Kann man sich mit diesem Engagement im Sozialbereich, im gesellschaftspolitischen Bereich doch eine Karriere erarbeiten?

Ich möchte mit Silvana Meixner beginnen. Wie analysieren Sie Ihren Einsatz mit Blick auf Karrierechancen und angemessene Entlohnung?

Silvana Meixner:

Ich muss sagen, dass ich mit dem Teil „Karrierefalle“ aus dem Titel ganz wenig anfangen kann, weil damals, als ich zum ORF kam, um diese Redaktion zu gründen, meine Interessen an diesen Themen sehr groß waren. Sie waren damals, vor fast 18 Jahren, genau wie heute sehr unbeliebt und nicht sehr modern – Menschenrechte, ethnische Minderheiten, Randgruppen, Ausländer. Im Prinzip ständiger Kampf, egal ob das Politik ist, ob Medien, ob auch die Mehrheit des Publikums. Ich habe mich überhaupt nicht meiner Karriere gewidmet. Ich war auch Mutter, es war mir sehr wichtig, Zeit für mein Kind zu haben.

In diesen Kämpfen in einer Männerwelt habe ich mir gedacht: Brauche ich das?

Wenn man jahrelang im Hintergrund steht, wenn man sich zurückzieht und tatsächlich nicht zeigt, dass einem das wichtig ist – niemand fragt dich heutzutage, und der, der dich fragen soll, ist ein Feind, nämlich ein Mann.

Was ich zusammen mit der Minderheitenredaktion gemacht habe, ist einfach toll. Das ist die Karriere, nicht eine leitende Position. Für das, was wir geschafft haben, muss man keine leitende Position haben. Wir haben mit Integration tatsächlich etwas bewegt, wir haben uns für Menschenrechtsgesetze engagiert, es gibt sehr viele Gruppen, Vereine, die versuchen, die selben Themen aufzuarbeiten und zu helfen.

Für mich war das tatsächlich eine Karriere, Vorurteile gegenüber Ausländern abzubauen. Ich kann mit diesen Themen etwas anfangen, gerade weil ich nicht hier geboren bin, weil ich als Außenseiterin die Situation ein bisschen objektiver betrachten kann.

Elisabeth Horvath

Dr. Doris Appel, Ihr journalistischen Gebiet ist Religion, Kirche, also eine männliche Domäne, was Karriere angeht. Bei fast allen TV-Diskussionen rund um den Tod des Papstes diskutierte stets eine Männerrunde. Wie stehen Sie dazu?

Dr. Doris Appel

Es ist nicht nur „die“ Religion, es sind die Religionen. Im Europastudio etwa sind tatsächlich sehr viele Männerrunden. Das ist bei uns gar nicht so. Ich hatte zum Beispiel vor kurzer Zeit eine Runde, die bestand aus drei Frauen und einem Mann.

Es geht mir ähnlich wie Silvana Meixner. Wir haben ähnliche Themen – Menschenrechte, Randgruppen, Ausländer und Ausländerinnen.

Was ich wunderschön finde an unserem Beruf, das ist, dass wir etwas bewegen können. Wir haben alle einen privilegierten Beruf. Da stellt sich dann nicht mehr so die Frage nach Karrieresprungbrett oder Karrierefalle. Da können wir etwas tun.

Nach fünf Jahren Tätigkeit bin ich sehr an meine Grenzen gestoßen. 1995 bin ich Mutter geworden und da war auf einmal alles anders. Davor habe ich rund um die Uhr mit Hingabe und Freude gearbeitet, es war „grenzenlos“. Jetzt sieht mein grenzenloser Einsatz so aus, dass ich sehr früh beim ORF beginne, arbeite was zu arbeiten ist, übergangslos ins Auto hüpfen und mit dem Kind Aufgaben mache und die Freizeit gestalte. Wenn dann wieder Ruhe eingekehrt ist, widme ich mich wieder der ZIB2 oder Büchern oder Zeitschriften. Veranstaltungen, die Männer eventuell unter der Woche annehmen, kann ich unter der Woche nicht annehmen.

Elisabeth Horvath

Es hat sich gezeigt, dass beide Diskutantinnen eigentlich damit zufrieden sind, dass sie etwas bewegen können. Rubina Möhring, du engagierst dich auch sehr stark ehrenamtlich für „Reporter ohne Grenzen“. Siehst du das auch so oder hättest du doch andere Ziele zusätzlich oder raubt dir das Engagement Zeit und Energie für den Aufbau einer Karriere?

Dr. Rubina Möhring

Als ich „Reporter ohne Grenzen“ vor ungefähr vier Jahren übernommen habe, hatte ich schon die Sorge, dass es mich vielleicht auffressen könnte, und der Rest meines Lebens könnte zu kurz kommen. Inzwischen habe ich gesehen und erfahren, dass es eine sehr gute Ergänzung ist. Gerade wenn man in so einer großen Medienanstalt wie dem ORF arbeitet, sind gewisse Grenzen gesetzt. Ich habe es sehr genossen, im Zuge der Arbeit für „Reporter ohne Grenzen“ nicht nur Fernsehjournalistin zu sein, sondern auch zu publizieren, an der Universität weiterzugeben, was ich selbst gelernt habe und darüber nachzudenken, was Karriere eigentlich ist. Geht es nur darum, eine Hauptabteilung zu bekommen oder Generaldirektorin zu werden? Ich glaube, Karriere ist, dass man authentisch bleibt. Das ist natürlich bei jedem und bei jeder anders. Ich habe mein Spektrum gefunden, ich bin in einer führenden Position im ORF, verantwortlich für Kultur und Wissenschaft, ich arbeite in dieser Menschenrechtsorganisation „Reporter ohne Grenzen“ ehrenamtlich, aber sicherlich auch politisch, weil es darum geht, für Zivilcourage und die Zivilgesellschaft einzutreten. Die Meinungsfreiheit ist in der Verfassung verankert, Amerika war das erste Land, wo es von Anfang an in der Verfassung drin war. Seit dem Anschlag auf das World Trade Center sind Meinungsfreiheit, Pressefreiheit und Sicherheitsbedürfnis ein bisschen in Konflikt geraten. Auch in den traditionellen Demokratien wird die Sicherheitspolitik höhergestellt als das Grundrecht auf Meinungsrecht.

Wie sollten wir uns aber selbst unsere Meinung bilden, wenn wir nicht die entsprechenden Informationen bekämen, und zwar nicht nur einseitig gefärbt, sondern vielseitig gefärbt.

Ich habe deshalb begonnen, vor allem auch im Rahmen unserer Organisation, mich auf die neuen EU-Mitglieder zu fokussieren, jetzt auch auf die neuen Nachbarn. Wir schreiben jedes Jahr einen Preis aus in der Höhe von € 15 000,- für junge Journalistinnen und Journalisten aus diesen Ländern, um deren aufrechten Gang zu unterstützen und ihnen auch gerade in jungen Demokratien oder Transformationsstaaten durch diese Auszeichnung einen gewissen Schutz zu gewähren.

Ob das nun eine typisch weibliche Angelegenheit ist, wage ich nicht zu sagen. Auffallend ist international, dass vor allem die skandinavischen und die deutschsprachigen Länder durch Frauen

repräsentiert sind, die romanischen Länder hingegen durch Männer. Wenn man das interpretieren will, kann man sagen, dass in den skandinavischen und deutschsprachigen Ländern die Frauen aufgeholt haben, während in den romanischen Ländern offensichtlich Meinungsfreiheit oder Pressefreiheit oder Medienpolitik noch eine männliche Angelegenheit ist.

Jede von uns muss zu ihrem Schluss kommen, was ihr liegt und was nicht. Wenn man kein Karrieremensch ist, halte ich Karriere um jeden Preis für sinnlos. Ich halte es aber genauso für sinnlos, sein Licht unter den Scheffel zu stellen und im Eck zu bleiben. Durch die Vielfältigkeit meiner Tätigkeit ist mir ein Zugang zu internationalen Think Tanks erwachsen, in erster Linie aus den Vereinigten Staaten, aber auch aus der EU, wo Männer nach wie vor dominierend sind und wo sie froh sind, auch Frauen gefunden zu haben, die auf dem gleichen Level sind. Wenn man als Frau berufstätig ist, auch in den Medien, muss man nach wie vor sicher mehr leisten und auch zielstrebig sein. Sicher ist es auch nicht einfach, diesen Beruf mit Kindern zu vereinbaren. Wenn mein Sohn, der inzwischen 22 ist, sagt: „Kannst du nicht mal von der Frauenschiene runter, ich will auch einen Job haben, wenn ich mit dem Studium fertig bin“, dann antworte ich: „Dann musst du eben genau so gut werden wie die Frauen.“

Elisabeth Horvath

Frau Awad-Geissler, welche Erfahrungen haben Sie mit Blick auf Karriere? Sehen Sie es auch so, dass Karriere ist, wenn man authentisch bleibt und das genügt dann? Wie ist Ihre Position?

Johanna Awad-Geissler

Für mich ist Karriere keine lineare Geschichte, die gradaus auf einem Steig möglichst schnell hinauf führt, womöglich sogar von einer Frau unterstützt, die mir das Gepäck nachträgt. Frauen wollen sehr viele Lebensinteressen miteinander vereinbaren und die soziale, familiäre Komponente ist für sie so wichtig, dass sie das ganz schwer vernachlässigen können. Meiner Laufbahn habe ich immer mit einem Gipfel im Blick in Angriff genommen, aber es ging nie nach Planung. Ich habe Dinge immer mit der Überlegung gemacht, ob es geht, was ich tue, wohin es führen und ob es sich ausgehen wird. Ich bin immer meiner Intuition gefolgt, und dem, wohin es mich gedrängt hat, auch wenn dieses innere Zwingen manches Mal ganz gegen meine Rationalität gegangen ist.

Ich bin zum Beispiel als Zwanzigjährige einem Ägypter, der hier am Max Reinhardt-Seminar studiert hat, als Gattin gefolgt. Ich habe mir das damals sehr genau überlegt, aber es ging nicht anders. Ich habe in Ägypten ungeheuer viel gelernt, ich habe mit den Menschen gelebt und gearbeitet, hatte die wunderbare Chance, dort im Radio zu arbeiten, bin mit offenen Armen aufgenommen worden, habe meine Fremdsprachenkenntnisse dort vertieft, habe mich gemütlich und in seinem sehr netten Team in den Journalismus eingearbeitet und habe dann als Krönung meine Tochter bekommen.

Wenn ich in Österreich geblieben wäre, mit dem gewissen Ehrgeiz, den ich doch habe, könnte ich mir vorstellen, dass ich vielleicht kein Kind bekommen hätte. Der Fruchtbarkeitsdruck dieses Landes am Nil hat mich jahrelang verfolgt und ich bin unendlich glücklich über sie.

Ägypten war wunderbar, aber privat hat es dann doch gekracht, da spürt man den culture clash, ich bin wieder zurückgekommen als Alleinerzieherin ohne Alimente. Da ging es dann darum, wie ich das Kind so gut wie möglich hoch bekomme. Die UNIDO war so nett, mir eine feste Anstellung als Sekretärin zu bieten. Ich bin sehr schnell in die EDV hineingekommen, weil die UNIDO das damals gerade aufgebaut hat. Ich habe mich etabliert und hatte auch ganz großartige Chefs, zum Beispiel einen Mitarbeiter von Indira Gandhi, der dann leider bei einem Flugzeugattentat ums Leben gekommen ist.

Ich hatte im Hinterkopf aber immer, ich gehe zurück in den Journalismus, wenn sich mir die Chance bietet, und sie bot sich, als die UNIDO Personal abbaute und sehr großzügige „Golden Handshakes“ anbot.

Ich hatte mich in den Wissenschaftsbereich hineingedacht und hatte Gelegenheit, mich in der Wissenschaftsabteilung des Hörfunks wieder in Journalismus und in die deutsche Sprache zu arbeiten, die ich zwanzig Jahre lang nicht mehr bei mir gehabt hatte. Danach kam ich zu Langbein und Skalnik und so zu den Printmedien, weil sie Wissenschaftsartikel fürs Profil schrieben. Ich bin dahinter gekommen, dass ich beim Schreiben bleiben will. Als sie ins Internet gegangen sind, habe ich mich als Einfrau-Unternehmen selbstständig gemacht. Das war eine Zitterpartie

sondergleichen. Ich habe für den „Standard“ gearbeitet, was sehr unlukrativ war, hatte aber großartige Unterstützung vom Frauennetzwerk Medien, bin in das Mentoring-Programm eingestiegen, wo Frau Dr. Astrid Zimmermann mir enorm gute Tipps gegeben hat, die ich auch in der späteren Zeit verwerten konnte. Wenn ich etwas in letzter Not dringend wissen möchte, frage ich sie immer noch.

Als es finanziell so schlecht ging, schrieb ich ein Buch. Das war immer mein Wunsch. Ich habe eine Agentin gefunden, die mir sagte, dass sie das Buch nicht so gut auf den Markt bringen kann, aber die Verlage suchen arabische Frauengestalten und Sie haben doch einen arabischen Background. Für mich war das ein wunderschönes Erlebnis, wie sich plötzlich alles geschlossen hat und ich alles einarbeiten konnte.

Ich wusste aus eigener Erfahrung, dass arabische Frauen nicht so porträtiert werden, wie sie tatsächlich sind. Ich habe sehr starke Frauen kennen gelernt, ich habe gesehen, wie junge Frauen sich auf ein Leben in der arabischen Welt freuen und dass das auch Perspektiven bietet.

Dieses Buch wurde inzwischen in mehrere Sprachen übersetzt und ich arbeite weiter für deutsche Verlage. Es ist immer eine Spiralbewegung, ich komme immer wieder zu meinen Dingen zurück, hoffentlich Tendenz nach oben. Ich möchte meinen Lebensstandard halten können und ich möchte meine Funktion als Brückenbauerin wahrnehmen können.

Elisabeth Horvath

Mein Eindruck ist, dass wir einmal vier grandiose Idealistinnen gehört haben. Frau Dr. Schläffer, glauben Sie, dass man mit dieser Sicht der Dinge, mit diesem Idealismus Karriere in der realpolitischen Welt von heute machen kann?

Dr. Edit Schläffer

Da müssen Sie die anwesenden Politikerinnen fragen. Ich komme gerade von einer Konferenz in Brüssel, das „Arabic Woman Economic's Forum“ hat da getagt. Es gibt kein arabisches Äquivalent für das Wort „Karriere“. Das ist eine unglaubliche Erleichterung. Schauen Sie sich unsere Belastung an: Machen wir eine echte Karriere, ist das etwas wert? Karriere ist ja besetzt mit Macht und Geld.

Wir müssen uns schon fragen, wie unser Verhältnis zur Macht ist. Ist das Verhältnis der Männer zur Macht normal? Das alles müssen wir uns im Kontext fragen.

Ich halte es für ganz schlecht, uns herauszugreifen und als „neue Kriegerinnen des Kapitalismus“ zu suggerieren. Auf dieser Tagung habe ich eine Chefunterhändlerin von IBM getroffen, oder eine „Area Manager for the Middle East and South East Asia“, ich weiß gar nicht, wie man das alles miteinander managen kann. Das sind aber alles keine Identifikationsmodelle für uns. Diese Frauen haben es geschafft, sie haben den festen Schulterschluss der Männer durchbrochen.

Kommen wir weiter? Ist das das Leben, das wir führen wollen? Sind wir eine Inspiration für die nachkommende Frauengeneration? Ich bin eine Veteranin der Frauenbewegung. Ich bin nicht aufgebrochen, um Karriere zu machen, sondern um die Welt zu verändern. Darum geht es heute schon auch noch, aber es ist gekleidet in Worthülsen wie „Karriere“, „Durchsetzungsstrategien“, „Coaching“. Es ist irgendwie eine triste Welt geworden. Damit werden wir uns nicht weiterbringen, die Welt nicht verändern. Darum gefällt mir sehr gut, was vorhin gesagt wurde. Vielleicht ist es so, dass wir gar nicht so viel Geld und Macht brauchen. Vielleicht sollten wir das hinterfragen.

Jetzt werden sie mir sagen: Ja, die weibliche Bescheidenheit. Aber das hat mit Besinnung zu tun.

Wir haben es in allen Bereichen mit einer männlichen Art der Turbobeschleunigung zu tun, wo wir den Weg im Grunde gar nicht mehr sehen. Wir sagen immer, dass der Weg das Ziel sein soll. Wir sehen weder Ziel noch Weg. Also wollen wir diesen Weg auch gehen? Nein. Insofern ist diese Art, das Leben zu gestalten, sehr positiv, wenn es vielleicht auch nicht der klassische Karriereweg ist. Wir haben ja mehr weibliche Board Members, mehr Frauen im mittleren Management. Ändert das etwas, bringt es etwas? Ich sage: ja. Die Frauen, die sich dort hinein setzen, sind für mich die modernen Jeanne d'Arcs. Das muss man alles einmal aushalten können. Ich habe die universitären Sitzungen kaum ausgehalten, sie waren von einer unerträglichen Langeweile. Ich habe das Gefühl gehabt, die Lebenszeit zerrinnt mir.

Durch diese Frauen finden wir Mentorinnen und Förderinnen. Gleichzeitig denke ich, dass wir uns weniger besorgt damit beschäftigen sollten, ob unsere Karriere eine authentische Karriere ist, sondern das, wovon wir überzeugt sind, mit voller Kraft machen.

Vor einigen Jahren hatten wir noch die Devise, uns beweisen zu müssen. Können wir alles, was die Männer auch können? So quasi rückwärts und auf Stöckelschuhen. Heute müssen wir das nicht mehr unbedingt tanzen. Heute geht es eher darum, einen Plan im Leben zu haben, ob wir nun Fulltime-Mütter oder Fulltime-Karrierefrauen sind. Es ist nicht mehr die Frage: Kann ich, will ich, darf ich? Frauen waren noch nie so gebildet, aber wir müssen damit auch etwas wollen. Das Können und Wollen ist da, es kommt auf das „Lassen“. Hier müssen wir uns zusammenschließen, netzwerken, wir müssen mit Macht umgehen, dürfen uns nicht beeinträchtigen lassen von kritischen Anmerkungen zur Weiblichkeit. Ich habe die weibliche Sicht auf Dinge immer als sehr positiv erlebt. Ich habe bei der Integration von Frauen ins Heer die Begleitstudie gemacht. Das Interessante war, dass die weibliche Präsenz im Bundesheer nicht nur ein Schritt nach vorn war, sondern dass es eine absolute Klimaveränderung in diesen Truppen bedeutet hat. Plötzlich wurde anders gesprochen. Die Männer sagten, wir diskutieren, wir denken nach, wir rennen nicht blindwütig los, wir denken nach über das Ende unserer Kräfte. Wenn wir in unorthodoxe Bereiche hineingehen, leisten wir auch einen unerwarteten Beitrag. Worauf es eher ankommt, ist, unsere Emotionsfallen zu kappen. Die Barbie-Ideen sind in jeder Altersklasse in irgendeiner Art und Weise vorhanden. Dass wir uns anpassen müssen, dazugehören müssen, dass wir nur dann respektiert und geachtet werden. Wir müssen unseren Weg gehen, so schwierig er auch ist. „Frauen ohne Grenzen“ ist eine Art Public Relations Agency für Frauen, sodass Frauen kontinuierlich ein Thema sind. Wir sehen es ganz klar an drei Projekten, die wir momentan durchführen. Wir haben gesehen, dass Frauen in der Tsunami-Katastrophe ganz spezifisch betroffen sind. Die größte Anzahl der Toten waren Frauen, weil sie nicht schwimmen lernen durften. Neben dem Bauen von Häusern usw. muss man sofort Schwimmkurse anbieten. Das ist vielleicht ein österreichischer Beitrag zur internationalen Frauenfrage.

Elisabeth Horvath

Sie sagen, Sie sind angetreten, um die Welt zu verändern. Das ist ein differenzierter, schwieriger Weg. Damit verändert man schon Bewusstsein und Verhalten.

Wir haben noch immer das Bewusstsein, wenn ich nicht eine Machtposition habe, wo ich über Strukturen und Gesetze entscheide, dann kann ich nicht so verändern, es sei denn ich gehe diesen sehr mühsamen Weg, der aber handgreifliche Resultate erst nach Generationen bringt. Haben wir Frauen einen anderen Begriff von Karriere? Sind wir so geduldig, dass wir uns auf diesen Begriff begrenzen und wissen, dass wir das erst in Generationen und auch nur möglicherweise durchsetzen können? Oder will man doch den Weg gehen, dass man sagt, wir wollen die in der männlichen Welt vorgegebenen Karrierepositionen erringen, damit wir nicht fremdbestimmt sind, so lange wir leben? Das ist jetzt meine Frage ans Publikum.

Publikum:

Mir kommt vor, dass jede von Ihnen sich irgendwo spezialisiert hat und versucht, unter Rücksicht auf ihre Kinder oder Lieben, dieses Spezialistentum zu hegen und zu pflegen und damit Karriere zu machen. Vielleicht ist das ein guter Weg, aber nicht der einzige.

Bei diesen langweiligen Sitzungen, von denen Sie gesprochen haben, könnte man ja auch auf die Idee kommen, so etwas zu verändern. Aber wenn ich diese Sitzungen verändern will, muss ich oben sein.

Ich möchte aber glauben, dass auch Expertinsein eine Möglichkeit ist, Karriere zu machen, und ich appelliere an all die Journalistinnen, die heute hier sitzen und über diesen Kongress berichten, dass wir es gerade geschafft haben, eine Expertinnendatenbank aufzubauen. Keine Journalistin hat mehr eine Ausrede, nicht eine Expertin zu interviewen. Und da können wir unsere Karrieren gegenseitig echt fördern. Wir in Österreich sind mit der Datenbank und mit diesem Kongress echt voran.

Publikum

Zu den Statements zur Karriere. Wenn Sie fragen: Ich bin Mutter, brauche ich das überhaupt, würde mir sofort die Frage einfallen: Ist es dem Vater auch wichtig, Vater zu sein? Hat er sich gefragt, ob er überhaupt Karriere braucht?

Ich glaube, es ist selten, dass es eine Frau sich durch Inhalte durchsetzen kann, denn eine gewisse Machtstruktur ist eben auch notwendig. Wenn ich höre, wir können etwas bewegen und

das ist eigentlich das Wichtigste, dann sollte dieses In-Bewegung-Setzen nicht statt Karriere stehen, sondern Karriere, weil wir etwas in Bewegung setzen.

Die emotionelle Basis ist unheimlich wichtig, aber ich glaube, es sollte bei beiden Geschlechtern vorhanden sein. Ich glaube, die Frauen sollten ein bisschen mehr ihren Einfluss in die Macht bringen, um etwas zu bewegen, die Männer sollten etwas mehr an Emotionen und sozialen Komponenten aufbauen.

Publikum

Das Zitat „Das traue ich mir nicht zu, sagte man früher – soll ich mir das antun, sagt man heute“ hat es für mich sehr gut getroffen. Eine hohe Position heißt, ganz oben zu sitzen, Vorstand, Geschäftsführung, Aufsichtsrat, viel Geld, kein Privatleben. Das wissen viele von Ihnen ganz genau. Es ist schon interessant, viel zu entscheiden, es ist auch ganz toll, viel Geld zu haben, aber was gebe ich dafür her? Ich kenne ganz, ganz wenige, die diesen Spagat schaffen, und ich möchte nicht mit ihnen tauschen.

Publikum

„Soll ich mir das antun“ hat für auch noch einen anderen Klang. Dieser Weg nach oben kann irrsinnig hart sein. Zu sagen „Ich kann das, ich tue mir das an“ heißt, ich stelle mich nach vorne und dadurch werde ich angreifbar und das tut weh. Von den Lebens- und Karrieregeschichten, die wir jetzt gehört haben, war davon nicht die Rede. Deshalb ist die Frage „soll ich mir das antun“ berechtigt.

Ich habe es mir angetan und habe gemerkt, dass Karriere etwas absolut Relatives ist. Ich mag den Begriff nicht. Ich bin Geschäftsführerin bei einem Lokalsender im Raum Linz. Dort ist es Karriere, bei mir zu Hause bei meiner Familie in Deutschland ist es irgendwie seltsam. Meine Söhne sind jetzt 10 und 16 Jahre alt, die bezeichnen mich seit neuestem als Karrierefrau. Wenn ich etwas sage, das nicht adäquat ist, dann kriege ich nicht die Bemerkung „Zicke“ oder „blöde Mutter“, sondern „typisch Karrierefrau“.

Ich möchte mich bei Frau Schlaffer für ihren Beitrag bedanken. Ich finde, diese Ideologie ist wichtig, aber auch die Lust an der Karriere und nicht dieses permanente „Sich-messen-müssen“.

Bascha Mika

Ich würde gerne eine kleine Gegenrede halten, denn selbstverständlich ist die Work-Life-Balance für Frauen besonders wichtig. Jede Frau, die das für sich entscheidet, die ein erfülltes Leben mit Familie und Freizeitgestaltung führen will – das ist alles legitim. Dann dürfen wir uns aber auch nicht beklagen, wenn die Geschichte teilweise an uns vorbei geht. Denn wenn wir nicht selbst eine bestimmte Mühsal und einen bestimmten Stress auf uns nehmen, und auch die Lust am Kämpfen, dann dürfen wir uns nicht wundern, dass Frauen, die oft wunderbare Dinge tun, sich politisch, ökonomisch und gesellschaftlich nicht durchsetzen können. Wenn sie nicht in die Position kommen wollen, wo man sich durchsetzen muss, wo man auch sehr viel stärker prägen kann als durch eine individuelle Lebensentscheidung, dann kommen wir halt nicht weiter.

Elisabeth Horvath

Ich möchte das ergänzen. Wenn wir es uns so leicht machen – ich sage das jetzt natürlich provokant – und nicht leiden wollen, dann müssen wir wissen, dass wir nicht nur nicht mitmachen, sondern dass wir immer fremdbestimmt bleiben.

Zweimal wurde jetzt gesagt: „Ich möchte nicht Kriegerin des Kapitalismus sein“. Wenn wir nicht hineingehen und gegen diesen Raubtierkapitalismus angehen – das können wir nur, wenn wir in diesen Positionen sitzen – dann frisst uns der Kapitalismus auf, weil wir ohnmächtig sind.

Dr. Edit Schlaffer

Ich möchte auch etwas zu diesem „soll ich mir das antun“ sagen. Wir reden hier als privilegierte Truppe. Für uns ist es vielleicht eine Frage, mit welchen Instrumentarien wir uns entschließen zu kämpfen. Aber für die Mehrheit der Frauen ist es keine Frage, ob sie sich irgendetwas antun wollen oder nicht, das ist eine tägliche Überlebensfrage, die immer schwieriger wird. Die tun das, um jeden Monat ihren Paycheck einzufahren.

Die Mehrheit der Frauen sitzt in Teilzeitjobs – ich sage jetzt bewusst nicht „Teilzeitfallen“, weil es bei uns ja keine Vereinbarkeit gibt. Wenn Sie sich die Kinderbetreuungssituation ansehen, die tatsächlichen Möglichkeiten – ich rede ja nicht einmal von der Qualität, die ja die nächste Beunruhigung ist. Wir recherchieren Ziffern, aber keine Inhalte, was in den institutionalisierten Kinderbetreuungseinrichtungen stattfindet, das sind alles Tabus, die nicht angerührt werden. Ich bin überzeugt, wir kommen nicht weiter, weil wir auch um diese Tabus herumschleichen. Ich glaube schon, dass die Präsenz von Frauen etwas verändert, die kritische Masse, von der wir alle reden. Nach einer norwegischen Studie, in der herauskam, dass auch gut ausgebildete Frauen die langen Abendsitzungen nicht mitmachen können, hat man im norwegischen Außenministerium diese langen Überstunden ersatzlos gestrichen und außerdem gut sichtbare Kindergärten geschaffen. Schlagartig waren die Frauen wieder da. Um solche Beispiele zu schaffen, brauchen wir nicht Vorstandsmitglieder bei Siemens sein, dafür brauchen wir nur unseren Verstand einsetzen und uns nach Gleichgesinnten umtun.

Dr. Rubina Möhring

Ich möchte bei Norwegen anknüpfen. Es ist dort Gesetz, dass Sitzungen zu familienfreundlichen Zeiten stattfinden müssen. Die EU erwägt, dieses Modell generell zu übernehmen. Ich glaube auch, dass wir uns nicht nur einfach hinsetzen und zuschauen sollten, wie die Welt sich weiterdreht, dass die Lust am Kämpfen sicherlich da sein muss. Aber Menschen, denen Kampf bis zu einem gewissen Grad liegt, mehr aber nicht, sollte man nicht zwingen, mehr zu kämpfen. Je höher die Position, umso dünner die Luft und umso mehr muss man selbst auch zahlen, wie auch immer, sei es, dass man sich von gewissen Netzwerken abhängig macht, sei es, dass man seine privaten Adressen in den Hintergrund stellen muss. Bei der Frage nach dem grenzenlosen Einsatz hat es sich gezeigt, dass die „G'schaftln“ bei Männern hochdotiert sind. Sie machen das sicher nicht nur aus Idealismus und für die Sache. Da müssen sich Frauen sicherlich mehr zusammenreißen und darauf pochen, dass sie darin den Männern gleichwertig sind und diese Arbeit honoriert werden sollte.

Silvana Meixner

Ich gehe auch zum Titel zurück: Grenzenloser Einsatz. Frauen, die Karriere wirklich planen, sind auch heute noch in der Minderheit. Aber es gibt sie, und sie benehmen sich genauso wie Männer. Ich würde sagen, es gibt Menschen, die eine Karriere machen wollen und andere, die das nicht wollen oder können. Ich möchte nicht, dass wir ständig sagen: wir armen Frauen. Ich habe andere Bedürfnisse gehabt, deswegen bin ich in diese Redaktion gekommen. Das hat mich bis zur Briefbombe gebracht, bis zu neun Operationen. Es ist aber nicht so, dass ich nicht irgendwo anders arbeiten könnte, aber das Thema hat mich bewegt. Für mich als Ausländerin war das eine außergewöhnliche Befriedigung, dass gerade ich, ohne Unterstützung, ohne die Politik zu kennen, etwas auf die Beine stellen konnte, das bis heute hält. Für mich war es also tatsächlich nicht wichtig, Karriere zu machen. Aber ich habe Angst vor meinen Kolleginnen, die technokratisch Karriere machen wollen, weil sie viel schlimmer als Männer sind. „Jetzt mache ich das, nächstes Jahr will ich das machen und es ist mir egal, wie viele Leichen hinter mir liegen“.

Dr. Edit Schlaffer

„Frauen sind ärger“ – das kennen wir doch alle. Und jede von uns kennt eine Frau, die arg ist. Das brauchen wir auch nicht wegschieben. Aber so lange so wenige Frauen da draußen sind, die ihren Hals herausstrecken, stehen sie immer stellvertretend für das gesamte Geschlecht. Deshalb viele Frauen hinein, Schubkraft, Kultur und Klima verändern, dann wird sich tatsächlich etwas verändern, denn dann müssen alle Frauen beweisen, dass sie es mindestens ebenso gut können, und das reicht schon.

Johanna Awad-Geissler

Zum Musterland Norwegen habe ich auch noch ein Schäuferl hinzuzufügen. Es ging vergangene Woche durch die Medien, dass binnen einer gewissen Zeit 40% aller Vorstandsposten von Frauen besetzt sein müssen, sonst werden die Firmen geschlossen. Das wäre wirklich fein, wenn wir das überall in Europa hätten.

Ich kann gut nachvollziehen, dass man Karriere für seltsam hält. Der Begriff stammt meines Wissens aus dem militärischen Wortschatz. Eigentlich frage ich mich, ob Frauen das brauchen. Sind wir wirklich so eine Reitertruppe, oder sind wir vielleicht doch etwas anderes? Karriere – so weit wie möglich und so finanziell lukrativ wie möglich. Keine Samariterinnendienste. Ich habe meinen neuerlichen Ausstieg mit 40 gemacht, ich bin jetzt fast 50 und ich glaube, dass ich noch eine gute Zeit vor mir habe. Ich rechne ohnehin damit, dass ich bis 70 arbeite, und vielleicht, wenn ich Freude daran habe, arbeite ich bis 75 oder 80. Die Zeiten ändern sich. Man sucht jetzt schon wieder nach älteren Arbeitnehmern. Wir haben viele Möglichkeiten, auch wenn wir Kinder hatten oder ein Teil des Lebens Ehefrauen waren, oder einen Irrweg oder Seitenweg gegangen sind.

Elisabeth Horvath

Ich glaube wirklich, dass man auf die Suche nach einem anderen Begriff gehen sollte. Der Begriff Karriere wird von Frauen intuitiv abgelehnt. Lebensgestaltung impliziert natürlich nicht, dass es Schwierigkeiten und auch eine Leiter gibt. Worte und Begriffe sind sehr wichtig und wirken ganz stark auf das Verhalten.

Dr. Doris Appel

Eine der beiden Sendungen, die ich moderiere, wird Sonntagmittag gesendet. Wir drehen oft live, aber nicht immer, und es erhob sich die Frage, ob wir immer live drehen sollen. Man trat an mich mit der Frage heran: Ginge das nicht, dein Sohn ist doch jetzt im Kindergarten. Sonntag.

Über die „typische Karrierefrau“ bin ich schrecklich erschrocken, nämlich dass das unsere Kinder sagen. Kommt das von den Vätern, kommt das von den Müttern, von den Großmüttern? Was geben wir unseren Kindern weiter? Da müssen noch Denkgrenzen überwunden werden, die aus der Männerwelt kommen.

Immer wieder ist mir die Sinnfrage aufgefallen. Der Idealismus war für mich eine treibende Kraft. Wenn ich meinen Weg beschreiben kann, dann war es Idealismus, gepaart mit dem Bemühen, eine gute Arbeit zu machen, relativiert durch das Privatleben, das bringt nämlich eine gewisse Entkrampfung.

Podiumsdiskussion

„Printmedienlandschaft im Wandel, Auswirkungen auf Medienfrauen?“

Dr. Gabriele Ambros – Verlagsleiterin Bohmann Verlag

Mag. Dagmar Lang – Herausgeberin Manstein Verlag

Barbara Mucha – Verlegerin Barbara Mucha Media

Mag. Gerda Schaffelhofer – Furche/Presse GF

Zsuzsa Sashegyi – Magyar Rádió Budapest

Helena Sulcová – CZ Rundfunk- und Medienredakteurin

Moderation: Mag. Dr. Silvia Huber – Leiterin Internat. Journalismuszentrum, Donau Univ. Krems

Mag. Dr. Silvia Huber

Rudolf Bretschneider hat vor kurzem in einer Beschreibung der österreichischen Medienlandschaft darauf hingewiesen, dass wir mittlerweile fast die Hälfte unserer Wachzeit mit den Massenmedien verbringen, das sind immerhin gute sieben Stunden, die Österreicher und Österreicherinnen heute vor dem Fernsehapparat, beim Radiohören, beim Zeitunglesen und vor dem Internet verbringen. Das zeigt, dass unsere Bedeutung als Medienfrauen im Steigen ist.

Für den Printmedienbereich schaut die Prognose nicht so positiv aus. Von den sieben Stunden sind nur 30 Minuten am Tag für das Zeitunglesen reserviert. Das ist die Frage, die ich an Frau Mag. Schaffelhofer weitergeben möchte. Wie schaut es mit den Herausforderungen aus, die auf den Tageszeitungsmarkt zukommen werden?

Mag. Gerda Schaffelhofer

Ich bin natürlich kein Prophet, aber ich möchte versuchen, aus meiner Erfahrung und meinen Einschätzungen einige Thesen vorzulegen. Die erste These lautet: Print hat Zukunft. Es wird

meines Erachtens nicht vom Internet verdrängt werden, wie man das geglaubt hat, es ist weder vom Radio noch vom Fernsehen verdrängt worden. Auch wenn man das Internet immer wieder als Supermedium empfindet, wo Bild, Text, Ton, Interaktion, Transaktion da sind. Aber die Zeitungen müssen sich ein wenig ändern. Es wird in Zukunft nicht mehr genügen, nur mehr auszusenden, den Kunden in einer Einwegkommunikation zu versorgen. Ich glaube, Zeitungen müssen weg von der Produktorientierung und hinkommen zu einem Dienstleistungsverständnis. Ich glaube, wir müssen mehr als je zuvor unsere Leserinnen und Leser in den Mittelpunkt stellen, wir müssen ein bisschen hören, welche Erwartungen sie an uns haben, dann entsprechend Hintergrundmeinung aufbereiten, Service aufbereiten. Wir müssen ein bisschen mehr hinhören, hineinhören. Aber Print wird als Dienstleister überleben.

Die Zeitungsverlage werden zu Medienplattformen werden.

Trotzdem wird es nicht darum gehen, Riesenunternehmen zu schaffen, Ozeantanker, weil ich glaube, dass sie nicht lenkbar sind. Die Zukunft liegt eher in kleinen Firmen, die netzwerkartig miteinander verbunden sind, die sich entsprechend ergänzen, die flexible Unternehmensstrukturen haben und die es auch schaffen, Produkte und Strategien an regionale Unterschiede anzupassen. Das sind „glo-kal-isierte“ Unternehmen.

Die Styria hat ihre Struktur ein bisschen so aufgebaut. Wir haben 2200 Mitarbeiter, davon 1600 in Österreich, 560 in Kroatien, 50 in Slowenien, aber wir haben 78 Firmen in Österreich, 11 in Kroatien, 2 in Slowenien.

Und wie schaut das mit der Frauenbeteiligung aus? Im Großen und Ganzen nicht so schlecht, denn der Frauenanteil bei der Styria beträgt 52%. Aber in der Führungsetage sind es nur mehr 18%. Der Anfang ist aber gemacht.

Globalisierung und Europäisierung wird auch die Diversität der Firmenkulturen mit sich bringen. Ich glaube, dass wir sehr bald und immer mehr multikulturelle Teams haben werden, wir probieren bereits in Slowenien und Kroatien. Das ermöglicht den Brückenschlag zwischen Ost und West, zwischen mentalen Grenzen, auch z. B. im Marketing.

Ich glaube, dass die New Economy sich überlebt hat und „in the long run“ sich noch mehr überleben wird. Diese Sucht nach Größe, „merger and acquisition“, die Sucht nach Schnelligkeit, man muss der „first mover“ sein, um etwas bewegen zu können, auch dieses Hochpreisen dieser Economy of Scale, das hat zu Kapitalvernichtungsaktionen geführt, die wir gar nicht beziffern können.

Ich denke auch an viele Visionen, die fixe Ideen geworden sind und die überhaupt keine humanen Lernprozesse mehr zugelassen haben, etwa Star-CEOs, die totale Abhängigkeit geschaffen haben. Wie sehr auch die Motivationen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern missbraucht wurden für das Hochpeitschen von Börsenkursen, ich glaube, dass sich das nicht als Erfolgsrezept herausstellen wird.

Für mich braucht ein Unternehmen eine Seele, einen gewachsenen „Spirit“, den kann ich nicht verordnen, auch als mächtigster CEO nicht. Ich muss Mitarbeiter einbeziehen und diesen Geist mit Mitarbeitern gemeinsam erarbeiten. In der Wissensgesellschaft hat sich die Polarisierung zwischen den Bossen und den Befehlsempfängern überholt. Die Angestellten werden zunehmend die Partner in Unternehmen sein, denen man soziale Anerkennung und Macht geben wird.

Es geht wieder um ein gelebtes Firmenethos, um die Begriffe Fairness, „Coopetition“ mit win-win Situationen anstelle der Frontalkonkurrenz, es geht um Transparenz, Ehrlichkeit, auch um eine gelebte Kultur der permanenten Verbesserung. In einer solchen Unternehmenskultur haben Frauen enorme Chancen.

Mag. Dr. Silvia Huber

Ich möchte jetzt Frau Mag. Lang bitten, sie ist aus einem Bereich, wo vor allem Business und Business to Business Medien gemacht werden, wie sich für sie dieses Thema „Herausforderungen der Zukunft“ darstellt.

Mag. Dagmar Lang

Ich kann Frau Mag. Schaffelhofer zu ihrer ersten These „Print hat Zukunft“ nur hundertprozentig zustimmen. Gerade im Bereich Business to Business, im Bereich der Fachzeitschriften glaube ich nicht, dass irgendein Medium das in Zukunft ersetzen wird. Es werden sich auch die Fachzeitschriften ein bisschen ändern müssen. Sie werden qualitativ noch hochwertiger werden

müssen, sie müssen echten Nutzen stiften. Wir müssen unsere Auflage zwar nicht auf der Straße verkaufen, aber wir müssen es schaffen, dass unser Leser uns nicht zur Seite legt, sondern uns mit nach Hause nimmt und sich in einer ruhigen Stunde die Fachinformationen holt.

Der Manstein-Verlag steht für qualitativ hochwertige Zeitschriften. Er ist 1978 von Hansjörg Manstein mit der Publikation „Intern“ gegründet worden und gehört heute zum Konzern des Deutschen Fachverlages in Frankfurt. Wir beschäftigen in Österreich 65 Mitarbeiter und haben 19 Titel, davon 11 reine Fachzeitschriften. Unsere größte Neuerwerbung im heurigen Jahr war die „Österreichische Textilzeitung“. Sie kennen aber sich auch das Handelsmagazin „Cash“ oder die Zeitung „Horizont“ für Markt und Medien, den „Bestseller“ oder „Hotel und Touristik“. Wir sind also in verschiedensten Branchen tätig.

In manchem Verlag beträgt der Anteil der weiblichen Führungskräfte 80%, zum Teil sind es Frauen mit schulpflichtigen Kindern. Es war immer der Geist des Hauses Manstein, das zu unterstützen.

Der Unternehmensgründer hat einen Leitspruch, mit dem das Unternehmen groß geworden ist: „Wenn Frauen gut sind, dann sind sie doppelt so gut wie Männern, daher nehme ich Frauen“.

Der Manstein Verlag ist ein Unternehmen, in dem alle wie eine Familie zusammenhalten. Man merkt das besonders gut, wenn einmal etwas Ungewöhnliches passiert, wenn bei einem Mitarbeiter etwas nicht stimmt, wenn es eine lange Krankheit oder einen Todesfall gibt. Es ist ein Unternehmen, in dem man sich auch einmal zurücklehnen kann und dafür ist man dann auch bereit, in normalen Zeiten mehr zu geben.

Was die Qualität unserer Zeitschriften betrifft, so wollen wir die wenigsten Fehler und die meisten Exklusivgeschichten und wir wollen das Vertrauen des Lesers. In Zukunft muss Content auch wieder etwas wert sein. Wir haben eine Vision, wie wir mit Content, in Verknüpfung mit dem Internet, in Zukunft auch wieder Geld machen wollen.

Mag. Dr. Silvia Huber

Ein kleiner Ausflug nach Ungarn. Ich bitte Frau Sashegyi, uns einen kurzen Einblick zu geben, wie denn die ungarische Printmedienlandschaft beschaffen und was im Moment die Sorgen der ungarischen Journalisten und Verleger sind.

Zsuzsa Sashegyi

Meine Begrüßungsworte sollen die ermahnenden Worte von Jean-Jacques Rousseau sein: „Die Frau ist gemacht worden, um dem Mann ja zu sagen und seine Ungerechtigkeit zu ertragen.“ Aber Rousseau hat ganz sicher die berühmte Wiener Putzfrau Mitzi nicht getroffen, die gesagt hat: „I hab immer zu viel ja g’sagt.“

Wir haben in Ungarn 37 Tageszeitungen, 14 davon mit nationaler Reichweite, die größten existierten auch schon vor der Wende. Die Auflage aller Printmedien beträgt 10,8 Millionen, davon 7,3 Millionen, 67,5%, in ausländischer Hand. Die Tageszeitungen haben eine Auflage von 2,3 Millionen, die Zeitschriften 1,2 Millionen, die Magazine eine Auflage von 3,8 Millionen. Die meisten regionalen Zeitungen sind auch in ausländischer Hand, die lokalen dagegen meistens vom Gemeindeamt finanziert.

Die Mehrheit der Zeitungen kann als regierungsnah bezeichnet werden. Es gibt ca. 200 Wochenzeitungen, auch fremdsprachige für die Minderheiten in Ungarn. Der Medienmarkt ist total überfüllt, es droht eine Art Aufsplitterung des Marktes, es gibt nämlich zu viele Zeitungen. Die meistgelesenen Zeitschriften sind eigentlich eher auf Frauen und Kinder ausgerichtet.

Es gibt drei große Rundfunkstationen, die öffentlich-rechtlich sind, und fünf Landesstudios.

Daneben sind viele kleinere und größere kommerzielle Stationen entstanden. 1998 hat sich die ganze Medienlandschaft verändert, es sind viele kleine lokale Sender zustande gekommen. Zumindest bei der Hälfte spielen verschiedene ausländische Konzerne eine große Rolle. Die Gesamtzahl der Hörer aller Sender ist 33,2 Millionen.

Es gibt 250 Fernsehkanäle, 3 öffentlich-rechtliche und viele private.

Die Aktivität der Frauen ist in den 80er Jahren ganz hoch gestiegen. Man wollte eigentlich die Löhne niedrig halten, deshalb hat man ein Familienmodell mit zwei Gehältern konstruiert. Die Überbeschäftigung der Frauen bringt da sehr viele Probleme, diese Probleme zeigen sich in der Medienlandschaft noch viel schlimmer. Seit der Einführung der Marktwirtschaft ist man viel mehr ausgeliefert. Als ich mit dem Journalismus im Rundfunk angefangen habe, hat man mich zuerst vertreiben wollen, weil ich zwei Kinder habe. Als ich angefangen habe, war ich mit meinem zweiten

Kind im neunten Monat schwanger und dachte, dass ich das nicht sagen muss, weil es offensichtlich ist. Aber mein Chef hat es nicht bemerkt, hat nur gemeint, dass ich sehr dick bin, dass ich aber gut arbeiten werde. Als das Kind dann kam, wollte man mich rausschmeißen. Seit der Einführung der Marktwirtschaft muss man auf hundert Füßen stehen, man ist zur Arbeit gezwungen. Man muss immer ja sagen, wie Rousseau das wollte, weil man immer die Angst hat, etwas zu verlieren.

Mag. Dr. Silvia Huber

Von Ungarn in die Tschechische Republik. Frau Sulcová wird uns auch einen kurzen Überblick geben über die tschechische Medienlandschaft und den Diskussionsstandpunkt, der dort derzeit am meisten vertreten wird.

Helena Sulcová

In Tschechien gibt es momentan acht überregionale Tageszeitungen, fünf davon sind in den Händen von ausländischen Verlagen, vor allem aus der Schweiz und Deutschland.

Was das Fernsehen angeht, so gibt es bei uns zwei öffentlich-rechtliche Programme und zwei private Sender, dazu viele lokale Sender. Das private Fernsehen ist bei uns stärker als das öffentlich-rechtliche. Beim Radio gibt es genau wie in Ungarn drei landesweite öffentlich-rechtliche Programme, drei landesweite private und ungefähr 70 lokale Stationen.

Die ausländischen Konzerne haben nie Einfluss genommen, obwohl das zunächst befürchtet wurde.

Es ist momentan sehr schwer, eine feste Stelle zu bekommen. Das Durchschnittseinkommen im Medienbereich liegt bei etwa 900 Euro. In Prag kann man natürlich besser verdienen als in anderen Städten, die Unterschiede sind sehr groß.

Mag. Dr. Silvia Huber

Wir gehen wieder zurück nach Österreich, aber nicht ganz, denn Frau Dr. Ambros ist sehr aktiv im Ost- und Mitteleuropäischen Raum und ich möchte Sie bitten, uns ein bisschen etwas aus der Perspektive „gesellschaftliche Aktivitäten“ zu beschreiben.

Dr. Gabriele Ambros

Unser Verlag hat einige Publikationen in Österreich, die Sie sicher kennen. Dazu gehört zum Beispiel das „Skylines“, wenn Sie mit der AUA fliegen, oder „A la Carte“, die Zeitschrift „Monitor“. Insgesamt haben wir in Österreich 60 Zeitschriften. Es ist aber so, dass unser Haus in Warschau, Prag, Budapest, Sofia und Bukarest echte Tochterunternehmungen hat. Wir haben zwei Repräsentanzen in Bratislava und in Brunn und echte vertragliche Kooperationspartner in Ljubljana, in Belgrad und in Zagreb.

Wir sind in diesen Ländern allerdings schon relativ lang. Der Markteintritt war vor 15 Jahren noch relativ leicht. Jetzt sind die Märkte schon relativ besetzt, die deutschen großen Verlage halten sehr viele Beteiligungen, vor allem im Tageszeitungs- und im Rundfunkbereich. Unsere Beteiligungen in diesen Ländern sind reine Fachverlagsbeteiligungen, Umweltschutz, Haustechnik, Verkehr, Transport und Logistik.

Zusätzlich zu diesen Verlagsbeteiligungen sind wir auch sehr aktiv im Veranstaltungsbereich, aber nur im B2B-Bereich. Ich schätze die Chancen in diesen Ländern gut ein.

Die Frauenerwerbsquote ist in Ungarn gestiegen, in Tschechien und der Slowakei aber gleich geblieben bzw. leicht gesunken. Das ist für mich möglicherweise ein interessantes Indiz dafür, dass Ungarn trotz aller dieser Schattenseiten eine prosperierende Wirtschaft hat.

In unserer tschechischen Firmtochter haben wir die Situation, dass nur Frauen im Verlag sind, erst seit kurzem gibt es einen Mann, der sich irgendwie seltsam fühlt. Das dürfte ein Erbe aus der kommunistischen Ära sein, denn die Frauen hatten damals ganz andere Rollenvorbilder als heute.

Mag. Dr. Silvia Huber

Ich habe es beim Einführungsstatement von Frau Mag. Schaffelhofer schon angekündigt – zum Thema Globalisierung haben Sie, glaube ich, auch einiges zu sagen.

Dr. Gabriele Ambros

Der ehemalige Eigentümer des Verlags, Dr. Bohmann, hat vor ungefähr elf Jahren 70% seiner Anteile an einen holländischen Konzern verkauft. Ich habe elf Jahre für einen Konzern gearbeitet, und das war nicht schlecht. Das ist schon ein herausragendes Training. 2000 hat er dann die restlichen 30% verkauft, ist als Geschäftsführer ausgestiegen, ich bin mit meinem Kollegen in die Geschäftsführung gerufen worden. Ich habe von dem Konzern zwar sehr viel gelernt und möchte die Arbeit nicht missen, es ist aber schon so, dass ein internationaler Konzern ganz andere Ideen über das Publizieren hat als ein mittelständischer Eigentümer aus Österreich. Wir hatten intensive Umsatz- und Renditevorgaben, es hat sich abgezeichnet, dass die Konzerne eine ganz starke Zentralisierungstendenz haben. Aus zwei Buchhaltungen oder Einkaufsabteilungen machen sie eine, das führt manchmal zu sehr langen Entscheidungswegen. 2003 haben wir gemeldet, dass wir gerne einen NBO gemacht hätten, am 23. Juni 2004 haben wir den unterschrieben.

Österreichische Verlage gehen für gewöhnlich an Ausländer, wir haben einmal den umgekehrten Schritt gemacht. Es hat schon Vorteile, man muss sich nur selber fragen. Die Entscheidungsinstanzen fallen weg, und das war eigentlich der Grund dafür, dass wir es gemacht haben.

Wir beschäftigen uns momentan mit dem Thema Breitband, das allerdings auch eine echte Herausforderung für Verleger darstellt. Das Angebot an free content wird steigen müssen, wenn man erfolgreich sein will, und das ist auch etwas, mit dem man sich intensiv auseinandersetzen muss.

Mag. Dr. Silvia Huber

Vielleicht noch etwas zu den Trends in Ihrem Bereich, Frau Barbara Mucha.

Barbara Mucha

Alles was ich bisher gehört habe, beschämt mich zwar nicht, aber ich bin ein ganz, ganz kleiner Verlag. 1990 habe ich den Mantel des MDR Verlags gekauft, 1991 habe ich das erste Testmagazin „Die Mucha“ auf den Markt gebracht. Als ich 1992 mit meiner Tochter schwanger war, habe ich den „Baby Express“ gegründet, damals ehrlicherweise aus einer wirklichen Emotion heraus, weil ich selbst Hauptzielgruppe war. Dieses Magazin ist nach wie vor führend in Österreich. 1999 habe ich ein neues „Nischenprodukt“ gegründet, nämlich für eine Zielgruppe 50+, das ist ein Magazin namens „Signora“. Beim „Baby Express“ haben wir eine große Zielgruppe der Großeltern als Leserschaft gehabt, die immer wieder mit Fragen an uns herangetreten sind. Für diese Zielgruppe gibt es in Österreich eigentlich gar nichts. 1999 war diese Zielgruppe auch für die Werbewirtschaft überhaupt noch kein Thema, die „Signora“ hat hier wirkliche eine Vorreiterrolle geleistet. 2000 habe ich begonnen, Online Medien dazu zu nehmen und habe sie benutzt, um eine noch stärkere Leserblattbindung zu schaffen.

Ich habe vielleicht die Nischenprodukte, die Zukunft haben, was ich sehr hoffe. Ich habe klassische Special-Interest-Medien, ich würde sie eigentlich „Interessensmedien“ nennen, die die Interessen, aber auch die Bedürfnisse einer bestimmten Zielgruppe komplett abdecken. Die Interaktion mit dem Internet wird auch in Zukunft noch wesentlich verstärkt werden.

Mag. Dr. Silvia Huber

Welche Nischen sehen Sie noch als unbesetzt?

Barbara Mucha

Grundsätzlich glaube ich, dass es in jedem Markt, speziell aber in einem Boulevard-Markt wie Österreich, sehr wohl noch Nischen gibt. Es hat schon auch einen Ausverkauf der Medien gegeben, es gibt eine ganz massive deutsche Besetzung. Da ist es wichtig, dass man noch autonome Medien hat. „Format“ hat etwa sechs Fachzeitungen in sich. Der Einzelne findet sich dort nicht wieder. Hier gibt es speziell für Medienfrauen eine große Chance, in Zukunft auch neue Ideen zu entwickeln, neue Zielgruppen aufzutun und sie so gut wie möglich zu befriedigen. Durch die elektronischen Medien haben die Leute verlernt zu lesen. Der sekundäre Analphabetismus steigt, es gibt viele Leute, die gar nicht mehr lesen können. Ich würde mir wünschen, dass wir vielleicht wieder ein bisschen mehr textlastiger werden. Icons und Signale sind an Stelle von Text getreten. Ich gebe die Hoffnung auf einen Gegentrend nicht auf, dass der Leser,

der sich auch Publikationen kauft, einmal sagt: Ich möchte auch etwas bekommen für mein Geld. Denn ein Bild ist zwar schön, ersetzt aber niemals den Text.

Mag. Dr. Silvia Huber

Wir haben ein Bekenntnis gehört, dass die Printmedien überleben werden, trotz des Internets oder gerade mit ihm. Wir haben auch von den „Ozeantankern“ gesprochen, den riesigen Verlagshäusern, wo es Skepsis gibt, ob sie überleben werden. Nischenprodukte haben noch immer ihre Chancen. Es gibt Probleme bei den Printmedien, eben den sekundären Analphabetismus, der im Zunehmen ist.

Gerade in amerikanischen Fachmedien gibt es eine breite Diskussion, man sagt etwa, dass selbst die Fusion von AOL Time Warner kein ökonomischer Erfolg war. Man kann dieses Wachstum mit Globalisierung nicht erreichen, weil es sehr viele interne Ressourcen gibt, die in so riesigen und unübersichtlichen Unternehmen verschlissen werden.

Die amerikanische Sichtweise auf die europäischen Unternehmen ist auch sehr interessant. Die Europäer fühlen sich immer bedroht durch die amerikanischen Konzerne, während die Amerikaner sich immer durch die europäischen Konzerne bedroht fühlen, besonders weil die europäischen Konzerne viel internationaler agieren. Aber gerade in diesem Zweikampf gibt es viele Aktivitäten, die vielleicht gar nicht so sinnvoll sind, wie sie zunächst ausgesehen haben.

In der nächsten Runde stellt sich die Frage, was heißt es für die Journalistinnen, die Medienfrauen, die Medien-Managerinnen?

Mag. Gerda Schaffelhofer

Ich bin einmal grundsätzlich optimistisch. Ich behaupte, man wird uns Frauen brauchen, und zwar nicht nur als Paradenfrauen. Ich glaube, dass in unserer Wissensgesellschaft dem Humankapital eine ganz zentrale Rolle zukommen wird. Das ist ein scheußliches Wort – ich meine damit die Mitarbeiter, die Mitarbeiterinnen und ihr Wissen. Dieses Wissen wird in der Zukunft die zentrale Ressource sein, dieses Wissen wird es letztlich ermöglichen, dass wir zu Innovationen kommen. Wir brauchen aber auch die sogenannten „new skills“ wie Teamfähigkeit, kreatives Denken, Selbstverantwortung, Selbstlernfähigkeit. Das ist für uns Frauen eigentlich gar nicht so fremd. Man wird uns auch deswegen brauchen, weil dieses Humankapital in den nächsten Jahrzehnten sehr knapp werden wird. Das ist zwar kein schöner Grund, dass wir wieder Lückenbüßer sein werden, aber es ist immerhin ein Grund. Die Bildungsausgaben stagnieren, die geburtenstarken Jahrgänge sind vorbei, die Zahl der Studenten in deutschsprachigen Ländern sinkt. Wir sprechen auch von einem „brain drain“ in Richtung Westen, die Wissenschaft und die Medienleute wandern sehr gerne ab. Und wir haben eine restriktive Einwanderungspolitik. Das alles führt zu einer Verknappung des Humankapitals.

Das wird einerseits das Comeback der Senioren mit sich bringen. Ich glaube an die 50+ und an viele, die man jetzt in Pension geschickt hat, weil man sich nicht bewusst war, welche Renaissance der Erfahrung wir eigentlich brauchen, denn diese „senior potentials“ sind ganz wichtig.

Und ich glaube an den Vormarsch der Frauen. Ein Zitat aus einer Studie „Accent on the Future“ von Matthias Horx und Wolfgang Gattermeyer: „In allen industrialisierten Nationen, aber auch in der überwiegenden Zahl der Schwellenländer, hat in den letzten Jahrzehnten ein historischer Umverteilungsprozess eingesetzt. Besonders in der höheren Bildung, bei den Abiturs und Studiengängen haben wir heute weltweit mehr Mädchen als Jungen mit besseren Abschlüssen und kürzeren Studienzeiten. Junge Frauen sind bei vielen wissensorientierten Qualifikationen inzwischen stark im Vorteil. Vor allem in den kommunikativen Berufsbildern erweisen sie sich nicht nur als gebildeter, sondern auch als motivierter und ausdauernder. Auf dieses weibliche Talentpotenzial werden die Unternehmen in Zukunft zugehen müssen und werden verstärkt Flex-Work, an Frauenförderung, an Work-Life-Balance angeboten.“

Die Work-Life-Balance Angebote möchte ich übrigens nicht nur im Hinblick auf Frauen sehen. Ich habe immer mehr die Erfahrung gemacht, dass wir in unseren Unternehmen zwei Gruppen von Mitarbeitern haben: Die einen sind die Ungebunden-Ehrgeizigen, die sich mit Haut und Haaren dem Beruf verschrieben haben, die ihren Lebenssinn in der Firma sehen. Die Familie, das sind die Arbeitskollegen. Das sind die, die um halb neun, wenn ich nach zwölf Stunden ohne Mittagspause heimgehen möchte, sagen: „Gehst leicht schon.“

Die andere Gruppe sind die familienorientierten Mitarbeiter, die sehr viel Wert auf Gleitzeit, auch auf Teilzeit legen, die innerhalb ihres Arbeitspensums aber enorm kreativ und fleißig sind – und es sind nicht mehr nur die Frauen. Natürlich gibt es zwischen den Gruppen eine Reibungsfläche. Es wird von uns Arbeitgebern abhängen, welche Hilfestellungen wir beiden Gruppen für ein Ausbalancieren dieser Lebensbereiche anbieten können.

In den USA gibt es bereits „employee assistance“-Programme, die ein Milliardengeschäft sind. Da werden Scheckhefte für Kinderbetreuung angeboten, Unterstützung in elder care-Fragen, die bei Scheidung, bei Schulden immer wieder einspringen. Je gesünder der Mitarbeiter – gesund nicht im Sinne von virenfrei -, sondern je mehr Wohlbefinden der Mitarbeiter hat, umso größer ist auch das Wohlbefinden der Firma. Da müssen wir uns vieles überlegen.

Ich sage Ihnen ein konkretes Beispiel. Ich habe einem meiner Mitarbeiter einen zweimonatigen Sonderurlaub bewilligt, weil er gesagt hat: „Ich brauche das jetzt, ich kann nicht mehr.“ Es war für uns und das Marketing die dümmste Zeit, die ich mir vorstellen konnte. Ich bin aber überzeugt, ich habe in zwei Monaten wieder einen engagierten und energetisch aufgeladenen Mitarbeiter im Team. Hätte ich es ihm versagt, hätte ich vielleicht eine Kündigung vorliegen gehabt. Ich glaube, wir müssen in unseren Unternehmen wieder den Menschen in den Mittelpunkt stellen.

Mag. Dr. Silvia Huber

Frau Mag. Lang, was sind denn so die Qualifikationen, die Sie bei Ihren Mitarbeitern und vor allem Mitarbeiterinnen schätzen? Was sollten wir weiter ausbauen?

Mag. Dagmar Lang

Ich habe neulich auch so eine Entscheidung getroffen, wo das halbe Haus den Kopf geschüttelt hat, ein Woche Urlaub für eine Mitarbeiterin. Wenn ich sie nicht gehen lasse, wird sie vielleicht krank. Jetzt habe ich eine geplante Absenz, dann hätte ich vielleicht eine ungeplante Absenz gehabt.

Was wir im Augenblick immer brauchen, sind Journalistinnen und Journalisten, die sehr verlässlich, sehr genau, sehr business-orientiert arbeiten. In einem Fachzeitschriftenverlag sind nicht die großen Aufdeckergeschichten zu schreiben, man muss sich mit den Branchen identifizieren, für die man schreibt, denn sonst kann man die Qualität nicht bieten.

Wenn ich Journalisten hätte, die so oberflächlich wie die Wirtschaftsredaktionen der Zeitungen sind, dann hätte ich meinen Leser verloren. Ich muss ihm mehr bieten. Damit ich ihm mehr bieten kann, müssen meine Redakteure und Redakteurinnen mehr wissen und müssen es trotzdem klar und verständlich ausdrücken können.

Eine enorme Chance sehe ich auch in Flexibilität. Ich glaube, dass wir in Zukunft in allen unseren Branchen Internet-Plattformen haben werden. Dann brauche ich Fachzeitungsjournalisten, die einerseits genau sind, auf der anderen Seite aber wie eine Radiojournalistin in der Lage sein müssen, in der Sekunde eine Meldung auf die Plattform zu stellen. Ich brauche also jemanden, der rasch ein paar Zeilen schreiben kann, der bereit ist, immer erreichbar zu sein, denn die großen Katastrophen pflegen an den Wochenenden und in der Nacht zu passieren.

Ich kann allen jungen Journalistinnen nur raten, die Sprachen der Nachbarländer zu lernen. Das ist ganz wichtig. Dort werden sehr viele Jobs kreiert. Wir werden miteinander kommunizieren müssen. Ich glaube, dass ein unglaubliches Wachstumspotenzial für junge Leute, die eigentlich im Journalismus begonnen haben, die PR- und Kommunikationsbranche sein wird. Bedingt durch die Globalisierung, aber auch durch strengere Börsenvorschriften und den internationalen Wettbewerb leisten sich heute immer mehr Unternehmen professionelle Kommunikationsabteilungen. Man wird sie auch in den neuen Ländern finden und es wird viele österreichische Betriebe geben, die von Österreich aus ihre Kommunikation nach Osteuropa steuern.

Mag. Dr. Silvia Huber

Sie haben von den Nachbarländern und ihren Sprachen gesprochen. Ich werde einen kleinen Bruch begehen. Zsuzsa Sashegyi hat schon in kommunistischen Zeiten als Journalistin gearbeitet und tut das auch heute noch. Es ist doch interessant zu hören, wie sich da das Anforderungsprofil verändert hat.

Zsuzsa Sashegyi

Ich bin keine Überlebenskünstlerin, ich habe nämlich nie im politischen Bereich gearbeitet, ich beschäftigte mich immer mit Literatur. Das hat auch immer mit Politik zu tun, aber anders. Damals hat man eigentlich einen fixen Job und ein fixes Gehalt gehabt und sehr viele Möglichkeiten in Bezug auf Reisen, Interviewreisen. Wir haben auch viele Zeitschriften bekommen, weil das aus einem zentralen Budget ging.

Mit der Marktwirtschaft hat sich alles umstrukturiert. In der Tasche meines Chefs ist der Schlüssel, und da ist es nicht mehr so leicht, zu reisen. Ich bin seit Jahren praktisch nicht mehr aus dem Land gekommen, vom Rundfunk her. Wir haben keine Zeitschriften mehr, Weltliteratur ist auch nebensächlich geworden.

Die Sicherheit haben wir verloren. Wir konnten ungebunden arbeiten, also war eine gewisse Flexibilität schon da.

Die Wende zur Marktwirtschaft hat bedeutet, dass unser Gehalt ziemlich geschrumpft ist. Wir mussten uns alle zusätzlich etwas suchen, um zu überleben. In Ungarn arbeiten von 10 Frauen 9 vollberuflich. Die Frauen arbeiten durchschnittlich 41 Stunden in der Woche, die Männer 34 Stunden. Wir Ungarn arbeiten zwanzig bis dreißig Tage länger als die Leute in den europäischen Unionsländern. Der Gehaltsunterschied zwischen Männern und Frauen reicht von 16% bis 30%. Sehr viele Menschen arbeiten bei uns schon in der schwarzen und in der grauen Wirtschaft. Die Arbeitslosigkeit beträgt in Ungarn 6%, bei Frauen ist sie geringer, 4%-5%. Aber die Zahl steigt. Das hängt damit zusammen, dass zuerst die Schwerindustrie abgebaut wurde, da wurden die Männer arbeitslos. Jetzt beginnt es mit den Dienstleistungen, deshalb steigt jetzt die Arbeitslosigkeit der Frauen.

De jure haben wir schon eine Gleichberechtigung, aber in der Praxis ist es sehr schwierig, die Umstellung auf die Marktwirtschaft hat die Stellung der Frauen umstrukturiert. Ich moderiere in der Nacht Nachtsendungen und in der Früh bin ich wieder an Ort und Stelle, wo man mich braucht. Es ist eine irrsinnige Überlastung, die die Marktwirtschaft gebracht hat, obwohl die Offenheit und die vielen Möglichkeiten schon sehr verlockend sind, wie wir hoffen. Wir sind doch optimistisch, dass es auch spürbar wird.

Mag. Dr. Silvia Huber

Frau Sulcová, Sie sind noch nicht so lange im Journalismus, aber was muss man in der Tschechischen Republik können, um als Journalistin erfolgreich arbeiten zu können.

Helena Sulcová

Ich würde allen Journalistinnen raten, auf jeden Fall Sprachen zu lernen. Englisch ist selbstverständlich, aber ich würde empfehlen, Russisch oder Polnisch zu lernen. Es ist immer gut, etwas zu können, das die anderen nicht können.

Als zweitens würde ich eine gute Ausbildung empfehlen. Ich würde niemandem raten, Journalistik an der Uni zu studieren. Ich meine, es ist besser, Politikwissenschaften zu studieren oder Wirtschaft, aber nicht Journalistik. Ich weiß es aus Erfahrung, denn ich habe auf der Uni nichts studiert, was ich in dem Beruf nutzen kann. Ich habe alles im Radio gelernt, aber nichts an der Uni. Aber ich habe nicht in Krems studiert.

Mag. Dr. Silvia Huber

Aus diesen Erfahrungen ist Krems überhaupt erst entstanden, als berufsbegleitendes und praxisrelevantes Konzept.

Frau Dr. Ambros, was müssen denn Ihre Leute können?

Dr. Gabriele Ambros

Die Kolleginnen in Österreich sollten in wirtschaftlichen Zusammenhängen denken können. Es ist so, dass das Studium der Publizistik sehr viel vermittelt, aber ich merke, dass ich die Kolleginnen und Kollegen dann auch hausintern dahingehend ein wenig coachen muss, dass sie lernen, ihre Ideen auch wirklich in einem wirtschaftlichen Zusammenhang zu sehen. Ich meine vernetztes Denken, Denken, das nicht nur das eigene Medium betrifft, sondern vielleicht auch Ideen für Auslandsmärkte beinhaltet und natürlich eine gewisse wirtschaftliche Basis hat.

Es ist schon wichtig, wenn jemand gerade im Fachzeitschriftenbereich weiß, dass das Schreiben für einen bestimmten Markt ein ganz anderes Schreiben ist als das bei einer Tageszeitung.

Wir haben tatsächlich sehr viele Quereinsteigerinnen. Unsere Kollegin in Prag war zum Beispiel eine Physikprofessorin an der Karlsuniversität, eine Chefredakteurin in Ungarn ist Chemikerin. Bei uns im Haus gibt es Psychologinnen, Philosophen, Biologen. Wenn jemand ein Interesse für ein Gebiet mitbringt, dann ist es nicht so wichtig, was er studiert hat oder ob er überhaupt etwas studiert hat.

Im Journalistenberuf lässt sich die Arbeit nicht immer planen. Ich gebe zu, dass der Journalistinnenberuf nicht immer leicht mit einer Familie zu vereinbaren ist. Das muss man wissen. Ich vermisse eine Veränderung der gesellschaftlichen Rollenmodelle und die Möglichkeit einer besseren Kinderbetreuung als derzeit.

Wenn eine Frau in Karenz geht, muss das Medium natürlich jemand anderer übernehmen. Es ist schon so, als würde man sich ein bisschen abschneiden von der Arbeit. Man kann den Frauen nur anbieten, dass sie in der Zeit der Karenz freiberuflich weiterarbeiten, in Kontakt mit dem Haus sind.

Mag. Dr. Silvia Huber

Frau Mucha, worauf legen Sie Wert und was muss ich tun, damit Sie mir besonders viel zahlen?

Barbara Mucha

Grundsätzlich ist alles gesagt worden. Ich tendiere bei den Einstellungsgesprächen immer zu Frauen. Ich habe keine geschlechtsspezifischen Vorurteile, aber bei meinen speziellen Feldern entsprechen eher Frauen der Zielgruppe.

Was die Bezahlung betrifft, haben wir in Österreich noch eine sehr gute Situation. Gerade in der Medienbranche haben die Frauen wirklich große, große Chancen. Das wird sich in Zukunft noch mehr verstärken, denke ich.

Wofür ich gerne bezahle, das sind gut ausrecherchierte Geschichten, die exklusiv sind, die sonst niemand hat. Ich will etwas für den Leser, für die konkrete Zielgruppe tun. Den Testgedanken, den ich am Anfang entwickelt habe, ziehe ich in allen meinen Bereichen durch. Wenn mir eine Journalistin beim Einführungsgespräch das Gefühl vermittelt, dass sie noch die Lust hat, den Willen hat, neugierig zu sein, etwas zu verändern, dann nehme ich sehr wohl Rücksicht. Ich fahre nicht mit dem Kamm drüber. Wenn etwas wirklich aufwändig ist, wenn diejenige sich einbringt und neue Ideen hat, dann gehe ich darauf ein.

Da sehe ich eine große Chance für die Frauen, die sich natürlich auch verkaufen müssen. Frauen neigen dazu, ihr Können nicht in Geldwert auszudrücken.

Frauen haben eine höhere soziale Kompetenz. Es geht nicht nur darum, dass sie um eine Sache kämpfen. Frauen sind auch wesentlich weiterbildungsaffiner als Männer. Ich verstehe sie als Transporteurinnen einer Wissensgesellschaft, die permanent gefragt sind, selbst alles wissen zu müssen.

Frauen bringen im Journalismus die Emotionen einer Geschichte rüber. Frauen können durch ihre soziale Kompetenz meines Erachtens auch wesentlich besser verkaufen. Das – auch das Aufmachen von Menschen bei einem Interview – zählt bei einer wirklich guten Geschichte.

Mag. Dr. Silvia Huber

Was können Medienfrauen aus dem Wandel lernen? Wir haben einiges über Humankapital gehört, das immer wichtiger werden wird. Frauen werden und bleiben wichtig. Wir haben auch durchaus eine Verhandlungsposition und dürfen auch hin und wieder nein sagen, bevor das Burnout über uns kommt. Es gibt schon Chefinnen, die dafür Verständnis aufbringen.

Wir haben auch gehört, dass wir Verlässlichkeit, Genauigkeit, das Auseinandersetzen mit der Branche, Klarheit und Verständlichkeit und Flexibilität brauchen.

Für alle jene, die im Journalismus nicht ganz zufrieden sind, sollten wir nicht vergessen, dass es immer wieder Leute gibt, die aus der PR-Branche, aus der Chemie oder der Physik in den Journalismus gehen, dass aber gerade Branchen wie die PR-Branche für Journalistinnen offen stehen.

Spezialwissen ist wichtig, und auch das zu lernen, was nicht alle können und einen zusätzlichen Wert zu schaffen. Und zum Schluss auch, besser zu verhandeln und uns zu verkaufen.

Das geht auch gut einher mit der Grundlagenstudie, die diesem Kongress vorausging. 61% der Journalistinnen tun einiges, um sich weiterzubilden. Sie nennen Sprachen, Auslandspraktika, Eigen-PR stärken, Networking, Nischen zu suchen, Spezialisierungen anzustreben, Zusatzausbildungen zu machen.

Workshopergebnisse

Grenzenloses Netzwerken

Petra Stuibler

„Grenzenloses Netzwerken“ ist an sich schon ein sehr weitgefasstes Thema. Ist „grenzenlos“ geografisch gemeint, meint es die Grenzen zwischen dem Medium an sich, beschreibt es Geschlechtergrenzen?

Bei mir war Dr. Alexandra Förderl-Schmidt, erste Präsidentin der Auslandsjournalisten in Deutschland. Sie hat erzählt, dass es nicht für alle Auslandsjournalisten in Berlin selbstverständlich war, dass eine Frau Präsident wurde. Es gab einen arabischen Journalisten, der aus der Vereinigung ausgetreten ist.

Auf meinem Podium war auch Dr. Susanne Glass. Sie arbeitet für die ARD in Wien, ist auch im Vorstand der Auslandspresse in Wien und hat als Aufgabenbereich insgesamt 12 Ländern in Südosteuropa und wird immer in Kriegs- und Krisengebiete geschickt. Sie sagt, dass man dafür gute Netzwerke braucht, auch zu den Journalisten vor Ort.

Dr. Eva Cescutti ist im Internationalen Forschungszentrum Kulturwissenschaften in Wien beschäftigt, sie ist eine Journalistin, die auf Deutsch und Italienisch schreibt. Ihre Kernaussage war, dass Netzwerken gut ist, dass sie aber manchmal das Gefühl hat, vor lauter Netzwerken schon die Richtung zu verlieren. An vorderster Front steht die Richtung, in die man gehen möchte.

Dr. Anneliese Rohrer hat den Takt vorgegeben, indem sie gesagt hat, dass Netzwerken auch gewisse Gefahren birgt. Es gibt einen gewissen Ausnützfaktor beim Netzwerken. Es gibt auch bei Frauennetzwerken durchaus Frauen, die sich darauf verlassen, dass sie durch das Netzwerk geschützt sind und keine Qualität liefern müssen. Es besteht nicht die automatische Verpflichtung, jede Frau zu unterstützen.

Man kann zusammenfassen, dass Netzwerke wichtig sind in jedem Journalismus, besonders im Auslandsjournalismus. Ohne Netzwerke geht es nicht. Man kann sich auf sie stützen, aber sie können einem nicht alle Probleme aus dem Weg räumen.

Frauen neigen dazu, sich in strukturierte Netzwerke zu begeben, aber das ist nicht alles. Auch die informellen Netzwerke - jemanden, den man kennt, immer wieder anzurufen – können karrierefördernd sein.

Zu hohe Erwartungen an Netzwerke können auch Enttäuschungen nach sich ziehen. Immer nur den Nutzenfaktor zu betrachten, kann auch schlecht sein. Der Nutzenaspekt allein ist ein bisschen wenig.

Wichtig für Frauen ist mehr Selbstbewusstsein, Visibility. Nicht erwarten, dass dem Chefredakteur von selber auffällt, dass man gute Arbeit leistet. Auch so kann man ein informelles Netzwerk aufbauen.

Keine Angst vor Stammtischen. Eine junge Kollegin hat gemeint, sie habe das Gefühl, bei solchen Stammtischen zu stören. Und sie reden ohnehin nur über Fußball. Aber es verändert sich auch das Klima in einem Netzwerk, wenn Frauen anwesend sind. Auch die Auslandspresse macht Stammtische. Solche informellen Treffen sind nicht schlecht.

Sich nicht selbst im Weg stehen. Zum Beispiel nicht darüber klagen, dass die Karrierefrauen ja viel ärger sind als die ärgsten Machomänner. Auch dieser Zugang bringt Frauen insgesamt nicht gut weiter.

Dr. Rohrer hat eine reizvolle Idee geboren. Wie wäre es denn mit einem Netzwerk der Zeilenschreiber und –schreiberinnen. Diese Gruppe hat eine sehr schwache Lobby und sollte sich zusammenschließen, um ein besseres Standing zu haben und sich den Mut zum aufrechten Gang leisten zu können.

Workshopergebnisse

Enge Grenzen: Die Spezialistinnen

Dr. Eva Suchy – Musikjournalistin

Die vier Frauen, die mit mir am Podium waren, haben interessante Karrieren.

Birgit Dalheimer hat Molekulargenetik studiert und hatte das Glück, dass das Thema gerade gesucht wurde, als sie beim ORF angefangen hat. Sie musste natürlich die Tools des Radiomachens lernen.

Ute Woltron studierte Architektur und hat den Journalismus „von der Pike auf“ gelernt, sowohl Wirtschaftsjournalismus als auch Kulturjournalismus.

Keine der Frauen hat übrigens eine Berufsbezeichnung für sich in Anspruch genommen, die es bereits gibt. Es ist bereits ein feiner sprachlicher Zugang, wenn man mit den vorhandenen Worten nicht zufrieden ist. Ute Woltron sagt, sie ist nicht Architekturkritikerin.

Luzia Schrampf sagt, sie ist nicht Weinkritikerin. Sie sieht sich nicht in dieser Tradition, sondern hat einen neuen Zugang. Sie war Technik-Redakteurin beim „Standard“, Übersetzerin, Lektorin, Korrektorin und hat sich aus Leidenschaft das Weinwissen angeeignet.

Das Wort „Experte“ hatte im deutschen Sprachraum eine Zeitlang eine sehr feindliche Bedeutung. Es hat sozusagen einen historischen „Schwanz“, den man vielleicht auch überwinden kann.

Sabine Jansen-Nöllenburg hat sich eine Karriere als Katzenexpertin aufgebaut und sehr schön und selbstbewusst davon erzählt. Die Grundlage des Erfolgs ist Leidenschaft, die nicht unbedingt auf eine Berufsausbildung hinzielen muss.

Einstein hat, glaube ich, gesagt, dass er nicht besonders begabt ist, aber sehr neugierig. Neugierde ist eine gute Voraussetzung.

Alle diese Frauen haben mir ihrem Wissen auch andere Kompetenzen erlangt, sie können zum Beispiel in Prüfungskommissionen Geld verdienen.

Dass wir vorbildlose Berufe haben, ist spannend, aber natürlich auch eine Falle. Wir können uns nicht mit vorhandenen Begriffen identifizieren. Ich habe dafür plädiert, dass gerade Expertinnen ihren Beruf sehr selbstbewusst darstellen. Ich bin Musikwissenschaftlerin, ich mache Sendungen, ich habe Lehraufträge, ich mache eine Ausstellung. Ich bin ein vielseitiger, gefragter Mensch.

Dieses Selbstbewusstsein ist auch gut für Honorarforderungen. Ich plädiere für eine selbstbewusste Darstellung des eigenen Berufs und des Expertentums.

Wir waren uns nicht ganz klar, ob ein Mentor, ein Gutachter, eine Hilfe ist. Man braucht das immer wieder bei Druckförderungen, bei Verlegern.

Ein Erfolgsfaktor ist das Telefonbuch. Das ist ein Geschäft. Wenn Sie jemandem eine Telefonnummer geben, muss derjenige auch etwas für Sie tun. Das muss nicht immer nur Geld sein.

Führt Expertenschaft ins Eck? Expertenschaft, die aus einer akademischen Ausbildung entsteht, bewirkt eine große Fähigkeit zum Übertragen von Tools. Wenn ich in der Japanologie zu recherchieren gelernt habe, kann ich auch über Kindermisbrauch schreiben. Man hat irrsinnig viel von einer sehr schwierigen Sache gelernt, alles andere ist dann sogar leichter. Und man kann ja auch einmal über andere Themen schreiben.

Wie bringt man sein Thema überhaupt an? Wie vermittelt man, dass man viel weiß, ohne dem Gegenüber das Gefühl zu geben, dass er ein Trottel ist? Gut vorbereitet sein und Recherche, Recherche, Recherche. Unsere Expertenschaft macht uns so flexibel, dass wir unser Thema den jeweiligen Medien anpassen können. Es ist ein Unterschied, ob wir fürs Radio schreiben, eine Tageszeitung, oder ob wir einen wissenschaftlichen Artikel schreiben.

Wir haben in Österreich einen großen Wunsch nach Qualitätsjournalismus. Wir haben viel zu wenig davon. Ich bitte, nicht in die Depression zu verfallen und zu sagen: Es geht eh nix.

Alle unsere Nachbarländer zeigen, dass Qualitätsjournalismus möglich ist. Wir können in unserer sozialen Umgebung darauf bestehen, dass Bildung „in“ ist. Wenn wir uns in diese Welt einmischen wollen, dann wollen wir auch bessere Medien haben, die uns ja auch mehr Arbeit und mehr Möglichkeiten geben.

Publikum

So toll das jetzt war, aber an wen haben Sie diesen Appell gerichtet? Von wem wollen Sie mehr Qualität?

Dr. Eva Suchy

Von uns. Wir wollen mehr Platz, mehr Seiten. Wenn wir uns nicht als Randerscheinung dieser Welt betrachten, dann haben wir Verantwortung.

Publikum

Ich habe als freie Journalistin in Österreich eine ziemlich enge Toleranz im Medienbereich erlebt. Wenn ich in einer Schweizer Zeitung einen Artikel vorgelegt habe, dann konnte es heißen: Es ist nicht gerade unsere Linie, aber es ist interessant, das nehmen wir.

Wenn ich das in Österreich mache, heißt es: Können wir nicht bringen, ist nicht unsere Linie, keine Chance, Dankeschön, auf Wiedersehen. Diese Enge stört mich ungemein.

Publikum

Beim Aufruf zur Qualität bekomme ich immer wirklich einen Zorn, und zwar deswegen, weil die Zustände in der Medienlandschaft so sind, dass jeder Quadratzentimeter an Qualität ein Quadratmeter an Selbstausbeutung ist.

Dr. Eva Suchy

Es war ein Aufruf zum Kampf um Qualität. Mit diesem „Dafür haben wir keinen Platz“ finden wir uns nicht ab. Oder? Es ist ein Wunsch.

Publikum

Ich habe das so erlebt, dass die meisten Medien ihre Sätze haben. Sie brauchen ganz einfach viermal so viel Zeit, um etwas Gescheites zu recherchieren, als irgendeine PR-Mappe herzunehmen. Seien wir doch ehrlich.

Workshopergebnisse

Männerdomäne Technik

Karin Strobl

Die vier Vortragenden waren Mag. Sabine Bachinger, Kommunikationschefin bei Telekom; Marion Gröbner, eine der wenigen Kamerafrauen, die es in Österreich gibt; Elisabeth Pechmann, eine ausgezeichnete Motorjournalistin und ehemalige Kommunikationschefin des ÖAMTC; und Martina Stadler ist die einzige weibliche Führungskraft im ORF, die für die Bühnenausstattung zuständig ist, das hat nichts mit Blümchen und Requisiten zu tun, sondern es ist harte Arbeit mit Tischlern und Malerei und Schmiedekunst.

Wer sich so spezialisiert hat, betritt den Sandkasten der Männer. Wer diesen Sandkasten betritt, wird sich ein bisschen schmutzig machen, wird aber andererseits die Spielregeln schon vorher können müssen. Man wird nicht plötzlich weibliche Spielregeln erfinden können.

Das schafft man mit einem langen Atem, mit sehr viel Selbstvertrauen und mit Leidenschaft, die bis zur Selbstaufgabe gehen kann. Es geht nicht so sehr ums Hineinkommen, es gibt nämlich kaum Frauen in Österreich, die in diesen Männerdomänen Fuß gefasst haben, es gibt sogar den Wunsch, dass mehr Frauen dort Fuß fassen. Viel schwieriger sind das Drinnenbleiben und das Weiterkommen. Das Weiterkommen ist fast unmöglich. Die Leiterin einer Druckerei hat ganz offen gesagt, dass es sie 20 Jahre Tränen gekostet hat, dahin zu kommen, wo sie jetzt ist.

Wenn als Frau zum Beispiel die Technik beim ORF leitet, wird man zuerst einmal ignoriert. Wenn man das weiß und es nicht persönlich nimmt, hat man die erste Hürde überwunden. Die zweite ist, dass man von den Herren Kollegen verniedlicht wird. Dann kann es passieren, dass in einer Sitzung gesagt wird: Geh, hol du einmal den Kaffee. Wenn man sich auf dieses Spiel einlässt, wird man auf dem Abstellgleis landen. Die dritte Hürde ist der Kampf um jeden Zentimeter Wissen, man muss kommunizieren, dass man etwas kann. Wenn man alle diese Hürden überwunden hat, ist die letzte Stufe Akzeptanz.

Am Vormittag gab es die Diskussion, ob wir das Wort Karriere nicht vielleicht überdenken müssen. Wenn ich heute einer Frau zugestehe, dass sie Karriere gemacht hat, dann hat es mehr Bedeutung, als wenn ein Mann Karriere gemacht hat. Sie hat die Spielregeln gelernt, sie weiß sich durchzusetzen und sie hat nicht aufgegeben. Kompetenz ist das Produkt aus Können, Wollen und Dürfen. Am Dürfen hapert es zumeist.

Wir würden uns wünschen, dass mehr weiblicher Nachwuchs gefördert wird. Wenn ich die einzige Frau in einem zehnköpfigen Team bin und eine zweite Frau kommt hinzu, dann darf ich auf diese Frau, die ganz unten ist, nicht hinhacken und jede Frauensolidarität vergessen.

Das heißt aber auch, als Leiterin zuerst einmal den Mund zu halten, wenn eine Frau einen Fehler macht. Denn auf das warten Männer. Wenn eine Frau einen Fehler macht, dann ist es unverzeihlich.

Fürs Weiterkommen braucht man Weiterbildung, Fortbildung, Strategie und vor allem Coaching, Beratung, Netzwerken.

Workshopergebnisse

Honorare selbstbewusst verhandeln

Dr. Monika Rupp – Gleichstellungsbeauftragte ORF

Wir haben das Thema von zwei Richtungen her behandelt, einmal unter dem Gesichtspunkt wirtschaftlicher Rahmenbedingungen, zum anderen unter dem persönlichkeitszentrierten Aspekt. Mag. Angelika Schähle, sie arbeitet im Bereich Finanzcoaching bei der Generali Versicherung, hat darauf hingewiesen, wie wichtig es ist, bei Honorarverhandlungen im Hinterkopf immer einen Lebensfinanzplan zu haben. Das ist für Frauen besonders wichtig, die zumeist auf kürzere Durchrechnungszeiten, aber eine längere Lebenserwartung rechnen können. Das heißt, ihr Finanzleben gestaltet sich abwechslungsreich. Da einen Plan im Kopf zu haben, ist wichtig. Ihr persönlicher Rat für Verhandlungen ist, möglichst authentisch zu sein, möglichst selbstbewusst. Dr. Astrid Zimmermann, die stellvertretende Vorsitzende der Journalistengewerkschaft, referierte über Mindesthonorarsätze für freie Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, und deren Verbindlichkeit. Es ist wichtig zu wissen, worüber man überhaupt verhandelt. Wie sehen die gesetzlichen Rahmenbedingungen aus? Das ist besonders wichtig für diejenigen, die gezwungen sind, ihr gesamtes Honorar auszuverhandeln. Es gibt eine Kombination der Honorierung nach Anschlagszahl und Zeitaufwand. Der Zeitaufwand ist natürlich eine Falle. Wenn ein Artikel in der Online-Berichterstattung weiterverwendet wird, dann bedeutet das plus 10%. Man darf auch die Schwelle nicht übersehen, wenn man von der freien Mitarbeiterin zur ständigen freien Mitarbeiterin wird, wenn man nämlich zwei Drittel der Arbeitszeit eines Angestellten über ein halbes Jahr hinweg erbringt. Dann gelten nämlich andere Honorarrichtlinien, es gibt eine Pauschale, es gelten Kündigungsfristen, Dienstreisen müssen abgegolten werden. Alle entsprechenden Rahmenrichtlinien finden Sie zum Download unter www.djp.at Darüber hinaus besteht jedoch sehr viel Spielraum für Verhandlungen.

Ist eine Klagsdrohung auf Basis dieser gesetzlichen Rahmenbedingungen im Ernstfall sinnvoll? Das Bewusstsein bezüglich der rechtlichen Möglichkeiten ist sehr förderlich, damit in den Krieg zu ziehen, wird nichts mehr bringen, weil die Fronten schon zu verhärtet sind. Man möge sich in solchen Fällen an den Betriebsrat wenden, der auch die Interessen freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vertritt.

Christine Bauer-Jelinek referierte zum Thema „Wie Frauen bekommen, was sie wollen“. Es bedarf einer strategischen Planung der Machttechniken, die Aufstellung eines Argumentekatalogs ist vonnöten, denn bei einer solchen Honorarverhandlung handelt es sich um einen Konflikt, eine Machtsituation. Wenn man möglichst viel erreichen will, wird der Verhandlungspartner bestrebt sein, möglichst wenig zuzulassen. Man muss also auch die Position des Gesprächsgegenübers genau abklären. Und man muss den eigenen USP benennen, die eigenen persönlichen Stärken müssen auch benannt werden.

Originalzitat Christine Bauer-Jelinek: „Was der Auftraggeber sich erwartet, ist klar: Sie sollen bescheiden, still und nett sein“.

Es ist auch wichtig, sich mit den eigenen Emotionen und Werten und den Emotionen und Werten des Gesprächspartners auseinanderzusetzen, ein Fall Back- und ein Worst Case Szenario zu

entwerfen. Wo und wie weit gebe ich nach und was fordere ich statt dessen ein? Dieses nicht zu tun, kommt der Machtstümperei gleich. Ebenfalls wesentlich ist die Fähigkeit zu eskalieren und zu de-eskalieren. Es muss nicht zum Kampf kommen, aber man sollte zum allfälligen Kampf gerüstet sein.

Und ein Zusatz: Frau bekommt so viel, wie sie sich kleidet. Die Spielregeln, die am Schauplatz Herd herrschen, lassen sich auf externe Schauplätze nicht so ohne weiteres übertragen. Was im häuslichen Kontext sehr hilfreich ist, die sehr bequeme, sehr legere Kleidung, kann am Markt eher Verwunderung erregen.

Es hindert Frauen, wenn sie moralisieren statt zu argumentieren, wenn sie ihre Leistungen nicht zentriert anbieten, wenn interessante Inhalte und gute Stimmung wichtiger sind als Geld.

Es ist weniger wichtig, ob eine Strategie authentisch ist. Glaubhaft muss sie sein.

Jasmin Dolati, sie ist Redakteurin, Moderatorin, Stimmbildnerin und Coach, hat sich mit dem erfolgreichen Einsatz der Stimme bei Verhandlungen befasst. Es gibt Untersuchungen, wonach über Erfolg und Misserfolg einer Verhandlung zu 54% das Auftreten, zu 32% die Stimme entscheiden. Der restliche Prozentsatz betrifft die fachliche Kompetenz. Man kann sie da auch unter www.stimme.at schlau machen.

Grundsätzlich wichtig war für Jasmin Dolati, wie sie es mit den Worten von John F. Kennedy benannt hat: „Fürchte nie eine Verhandlung, führe nie eine Verhandlung aus Furcht.“

Auf der Beziehungsebene ist es wichtig, sich mit dem Wesen des Gesprächsgegenübers auseinanderzusetzen und, am besten in einem Rollenspiel, zu üben, wie das Gespräch verlaufen könnte. Parallel zur Erstellung einer Checkliste auf der Inhaltsebene sollte man auch eine Checkliste auf der Beziehungsebene erstellen. Zur Vorbereitung gehört auch, die eigenen Argumente, die Betonung der eigenen Stärken, auf Band zu sprechen. Bei der zehnten Aufnahme hört es sich erfahrungsgemäß schon überzeugender an als beim ersten Mal.

Wenn man auch die Beziehungsebene mit einbezieht, kann auch eine Honorarverhandlung sehr lustvoll und spannend sein.

Wie sehr müssen Frauen in den Medien dem Druck, ihre Honorare selbst ausverhandeln zu müssen, selbst nachgeben? Es steht Freiheit gegen Bindung, somit Luxus gegen notwendiges Geld. Sich von selbstbewusster Honorarverhandlung freiwillig zu distanzieren, bedeutet Freiheit im Sinne von Luxus: Nicht jede kann ihn sich leisten.

Inwieweit haben weibliche Reize, auch wenn sie nicht bewusst eingesetzt werden, bei einem männlichen Gesprächsgegenüber eine Wirkung in Richtung Verhandlungsergebnis? Die Antwort von Christine Bauer-Jelinek: Der Überraschungseffekt ist nach 30 Jahren Frauenbewegung vorbei. Und der Einsatz weiblicher Reize ist ein altmodisches Geschütz. Professionell auftreten heißt in allen Kulturkreisen, Sexualität zu verhüllen.

Fazit: Nicht zu wissen, wo man hin will, keine eigene Strategie zur Zielerreichung zu entwickeln, ist Machtstümperei.

Speziell Wiedereinsteigerinnen sollen sich bewusst machen, dass Fragen nach der Gestaltung ihres Privatlebens, nach Familienplanung und dergleichen verboten sind. Eine allfällige Antwort darf in diesen Ausnahmefällen getrost gelogen sein. Und es empfiehlt sich, auf die im Familienmanagement erworbenen Multi-Tasking-Kompetenzen hinzuweisen.

Ratschläge: In eine Honorarverhandlung mit einer höheren Vorstellung hineingehen, als dem tatsächlich zu erreichenden Ziel. Und wenn das männliche Verhandlungsgegenüber eine der leicht zu benennenden weiblichen Tasten drückt, wie: Du darfst eine gute Geschichte machen, darauf hinweisen, dass eine gut gemachte Geschichte nicht von einer schlecht bezahlten Redakteurin gemacht werden kann.

Workshopergebnisse

Medienrecht: Änderungen, Unterschiede in der EU

Dr. Martina Salomon – Leiterin Innenpolitik, „Die Presse“

Bei uns kreiste die Diskussion vor allem um ein Thema, das nicht frauenspezifisch ist, sondern alle Journalisten betrifft. Es geht um die Autorisierung von Interviews. Es gab einige, für die Autorisierungen überhaupt nicht in Frage kommen. Es gab auch welche, zu denen auch ich

gehöre, die meinen, wer selbst schon einmal interviewt worden ist, der weiß, dass es durchaus etwas auf sich hat, sich die Zitate noch einmal vorlegen zu lassen.

Wir haben einen Konsens gefunden, einen sehr interessanten Vorschlag von Frau Mika aufgenommen: Es sollte im Grunde in Österreich über alle Zeitungen und Geschlechter hinweg eine Art Kodex erarbeitet werden, wie man mit Interviews von beiden Seiten umgeht.

Wir schlagen vor: Autorisierung ja, um Fehler zu vermeiden, aber keinesfalls, um Interviews zu schönen, Kanten abzuschleifen, Fragen umzuschreiben. Das kommt für uns nicht in Frage. Es wäre wichtig, wenn es darüber eine Diskussion gäbe, vielleicht ist der Journalistinnenkongress ein Anstoß dazu.

Das Recht allein hilft uns da nicht sehr weiter, wie wir von Dr. Silberbauer, einer Rechtsanwältin, gelernt haben. Es gab im November 2004 in Österreich ein OGH-Urteil – jemand hat eine Interview-Aussage über einen Konkurrenten gemacht und ist verurteilt worden, hat aber darauf bestanden, falsch zitiert worden zu sein. Das Urteil besagt, dass der Interviewte für solche Interview-Aussagen verantwortlich ist.

Dr. Kickinger, sie ist Pressesprecherin und Generalsekretärin der Post AG, hat einen sehr interessanten Satz gesagt: Sie betrachtet Journalisten als Freunde, bei ihr gibt es also keine Autorisierung. Der Markt regelt sich von selbst und Leute, die immer „Blödsinn“ schreiben, bekommen schließlich keine Interviews mehr.

Unser eigentliches Thema, das EU-Medienrecht ist ein wenig stiefmütterlich behandelt worden. Dr. Peucker, Lobbyistin für Bertelsmann in Brüssel, meinte, dass es einige Dinge gibt, die noch im Brutkasten schlummern. Ein Urteil des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte im Zusammenhang mit Caroline von Monaco wird dazu führen, dass in ganz Europa mit privaten und halbprivaten Fotos öffentlicher Personen restriktiver umgegangen wird.

Publikum

Wie sieht es mit den Rechten der freien Journalisten der Redaktion gegenüber aus, wenn gekürzt wird, ohne dass sie autorisieren?

Dr. Martina Salomon

Das müssten Sie im Grunde die Rechtsanwältin fragen. Im Zusammenhang mit Interviews gibt es schon Riesenprobleme, auch seitens der Medien gegenüber den Interviewpartnern. Ich sehe das durchaus nicht eindimensional.

Publikum

Zumindest im ORF ist es so, dass ohne mein Wissen nichts gekürzt werden darf.

Vortrag

„Mimosen in Hosen“

Sabine Riedl und Dr. Barbara Schweder

Sabine Riedl

Wahrscheinlich müssen wir heute auf Männer verzichten, die mit rotem Gesicht aufspringen und die Fäuste schütteln, das kommt bei unseren Vorträgen manchmal vor. So sind wir heute einmal unter uns.

Es geht uns heute Abend um das Phänomen der Gläsernen Decke. Das ist vielleicht sogar ein zu schöner Euphemismus für das, was ich eher als „Frauerversenken“ bezeichnen müsste, den bleiernen Pantoffel. Es sind immer die Frauenkarrieren, die wie durch Geisterhand gelenkt, im Acker landen, oder in der Sackgasse.

Ich selbst habe die klassische weibliche Karriere gemacht, 18 Jahre im selben Betrieb und immer noch freie Mitarbeiterin und ich bin mir sicher, dass jede Einzelne von Ihnen eine oder mehrere Geschichten dieser Art zu berichten wüsste.

Anneliese Rohrer, eine der profiliertesten Journalistinnen des Landes, ist einem Mann zu gefährlich geworden, ein Vorgesetzter musste sie dringend aus der Innenpolitik entfernen, sie musste in die Außenpolitik verfrachtet werden. Auch dort hat sie nicht den Anstand gehabt, schlechte Figur zu machen, und so blieb nur noch eines: der Ruhestand.

Man muss sich schon fragen, warum es nur wir Frauen sind, die da immer in den sauren Apfel beißen. Wir behaupten einmal, es hat mit der Natur, der Biologie der beiden Geschlechter zu tun. Ich höre jetzt förmlich, wie manche von Ihnen die Ohren anlegen, denn wir Frauen sind ja nicht allzu verwöhnt worden mit den Erkenntnissen der Wissenschaft in den letzten Jahrhunderten. Virginia Woolf hat einmal gesagt: „Auch die Wissenschaft hat ein Geschlecht, sie ist ein Vater, ein Mann.“ Und sie hat Recht gehabt, die Wissenschaft war ausschließlich dazu da, das Patriarchat zu rechtfertigen. Die größten Gemeinheiten sind unter dem Deckmäntelchen der Wissenschaften über uns ergossen worden. Ich denke an Paul Möbius, der ein Buch mit dem Titel „Der physiologische Schwachsinn des Weibes“ geschrieben hat. Nicht, dass uns diese Gesinnung nicht heute noch begegnet. Aber – und das ist der große Fortschritt – niemand würde sich mehr trauen, das öffentlich zu postulieren. Und niemand würde es wagen, das als wissenschaftlich zu publizieren. Das hängt damit zusammen, dass immer mehr Frauen sich in die Wissenschaften vorgewagt haben, in die traditionellen Männerdomänen. Seit Frauen in der Evolutionsforschung, der Anthropologie, der Zoologie tätig sind, zeichnet sich ein völlig anderes Bild von den Geschlechtern ab, als wir es kannten.

Ich bin in dem Zusammenhang immer sehr dankbar für die Geschichte von Adam und Eva. Der liebe Gott hat den Mann erschaffen, als Abbild seiner selbst, und damit dem Besten nicht langweilig wird, hat er ihm eine Gespielin zurechtgedrückt aus seiner Rippe. Ich finde das Beispiel deshalb gut, weil es erstens zeigt, dass keine Verrenkung zu absurd war, um die Frauen auf die Plätze zu verweisen, und weil es zweitens im Kern eine profunde biologische Wahrheit enthält. Es stimmt tatsächlich, dass ein Geschlecht lange vor dem anderen da war, und es stimmt auch, dass das zweite Geschlecht als hundertprozentiger Ableger des ersten Geschlechts entstanden ist. Nur müssen wir noch eine kleine Umbesetzung vornehmen. Es war nicht die Frau, die aus dem Mann entstanden ist, sondern umgekehrt. Es ist der weibliche Bauplan der Grundbauplan des Lebens. Das männliche Geschlecht wurde aus Gründen, die wir Ihnen später erzählen werden, dazu erfunden. Das manifestiert sich bis heute. Es ist das männliche Geschlecht immer noch ein trotziger kleiner Dissident des weiblichen Bauplans.

Eines der schönsten Beispiele, weil es aktuell und sehr symbolisch ist: Die Geschlechtschromosomen. Wir Frauen haben ja zwei Xe, Männer haben ein X und ein Y. Übrigens ist das Y-Chromosom, das männliche Geschlechtschromosom, das einzige, das den Mann genetisch von der Frau unterscheidet. Jahrelang haben Männer aufgetrumpft, das haben wir und ihr habt das nicht. Seit etwas mehr als einem Jahr wissen wir, dass das Y-Chromosom ein um Arme und Beine amputiertes X-Chromosom ist, ausschließlich zuständig für die Produktion von Penis, Hoden und Samen. Es ist das einzige Chromosom, das wie eine Insel im Genom mit keinem anderen Chromosom unserer 46 anderen kommuniziert. Die Xe tun das, sie tauschen sich aus. Kommt uns das nicht bekannt vor?

Das ist nicht das einzige Beispiel, wo sich männliche Defizite offenbaren. Beinahe schon eine Binsenweisheit sind die sieben Jahre Lebensdauer, die Männer auf uns Frauen verlieren. Aber damit nicht genug, sie sterben wesentlich häufiger an Zivilisationskrankheiten, an Infektionskrankheiten, sie werden öfter von Parasiten befallen. Auch das männliche Hormonsystem erweist sich immer wieder als ein Bumerang. Man fragt sich, warum sich die Natur die Mühe gemacht hat, so ein fehlerhaftes, hingefälliges Geschöpf zu erfinden, wenn wir doch eigentlich mit dem Urbauplan des Lebens, der Frau, gut ausgekommen wären. Dazu müssen wir weiter zurückgehen als bis Adam und Eva, in die Zeit vor mehreren hundert Millionen Jahren, als unsere Vorfahren noch als amorphe Klümpchen im Unisex-Outfit in der Ursuppe geschwommen sind.

Barbara Schweder

Ich bin die Humanbiologin von uns beiden. Ich möchte genau genommen eine Milliarde Jahre zurückgehen, nämlich in die heiße Suppe. Damals ist der Sex entstanden, nicht als ein vergnüglicher Zeitvertreib, sondern als Verteidigungsstrategie. Es hat sich nämlich damals schon herausgestellt, dass einige Einzeller sehr viel evoluiert waren als andere, die kleinen Bakterien haben sehr schnell mutiert. Größere Einzeller, die bereits kleine Zellorganellen gehabt haben, hatten ihr Mühe und Not, sich gegen die kleinen Fressfeinde zu verteidigen. Sie haben begonnen, Stückchen ihrer genetischen Information auszutauschen, mit dem Vorteil, dass sie unterschiedlich

geworden sind. Nach dem Motto: Ich brauche nicht ein besseres Schloss als der Nachbar, ich brauche nur ein anderes.

Der Sex war damals ziemlich egalitär. Es haben sich zwei gleichwertige Zellen aneinander gelegt, beim Pantoffeltierchen kennt man das gut, die Zellwand ist aufgegangen – das nennt man Plasmabrücke – und es sind Stücke hin und her gewandert. Getrennt haben sich zwei unterschiedliche Tiere. Die Fortpflanzung lief dann so, dass sich das Muttertier geteilt hat und zwei gleichwertige Tochterzellen sich wieder auf Nahrungssuche gemacht haben.

Erst bei den Vielzellern haben sich zwei verschiedene Strategien entwickelt. Die einen haben auf Qualität der Nachkommen gesetzt, die anderen auf Quantität. Jene, die auf Qualität gesetzt haben, waren wählerisch, jene, die auf Quantität gesetzt haben, wahllos kompetitiv. Wir bewegen uns schon in Richtung weibliche und männliche Strategie, beide haben ursprünglich noch im selben Tier stattgefunden. Schnecken zum Beispiel können auch heute noch in ihrem Leben einmal Weibchen, einmal Männchen sein und übernehmen die dazu passende Strategie.

Auch Fische können ihr Geschlecht noch ändern, wenn es notwendig ist. In einem Pool von Weibchen, bildet sich das jeweils stärkste zum Männchen heraus.

Bei den Landtieren sind die Geschlechter schließlich festgelegt, weil die Befruchtung im Inneren des Körpers stattfinden musste, das Medium Land war zu unsicher. Das Weibchen hat eine noch viel größere Aufgabe bekommen, es musste nicht nur mehr Material investieren, sondern auch persönlichen Einsatz. Die Weibchen haben sich weiter auf die Qualität spezialisiert, die Männchen weiter auf die Quantität. Die Natur hat jenes Geschlecht bevorzugt, das die Hauptinvestition in die Nachkommen leistet.

Es sind aber nicht alle Männchen für die Fortpflanzung notwendig, es ist daher ihr Verlust einkalkuliert. Die Qualität und die Quantität, die wir bei den Gameten haben, sind auch die Individuen verlängert. Alle Weibchen sind für die Fortpflanzung notwendig, aber nur ein geringerer Prozentsatz der Männchen. Warum ist das Geschlechterverhältnis dann doch ausgeglichen? Das hängt mit der Elterninvestition zusammen. Für die Eltern ist ein Mädchen die Bank, der Sohn ist der gewagte Einsatz. Mit einer Tochter bin ich auf der sicheren Seite, mit einem Sohn kann ich den dreifachen Output haben, wenn er zum Beispiel dreimal heiratet.

Auch bei uns Menschen ist es noch immer so, dass einige Männer selbst in unserer paarbildenden Gesellschaft häufiger Väter werden auf Kosten von anderen Männern. Wie konnte es dann dazu kommen, dass man Frauen immer davor gewarnt hat, dass sie „überbleiben“, dass sie es notwendig hätten, in die Ehe zu gehen, wo es doch in Wirklichkeit umgekehrt ist? In Wirklichkeit ist die Ehe die einzige Möglichkeit für einen Mann, sicher Vater zu werden? Eine Frau wird Mutter, und sie weiß immer sicher, dass sie es ist. Der Vater kann sich nicht so sicher sein, er muss also schauen, dass er eine Frau für sich monopolisiert, damit er sicher zum Vater wird.

Wir sehen schon, wo das hinführt. Die Hierarchie ist etwas, das den Mann schützt. Der Konkurrenzdruck unter männlichen Individuen wird nämlich unter diesen Aspekten enorm groß. Als Frau bin ich Mutter, egal ob eine andere Frau auch noch Mutter wird. Wenn ein anderer Mann Vater wird, heißt das nicht, dass ein Mann seine Reproduktionschancen aufrechterhalten hat. Wenn ein Mann in seinem Leben dreimal hintereinander heiratet und mit drei Frauen eine Familie gründet, dann bleiben sozusagen zwei Männer über.

Der Konkurrenzdruck unter männlichen Individuen dient der Fortpflanzung. Mannsein ist gefährlich. Der Drang, Hierarchien zu errichten, wird verständlich. Ursprünglich war die Hierarchie nicht gegen Frauen gerichtet, sondern sie war eine Orientierungshilfe für Frauen. Die Männer machen bei paarbildenden Individuen Werbung in eigener Sache. Der Mann kämpft sich an die Spitze, bildet eine Gefolgschaft, dann marschiert er auf und die Frau erkennt, dass er interessant ist.

Selbstverständlich haben die männlichen Hierarchien auch ihre hormonelle Begleitmusik. Das Testosteron, der „Männermacher“ schlechthin, spielt eine ganz wesentliche Rolle im Spiel um Status und Toleranz unter Männern. Es ist aber auch ein sehr launischer Partner, auf den ich mich nur ungern verlassen würde. Testosteron macht jeden Tag eine Achterbahnfahrt und man muss als Frau schon fast amüsiert lächeln, denn was ist den Frauen nicht alles an hormonellem Auf und Ab unterstellt worden. Der männliche Hormonhaushalt ist um vieles abhängiger und launischer als der weibliche. Es gibt einen Grundtestosteronlevel, der vererbt wird und relativ konstant bleibt, es

gibt aber auch diese Extraportion „T“, das sich Männer gerne in ihren Scharmützeln und Rangkämpfen holen. Es ist ein Winner-Hormon, denn in jedem kleinen Scharmützel, und sei es auch nur in einem Büro, kann sich der Sieger einen Schuss Testosteron holen. Das wiederum verstärkt das Dominanzverhalten und schüchtert andere ein. Das ist die Begleitmusik zum ständigen Evaluieren von Männerhierarchien. Männer sind schmerzlich abhängig von diesem Auf und Ab. Sie suchen förmlich Auseinandersetzungen, um sich diesen Schub zu holen. Dazu eine kleine Geschichte. Livia Klingl und ich saßen vor ein paar Monaten zusammen und sie hat eine lustige Bemerkung über Redaktionssitzungen gemacht. Sie haben sich vielleicht auch schon oft gefragt, warum Sitzungen sich so elend lange hinziehen. Livia Klingl und ich haben festgestellt, dass viel Zeit gefressen wird durch das Projizieren von großen, aber zerbrechlichen Egos. Es geht nicht um sachliche Punkte, sondern Männer nützen das, um es sich gegenseitig zu zeigen. Da muss man auch gut aufpassen, denn kein Sieg kann genossen werden ohne Publikum. Sie hat gemeint, nach so langen Sitzungen hat man das Gefühl, man kann das Testosteron förmlich riechen.

Man konnte aber vielleicht auch etwas anderes riechen, nämlich den Gegenspieler des Winner-Hormons. Ja, es gibt auch ein Loser-Hormon, das ist das Stresshormon Cortisol. Der Verlierer in einer Auseinandersetzung ist gestresst, wir alle kennen das. Cortisol bereitet den Körper auf Flucht vor. Es ist eigentlich nicht dazu gedacht, seine Wirkung lange zu entfalten, denn das wäre fatal. Das hat eine berühmte Studie gezeigt, die sogenannte „Whitehall Study“. Es wurden tausende britische Beamte gescreent auf ihren Hormonhaushalt, ihren Status – wo sie wohnen, welche Automarke sie fahren, wie viel Gehalt sie haben, wie viel Leute sie unter sich haben – und ihren Gesundheitszustand.

Bei Männern gibt es eine genaue Übereinstimmung zwischen niederem Rang, hohen Cortisolwerten und Krankheit. Es gibt natürlich wesentlich mehr Verlierer als Gewinner, das hat auch diese Beamtenstudie gezeigt.

Es verblüfft uns Frauen immer wieder, wie sensibel Männer andere Männer belauern. Männer sind, wenn sie erfolgreich sein wollen, sehr auf die Hilfe und Kooperation anderer Männer angewiesen. Es gibt sogar Studien, die gezeigt haben, dass Männer Gefühlsregungen in den Gesichtern anderer Männer wesentlich besser erkennen können, als in den Gesichtern von Frauen. Männer und Frauen führen Beziehungen, gründen Familien, ziehen Kinder groß, aber Männer achten nur auf die Emotionen anderer Männer. Es ist fast paradox und ärgerlich. Das Versprechen, das eine Männerhierarchie den Männern macht: Ihr kommt auch einmal hinauf, wenn ihr euch verhaltet wie wir, rempelt die Frauen aus dem Weg, setzt die Ellbogen ein, schindet euch bis zum Rand eurer Kräfte – das ist ein falsches Versprechen. Und es ist auch ein Grund, warum Männer den direkten Vergleich mit dem weiblichen Geschlecht so scheuen.

Neunzig Prozent aller Männer sind auch Verlierer dieses Systems. Warum unterstützen Männer, die offensichtlich im Verlieren sind, mit Zähnen und Klauen diese hierarchischen Systeme, bevor sie sagen, wir sitzen mit dem Frauen in einem Boot, wir sind die Majorität, wir wollen keine so steilen Hierarchien mehr.

Diese Hierarchien funktionieren am besten, wenn Männer unter sich sind. Die wirklich steilen hierarchischen Systeme in der Welt sind reine Männersysteme. Diese Hierarchien sind deshalb so erfolgreich, weil die Spielregeln so genau eingehalten werden. Der Oberste muss sich darauf verlassen, dass der Unterste genau macht, was ihm gesagt wird, ohne zu hinterfragen, was er da tut.

Das Hinterfragen ist eine weibliche Eigenschaft. Das ist einer der vielen Gründe, warum Frauen in steilen Männerhierarchien so unerwünscht sind. Sie kennen den unbedingten Gehorsam nicht, weil es in der Natur der Frauen keine Hierarchien gegeben hat. Frauen reproduzieren sich nicht besser, wenn sie die Nachbarin aus dem Weg räumen. Männer reproduzieren sich aus zwei Gründen besser, wenn sie in der Hierarchie weit oben sind: Erstens sind sie die begehrteren Partner, zweitens ist dem Patriarchat ein Kunstgriff gelungen, den es nirgends in der Natur gibt. Nirgends in der Natur werden Sie finden, dass Weibchen sich um Männchen anstellen. Für Frauen wird die Partnerwahl zu einer Ressourcenwahl.

Frauen in Dummheit und Abhängigkeit zu halten, was das Genialste, was Männern überhaupt eingefallen ist. Ein wichtiges Detail, um die gläserne Decke aufzuweichen, ist, dass Frauen wieder selbst über ihr Leben bestimmen können, dass sie selbst zu ihren Ressourcen kommen, dass sie arbeiten und eigenes Geld hereinbekommen. Dann werden sie nämlich wieder einen Partner nach ihren Kriterien wählen. Männer werden also immer Interesse haben, über Frauen zu stehen. Die Zeit der ausschließlichen Instiktsteuerung unter uns Menschen ist längst vorbei. Es ist uns heute möglich, unsere biologischen Anlagen wissentlich und willentlich zu übersteigen. Wir müssen nur Bescheid wissen über unsere Vergangenheit. Wir müssen aber unglaublich viel lernen. Ein so plastisches Wesen wie wir lernt nicht einmal ohne Anleitung, Blase und Darm zu beherrschen. Wir lernen nicht, auf zwei Beinen zu gehen, wir lernen nicht sprechen, wir sind in jeder Weise weniger sozial als jedes Tier.

In diesem Sinne habe ich auch große Hoffnung für das Bedürfnis der Männer, Hierarchien zu bilden und andere aus dem Felde zu rempeln, denn wenn es uns gelingt, uns für Grundbedürfnisse wie das Entleeren der Blase und des Darms in geeignete Räumlichkeiten zurückzuziehen und unsere Nachbarn nicht mit den wichtigsten lebenserhaltenden Bedürfnissen zu belästigen, dann kann man eigentlich auch erwarten, dass solche Sekundärbedürfnisse wie Selbstdarstellung und Einrichtung von Hierarchien beherrscht werden. Wie können wir das erreichen? Da muss ich ein Lob der Frauenquote singen. Ich finde es wirklich wichtig, dass hier von der Öffentlichkeit eingegriffen wird. Männliche Hierarchien müssen aufgeweicht werden. Dazu gehört auch der weibliche Schulterschluss. Wenn Sie das nächste Mal versucht sind, Ihr weibliches Gegenüber zu taxieren – das sind männliche Maßstäbe. Je mehr Frauen an einer Gesellschaft teilnehmen, umso sozialer wird diese Gesellschaft. Es muss im Interesse von Männern und Frauen sein, dass Frauen eine Gleichstellung erreichen und dass sie überall selbstverständlich mitarbeiten und mitreden.

Ab 19.15 Uhr: Open Space mit **Thementischen**

Bundesministerium für Gesundheit und Frauen (Monika Posch)

Club Alpha (Dr. Eszter Dorner-Brader und Helga Zörrer)

Frauennetzwerk Medien (Karin Strobl)

Oberösterreichisches Frauennetzwerk (Heidi Vitez)

Frauen ohne Grenzen (Mag. Martina Handler)

Reporter ohne Grenzen (Mag. Gabriela Oberzill)

www.medienfrauen.net und Expertinnendatenbank (Mag. Alexandra Buhl MAS)

Telekom Austria: Technik in der Kommunikation (Mag. Sabine Bachinger)

Vereinigung "11 Winzerinnen" + WEINVERKOSTUNG



Europa wird größer, Europa wird anders

Aussendung der Fragebögen an etwa 2000 Medienfrauen

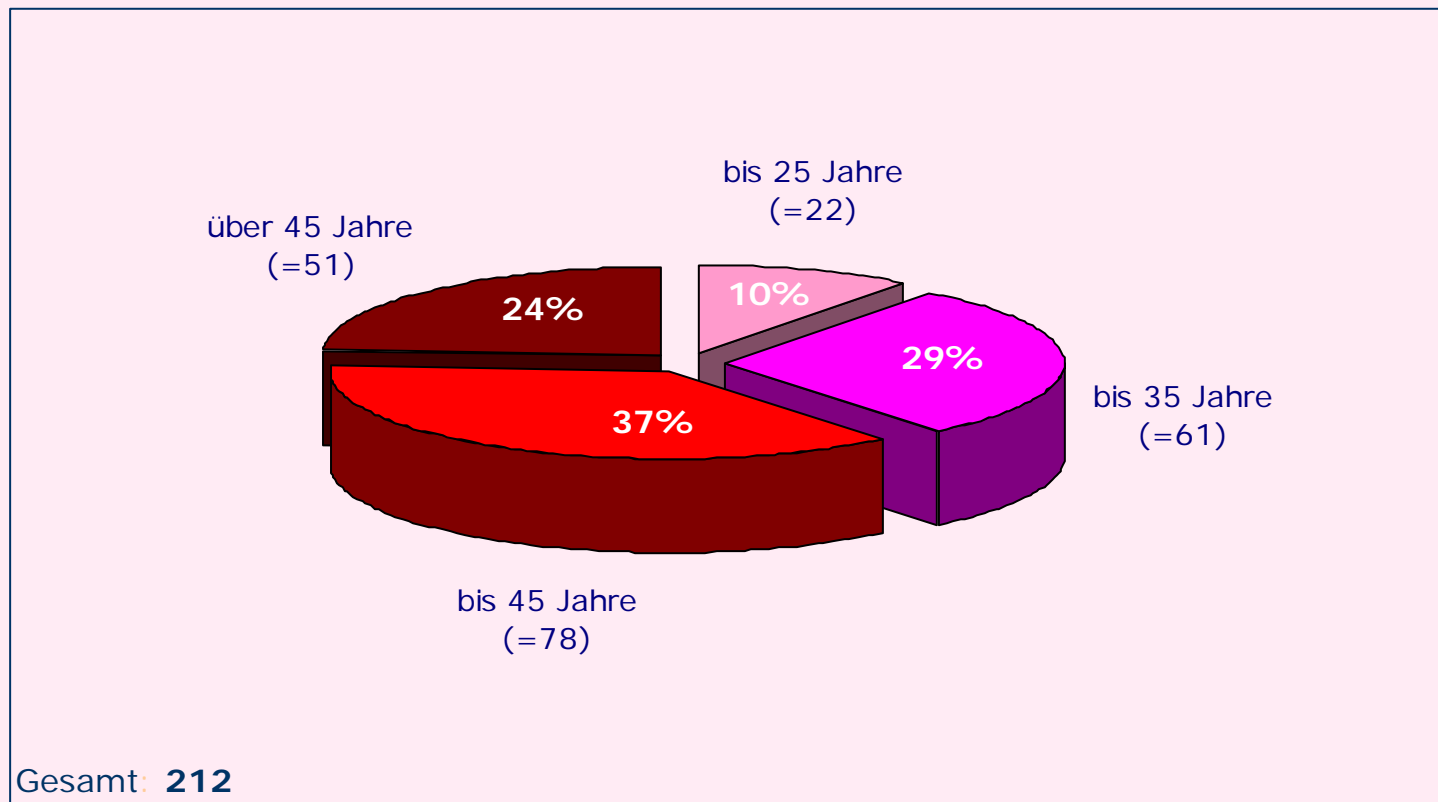
Parallel dazu online auf www.medienfrauen.net

Ausgewertete Fragebögen: 212



Europa wird größer, Europa wird anders

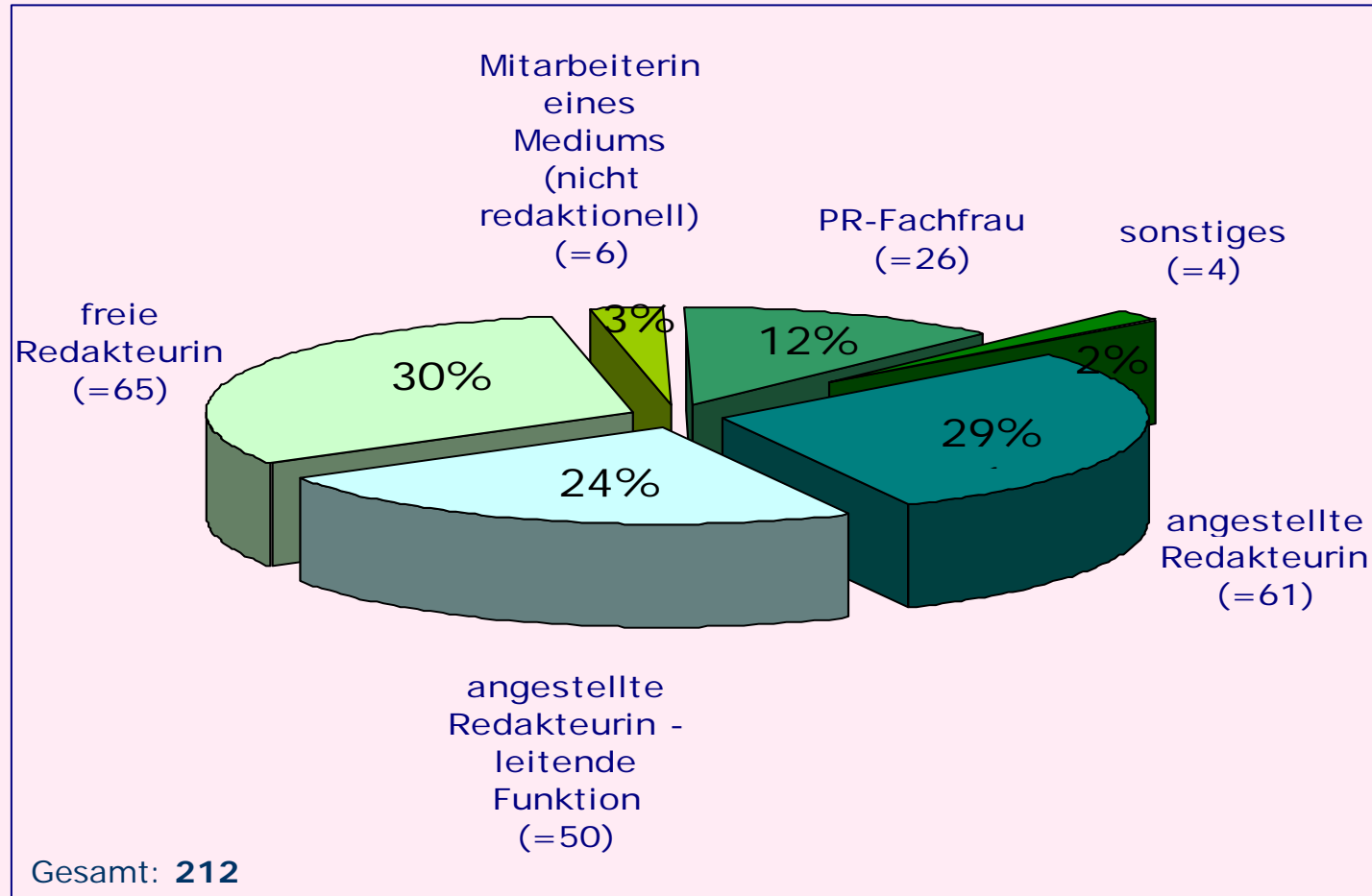
Altersverteilung der Befragten





Europa wird größer, Europa wird anders

Beruf





Europa wird größer, Europa wird anders

Beruf



Angestellte Redakteurin – leitende Funktion



Angestellte Redakteurin



Freie Redakteurin



Mitarbeiterin eines Mediums (nicht redaktionell)

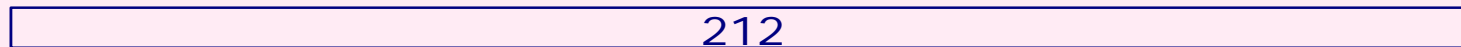


PR-Fachfrau



Sonstiges

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre

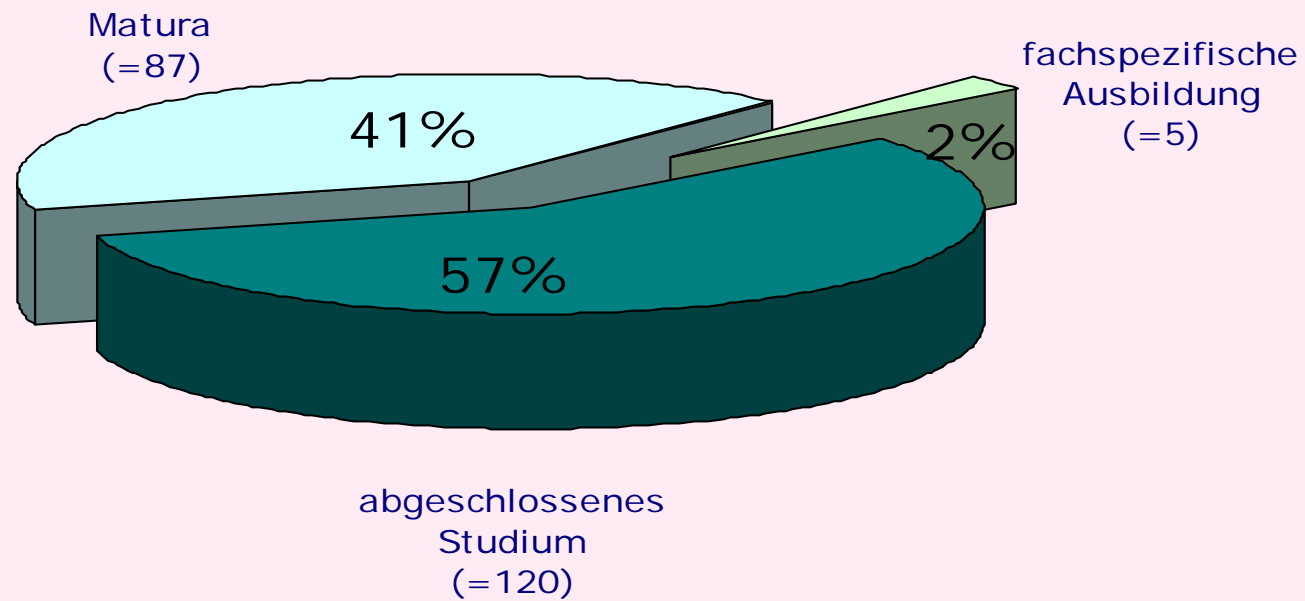


Gesamt



Europa wird größer, Europa wird anders

Ausbildung



Gesamt: **212**



Europa wird größer, Europa wird anders

Ausbildung



Abgeschlossenes Studium

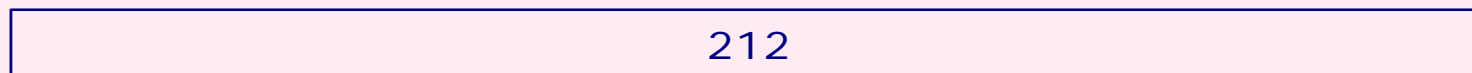


Matura



Fachspezifische Ausbildung

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre

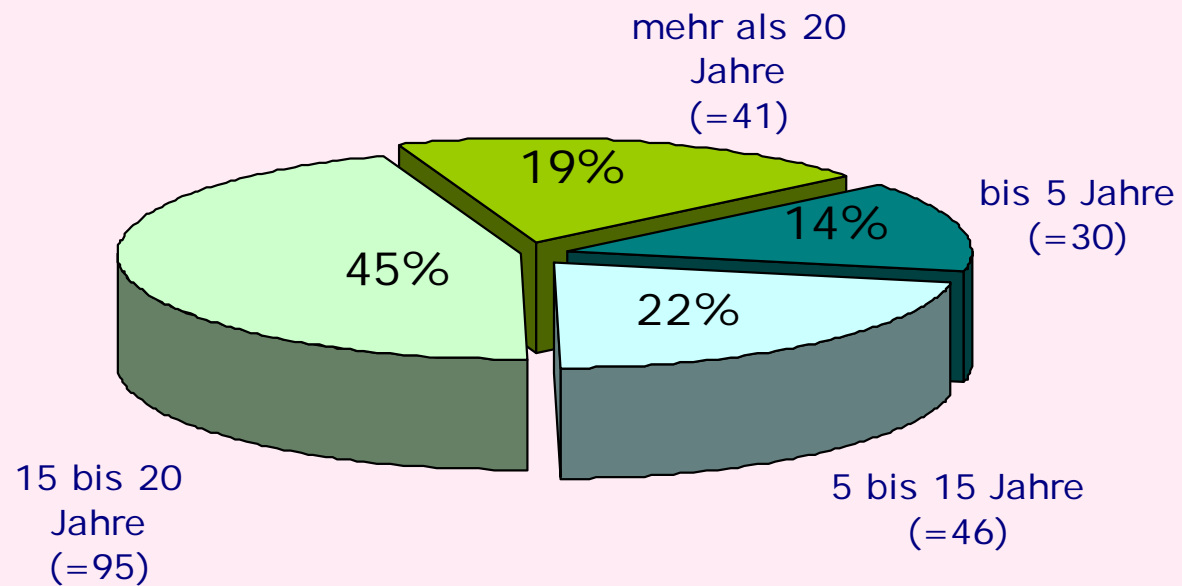


Gesamt



Europa wird größer, Europa wird anders

Medienerfahrung

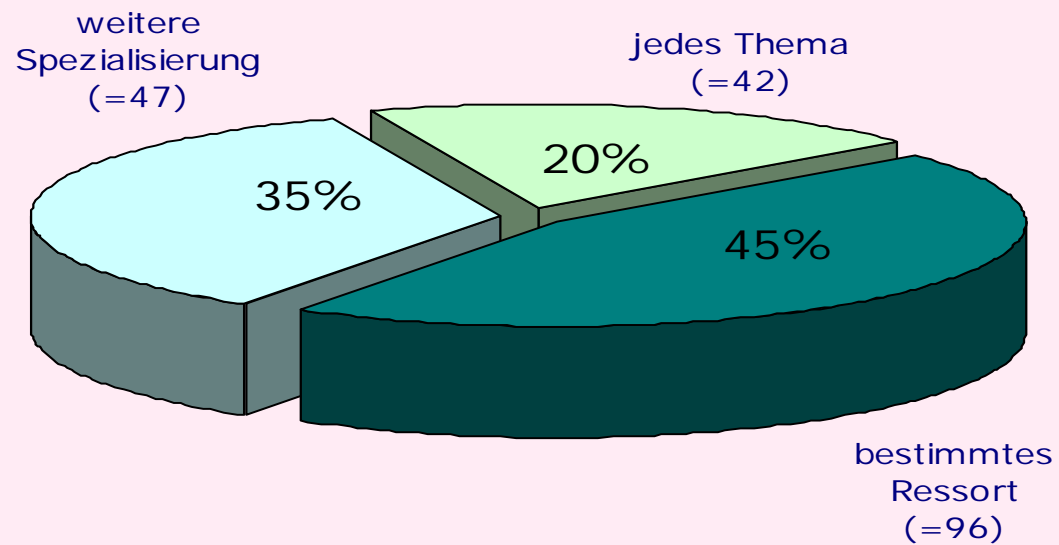


Gesamt: **212**



Europa wird größer, Europa wird anders

Spezialisierung



Gesamt: **212**



Europa wird größer, Europa wird anders

Spezialisierung



Ich arbeite für ein bestimmtes Ressort

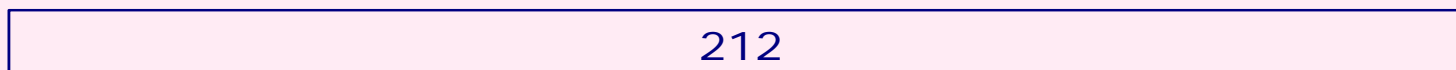


Ich habe innerhalb eines Ressorts eine weitere Spezialisierung



Ich arbeite mich in jedes Thema ein

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre

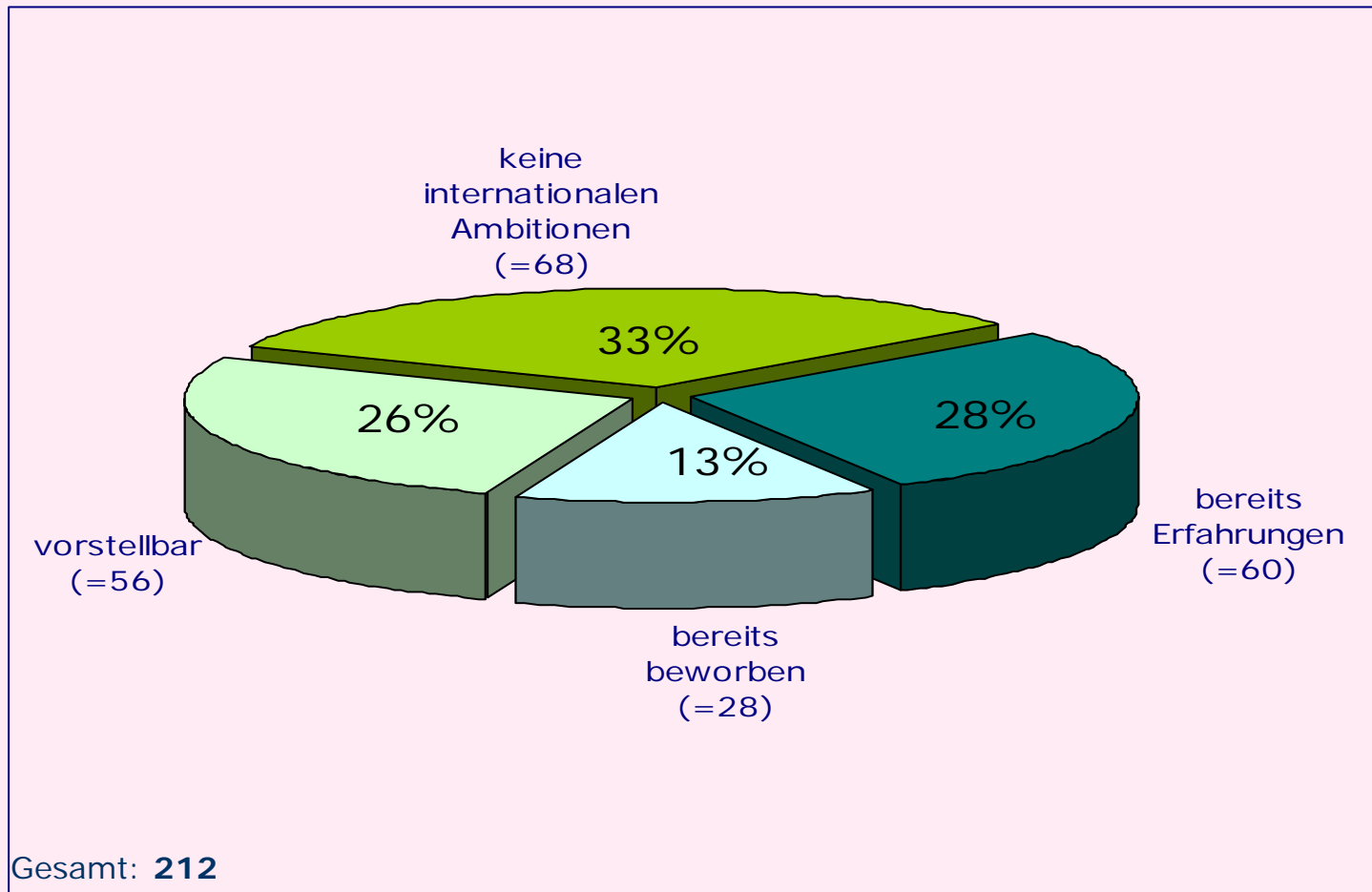


Gesamt



Europa wird größer, Europa wird anders

Internationale Medienerfahrung





Europa wird größer, Europa wird anders

Internationale Medienerfahrung



Erfahrungen im Ausland bzw. für ein internationales Medienunternehmen in Österreich



Bereits international beworben

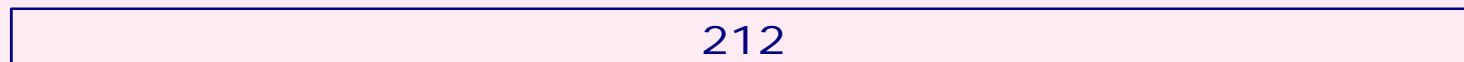


Ein Arbeitsplatz im Ausland wäre vorstellbar



Es wird kein internationaler Arbeitsplatz angestrebt

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre

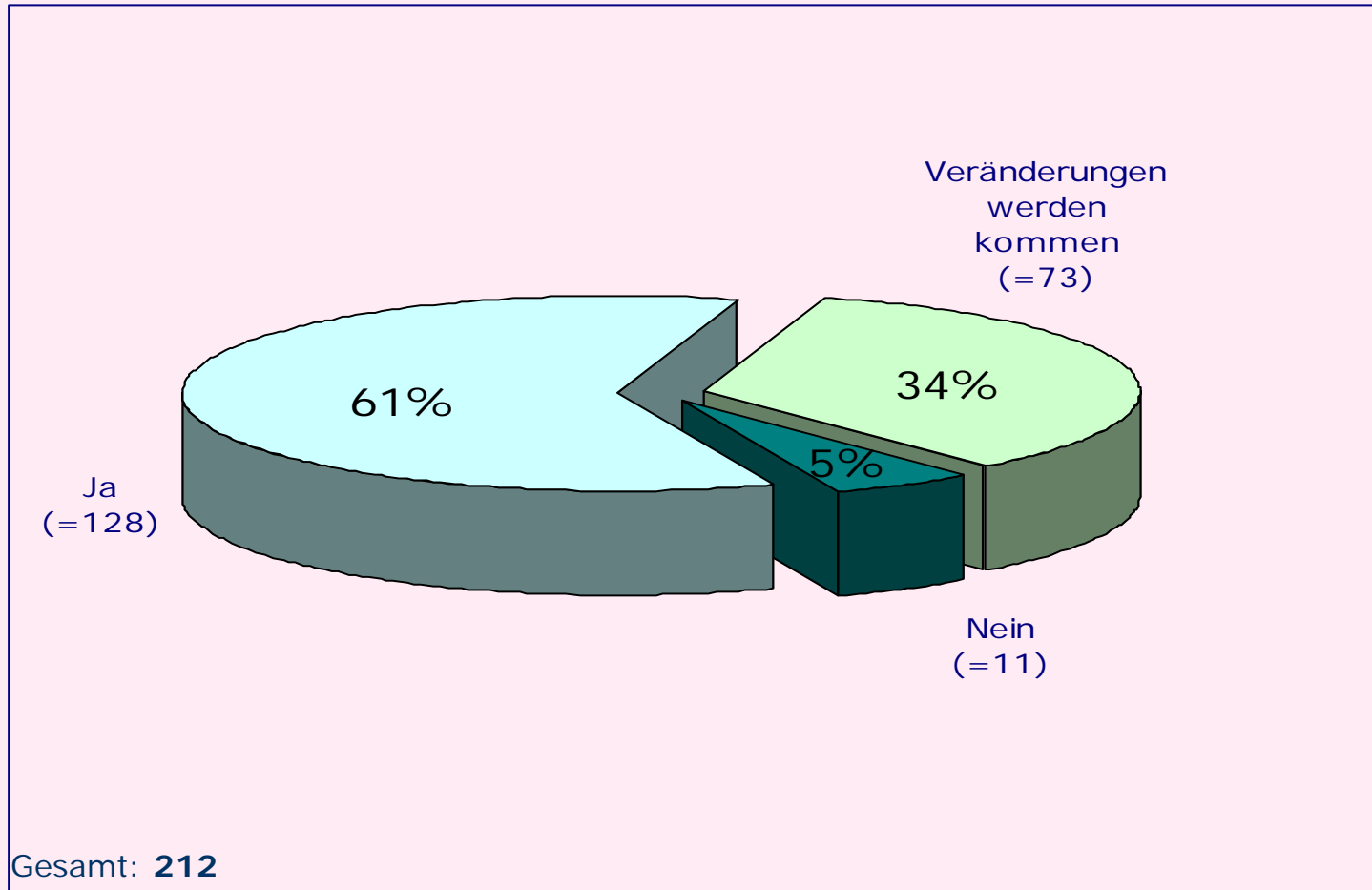


Gesamt



Europa wird größer, Europa wird anders

„Verändert sich die Medienlandschaft Europas?“





Europa wird größer, Europa wird anders

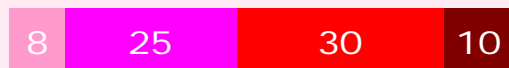
„Verändert sich die Medienlandschaft Europas?“

3422

Nein, davon merke ich bisher nichts

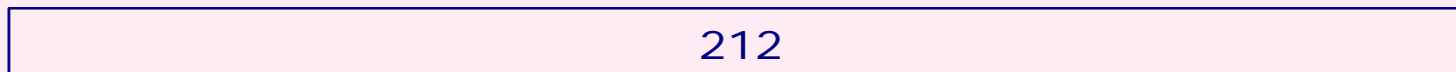


Ja, auch ich bin bereits davon betroffen



Veränderungen werden kommen >>>

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre



Gesamt



Europa wird größer, Europa wird anders

„Veränderungen werden kommen“



Wenige große Verlagskonzentrationen, weniger Jobs



Wenige große Verlagskonzentrationen, gleich viele Jobs



Platz für neue Verlage, neue Chancen



Sonstiges >>>

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre

Mehrfachnennungen



Europa wird größer, Europa wird anders

„Veränderungen werden kommen“ sonstiges

- **Stärkere Kommerzialisierung der Medien, steigende Mitsprache aus dem Anzeigenbereich ...**
- **Medien setzen vermehrt auf Freie, bauen Angestellte ab, vor allem Ältere**
- **Outsourcing greift um sich, in allen denkbaren und bisher denkmöglichen Bereichen**
- **Nächste Kündigungswelle kommt in ca. 2 Jahren ...**
- **LeserInneninteresse verändert sich, Medien sollten mehr europäische und internationale Themen behandeln. Starre Seitenaufteilung (durchschnittlich 2 - 3 für "Ausland")**



Europa wird größer, Europa wird anders

„Mögliche Auswirkungen für mich“



Die Verdienstmöglichkeiten werden geringer



Die Verdienstchancen steigen



Die Auswahl für interessante Jobs wird geringer



Die Auswahl für interessante Jobs wird größer



Andere Auswirkungen [>>>](#)

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre

Mehrfachnennungen



Europa wird größer, Europa wird anders

„Mögliche Auswirkungen für mich“ sonstiges

- **Anpassungsdruck steigt, Meinungsvielfalt sinkt ...**
- **Quotendruck kontra Seriosität ...**
- **Ältere Kolleginnen werden von jungen (zugegebenerweise gut ausgebildeten) Frauen genauso gnadenlos gemobbt wie von jungen Männern ...**
- **Frauen, die bis 50 "nichts geworden" sind, verlieren ihren Job ...**
- **Mehr Arbeit für weniger Geld**



Europa wird größer, Europa wird anders

„Chancen für Frauen in den Medien generell“ „Frauen werden relativ **größere/geringere** Chancen haben ...“



Größere Chancen ... weil sie mit weniger Geld zufrieden sind



Größere Chancen ... weil sie flexibler und risikobereiter sind



Größere Chancen ... weil mit einer Globalisierung der Medien die Chancen für Frauen steigen



Größere Chancen ... Weitere Argumente [>>>](#)



Geringere Chancen ... weil sie zu wenig flexibel und risikobereit sind



Geringere Chancen ... weil mit einer Globalisierung der Medien die Chancen für Frauen sinken



Geringere Chancen ... weitere Argumente [>>>](#)

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre

Mehrfachnennungen



Europa wird größer, Europa wird anders

„Chancen für Frauen in den Medien generell“
„Frauen werden relativ **größere** Chancen haben“

- **Frauen sind heute super ausgebildet, die kann man nicht mehr so leicht unterdrücken ...**
- **(PISA) Bildungsdiskussion wird neue Chancen für verbesserte Kinderbetreuung (verlängerte Schulzeiten) eröffnen ...**
- **Gender Mainstreaming wirkt auch (hoffentlich!) hier...**
- **Frauen haben mehr Einfühlungsvermögen und sind für Kommunikationsberufe geeigneter ...**

<<<



Europa wird größer, Europa wird anders

„Chancen für Frauen in den Medien generell“
„Frauen werden relativ **geringere** Chancen haben“

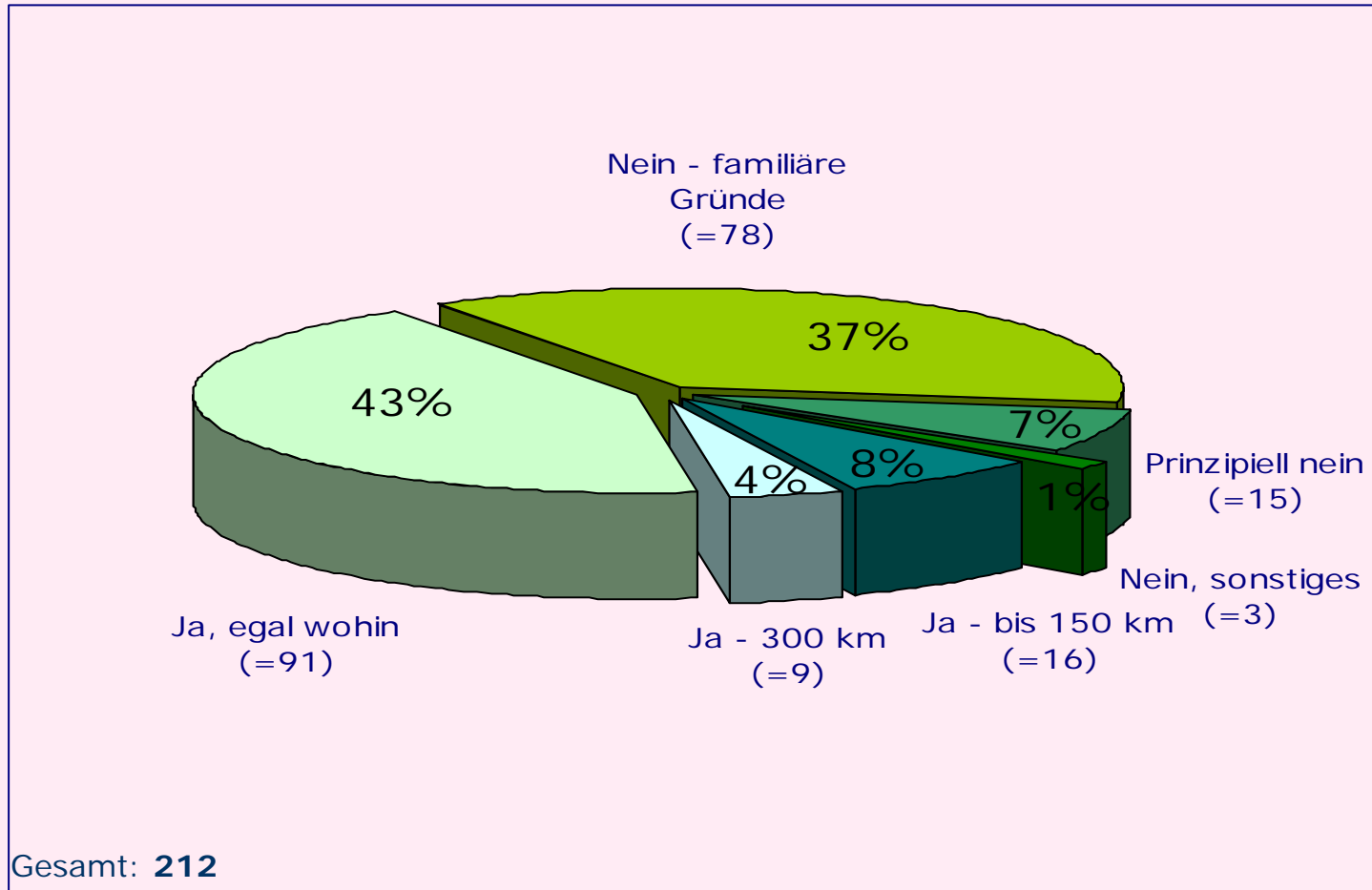
- **Gute Qualifikation geht nicht immer mit besserem Durchsetzungsvermögen einher ...**
- **Männer werden auch unter veränderten Rahmenbedingungen ihre Verbindungen einsetzen und weiter Männer bevorzugen ...**
- **Wem gehören Medien? Wer ist derzeit in leitender Position? Das kann dauern ...**

<<<



Europa wird größer, Europa wird anders

Mobilität





Europa wird größer, Europa wird anders

Mobilität

14 7 4

Würde weiter entfernt arbeiten – bis 150 km

8 1

Würde weiter entfernt arbeiten – bis 300 km

20 26 24 21

Würde weiter entfernt arbeiten – egal wo

1 23 36 18

Keine Wohnsitzveränderung – familiäre Gründe

8 7

Keine Wohnsitzveränderung – prinzipiell nein

2

Keine Wohnsitzveränderung – Sonstiges >>>

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre

212

Gesamt



Europa wird größer, Europa wird anders

Mobilität
sonstiges

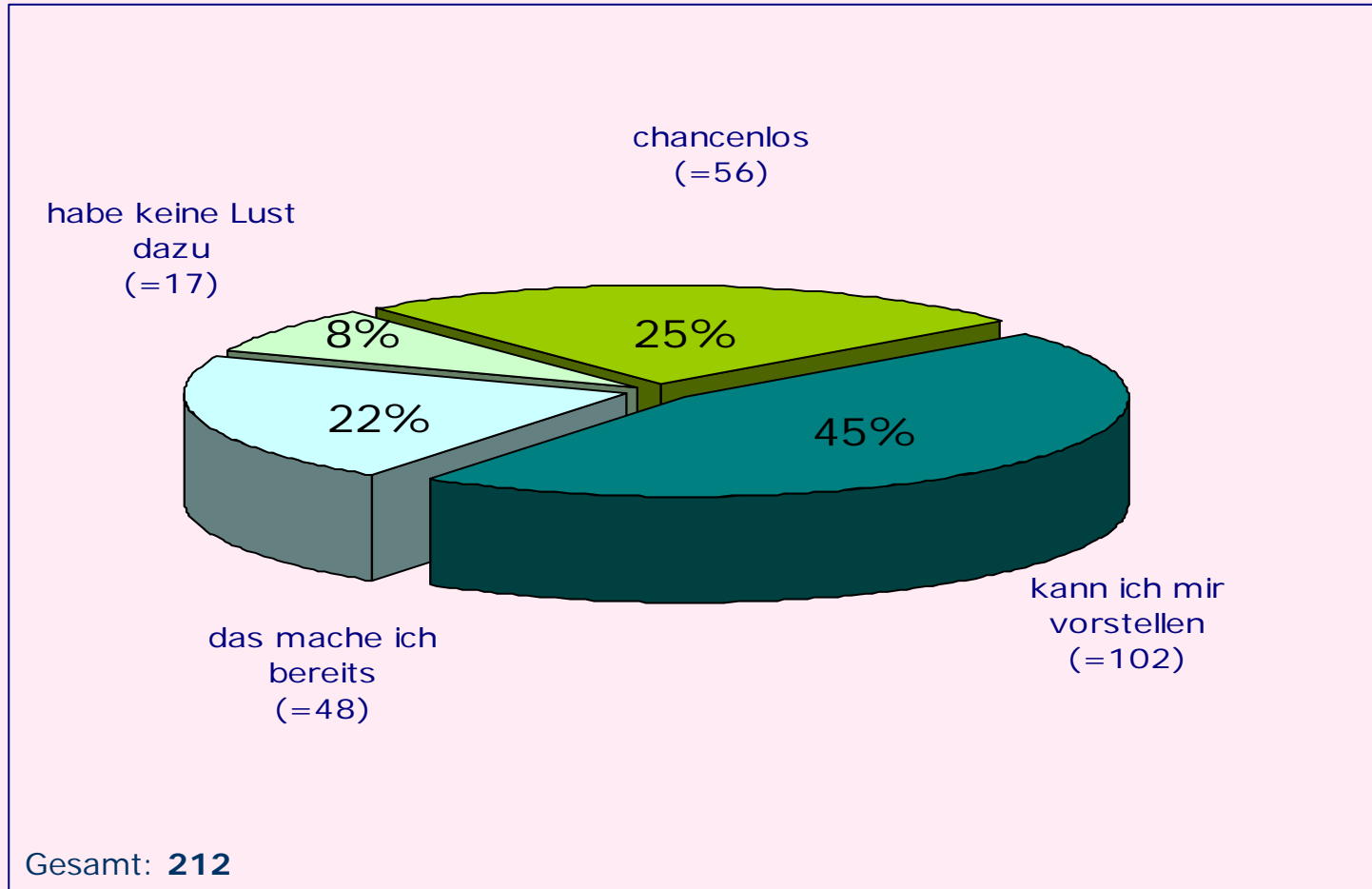
- **Nicht um jeden Preis und überall hin. Umfeld und Lebensqualität müssen stimmen ...**
- **Im Ausland gerne mehrjährig Erfahrungen sammeln, dann wieder gerne zurück kommen ...**
- **Virtuelle Vernetzung wird immer noch zuwenig genutzt. Hier liegen Chancen brach ...**



Europa wird größer, Europa wird anders

Sprachkenntnisse

„Für einen besseren Job würde ich eine andere Sprache lernen/perfektionieren“





Europa wird größer, Europa wird anders

Sprachkenntnisse

„Für einen besseren Job würde ich eine andere Sprache lernen/perfektionieren“



Das kann ich mir vorstellen



Das mache ich bereits

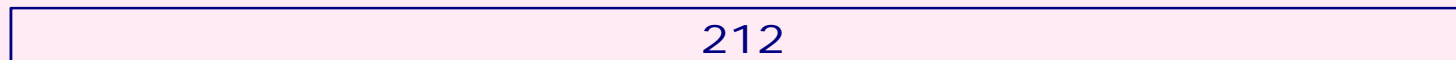


Es würde vielleicht Sinn machen, aber ich habe keine Lust dazu

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre



Chancenlos- in meinem Arbeitsbereich kann man nur in der eigenen Sprache arbeiten >>>



Gesamt



Europa wird größer, Europa wird anders

Sprachkenntnisse
chancenlos

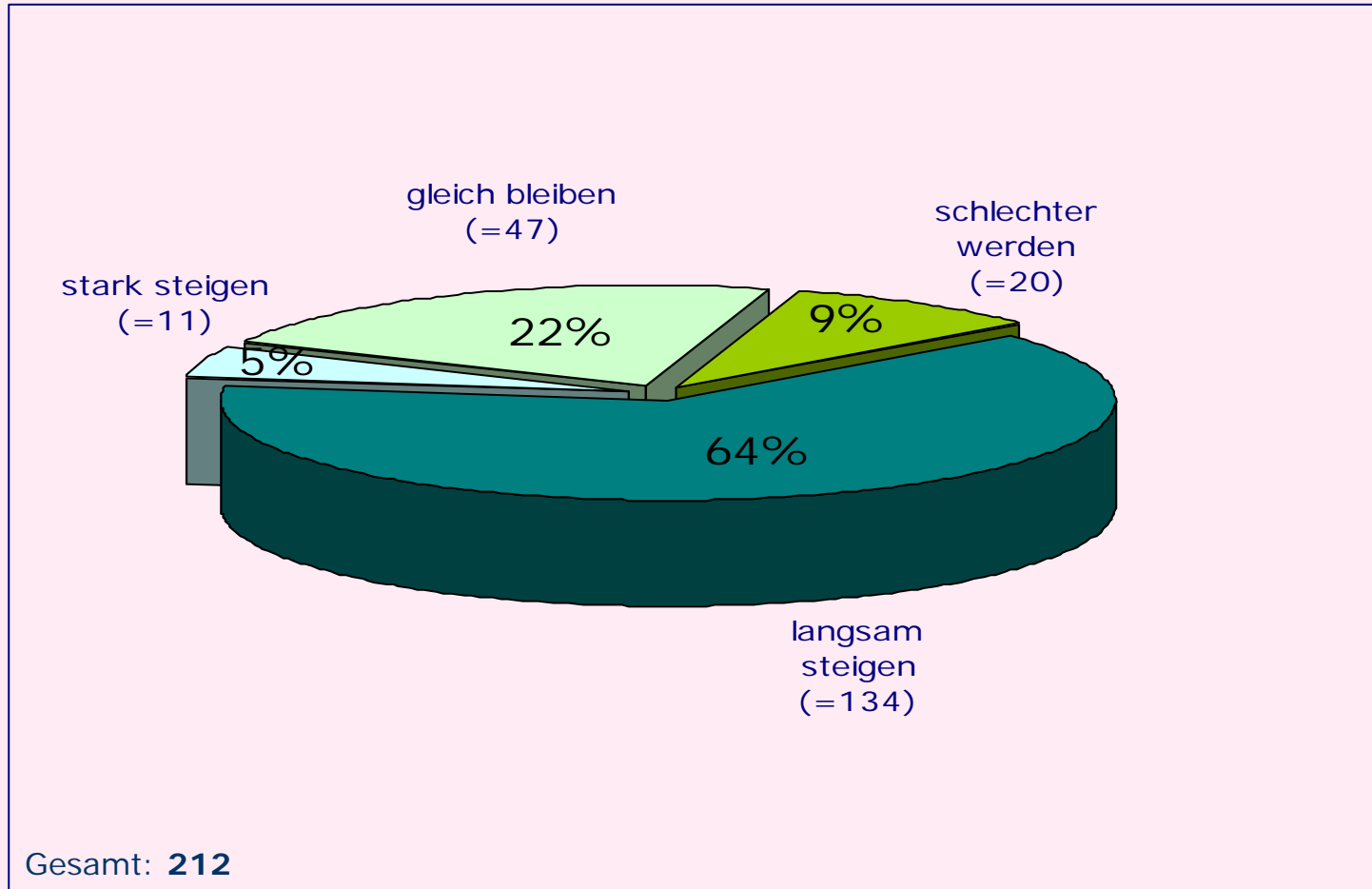
- **Diese Frage ist für schreibende oder sprechende Redakteurinnen aber nicht ernst gemeint, oder?**
- **Akzentfrei "Native" wird man nicht in Abendkursen und Auslandsaufenthalten. Alles andere wäre zuwenig...**



Europa wird größer, Europa wird anders

Karrierechance - Prognose

„Die Karrierechancen für Frauen in Medienberufen werden insgesamt ...“





Europa wird größer, Europa wird anders

Karrierechancen - Prognose

Die Karrierechancen für Frauen in den Medienberufen werden insgesamt ...



... langsam steigen



... stark steigen

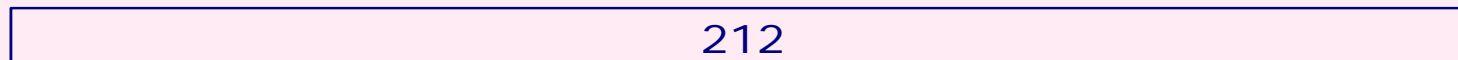


... gleich bleiben



... schlechter werden

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre



Gesamt



Europa wird größer, Europa wird anders

„So verbessern Medienfrauen ihre Chancen“



Flexibler und mobiler werden



Sprachen lernen



Eine individuelle Spezialisierung anstreben



Den Zusammenhalt verstärken (Networking)



Internationale Kontakte (Netzwerke) suchen



Sonstiges >>>

Mehrfachnennungen

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre



Europa wird größer, Europa wird anders

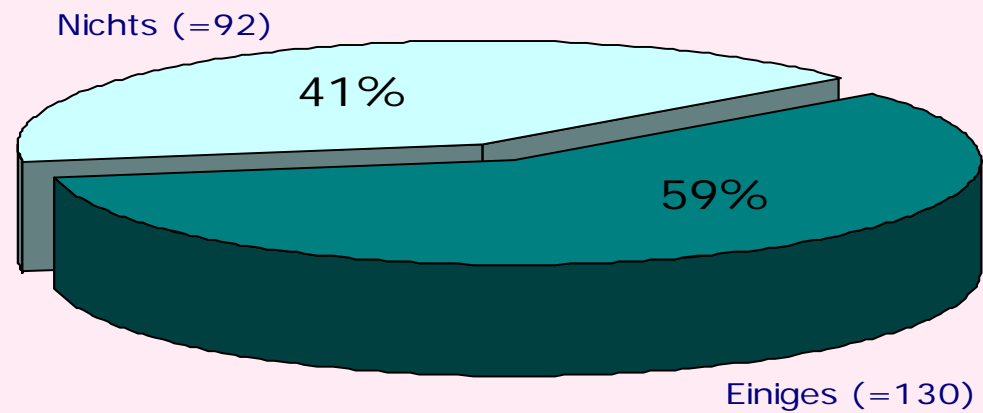
„So verbessern Medienfrauen ihre Chancen“

- **Vor allem: Selbstbewusstsein verbessern!**
- **Internationale Visionen und eigene Ideen einbringen ...**
- **Uralt aber wahr: besser als Männer sein - und darüber reden**
- **Kurze Babypausen (wenn überhaupt), anspruchsvolle und betreuungsintensive Männer meiden!**
- **An sich selbst denken ...**
- **Statt in neue Outfits in das Bekämpfen eigener Schwächen investieren. Coaching (wo auch immer es fehlt) wirkt manchmal Wunder ...**



Europa wird größer, Europa wird anders

„Besondere Aktivitäten für die eigene Karriereplanung“



Gesamt: **212**



Europa wird größer, Europa wird anders

„Besondere Aktivitäten für die eigene Karriereplanung“



Nichts, ich bin mit meiner Arbeit/meiner Position zufrieden



Einiges, und zwar >>>

Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre



Europa wird größer, Europa wird anders

„Besondere Aktivitäten für die eigene Karriereplanung“

- **Emanzipation leben!**
- **Offen für Neues sein, ins Ausland gehen, Praktika machen ...**
- **Weiterbildung, Eigen-PR, Networking ...**
- **Nischen suchen, Spezialisierung anstreben ...**
- **Nicht ins kollektive Jammern verfallen, aktiv werden, sinnvolle Zusatzausbildungen machen ...**
- **Kontakte suchen, national und international, in Netzwerken und darüber hinaus ...**
- **Qualität hoch halten. Es könnte sein, man hat (bekommt) noch Vorgesetzte, die das zu schätzen wissen ...**
- **Wenn die Konkurrenz größer wird, muss man die eigene Qualität steigern ...**
- **Europa als "meinen Marktplatz" erkennen ...**
- **Zu unserem Beruf gehört "Neugierde". Also, Neues ist da!**