

Programm

Donnerstag, 30. März

ab 09.00 Uhr **Einlass und Teilnehmer/innenregistrierung**

09.00–09.45 Uhr **„Netz-Cafe“ Treffpunkt und Kennenlernen**

09.45–11.00 Uhr **Eröffnung und Begrüßung**



BM Maria Rauch-Kallat (Bundesministerium für Gesundheit und Frauen)
Dr. Maria Schaumayer (Dr. Maria Schaumayer Stiftung)
Mag. Markus Beyrer, Generalsekretär Industriellenvereinigung
Begrüßung durch GENERALI
Eröffnungsstatement StS Franz Morak (Staatssekretariat für Kunst und Medien im Bundeskanzleramt)

Eröffnungsvortrag: Dr. Eva Dichand („Heute“, Medienmanagerin des Jahres 2005)

11.00–11.30 Uhr **Kaffeepause**

11.30–13.00 Uhr **Kurzvorträge und Diskussion**

KR Daniela Schwarz: Präsentation der Kongress-Studie 2006
Karen Ross* (Professor University of Coventry): GMMP international
Marlies Hesse (Deutscher Journalistinnenbund): GMMP Deutschland

13.00–14.00 Uhr **Mittagspause**

14.00–15.30 Uhr **Vorstellung der Workshops**

Themeneinstieg: Mag. Veronika Slupetzky (ORF Sport)

1) Sportjournalistinnen. Die letzte männliche Bastion

- Kuzniniene Leimute Janušonyte* (Leiterin Sport-TV LIT, Vizepräsidentin der AIPS)
- Mag. Chris Karl (Sportinformationsagentur Infostrada Sports, NL)
- Barbara Kneidinger (Kronenzeitung Oberösterreich)
- Mag. Claudia Kristofics-Binder (Europameisterin, Sporteventmanagerin)

Themeneinstieg: Mag. Aga Kwiecinski (Institut für Publizistik, Wien)

2) Spannungsfeld der Generationen

- Marlies Hesse (Deutscher Journalistinnenbund)
- Mag. Susanne Holper (Studentin Donauuniversität Krems)
- Dr. Astrid Zimmermann (Medienhaus Wien)
- Johanna Zugmann (Die Presse, KarriereLounge)

Themeneinstieg: Birgitta Schulte (Vorsitzende Gender AG des Journalistinnenbundes)

3) Gendersensibilität: Weg mit Routinen!

- Alexandra Bader (Frauen-Online-Magazin ceiberweiber)
- Marie-Theres Euler-Rolle (freie Journalistin, Medientrainerin)
- Sophia Fielhauer (freie Journalistin und Autorin)
- Dkfm. Renate Skoff (Skills PR, Lektorin)

Themeneinstieg: Elisabeth Pechmann (Director Ogilvy Group Austria)

4) PR – Bittsteller, Partner oder Entlastung der Redaktionen?

- Mag. Sigrid Bachinger (Telekom Austria)
- Monika Gentner (GF Multimedia-Agentur, Autorin)
- Mag. Rita Michlits (CR Economy)
- Heidi Vitéz (Lokalredaktion OÖ Rundschau)

Themeneinstieg: Dr.ⁱⁿ Suna Rassoulian (Öffentlichkeitsarbeit EQUAL-Projekt)

5) Integration und Medien. Medienfrauen mit Migrationshintergrund

- Belinda Kazeem (Schwarze Frauen Community, SFC)
- Josipa Crnoja (freie Journalistin)
- Isabel Ourny (Wiener Integrationskonferenz)
- Mag.^a Susanna Zaradic (ORF Minderheitenredaktion)

15.30–16.00 Uhr **Kaffeepause**

16.00–17.45 Uhr **5 parallele Workshops:**

Workshopreferentinnen siehe Vorstellung der Workshops

17.45–18.15 Uhr **Kaffeepause**

18.00–19.45 Uhr **Podiumsdiskussion „Qualitätsjournalismus unter Druck?“**

Diskussionsleitung: Dr. Margit Czöppan (Leiterin ORF-TV Hauptabteilung Kultur)

Dr. Susanne Glass (ARD, Präsidentin des Verbands der Auslandsjournalisten)

Livia Klingl (Ressortleiterin Außenpolitik Kurier)

Eva Maria Kubin (Programmchefin Antenne Steiermark, Initiative Qualitätsjournalismus)

Dr. Gertraud Leimüller (Salzburger Nachrichten, Wirtschaftsredaktion Wien)

Dr. Anneliese Rohrer (Fachbereichsleiterin FH Studiengang Journalismus)

Dr. Antonia Rados (RTL Paris), angefragt

ca. 19.45 Uhr **Ausklang mit Snacks**

* Vortrag in Englisch (ohne Übersetzung)

Saalschmuck und Souvenir: FAIRTRADE Rosen



Der Vormittag bleibt frei, um allen Teilnehmerinnen Zeit für berufliche Aktivitäten zu geben.

ab 12.00 Uhr **Einlass und Treffpunkt „Netz Cafe“**

13.00–14.00 Uhr Präsentation der Workshopergebnisse und Diskussion

Kurzzusammenfassung aus den Workshops 1–5

14.00–14.45 Uhr Kurzpräsentationen

Erfahrungen mit Netzwerken

Mag. Brigitte Handlos (Vorsitzende Frauennetzwerk Medien)

Erfahrungen mit Datenbanken Österreich und international

Mag. Alexandra Buhl MAS (Österreichische Expertinnendatenbank)

Isabel Beuter, M.A. (Europ. Metadatenbank; CEWS, Uni Bonn)

Laura Henderson* (Database for Women Scientists in Central Europe, CZ)

14.45–15.15 Uhr Kaffeepause

15.15–17.00 Uhr Kommunikation, Information, Vielfalt

Vorstellung journalismusverwandter Berufe. Diskussion.

Infobrokerin

Anne Bein (Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis und Geschäftsleitung Swets Information Services, Frankfurt)

Wahlkampfmanagerin

Alexandra Makovičková

(Wahlkampfberaterin der KDH, PR Agentur Cardinal, Prag)

Lobbyistin

Mag. Veronika Haunold

(Lobbyistin auf Europaebene, Vier Pfoten International)

Ghostwriterin

Karina Matejcek (Ghostwriterin und Buchproduzentin, Wien)

Markt- und Meinungsforscherin

Kristin Allwinger (Markt- und Meinungsforschungsinstitut Oekonsult, Baden)

17.00–17.30 Uhr Kaffeepause



* Vortrag in Englisch (ohne Übersetzung)

17.30–18.00 Uhr Preisverleihung des Journalistinnenpreises „Medien LÖWIN“



Statement der Jury:

Dr. Martina Salomon (Ressortleiterin Innenpolitik, Die Presse)

Überreichung durch

BM Maria Rauch-Kallat und Mag. Barbara Trenkwalder, GENERALI

18.00–19.00 Uhr Präsentation Frauenfakten – Internet-Datenbank



Sonja Russ (Plattform Frauenfakten, Gesellschafterin Remaprint)

Vernetzung und Webauftritt österreichischer Frauennetzwerke, Frauenorganisationen und Verbände. „Von Business bis Feminismus.“

Telekom Austria: Bundesländer Videokonferenzschaltung

ca. 19.00 Uhr Ausklang mit Snacks



Moderation an beiden Tagen:

Mag. Ursula Puschmann (upconsult)

Änderungen vorbehalten

Anmeldungen zum
8. Österreichischen Journalistinnenkongress
bis 23. März 2006

unter www.medienfrauen.net – Onlineanmeldung.

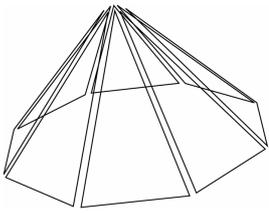
Kongressbegleitstudie unter www.medienfrauen.net
ausgefüllt bitte noch bis 10. März 2006 einsenden/faxen/mailen.

Bitte sorgen auch Sie für die mediale Unterstützung
des Österreichischen Journalistinnenkongresses.

– Presstext unter www.medienfrauen.net

Danke!

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



8. Österreichischer Journalistinnenkongress 2006 „Internationale Vernetzung“

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

8. Österreichischer Journalistinnenkongress „Internationale Vernetzung“

Dokumentation

Eröffnung und Begrüßung

BM Maria Rauch-Kallat (Bundesministerium für Gesundheit und Frauen)
Dr. Maria Schaumayer (Dr. Maria Schaumayer Stiftung)
Mag. Markus Beyrer, Generalsekretär Industriellenvereinigung
Eröffnungsstatement StS Franz Morak (Staatssekretariat für Kunst und Medien im Bundeskanzleramt)
Eröffnungsvortrag: Dr. Eva Dichand („Heute“, Medienmanagerin des Jahres 2005)

Kurzvorträge

KR Daniela Schwarz: Präsentation der Kongress-Studie 2006
Karen Ross (Professor University of Coventry): GMMP international
Marlies Hesse (Deutscher Journalistinnenbund): GMMP Deutschland

Workshops

- 1) *Sportjournalistinnen. Die letzte männliche Bastion*
- 2) *Spannungsfeld der Generationen*
- 3) *Gendersensibilität: Weg mit Routinen!*
- 4) *PR – Bittsteller, Partner oder Entlastung der Redaktionen?*
- 5) *Integration und Medien. Medienfrauen mit Migrationshintergrund*

Podiumsdiskussion „Qualitätsjournalismus unter Druck?“

Diskussionsleitung: Dr. Margit Czöppan (Leiterin ORF-TV Hauptabteilung Kultur)
Dr. Susanne Glass (ARD, Präsidentin des Verbands der Auslandsjournalisten)
Livia Klingl (Ressortleiterin Außenpolitik Kurier)
Eva Maria Kubin (Programmchefin Antenne Steiermark, Initiative Qualitätsjournalismus)
Dr. Gertraud Leimüller (Salzburger Nachrichten, Wirtschaftsredaktion Wien)
Dr. Anneliese Rohrer (Fachbereichsleiterin FH Studiengang Journalismus)

Erfahrungen mit Datenbanken Österreich und international

Mag. Brigitte Handlos (Vorsitzende Frauennetzwerk Medien)
Mag. Alexandra Buhl MAS (Österreichische Expertinnendatenbank)
Isabel Beuter, M.A. (Europ. Metadatenbank; CEWS, Uni Bonn)
Laura Henderson (Database for Women Scientists in Central Europe, CZ)

Kommunikation, Information, Vielfalt

Vorstellung journalismusverwandter Berufe.

Infobrokerin - Anne Bein (Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis und Geschäftsleitung Swets Information Services, Frankfurt)

Wahlkampfmanagerin - Alexandra Makovičková (Wahlkampfberaterin der KDH, PR Agentur Cardinal, Prag)

Lobbyistin - Mag. Veronika Haunold
(Lobbyistin auf Europaebene, Vier Pfoten International)

Ghostwriterin - Karina Matejcek (Ghostwriterin und Buchproduzentin, Wien)

Markt- und Meinungsforscherin - Kristin Allwinger (Markt- und Meinungsforschungsinstitut Oekonsult, Baden)

Eröffnung und Begrüßung

BM Maria Rauch-Kallat (Bundesministerium für Gesundheit und Frauen)

Ich freue mich, dass dieser Journalistinnenkongress wieder ein Rekordergebnis an Teilnehmerinnen aufweisen wird. Wir haben vor acht Jahren mit ungefähr 140 Teilnehmerinnen begonnen, in diesem Jahr werden es mehr als 350 sein, aus allen Bundesländern, darüber hinaus aber auch aus unseren benachbarten mitteleuropäischen Ländern. Wir haben uns vorgenommen, über die Grenzen zu gehen, vor allem dorthin, wo bei der Förderung von Frauen in der Presse ein gewisser Bedarf besteht. Damit tragen wir auch die Themen, die für Mitteleuropa wichtig sind, in den Kongress hinein.

Ich bedanke mich bei den mehr als 50 Referentinnen, die ihre Zeit und ihr Know How unentgeltlich zur Verfügung stellen, und der Österreichischen Industriellenvereinigung, die uns nicht nur ihr Haus zur Verfügung stellt, sondern auch die hervorragende Verpflegung, wir sind hier wirklich gut aufgehoben.

Wir sind ein Teil von Europa, und Europa ist ein Teil von uns, und die Medien sind hier natürlich an vorderster Front involviert. Auch heuer haben wir wieder viele kritische, auch selbstkritische Themen auf dem Programm. Ein Workshop zum Beispiel setzt sich mit dem Spannungsfeld der Generationen auseinander und wird hinterfragen, wie solidarisch wir miteinander umgehen, besonderes wenn es um Unterstützung und um Arbeitsplätze geht. Der Workshop „Gendersensibilität“ wird sich mit den täglichen Routinen und Stereotypen befassen, ein Thema, an dem gerade Frauen im Sinne journalistischer Qualität nicht ganz unbeteiligt sind. Wie gelingt es uns Frauen, die Gendersensibilität nicht nur bei uns selbst zu erhöhen, sondern auch unsere männlichen Kollegen auf diese Gendersensibilität einzuschwören?

Selbstverständlich ist das Thema „Mehr Frauen in die Medien“, das uns schon seit Jahren beschäftigt, ein zentraler Tagesarbeitspunkt. Es war ja letztendlich der Ausgangspunkt für den Journalistinnenkongress. 1995, 1996 und 1997 haben Frau Präsident Schaumayer und ich kleine Runden mit Frauen in Spitzenpositionen gemacht, unter anderem auch mit Journalistinnen. Wir haben damals gesehen, dass es sehr wenige Frauen in Spitzenpositionen gab – jetzt sind es etwas mehr, aber noch nicht viele. Es ist einiges geschehen, aber es ist noch viel zu tun.

Wir haben uns in den letzten Jahren mit einer Tageszeitungsauswertung beschäftigt, wie Frauen in den Medien dargestellt werden. Professor Karen Ross von der University of Coventry wird uns mit aktuellen Daten des Global Media Monitoring Project einen internationalen Überblick geben.

Morgen wird Alexandra Buhl über die Fortschritte der österreichischen Expertinnendatenbank berichten und diese mit den Erfahrungen der europäischen Meta-Datenbank und der Database for Women Scientists in Central Europe diskutieren. „Mehr Frauen in die Medien“ ist nicht nur ein nationales, sondern auch ein internationales Anliegen.

Kommunikation und Information sind vielfältig. Als Anregung und Entscheidungshilfe für Einsteigerinnen und Wiedereinsteigerinnen wird ein Fokus auf fünf spannende, journalismusverwandte Berufsbilder gegeben, eine Infobrokerin, eine Wahlkampfmanagerin, eine Lobbyistin, eine Ghostwriterin und eine Markt- und Meinungsforscherin. Sie alle sind wesentlich und wichtig verlinkt mit dem Journalismus. Manchmal ist es ja interessant, die eigene Arbeit aus einer anderen Perspektive zu erleben.

Ein zentraler Gedanke des Kongresses ist und war immer die Vernetzung, das Kennenlernen und das Kontaktpflegen. Vieles ist in den letzten Jahren daraus entstanden. Am Freitagabend werden wir mit der Frauenfakten-Internetdatenbank der österreichweiten Vernetzung aller Frauenanliegen einen weiteren Höhepunkt erleben.

Freuen Sie sich auf spannende zwei Tage, nehmen Sie nutzenbringende Anregungen für sich persönlich mit nach Hause.

Dr. Maria Schaumayer (Dr. Maria Schaumayer Stiftung)

In unserer raschlebigen Zeit ist es schon bemerkenswert, dass eine Veranstaltung sich acht Jahre hindurch nicht nur hält, sondern von Jahr zu Jahr eine neue Blüte und neue Akzente erfährt. Das ist schon fast so etwas wie ein Jubiläumsfest für mich und ich bitte Sie, mit mir einen oder zwei Blicke zurück in die Vergangenheit und einen oder zwei Blicke voraus in die Zukunft zu machen.

Es ist fast exakt vierzig Jahre her, dass in die österreichische Bundesregierung die erste Ministerin eingetreten ist, Grete Rehor, ÖVP, Gewerkschafterin. Es ist heute, vierzig Jahre später, mit einem Auf und Ab zur registrieren, dass die Bundesregierung zur Hälfte mit Frauen besetzt ist, dass die EU-Kommission zur Hälfte mit Frauen besetzt ist, was auch durch einen gewissen Anstoß aus Österreich zustande kam. Wenn wir uns die Gipfeltreffen der Staats- und Regierungschefs anschauen, ist es erfreulich, dass es eine gute Anzahl weiblicher Tupfen gibt, die sich Gott sei Dank nicht mehr alle in Schwarz kleiden. Ich verstehe, dass Schwarz sehr praktisch ist, aber es hat mich immer ein bisschen deprimiert.

Wenn wir auf die Universitäten blicken – kein Universitätsrat in Österreich ohne Frauen, kein Rektorat ohne Frauen. Das sind Dinge, die in meiner Jugend Träume gewesen wären. Es ist erreicht, aber es ist noch nicht genug erreicht. Wir haben bei Museen einen guten Frauenanteil erreicht in den Chefetagen, und irgendwie sind das Erfolge, die es beim ersten Journalistinnenkongress in keiner Weise gegeben hat, die sich nicht einmal abzeichneten. Ich habe das Gefühl, dass Sie alle in den Medien einen nicht unerheblichen Anteil an der Bewusstseinsbildung, am Einfordern der politischen Realitäten gehabt haben. Dafür muss Ihnen nicht nur die Frauenriege, die es geschafft hat, in die obersten Etagen zu kommen, danken, sondern auch die künftigen Aspirantinnen können Ihnen dafür dankbar sein.

Wir sind uns über die Erfolge im Klaren, aber wie alles Positive wird es rasch selbstverständlich und abgehakt, gelegentlich auch vergessen, obwohl eine Generation natürlich jeweils auf den Schultern der vorangegangenen steht. Und diese Schultern sollen auch nicht schwächer werden, denn es gibt noch Erhebliches zu tun.

Das Bewusstsein für die Zweckmäßigkeit und die Gerechtigkeit des Frauenmitwirkens am öffentlichen und volkswirtschaftlichen Leben ist stark gestiegen. Zwei Bereiche erscheinen mir aber noch immer lückenhaft. Der eine Bereich ist mir natürlich naheliegend, das ist die Wirtschaft, vor allem die größeren und großen Unternehmen. Bei den Banken haben wir natürlich einen Zuwachs, aber im industriellen Sektor sieht es schwach aus. Damit muss man sich auseinandersetzen. Als zweiten Bereich würde ich den Journalismus nennen, wobei ich eigentlich das Medienmanagement meine, das noch stärker weiblich betont werden könnte. In beiden Bereichen sehe ich einige Erfordernisse.

Es muss bei den qualifizierten Kolleginnen eine gewisse Entschlossenheit geben, in die erste Ebene vorzustoßen. Wir sind uns auch darüber einig, Erfolge sichtbar zu machen. Deshalb freue ich mich, dass es heuer erstmals mit Sponsorship der Generali eine MedienLÖWIN geben wird.

Zu diesen Notwendigkeiten gehört auch die Förderung der Qualifizierten durch Vernetzung, durch Netzwerke, die aber kein Geschlechterghetto sein sollen, das wäre unzeitgemäß. Wir hatten eine Phase, wo man mit eigens auf Frauen abgestimmten, aber auch abgeschotteten Frauenveranstaltungen Netzwerke und Training gestaltet hat. Das war nötig, um mit einer gewissen Berührungsangst fertig zu werden. Über diese Phase sind wir erfreulicherweise hinaus, deshalb kann das Motto nur

„Vernetzung ohne Geschlechterghettos“ heißen, mit jenem partnerschaftlichen Anspruch, der ganz einfach das reale Leben darstellt.

Ich war sehr nachdenklich, als ich in einer Wirtschaftszeitung las, dass man in Norwegen überlegt, Unternehmen, die in ihren Gremien – Vorstand, Aufsichtsrat – keine weiblichen Mitglieder haben, von der Börse zu nehmen. Der Kurszettel der Wiener Börse würde sehr kurz sein, wenn dieses Prinzip Platz greifen würde. Ich glaube, wir sollten uns überlegen, ob es nicht Zeit wäre, von unten her und organisch dem weiblichen Element jene Mitsprache-, Mitdenk-, Mitverantwortungsmöglichkeit zu geben, die der liebe Gott offenbar im Sinn hatte, als er uns als Mann und Frau geschaffen hat. Die Impulse von der ansehnlichen Liste der heutigen Referentinnen werden uns sicher ein Stück weiter führen, und ich wünsche nicht nur dem heutigen Kongress, sondern der Entwicklung zugunsten des weiblichen Verantwortlichseins guten Erfolg.

Mag. Markus Beyrer (Generalsekretär der Industriellenvereinigung)

Einmal im Jahr gehört das Haus der Industrie ganz den Journalistinnen, und das schon zum achten Mal. Ich habe erstmals das Vergnügen, den Kongress mitzueröffnen, was mich besonders freut.

Das Motto des Kongresses, „Internationale Vernetzung“, ist natürlich gerade für das Haus der Industrie ganz besonders passend und eines, mit dem wir sehr viel anfangen können. Internationale Vernetzung ist sowohl für unsere Mitgliedsunternehmen als auch für die Industriellenvereinigung als Verband tägliche Selbstverständlichkeit. Wir arbeiten fast täglich mit unseren Schwesterverbänden in anderen europäischen Ländern, auch mit dem europäischen Industrie- und Arbeitgeberdachverband, und wir bemühen uns ganz besonders um die Vernetzung mit unseren mittel- und osteuropäischen Schwesterverbänden, und das passt besonders gut, denn das Haus ist ja 1911 als Zentrum der mitteleuropäischen Industrie eröffnet worden, wurde als solches gebaut und wird es in immer stärkerem Maße wieder.

Internationalisierung betrifft Wirtschaft und Gesellschaft, Politik und Wissenschaft, aber vor allem auch den Journalismus. Wenn ich an Vernetzung denke, dann denke ich natürlich auch an die österreichische Präsidentschaft, die übrigens sehr gut läuft. Ich kann bis dato nur gratulieren und hoffe, dass das im Juni auch so sein wird.

Unsere jüngste Europa-Initiative wurde ganz bewusst „Europa Gemeinsam Stark“ genannt, das ist natürlich auch ein Ausdruck der Vernetzung, in der es darum geht, gemeinsam ein starkes Europa zu bauen. Da spielen die Medien natürlich eine ganz zentrale Rolle, denn die Art und Weise, wie Sie über Europa berichten, wie Sie die Schwerpunkte in Ihrer Berichterstattung legen, ist wesentlich dafür, wie es uns gelingt, dieses Europa weiter zu bauen.

Bei Vernetzung denke ich natürlich auch an Netzwerke im klassischen Sinn, Netzwerke zur Kontaktpflege. Dieser Kongress ist wirklich zu einem Ort des Netzwerkers geworden, und ich bin auch der Meinung, dass Netzwerken grundsätzlich in einer vollkommen geschlechtsneutralen Weise stattfinden kann und soll. Ich bin immer sehr skeptisch bei Netzwerken, in dem nur Männer sind. Der Journalistinnenkongress ist heute aber einer mit kleinem „i“, heuer schon zum achten Mal, und das ist natürlich ein Zeichen, dass es bei allen Erfolgen doch noch Handlungsbedarf gibt. Wir in der Industrie setzen eine Reihe von Aktionen, es gibt eigene Arbeitsschwerpunkte wie etwa „Frauen in der Technik“. Um über unser Haus zu sprechen, unsere Landesgeschäftsführer sind bereits zu mehr als 50% Frauen. Wenn wir an der Börse gehandelt werden würden, müsste man uns nicht vom Zettel streichen. Auch in unserem Vorstand sind Frauen ganz massiv im Vormarsch. Die Gleichstellung von Mann und Frau ist eine wirtschaftspolitische Notwendigkeit, weil uns eine Reihe von Studien zeigt, dass die Mitwirkung von Frauen am

Wirtschaftsprozess einer der Schlüsselfaktoren für den wirtschaftlichen Erfolg unseres Wirtschaftsstandorts sein wird.

Eröffnungsstatement

StS Franz Morak (Staatssekretariat für Kunst und Medien im Bundeskanzleramt)

Ich bin dankbar, mit zwei Frauen auf dem Podium zu sitzen, die sehr wesentlich dazu beigetragen haben, dass sich die Situation in den letzten Jahren verbessert hat. Maria Schaumayer ist im Grunde „Kult“, und sie hat ganz wesentlich dazu beigetragen, dass die Positionen von Frauen in Österreich und im Ausland anders bewertet werden. Auch Maria Rauch-Kallat „verfolge“ ich schon lange politisch. Sie hat die große Gabe, immer so zu reden, wie sie hier vor Frauen redet. Sie macht das im Ministerrat, in der Bundesregierung, und ich bewundere sie dafür, denn viele der anderen sind geistig immer auf einer Barrikade. Sie macht das unaufgeregt, stark, unbeirrt, und das über eine sehr lange Zeit, und das empfinde ich als einen wertvollen Beitrag zu der Arbeit, die Sie hier alle leisten.

Als ich dieses Referat erarbeitet habe, wollte ich mir auch für mich selber über einiges klar werden. Die Geschichtsschreibung hat uns ganze Inventare von Tätigkeiten erarbeitet, von denen unsere Zivilisation in Jahrtausenden ihrer patriarchalen Struktur Frauen ausgeschlossen hat. Dazu gehört Ihr Beruf. Von privilegierten Einzelfällen einmal abgesehen, hat man dem weiblichen Geschlecht das Erlernen jener elementaren Technik, nämlich des Schreibens, verweigert, welche die Voraussetzung für Ihren Beruf ist, von Homer über die antike Geschichtsschreibung bis zu Berichten über die Französische Revolution. Sie waren die Beschriebenen, den Subjektstatus des beschreibenden Ich hatten die Männer okkupiert. Die Aufklärung hat dieses Bildungsprivileg der Männer in Frage gestellt, die Praxis hinkte aber lange hinterher. Selbst der große Karikaturist Honoré Daumier war sich nicht zu gut, eine schreibende Frau als Blaustrumpf lächerlich zu machen. Eifrig schreibt die von ihm verspottete Frau mit der rechten Hand einen Kommentar, nicht achtend, dass ihr mittlerweile nachlässig gehaltener Säugling aus der linken Hand zu Boden gleitet. Die Botschaft der Zeitung ist klar: Milchflasche statt Tintenfass.

Für mich sind zwei Pionierinnen Ihres Berufsstandes für heute bedeutend: Madame de Staël, die das französische Deutschlandbild geformt hat und die Weltreisende Ida Pfeiffer. Die erste hatte jenes wunderbare Netzwerk des „Salons“ hinter sich, eine Selbstorganisation privilegierter Frauen mit intellektuellen Ambitionen, die zweite war eine Einzelgängerin. Dieses Einzelgängertum wurde unterbrochen, als die Frauen selbst diese Idee der Gleichberechtigung in die Hand nahmen, sich organisierten und einfach begonnen haben, eigene Publikationsorgane zu gründen. Es ist im öffentlichen Bewusstsein gar nicht so richtig verankert, dass es im Wiener Fin de Siècle nicht nur die eigenartig weltabgewandten Frauen eines Gustav Klimt gab, sondern auch eine hochinteressante und weltzugewandte Frauenbewegung unter Führung von Auguste Fickert, welche die Publikation „Die Stimme der Frau“ herausgab. Da finden wir Frauen wie Rosa Mayreder, Bertha von Suttner, Bertha Zuckerkandl, die die Wege in die Gegenwart geebnet haben.

Die Frauen haben sich also in einem langen Kampf den Weg in die österreichischen Redaktionen erobert, aber das heißt nicht, dass dort schon jene Gleichberechtigung herrscht, für die die Pionierinnen kämpften. Viele Fragen sind hier noch offen, wenn ich mir die Imprensa – spezielle Frauenzeitschriften seien hier einmal ausgenommen – unserer wichtigsten Publikationen ansehe, dann finde ich ähnlich wie in anderen Berufsgruppen noch immer eine ungerechte Verteilung zwischen den Geschlechtern, vor allem in den Spitzenpositionen der heimischen Presse.

Und da ist noch die Frage, wie dieser hektische, von terminlichen Sachzwängen bestimmte Beruf sich in jenen weiblichen Lebenszusammenhang einfügen kann,

denn Daumier so böse karikiert hat. Hier wird sich in der Organisation der heimischen Publizistik viel ändern müssen.

Mit der gewählten Thematik „Internationale Vernetzung“ ist diese Veranstaltung am Puls der Zeit. Begriffe wie Digitalisierung, Konvergenz, Globalisierung, Internet, Informationsgesellschaft schwingen in diesem Thema mit, und zugleich stehen diese Begriffe auch für die dynamischen Veränderungen im Bereich Medien und Journalismus.

Was sind nun die zentralen Herausforderungen dieser neuen Medienrealität? Was lässt sich angesichts dieser Veränderungen konstatieren? Ich denke, es ist vor allem ein Wettbewerb der verschiedenen Plattformen, es ist ein Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Konsumenten und es ist ein Wettbewerb der und um Inhalte. Wir haben vor kurzem im Rahmen unserer EU-Ratspräsidentschaft einen hochkarätig besetzten Kongress in der Wiener Hofburg zum Thema „Content als Wettbewerbsfaktor“ veranstaltet. Es ging darum, Bewusstsein zu schaffen für die Bedeutung des Content und der Kreativwirtschaft, im Besonderen des europäischen Content und der europäischen Kreativwirtschaft. Dies vor allem im Lichte der Informationsgesellschaft und der immensen Chancen dieses Sektors für Wachstum und Beschäftigung.

Im Mittelpunkt stand dabei die Frage, was es braucht, um Europa im internationalen Wettbewerb auf die Überholspur zu bringen, denn in allen Vergleichen, die ich als Medienpolitiker angestellt habe, hinken wir Amerika zwischen ungefähr vier und sieben Jahre nach. Was braucht es, um die in Studien für Europa prognostizierten rund eine Million Arbeitsplätze im Sektor der Content- und Kreativwirtschaft in den kommenden Jahren entstehen zu lassen? Benutzerfreundliche Technologien für die Konsumenten, mehr Flexibilität und Mobilität am Arbeitsmarkt, Verbesserung der Rechtssicherheit (Copyright) für die Produzenten sind daher zentrale Anliegen. Darüber hinaus brauchen wir die drei „K“s – Kreativität, Koordination und Kohärenz sind hier die Schlüsselwörter. Wir haben in Europa viele ausgezeichnete Initiativen auf EU-Ebene, auf nationaler, lokaler und regionaler Ebene – denken Sie nur an e-Government, wir sind hier auf den ersten Platz vorgerückt. Wir müssen diese vielversprechenden Ansätze und Maßnahmen effizienter miteinander abstimmen. Gestatten Sie mir in diesem Zusammenhang, dass ich mich mit der Bitte an Sie wende, diese Zukunftsthemen zu vermitteln und an die Frau, respektive an den Mann zu bringen. Es geht um eine möglichst journalistische und praxisbezogene Kommunikation, die den Menschen die Auseinandersetzung mit den abstrakten und technischen Begriffen und Möglichkeiten, die mit der Digitalisierung einhergehen, erleichtert und nahebringt. Denn eines ist meines Erachtens klar: Die digitale Revolution ist da, wir befinden uns mitten auf der Barrikade – und auf Barrikaden schläft man nicht. Wir müssen der Informationsgesellschaft eine Seele geben. Helfen Sie uns dabei.

Eröffnungsvortrag

Dr. Eva Dichand („Heute“, Medienmanagerin des Jahres 2005)

Als ich begonnen habe, ist mir passiert, was wahrscheinlich frauentypisch ist – ich wurde am Anfang belächelt. Heute drucken wir 220 000 Stück Zeitungen am Tag, werden in Wien von einer halben Million Menschen gelesen.

Wenn man Inhalte vermitteln will, gibt es zwei Wege. Man kann Qualitätsblätter wie die „Presse“ oder die „Neue Zürcher Zeitung“ machen, sie haben keine so hohen Auflagen und journalistisch einen ganz anderen Anspruch. Wir haben den Ansatz gewählt, dass wir ein Massenprodukt sein wollen, ein Volksprodukt, und wir wollen vor allem junge Leute erreichen.

Wir erreichen die jungen Leute sicher auch durch die Art der Distribution, es ist ein Gratisprodukt, das ist in Österreich neu. In Europa gibt es das in allen großen

Städten – London, Paris, Zürich, Mailand und in allen skandinavischen Ländern. Dadurch, dass man die jungen Leute erreicht, lernen sie wieder, Zeitung zu lesen und werden danach sicher wieder auf Kaufzeitungen umsteigen.

Bei uns ist auch die Redaktion ein bisschen anders aufgebaut, weil wir sehr viele Frauen haben – auch in der Sportredaktion haben wir Frauen, die über Fußball und Eishockey schreiben. Unsere Redaktion ist sehr jung, im Durchschnitt 30 Jahre alt. Andere Blätter sind sehr männlich besetzt. Eine Erklärung dafür ist sicher auch, dass der Beruf vom traditionellen Beruf des Reporters kommt, der viel gereist ist. Für Frauen ist es im Tageszeitungsgeschäft noch immer besonders schwierig. Die Kaufzeitungen erscheinen sieben Tage in der Woche, mein Mann ist Chefredakteur der „Kronenzeitung“, und er geht halt am Samstag und am Sonntag auch ins Büro. Unsere Zeitung erscheint fünf Tage in der Woche, und ich gehe am Sonntagnachmittag auch ins Büro. Ich habe einen zwei Jahre alten Sohn. Man muss sehr organisiert sein.

Ich glaube für meine Generation, dass wir schon sehr viel erreicht haben, dass sich aber auch noch viel verändern wird. Man darf sich von seinem Weg nicht abbringen lassen, und ich glaube, dass man heutzutage zwischen den Geschlechtern nicht mehr unterscheidet. Es geht um die Qualität der Arbeit. Der Leistungsdruck steigt für Männer genauso wie für Frauen. Eine Schwierigkeit bei den Frauen ist natürlich die Familie, aber es gibt gerade als Journalistin die Möglichkeit, dass man zum Beispiel eine Zeitlang frei arbeitet. Ich glaube, dass meine Generation schon durch die Ausbildung daran herangeführt wird, dass die Leistung zählt, der Charakter, und nicht das Geschlecht.

Wir wollen auch in andere Bundesländer gehen – und da ich jetzt die Gelegenheit habe: Wir suchen immer Journalisten. Es ist gar nicht so leicht, jemanden zu finden, denn momentan gibt es einen Trend, dass alle „Szene“ und „Kultur“ schreiben wollen, aber wir finden keine Leute die „Lokal“ und „Chronik“ schreiben. Es stirbt eine Generation von Journalisten aus, die den ursprünglichen Journalismus schreibt. Ich glaube aber, dass auch bei einem Gratisblatt der lokale Teil und Politik und Europa vorkommen muss. Es ist besonders schwierig, junge Leute zu finden, die das schreiben. Das Problem habe nicht nur ich, sondern auch die „Presse“, der „Standard“ und die „Kronenzeitung“, dass in den Lokalredaktionen die alten Journalisten sitzen, die die Kolumnen schreiben und die Meinung machen. Ein Gratismedium lebt nur von Werbung. Es ist für uns also sehr wichtig, was der Inseratkunde will und es besteht ein starker Trend dazu, dass Fraueninhalte mehr nachgefragt werden. Deshalb versuchen wir, in alle Inhalte vermehrt Frauen einzubauen. Es gibt sehr viele Themen, die beide Geschlechter gleich interessieren. Ich habe den Vorstandsvorsitzenden von Springer getroffen, und er hat mir erzählt, dass heute nur mehr 25% der Leser Sport lesen, die andern 75% überblättern es komplett. Die Gewohnheiten haben sich also sehr stark geändert. Es ist schon wichtig, auf die veränderten Inhalte einzugehen und zu schauen, was die jungen Leute und die Frauen lesen wollen.

Ich glaube, dass wir auch die etablierten Medien ein wenig prägen, weil sie sich anschauen, was wir anders machen. Wir haben am Reumannplatz Boxen, da werden 8000 Stück in der Stunde entnommen, sie sind um halb neun Uhr morgens leer. Wir haben ausprobiert, was passiert, wenn wir 8000 Stück nachlegen – die sind um neun leer. Da sieht man, welche Möglichkeiten das Medium noch hat. Es ist sicher ein Anspruch an die großen Kaufzeitungen, jünger zu werden.

Kurzvorträge

Präsentation der Kongress-Studie 2006

KR Daniela Schwarz

Willkommen zum heurigen Journalistinnen-Kongress!

Im Vergleich zu unserem 1. Kongress im Jahr 1998 sind wir einfach MEHR geworden - und was mit gerade einmal 120-130 Teilnehmerinnen im Kleinen Festsaal damals hier begonnen hat, hat heuer zu einer Rekordanmeldung von insgesamt 361 Interessentinnen UND Interessenten für den aktuellen Kongress geführt - ein schöner Erfolg und auch ein Beweis, dass wir es alle Jahre wieder schaffen, Ihnen aktuelle Themen und spannenden Referentinnen zu bieten. Für die Treue vieler "Stammgäste" unter Ihnen möchte ich mich ganz besonders bedanken!

Ich darf auch heuer wieder in doppelter Funktion zu Ihnen sprechen - zum einen als Organisatorin dieses Kongresses mit einigen Mitteilungen in eigener Sache; zum anderen werde ich Ihnen auch heuer wieder die aktuelle Begleit-Studie vorstellen, mit der wir jedes Jahr diesen Journalistinnenkongress einläuten.

Zuerst möchte ich mich aber den Danksagungen auch aus unserer Sicht anschließen und einmal dem gastlichen Haus hier Dank sagen. Die guten Geister hinter den Kulissen, die Umsicht von Herrn Eberhard und unser Techniker, der Herr Janele helfen so professionell und kompetent bei der Vorbereitung und Umsetzung des Kongresses - es ist eine Freude hier zu sein und mit diesem Team arbeiten zu dürfen.

Ich danke auch vorab dem Frauenministerium, das zu diesem Kongress beiträgt, ihn ermöglicht und auch inhaltlich vor allem durch das persönliche Engagement der Frau Bundesministerin unterstützt. Maria Rauch-Kallat war nämlich - lange bevor sie Frauenministerin wurde - Ideengeberin und Initiatorin dieser Veranstaltungsreihe. Auch dem Medienstaatssekretär Franz Morak möchte ich herzlich danken - die Unterstützung durch das Bundeskanzleramt beweist den Stellenwert dieses Kongresses in der österreichischen Medienlandschaft und trägt die Kosten für die Kongress-Studie.

Allen voran gilt unser Dank der GENERALI die uns unter die "Flügel des Löwen" genommen hat - wie Sie hier überall sehen und was wir auch gerne betonen, denn ohne ihr großzügiges Engagement wäre dieser Kongress nicht durchführbar. Und da kommen wir gleich zur ersten organisatorischen Durchsage meinerseits:

Die GENERALI hat heuer erstmals gemeinsam mit dem Österreichischen Journalistinnenkongress einen Preis für Beiträge von Journalistinnen ausgelobt, "deren zentrales Thema ein Denkanstoß zur Gleichstellung von Frauen ist". Es konnten Artikel sein, "die Leistungen von Frauen hervorheben oder im Vergleich der Geschlechter Frauen einen gerechten und angemessenen Raum geben bzw. kritisch die Abwertung oder Schlechterstellung von Frauen aufgreifen und hinterfragen"

Diese MedienLÖWIN wollten wir zum Abschluss des Kongresses morgen Abend verleihen, aber die langfristige Planung wurde durch kurzfristige Termine vereitelt: Generaldirektor Dr. Karl Stoss ist aus firmeninternen Gründen morgen unabkömmlich - und möchte den Preis aber gerne persönlich verleihen.

Die Verleihung der Auszeichnung wird also verschoben und die Preisträgerin wird am 24. April den mit € 2.000,- großzügig dotierten Preis in Empfang nehmen können. Dies bedeutet für Sie aber nicht, dass der Kongress früher aus ist - nein! vielmehr gibt es den Vorstellungen der wirklich interessanten Berufe der Medienbranche ein bisschen mehr Raum! Wer, wie wir, mit vielen AusbilderInnen an Journalismusakademien und anderen fachspezifischen Institutionen gesprochen hat, weiß auch um die Erwartungshaltung junger Kolleginnen Bescheid. Das Ziel vieler schwankt irgendwo zwischen Krone-Kolumnistin, Standard-Innenpolitik und Kurier-Außenpolitik oder Presse-Wirtschaft - mindestens Ressortleiterin, wenn nicht.... Dass es aber in der Kommunikationsbranche weit MEHR als dieses schmale Spektrum der "arrivierten" Jobs gibt, wird der morgige Nachmittag deutlich machen.

Dass sich so viele Frauen um den Preis beworben haben, freut uns ganz besonders und wir warten schon gespannt auf das nächste Jahr! Die Ausschreibung werden Sie - wie alle Kongressinformationen - auf www.medienfrauen.net ab Dezember finden. Unseren Medienpartnern danken wir ganz besonders. Für Vorankündigung, Berichterstattung und die Schaltung von Inseraten ebenso wie dafür, dass sie vielen

ihrer Mitarbeiterinnen ermöglichen, heute hier zu sein! Vielleicht gehen Sie ja auch von hier wieder mit ein paar neuen Ideen und Impulsen zurück in Ihre Redaktion, vielleicht können Sie auch den einen oder anderen hier geknüpften Kontakt einsetzen - auf jeden Fall ist gerade das ein großzügiger Beweis der Unterstützung unserer Anliegen!

Auf eines möchte ich an dieser Stelle auch einmal hinweisen: im Vorjahr hat es zum ersten Mal schon besser geklappt, aber ich kann Sie nicht oft genug dazu aufrufen, über IHREN EIGENEN Kongress auch zu berichten! SIE alle hier sind zum größten Teil von der schreibenden Zunft - Sie haben die Möglichkeit, Ihre Themen öffentlich werden zu lassen - Sie sind für Ihre Akzeptanz selbst verantwortlich! Und mit "da müsste man" geschieht leider gar nichts. Also gehen Sie bitte hinaus und erzählen Sie, dass Medienfrauen stark sind - und wichtig - und verhelfen Sie sich selbst damit zu mehr Ansehen und Bedeutung.

Um Ihnen die Arbeit zu erleichtern haben wir auch heuer wieder Profi-Unterstützung für gutes Bildmaterial gebucht. Unter www.pressefotos.at gibt es schon ab heute Mittag die ersten Bilder - bitte bedienen Sie sich!

Und jene Frau, die Frauen hier eine Bühne bereitet, möchte ich nun vorstellen: Mag. Ursula Puschmann, unsere Moderatorin! Sie hat uns schon im Vorjahr durch den Kongress begleitet und die nicht immer dankbare Aufgabe der Antreiberin oder Bremserin übernommen - und ist die Mutter unseres Zeitmanagements.

Ursula Puschmann ist aber viel mehr, als das: Als Unternehmensberaterin hat sie sich als Expertin für das Arbeiten im Dialog etabliert: Humorvoll und provokativ zeichnen sich ihre Coachings und Prozessbegleitungen durch die unmittelbare Auseinandersetzung mit den beteiligten Personen und deren aktuellen Situationen aus. Die Anlässe zur Kooperation mit ihr sind für Firmen die Planung und Durchführung struktureller oder organisatorischer Veränderungen in Unternehmen genauso wie aktuelle individuelle Konfliktsituationen.

Seit zwei Jahren setzt Ursula Puschmann ihre KlientInnen und deren Anliegen auch als Veranstaltungsmoderatorin ins rechte Licht - und in dieser Rolle wird sie uns durch den Kongress begleiten.

Heuer dürfen wir uns über Blumenschmuck von Fairtrade freuen. Diese Rosen werden, großteils von Frauen, unter fairen Bedingungen produziert - heute speziell für Frauen. Beim Nachhausegehen bekommen Sie eine als Souvenir mit. Und sie werden daran besonders lange Freude haben.

Damit kommt ein bisschen Frühling mit zu Ihnen nach Hause. Nachdem der Frühling aber nur ganz kurz gezeigt hat, dass es auch anders geht als in den letzten 5 Monaten, müssen wir einige krankheitsbedingte Ausfälle von Referentinnen mit Bedauern bekannt geben: Heidi Vitéz hat keine Stimme, Sigrid Bachinger wird von einer starken Erkältung gequält und Frau Janusyonte, "Head of Sports" der Litauischen Rundfunkanstalt kann wegen Arbeitsüberlastung leider nicht kommen. Antonia Rados, seit 8 Jahren unsere Wunschreferentin, hat uns noch nicht abgesagt - vielleicht gibt es diesmal eine Überraschung?

Auch heuer ermöglicht die TELEKOM die 2 Surf-Stationen im Foyer, damit Sie jederzeit Internetzugang haben. Dank der Videotechnik gibt es auch - für alle verhinderten, erkrankten und interessierten Kolleginnen die Möglichkeit, im Internet die Plenarveranstaltungen live mitzuerleben.

Die Kongressdokumentation ist auch für Sie via Internet nachvollziehbar - einen direkten Link finden Sie von www.medienfrauen.net weg. Dank auch an alle Referentinnen, die sich mit der Aufzeichnung einverstanden erklärt haben.

Danke der Telekom für dieses tolle Service und auch schon im voraus für unsere Abschluss-Präsentation morgen Abend, wenn die Frauenfakten starten! Die erste quasi Meta-Datenbank für Fraueninitiativen aller Art öffnet morgen um 18 Uhr sein Webportal - und dank Video-Liveschaltungen werden wir mit allen Bundesländern verbunden sein.

Noch ein paar Details zum Ablauf:

Für IHRE Berichterstattung danken wir im voraus - bitte versäumen Sie nicht, uns auch für die Pressedokumentation Ihre Veröffentlichung über den Journalistinnenkongress zu schicken.

Zu den TeilnehmerInnenlisten noch ein Wort: ein Schwung der Empörung ist im Vorjahr über uns gekommen, weil eine Teilnehmerin - besonders stolz auf die tollen Daten - die Liste gleich für ein Massenmailing missbraucht hat. DAS ist nicht der Sinn, sondern einfach eine Erleichterung an Gespräche oder Vorträge anzuknüpfen und individuell in Kontakt zu treten. Bitte respektieren dies - auch im eignen Interesse.

Zum Einhalten von Anmeldefristen traue ich mich ja schon gar nichts mehr zu sagen... Gestern hatte ich noch 20 - zwanzig!! - neue Anmeldungen und vorgestern haben wir den letzten Fragebogen für die Studie gefaxt bekommen.... Beim besten Willen - DAS schaffen wir nicht.

Und bevor es endlich soweit ist, Ihnen unsere Studienergebnisse mitzuteilen, ein besonders großer Dank an meine Kollegin Gerti Kuhn! Gerti Kuhn ist Mastermind dieser Kongresse, hat kreative Ideen und macht minutiöse Recherche, sie findet und erfindet Referentinnen und managt es alle Jahre wieder, tolle Frauen hier her zu bekommen. Nachdem es aber nach 8 Kongressjahren immer schwieriger wird, Ihnen Neues zu präsentieren und gerade SIE in ihren Berufen vielleicht hin und wieder auf tolle Frauen und spannende Themen stoßen - Bitte melden Sie uns das!

Zweckdienliche Hinweise an gerti.kuhn@aon.at

GMMP international

Karen Ross (Professor University of Coventry):

I have been involved with the GMMP since the first one in 1995, when I was a monitor. In 2000 and 2005 I was the UK coordinator. I have written a lot about representation of women in the media. There are very few of us working in this area and publishing around gender and media.

Just a very small amount of history. There have been three days of monitoring - 1995, 2000, 2005. Each time we have had a core of countries who have taken part. The third monitoring had fewer news items, because we changed the methodology. It's fine to count things, but you also need to have a context in order to make your argument. It's not enough simply to say: x number of images of women or of men, x number of by-lines of women and men. I need some detail and some context in terms of the tone, the language and the style of those news reports.

In the 2005 study we focused more on the qualitative aspects and still managed to get 13 000 news items, but we recognized that there was a need to provide a bit more context in terms of the news items themselves.

For the first time we had an excessive media launch for the 2005 report. In the past there hasn't been very much interest in things to do with women, but this time we decided that we did want to make a big deal out of it. It was very satisfying to see that kind of media interest.

One of the wonderful things about the project - not only is the purpose to actually have a snapshot of how women feature in news on one particular day and we can use that for comparative purposes, because we are talking about 70 or so countries, but it's also about capacity building for women in communities, because the number of the monitoring teams across the world comprise, as it were, ordinary women - some of them. The UK team was an academic team across the four nations, but generally speaking and certainly in the developing world, many of the monitoring teams were grassroots community based. Women were up skilled to become researchers, because there is a lot of preparation involved in being part of the monitoring, the paper work, the coding frames and instructions are quite complicated, and they are all in English, so they had to be translated.

We also wanted to use new technologies to enable people to talk about their experiences and to start blogging. We had three types of blog around the actual launch event. Immediately after the launch event there was a three week period of campaigning where groups across the world who had taken part in the study held press conferences and their own campaign meetings.

I have been working in this area for quite a long time and it is disappointing for me that over the ten years, the three individual studies over ten years, the picture has scarcely changed. There are subtle differences, we have moved on, I'm not saying that it's all doom and gloom, but the rate of improvement is tiny.

This is not rocket science, and anyone looking at these findings would say – „so ...“. Part of the purpose of the GMMP is to move beyond individual opinion about what it looks like in terms of women and news in any individual country. Part of the rationale of the GMMP is to try and produce comparative data across a number of countries in order to be able to make some serious political points about what's going on, so that we are not constantly reduced to complaining about our own national news. We try to look at more structural issues, institutional issues and we get the picture that the number of women who appear in news as a percentage has gone up hardly at all over the last ten years.

There have been huge strides and someone said this morning that in Austria 50% of your parliamentarians are women. I find that very heartening, because we've only just managed to go to 18% and I'm sure that will start going down as it has already for the last general election. One of the arguments that male journalists often use about why we don't see many women parliamentarians featured in the news is that they're not there. In Austria and most of the Scandinavian countries that argument can't be made.

In terms of the spokespeople and experts, again one might argue that it's mostly men who are the CEOs of the large companies. I love the idea of taking those companies off the stock exchange that don't have women on their boards. I'm thinking of going to suggest it to Gordon Brown as a way to distinguish his position from Tony Blair in his campaign to be Prime Minister, because he did actually take paternity leave which was quite extraordinary. That reality about where women feature in decision-making positions is something which I constantly try to discuss with my students, especially my women students who really think that they can have everything.

I'm looking briefly at the global findings and where the UK features against the global findings. What was interesting in terms of women featuring as subjects and presenters, as media workers, that – apart from TV where they have a decorative function – men dominate in terms of reporting hard news.

I recently looked at the way in which sources are used in news reports and specifically at the way in which journalists clued man and women as sources in their news stories. Globally it appears that women journalists are much more likely to use women in their stories, but that is not the case in the UK. I don't know what happens in the UK, but it doesn't happen.

Women are very unlikely to be the focus of news stories, except in one particular category which is victim. Women predominate in the victim category when you look at the content of news reports. Obviously we don't have a role in any other aspect of society.

What does GMMP want to do, what's the point of this huge international effort? One of the aspects, as I said, is to try and produce comparative data which women campaigners and community groups can actually use as an evidential base for their campaigns. Certainly in the developing countries it's taken very seriously as a tool of empowerment, because the idea is that information is power. We have systematic information about where women feature in the stories. Having hard, international data is incredibly powerful.

There's a very interesting piece of work undertaken in Southern Africa, partly because the South African constitution, certainly under the ANC, has been very pro-women. Unfortunately this constitutional frame doesn't always translate into reality in terms of the media. The South African Broadcasting Corporation has made real efforts at improving the number of women workers. But this particular piece of work was actually undertaken with nine or then African countries to look at where Southern Africa stands within the wider context. The South African Editor's Forum has made a commitment to gender representation, not so much in terms of news items, but in terms of staff. However, I'm slightly sceptical of large companies making those commitments, because I remember being in Brussels in 1995 where public broadcasters across Europe all signed up a declaration for improving gender representation. One after another of the broadcasters – male CEOs – came up and signed this declaration in pen – it might have been in pencil, actually. Eleven years on there isn't the kind of improvement one would have hoped to have seen, given the very nice launch we have had on this day, and given the alleged public commitment.

The next step of the GMMP is to create tools to make the campaigns more effective, to enable more groups to move forward on the campaigning trail. Working with the media, with journalists, is part of the key for achieving change.

GMMP Deutschland

Marlies Hesse (Deutscher Journalistinnenbund)

Vor drei Jahren habe ich zum Abschluss des 5. Österreichischen Journalistinnenkongresses erstmals über die Ergebnisse des Global Media Monitoring Project gesprochen. Dabei stellte ich an Beispielen aus Deutschland und auch international heraus, wie wenig es bisher gelang, die Schwelle zu den von Männern dominierten Machtbereichen zu überschreiten. Viele unter Ihnen werden sich daran erinnern – ich jedenfalls noch ganz genau, dass unmittelbar nach meinem Vortrag Frau Ministerin Rauch-Kallat aufstand und in ihrer neuen Funktion an alle anwesenden Journalistinnen appellierte, sich in den Medien mehr Gehör zu verschaffen.

Zwar ist das zwischenzeitlich auch geschehen, aber seit der ersten weltweiten Untersuchung im Jahr 1995, die ich im Auftrag des Journalistinnenbunds für Deutschland koordinierte reichen die Fortschritte bei weitem nicht aus, um von einer gleichberechtigten Teilnahme der Frauen in den Medien zu sprechen. Insbesondere galt das im Jahre 2000 noch von Deutschland, denn da mussten wir uns mit gerade mal 12% mit einem der hintersten Plätze in der Rangfolge der Länder platzieren. Jetzt hat Österreich zwar diesen Platz eingenommen, aber qualitativ eben doch besser, und wir haben im Jahr 2000 auch Wert darauf gelegt, die Qualität unserer Beiträge herauszustellen.

Ich werde Ihnen jetzt darlegen, in welchem Umfang sich der Journalistinnenbund im Jahr 2005 an der Stichprobenerhebung beteiligte und dass wir im Vorfeld der Wahl ein sogenanntes „Angela Watch“ gemacht haben.

Im Rahmen des GMMP lag von Anfang an die Zuständigkeit beim Journalistinnenbund. Die Mitglieder unseres Netzwerks haben am 16. Februar die wichtigsten Radio- und TV-Nachrichten aus 20 elektronischen Medien untersucht. Den Printbereich übernahmen erstmals Studierende der Universität Lüneburg in einem Seminar unter Leitung der Kommunikationswissenschaftlerin Prof. Jutta Röser, die abgesehen vom Stichtag und vom aktuellen Geschehen eine 12-Wochen-Analyse anhand von 11 Zeitungen gemacht hat. In enger Zusammenarbeit zwischen dem Journalistinnenbund und den Studierenden in Lüneburg haben wir anschließend eine Broschüre veröffentlicht, „Präsenz von Frauen in den Nachrichten, Medienbeobachtungen 2005“.

Allein die Nachrichten im Fernsehen ergaben in Deutschland einen Anteil von 24%, und knapp darunter kamen dann die Radiomeldungen mit 23% und die Zeitungen mit 20%. Das ergab für Deutschland einen Anteil von 22%, und wir waren stolz darauf, dass wir mit diesem Ergebnis mit einem Prozent über dem Weltdurchschnitt lagen, und immerhin war der Anteil der Frauen in den Medien in Deutschland um 10% gestiegen. Jede vierte Frau im Fernsehen wurde dargestellt, und im Radio war es jede fünfte Frau, die namentlich genannt wurde.

So erfreulich das auch ist, wir sind der Meinung, dass noch sehr viel mehr getan werden muss, um uns den anderen europäischen Ländern anzugleichen, denn Belgien liegt mit 30% in Europa an der Spitze, gefolgt von den skandinavischen Ländern.

Wichtig ist nicht nur, dass Frauen vorkommen, sondern wie sie in den Medien präsentiert werden, denn sonst wäre die Zeitung „Bild“ wegen der nackten Titelbild-Schönheiten das frauenfreundlichste Blatt in Deutschland. Selbst der Versuch, den 8. März, den internationalen Frauentag, in die Hand von Frauen zu legen, war kein überzeugendes Experiment. Das übliche leicht bekleidete Model auf der Titelseite wurde allerdings an diesem Tag ersetzt durch einen halbnackten Mann. Und die Chefredakteurin für diesen Tag sagte vorab in einem Interview zu dpa: „Er sieht genauso dumm und genauso sexistisch aus wie sonst unsere Miezen“.

Männer dominieren die Topnachrichten, und wie schon in den Vorjahren ist die Vielzahl der männlichen Namen mit einem hohen Bekanntheitsgrad auffallend, die Frauen bilden hier immer noch eine Minderheit. Im TV standen 221 Männern 70 Frauen gegenüber. Die Politiker nehmen hier den ersten Platz ein. In Deutschland dominierte auf der „Hitliste“ der frühere Außenminister Joschka Fischer, der im Februar 2005 noch immer in seiner Visa-Affäre stand. Überall auf der Welt werden Männer zu 83% als Experten gefragt, Frauen kommen zu 31% als Betroffene vor, oder als Stimme aus dem Volk mit 34%. Das ist in Deutschland so wie international. Frauen waren 2005 relativ selten im Fokus der Nachrichten. Insbesondere ging es an dem Tag um die mit Tollwut infizierte Organspenderin und um die entführte Journalistin Giuliana Sgrena, die sich an diesem Stichtag mit einer Videobotschaft an die Öffentlichkeit wandte und um ihr Leben flehte. Das war nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen Ländern eine Spitzenmeldung.

Befunde aus früheren Erhebungen, wonach vor allem Frauen als Opfer von Verbrechen, Krieg und Katastrophen in Erscheinung traten, sind im letzten Jahr nicht so bestätigt worden, wie wir es eigentlich erwartet hätten. In Deutschland war an diesem 26. Februar 2005 ein Schneechaos ausgebrochen und die Zahl der Opfer erhöhte sich durch die Opfer der Verkehrsunfälle, die durch Männer ausgelöst wurden. Unter den 44 genannten Opfern waren 17 weiblich und 27 männlich. Da hat sich das mal umgekehrt.

Die internationale Anzahl der Frauen als Medienschaffende, also Journalistinnen, ist sehr angestiegen. Im Fernsehen beträgt sie 57%, im Radio ist sie noch immer zu klein und in der Presse beträgt der Anteil 29%. Wenn wir uns die Zahl in Deutschland ansehen, so mag es ein Zufall gewesen sein, oder eine Ausnahme, dass an diesem Tag die Moderatorinnen und die Sprecherinnen von Nachrichtensendungen nicht in dem Maße in Erscheinung traten, wie unsere Stichproben in den Jahren vorher es erwiesen haben. Es gab wenige Doppelmoderationen im Geschlechtermix, und es lag nur eine einzige Fernsehsendung ganz in Frauenhand.

Auch die Alterspyramide ist hochinteressant. Es wurde danach gefragt, wie alt die Moderatorinnen eingeschätzt wurden, und da war es erstaunlich, dass es kaum eine Frau gab, die älter als 34 eingeschätzt wurde. Dieser Trend zeichnet sich auch international ab.

Frauen berichten häufiger als ihre männlichen Kollegen über Frauen. Der Autorinnenanteil in den Printmedien ist nach wie vor viel zu gering, auch wenn man bei manchen Kürzeln nicht weiß, ob eine Frau oder ein Mann als AutorIn gemeint war.

Gelingt es Frauen oder Männern besser, dem Gender Aspekt gerecht zu werden? Ich möchte Ihnen ein ganz positives Beispiel vorstellen. Am internationalen Frauentag gab es ein Experiment mit einer ganz großen Resonanz. Im Rahmen der 3-Wochen-Aktion „Who makes the news“ setzte die Badische Zeitung in Freiburg ein Highlight, sie legte am 8. März die Redaktion ganz in Frauenhand. Der fast einhelligen Meinung des Vorbereitungsteams, dass Frauen einen anderen Blick auf die Tagesereignisse haben als Männer, schlossen sich alle begeisterten LeserInnen an. 150 AnruferInnen konnten angenommen werden, und es gab sehr viele Leserbriefe mit dem Tenor „mehr davon“. Nur sieben Männer meldeten sich mit der Reaktion „na ja, was soll's“. Kein anderes Thema hat so viel Feuer in die Geschlechterdebatte gebracht wie der Umgang mit Angela Merkel. Eine Frau an der Spitze der Regierung, das galt bis vor kurzem in unserem Land als Utopie. Insofern können wir 10 Jahre nach Peking in Sachen Geschlechtergerechtigkeit einen beachtlichen Fortschritt verzeichnen. Mitglieder des Journalistinnenbundes hatten im August des vergangenen Jahres zu einem sogenannten „Angela Watch“ aufgerufen. Über 300 Artikel haben wir gesammelt und anhand von Klischees zur Weiblichkeit zur Frage „Kann die das“ ausgewertet. Wie wird mit der Kanzlerkandidatin umgegangen, haben wir gefragt. Geschlechtsneutral oder auf die uralte Macho Art? Gendersensibel, geschlechtsneutral, fies, oberflächlich oder hintergründig. Ich denke, noch Generationen von JournalistInnen werden Gelegenheit haben, aus der Sammlung, die wir angelegt haben, Honig zu saugen. Jetzt liegen schon einige Anfragen zu Dissertationen vor, und einige Universitäten beginnen, entsprechende Seminare anzubieten. Hervorheben möchte ich vor allem, dass die Medien als Sprachrohre öffentlicher Meinung und Stimmung im Land die Inszenierung der Geschlechter nicht nur begleitet, sondern sie sogar noch verstärkt haben. Inzwischen wird längst darüber nachgedacht, wie sich der Blick auf die Frau verändert hat, wenn sie, wie im Fall Angela Merkel, ein hohes Amt einnimmt. Nicht ihr Äußeres und ihre Frisur sind von Interesse, sondern allein, wie sie mit Macht umgeht. Eine Lobeshymne nach der anderen ist mittlerweile zu lesen. In der Schweizer Weltwoche stand sogar, in Deutschland würde über die Kanzlerin zurzeit auf Knien geschrieben, und ich denke, das stimmt. Und sogar im Feuilleton der Berliner Zeitung war kürzlich zu lesen – und genüsslich möchte ich Ihnen zitieren, was der Autor schrieb: „In Gegenwart einer übermächtigen Mutter verlieren viele Männer ihre geschlechtliche Identität. Wer sich ohne männlichen Freund unterordnet, empfindet als wahren Mann bald die mächtige Frau. Am Ende solcher Prozesse steht daher nicht selten der Wunsch, Frauenkleider zu tragen.“

Podiumsdiskussion „Qualitätsjournalismus unter Druck?“

Diskussionsleitung: Dr. Margit Czöppan (Leiterin ORF-TV Hauptabteilung Kultur)

Dr. Susanne Glass (ARD, Präsidentin des Verbands der Auslandsjournalisten)

Livia Klingl (Ressortleiterin Außenpolitik Kurier)

Eva Maria Kubin (Programmchefin Antenne Steiermark, Initiative Qualitätsjournalismus)

Dr. Gertraud Leimüller (Salzburger Nachrichten, Wirtschaftsredaktion Wien)

Dr. Anneliese Rohrer (Fachbereichsleiterin FH Studiengang Journalismus)

Dr. Gertraud Leimüller

Ich bin 12 Jahre lang im Tagesjournalismus gestanden, und in den Phasen des Abstands hat mich am meisten bedrückt, dass die Personaldecken immer dünner werden, der Zeitdruck immer größer wird, auch das Konkurrenzdenken der Medien größer wird – das schafft natürlich auch Druck, der der Qualität nicht förderlich ist. Dadurch entsteht eine Oberflächlichkeit und es bleibt wenig Zeit für kritischen Journalismus. Mein Eindruck ist, dass der Markt für kritischen Journalismus kleiner wird.

Dr. Anneliese Rohrer

Ich muss heftig widersprechen, wenn Sie meinen, dass die stärkere Konkurrenz gegen die Qualität arbeitet. Das Auftauchen des „Standard“ im Jahr 1988 war de facto die Rettung des Qualitätsjournalismus, und ohne den „Standard“ gäbe es heute die „Presse“ nicht. Die Konkurrenz durch den „Standard“ war die Rettung der „Presse“, denn die Redaktion hat sich gegen den Widerstand der damaligen Chefredaktion zusammengeschlossen und gesagt, dass wir reagieren müssen. Wie wir mit der Konkurrenz umgehen, ist eine andere Sache. Das Problem ist nicht die Konkurrenz, denn davon gibt es in Österreich ja gar nicht genug. Das Problem ist die Konzentration, dass es also nicht genug konkurrierende Medien gibt und infolgedessen nicht genug Auswahl für den einzelnen Journalisten.

Dr. Susanne Glass

Österreich ist für mich ein bisschen die Insel der Glückseligen. Wir in Deutschland haben unglaublich viel Konkurrenz von privaten Medien. Dadurch hat sich der Markt bei uns vollkommen verändert. Konkurrenz belebt das Geschäft natürlich auch positiv, aber wenn die Konkurrenz ein Niveau - und dadurch auch Marktanteile erreicht hat - bei dem wir nicht mehr mitgehen wollen, dann wird es schwierig für uns.

Als ich beim Bayerischen Rundfunk in der Politikredaktion angefangen habe, galt die Regel, wenn eine wichtige Meldung kommt, muss sie von mindestens zwei unabhängigen Quellen bestätigt werden, damit sie in die Zeitung oder ins Fernsehen kommt. Als die Privatsender kamen, sind sie mit jeder Meldung sofort rausgegangen, sie hat sich vielleicht als falsch herausgestellt. Da hieß es, der Bayerische Rundfunk ist ja so langsam. Also mussten wir nachziehen, und wir sind jetzt zum Teil auch schon so weit, dass wir das melden, und da ist natürlich die Gefahr sehr groß, dass wir nachher widerrufen müssen. Deshalb finde ich die Konkurrenz in Deutschland momentan ziemlich schlecht.

Dr. Margit Czöppan

Jetzt frage ich einmal ganz ketzerisch, welchen Unterschied es aus der Sicht der Zuschauer oder Leser macht. Merken sie den Unterschied zwischen erstklassig und etwas weniger erstklassig recherchierten Geschichten? Wobei ich nicht unterstellen will, dass sie es nicht merken, weil sie so dumm sind – sie merken es nicht, weil sie die Information nicht haben können. Wird Qualität von den Zuschauern oder Lesern noch nachgefragt?

Dr. Susanne Glass

Ich glaube schon, dass sie ihn bemerken und nachfragen. Und ich habe auch gemerkt, dass auf die Beiträge die meiste Resonanz kommt, die wir gut recherchiert haben und die wir vielleicht auch als Einzige haben, weil wir uns noch ein teures

Korrespondentennetz leisten können. Die Zuschauer sagen, aha, das ist ja etwas Neues, das habe ich nicht auf jedem Kanal, den ich gerade durchzappe.

Livia Klingl

Ich möchte gerne mit der Neuen Zürcher Zeitung beginnen, die als eine der besten der Welt betrachtet wird. Die NZZ hat vor etwa 6 Wochen eine zarte Layoutreform durchgeführt. Jede größere Geschichte hat jetzt einen Titel, einen Untertitel, einen siebenzeiligen Vorspann und nach jeweils etwa 15 Zeilen einen Zwischentitel.

Das hat mich an den Kurier erinnert. Wir müssen Zwischentitel machen, weil man davon ausgeht, dass der Mensch eine so genannte Bleiwüste nicht mehr lesen will oder kann. Die NZZ muss sich also auch gewissen Gegebenheiten anpassen. Das hat an der Qualität ihrer Texte aber nicht gerüttelt. Man kann also sehr wohl Anpassungen vornehmen, aber man kann das, was an Text übrig bleibt, so gestalten, dass man es vor allem auch ethisch verantworten kann.

In den inzwischen 17 Jahren, seit der Standard gegründet wurde, hat es enorme technische Neuerungen gegeben, die jetzt allen zugänglich sind. Auch die sogenannten ärmeren Medien haben Mitarbeiter mit Handys und Laptops. Man macht es nicht mehr so wie ich vor zwanzig Jahren, ich habe eine Geschichte mit der Hand geschrieben, habe mir – es war Krieg – eines der zwei verfügbaren Satellitentelefone gesucht und habe das in einem Affentempo durchtelefoniert, weil jede Minute 25 Mark gekostet hat. Man hat das Internet, obwohl man das Internet nicht fragen kann, was es Neues gibt – das heißt, man braucht Vorwissen, um es nützen zu können. Den Startnachteil für jene, die in nicht sehr bemittelten Medien gearbeitet haben, oder für freie Mitarbeiter, ist nicht mehr so groß.

Aber glauben wir Journalisten und vor allem die Herausgeber und Chefs von Fernsehstationen, dass den Menschen Schwieriges nicht mehr zuzumuten ist, sodass wir es ihnen in kleinen Häppchen geben müssen? Oder glauben wir, dass die Menschen sehr wohl lesen und Texte begreifen können, wenn die Texte gut verfasst sind?

Leistet man sich Qualität? Kann man sich Qualität auch in einem nicht Hyper-Qualitätsmedium leisten? Oder sagt man, dass man alles mit kleinen Bildern abdecken muss und dass die Menschen nicht mehr als vier Sätze begreifen können – und es eigentlich eh recht praktisch ist, dass die Menschen blöd sind, denn je blöder sie gemacht werden, umso weniger können sie zum Beispiel gegen die Politik des Landes unternehmen.

Dr. Margit Czöppan

Es ist vor einigen Tagen eine Untersuchung über Journalismus veröffentlicht worden, in der 92% der Journalisten beklagen, dass gerade durch Internet, E-Mail und diese technischen Möglichkeiten der Zeitdruck vergrößert wird, da die Menge an Information abgearbeitet werden muss.

Livia Klingl

Ich gehe davon aus, dass sich innerhalb der letzten sieben Jahre in meinem Ressort im „Kurier“ die Arbeit verdoppelt hat, unter anderem aus diesen Gründen. Früher hat man ein Fax bekommen, hat drübergelesen und hat in einer Hundertstelsekunde gewusst: Papierkorb oder genau anschauen. Dann kam das E-Mail dazu, mittlerweile wird man zugemüllt. Jetzt ist neu erfunden worden, dass diejenigen, die ein E-Mail schicken, den „Remember“ schicken, und dann gleich noch einen.

Und ich kann mich im Internet natürlich auch totrecherchieren. Es gibt ja mittlerweile Leute, die krank sind, also süchtig nach Computer. Wer das im Beruf des Journalisten ist, der hat es schwer. Die Frage ist, wie ich mit einem großen Angebot umgehe. Die Qualität der Informationen, die man sich aus dem Internet holt, ist auch wieder eine fragwürdige Geschichte.

Dr. Susanne Glass

Ich möchte gerne etwas aus meiner Berufserfahrung dazu erzählen. Ich war 1999 im Kosovo, um über den Krieg dort zu berichten, hatte nichts außer einem Handy, war auf die Informationen angewiesen, die ich vor Ort bekommen habe, musste meinen Augen trauen, also dem, was ich gesehen habe. Ich konnte nur das durchtelefonieren, das auf dem beruht hat, was ich gesehen habe. Ein halbes Jahr später war ich bestens equipped, mit einem Computer, und habe mich wirklich zur Geisel dieses Computers gemacht. Ich war mit meinen Beiträgen schon fertig, hatte im Hinterkopf aber immer: Jetzt muss ich schauen, was die anderen schreiben. Wenn dann jemand einen ganz anderen Aspekt herausgegriffen hat als ich, dann wurde ich unsicher. Ich habe mich dann gezwungen, meine eigenen Eindrücke zu schreiben, aber es hat mich in meiner Arbeit extrem beeinflusst.

Dr. Gertraud Leimüller

Das Internet bietet uns sagenhafte Recherchemöglichkeiten und ist in punkto Schnelligkeit toll. Aber ich erlebe im Alltag des Wirtschaftsjournalismus, dass wir durch das Internet dazu verleitet werden, weniger hinauszugehen. Es werden Subwirklichkeiten kreiert, die mit den Wirklichkeiten unserer Leserinnen und Leser wenig zu tun haben. Für viele Menschen hat das Internet keine große Bedeutung. Man ist so gefangen genommen von den Möglichkeiten des Internets, dass man die andere Realität leicht vergisst.

Dr. Anneliese Rohrer

Ich glaube, wir vergaloppieren uns jetzt im Qualitätsbegriff. Die Kollegin von der ARD hat gesagt, wenn wir Artikel liefern, die gut recherchiert und spannend sind, dann haben wir die Zuseher. Warum konzentrieren sich die Öffentlich-Rechtlichen dann nicht darauf?

Ich halte das Internet, den Druck, die Schnelligkeit für eine Ausrede. Es gab in der letzten Zeit keine Zeitung wie die New York Times, die einen solchen Köpfler gemacht hat, nämlich jahrelang falsche Artikel zu veröffentlichen, weil es technisch möglich war. Sie wussten nicht, dass der Reporter gar nicht dort war, von wo er angeblich berichtet hat. Würde irgendjemand von Ihnen sagen, die New York Times ist keine Qualitätszeitung? Ich glaube nicht.

Es ist schon richtig, dass die Zeiten und die Lebensgewohnheiten schneller werden und dass die Leute nicht mehr das halbe Wochenende mit der „Frankfurter“ verbringen, aber in Wahrheit geht es nur ums Geschäft. Die Verantwortlichen der Öffentlich-Rechtlichen und die Verleger unserer Medienkonzerne sagen, dass alles noch bunter und kleiner und niedriger und unverständlicher werden muss, „die Leute wollen das so“. Ich glaube nicht, dass die Leute das so wollen. Ich glaube allerdings, dass wir in einem Land leben, das 3 Millionen Kronenzeitungsleser hat, das ist schon richtig. Aber der Rest der Medienlandschaft – warum tun sie das? Weil sie ein ökonomisches Interesse haben. Diese Art von Journalismus, mit den schnellen Geschichten, die kann ich mit schlecht ausgebildeten Leuten machen, die ich noch dazu in einer arbeitsrechtlichen Sklavensituation halte. Die können mir die Zeitung füllen und ich als Verleger habe ein Interesse daran, denn ich muss nicht die kollektivvertraglich gut abgesicherten Journalisten anstellen, sondern ich arbeite mit Zeilenschreibern und Pauschalisten. Es gibt Situationen, da müssen die Jungen auch ohne Geld schreiben.

Wenn mir heute jemand so viel Geld schenkt wie die BAWAG in den Sand gesetzt hat, ich mache Ihnen eine Qualitätszeitung in Österreich, die sich irgendwann auch rechnet. Warum gehen die Leute zur „Zürcher“, warum macht die „Frankfurter“ eine Offensive in Wien? Es gibt ein Bedürfnis nach Qualität, aber die Verleger schauen natürlich auf den Gewinn.

Ich glaube sogar – an eine so nicht vereinbarte, aber unbewusste – Verschwörung zwischen Politik und Verleger. Je weniger die Leute wissen, umso leichter sind sie beeinflussbar. Die Politiker haben ein wirkliches Interesse daran, jungen, unkritischen, nicht gut ausgebildeten, wenig Zeit habenden Journalisten gegenüber zu sitzen.

Livia Klingl

Ich halte den Punkt für besonders relevant, den Frau Dr. Rohrer Sklaverei genannt hat. Das in Deutschland erfundene Wort „Ich AG“ gibt es jetzt nahezu überall. Früher waren die Sklaven wenigstens imstande, einen Aufstand zu machen, weil sie auf EINEM Schiff waren, aber heute empfindet jede einzelne „Ich AG“ die andere „Ich AG“ als die größte Gefahr und merkt nicht, dass die eigentliche Gefahr darin besteht, dass tausende „Ich AGs“ wahnsinnig leicht manipuliert werden können. Es ist halt sehr schwer, mutterseelenallein Rückgrat zu haben, aber unser Beruf hat zwingend mit Ethik und Rückgrat zu tun.

Dr. Margit Czöppan

Warum war es früher für die Politik schwerer, auf die Medien Einfluss zu nehmen? Warum sind die Medien nur mehr an Journalisten interessiert, die primär einmal nichts kosten? Sind die alle verrückt geworden, sind die alle zu geizig geworden, was ist da passiert?

Dr. Gertraud Leimüller

Das hat schon mit der Wirtschaft zu tun. Nach dem Einbruch der Anzeigen im Printgeschäft ist eine große Verunsicherung ausgebrochen, auch eine inhaltliche Verunsicherung. Man sieht in der zweiten Welle ja doch, dass das Internet unser Kommunikationsverhalten verändert. In der ersten Welle war die Angst groß, dass die Tageszeitung verschwindet. Dem ist nicht so gewesen, aber in der nächsten Generation sieht man doch, dass das Informationsverhalten anders ist. Man braucht für gewisse Dinge nicht mehr die traditionellen Medien. Was wir überhaupt noch bieten sollen, wissen die Verleger vielfach nicht, und darunter leiden viele Redaktionen. Wohin sie überhaupt gehen sollen, ist völlig unklar.

Dr. Anneliese Rohrer

Darf ich mit dem Mythos aufräumen, dass die Politik früher nicht in den Medien eingegriffen hat. Die Besitzverhältnisse der Medien waren nur anders. Ich kann mich an eine Zeit erinnern, wo die „Presse“ der Bundeswirtschaftskammer gehört hat, und die Losung war: Wenn der Sallinger „blah blah blah“ sagt, dann steht „blah blah blah“ auf Seite 1. Ich will das also nicht so verklärt haben. Als die „Presse“ der Wirtschaftskammer gehört hat, konnte sie inseratenfrei erscheinen, es gab Chefredakteure, denen es vollkommen egal war, was für ein Defizit die Zeitung eingefahren hat, denn die Bundeskammer wird's schon zahlen. Bundeskammer – ÖVP, ich muss das jetzt nicht ausführen. Mit einer Zeitung soll man Geld verdienen wollen, eine Zeitung soll ein Geschäft sein, nur wie wir damit umgehen, das ist das Problem.

Früher waren die Journalisten kollektivvertraglich abgesichert, weil die Kollektivverträge aber ziemlich privilegiert sind, scheuen die Verleger davor zurück, dass sie in Anwendung kommen. Es ist doch unerträglich, dass es Journalistinnen und Journalisten im „Kurier“, im „Standard“, bei der „Presse“ gibt, die einen Fulltimejob mit allem Drum und Dran machen, aber pauschaliert sind. Ich rede gar nicht so sehr davon, dass sie kein 15. Monatsgehalt bekommen – obwohl das traurig genug ist – aber der Punkt ist, dass sie jederzeit hinauszuwerfen sind. Aber es traut sich niemand zu sagen, dass wir den Kollektivvertrag neu verhandeln müssen. Jetzt ist das wahrscheinlich nicht der richtige Zeitpunkt, weil die Gewerkschaft andere Sorgen hat.

Livia Klingl

Vor ein paar Jahrzehnten, als es ein Radio, kein Fernsehen und eineinhalb Zeitungen gegeben hat, war es für Politiker notwendig, diese Medien gut zu behandeln. Es konnte der Politiker die gschieteste Idee haben, er konnte sie ohne die Medien nicht ins Volk transportieren. Aber auch das ist natürlich eine Legende, denn wir erinnern uns alle an Bruno Kreisky, „lernens Geschichte, Herr Reporter“. Es ist vielleicht auch bei den Journalisten die Schmerzgrenze gesunken und die Larmoyanz ein bisschen gestiegen.

Heutzutage haben Politiker und andere Personen öffentlichen Interesses, die etwas an den Mann und die Frau bringen wollen, hunderttausend Möglichkeiten, das zu tun. Wir leben in einer Verulkungsgesellschaft, der Spaß-Faktor soll hoch sein, und Medien, die damit Geld verdienen, sind sehr geneigt, dem nachzukommen. Man kann mit seriösem Journalismus sehr wohl auch seine Klientel haben, aber es besteht eben die Tendenz zu sagen, „die Leute wollen das“. Kein Mensch weiß, wer „die Leute“ sind, es gibt keine Untersuchung, die das belegen würde, aber die Leute wollen das dann tatsächlich, weil sie keine Alternative haben.

Dr. Gertraud Leimüller

Ich glaube, dass viele Medienhäuser schlecht gemanagt sind. Man weiß nicht, was der Kunde wirklich will, es gibt immer Mutmaßungen darüber, was die Leute eigentlich wollen, aber man schaut es sich nicht wirklich genau an, weil es zu teuer ist.

Im Personalmanagement hat es aber, meiner Meinung nach, noch viel schlimmere Auswirkungen. Viele Verlagshäuser haben gar kein ordentliches Personalmanagement, Fortbildungen sind die Ausnahme, viele engagierte Mitarbeiter werden frustriert, weil sie das Gefühl haben, dass der kritische Journalismus, der Einsatz nicht wirklich honoriert wird.

Es gibt in den Redaktionen die ganze Bandbreite an Verträgen, die Leistung steht in keiner Relation dazu, und das ist natürlich eine Zeitbombe für viele Redaktionen. Das ist ein absolutes Tabuthema, dem stellt man sich nicht, weil es auch sehr schwer zu lösen ist.

Dr. Susanne Glass

Ich glaube auch, dass man mit Qualitätsjournalismus Geld verdienen kann, aber er kostet halt mehr Geld. Ein Auslandskorrespondentennetz zu unterhalten, kostet extrem viel Geld. Wenn die Sender sehen, dass sie mit diesen Beiträgen zwar Geld verdienen, aber genau so viel, wenn sie zum Beispiel den Musikantenstadl spielen zum zweihundertsten Mal, oder Popmusik, dann entscheiden sie sich eher für die Popmusik, weil sie billiger ist.

Und wenn ein schwarzer Bundeskanzler eine Zeitung boykottiert, dann sollten sich alle Zeitungen zusammenschließen und ihm alle zusammen kein Forum mehr geben, aber das findet nicht statt.

Dr. Anneliese Rohrer

Zur Ausbildung junger Journalisten und dem hohen Qualitätsbegriff: Ich plaudere aus der Schule, nämlich mit einem Beispiel, das dieses ganze Wollen und Unterrichten mit einem Schlag sinnlos macht.

Ich habe die Studenten eine Zeitlang ganz erfolgreich aufgefordert, frech und kritisch zu sein und immer bei ihrer Meinung zu bleiben. Mein Standardsatz war und ist: Ihr müsst euch ein Leben lang in den Spiegel schauen können. Man darf sich nicht verbiegen, Chefredakteure kommen und gehen, aber sich selbst hat man ein Leben lang. Wir dürfen den Anspruch, nahe an die Wahrheit zu kommen, nicht aufgeben. Die Studenten schauen mich mit großen, skeptischen Augen an, aber ich lasse davon nicht ab, ich muss ihnen das verständlich machen.

Und dann passiert folgendes. Es wird ja demnächst eine Neugründung geben, und einer dieser besonders aufmüpfigen, hoffnungsfrohen Journalisten hat sich vor ungefähr zwei Jahren einmal kritisch über die „Gründer“ geäußert. Jetzt hat er sich beworben und hat aus dem Dunstkreis der „Gründer“ einen Anruf bekommen, dass er überhaupt nicht in Frage kommt, man denkt überhaupt nicht an ihn, denn er hat sich doch in einem Kreis kritisch geäußert.

Natürlich ist gescheit, dass er nicht hinget, aber Sie werden mir entgegenhalten: Was hat er davon gehabt, dass er bei seiner Meinung geblieben ist. Man will junge Journalisten rausschicken und sagt ihnen, dass sie bei dem bleiben müssen, was sie denken, wenn es fundiert ist, und dann passiert so etwas.

Noch etwas zum fundierten Journalismus: Dadurch, dass so viele Journalisten auf Zeile und Pauschale angewiesen sind, glauben diese jungen Studenten, dass sie die

Größten sind, und dann hören sie irgendwie auf und gewinnen keine Substanz. Klubobmann Molterer hat erzählt, dass er einen Journalisten bei einem Interview rausgeworfen hat, weil ihm innerhalb von zehn Minuten klar war, dass dieser Journalist keine Ahnung hatte.

Wenn ich mir als Journalist die Substanz, die mich unangreifbar macht, nicht aneigne, dann bin ich der Spielball. Ich halte das momentan demokratiepolitisch für das größte Problem in Österreich, über das aber kaum jemand spricht.

Dr. Margit Czöppan

Dieser junge Kollege war vielleicht von der journalistischen Substanz her unanfechtbar, trotzdem hat sie aber ihm aber überhaupt nicht genützt, weil er sich einmal unbeliebt gemacht hat bei einem wichtigen Herrn.

Dr. Anneliese Rohrer

Ja, das sind zwei verschiedene Geschichten. Das eine ist seine persönliche Meinung über „Citizen Fellner“, wie Peter Rabl einmal gesagt hat. Und diese Bemerkung hat mit der Gründung auch überhaupt nichts zu tun gehabt, es war auch gar nicht der Kreis, aber es kam Citizen Fellner zu Ohren, und das macht die Sache eigentlich sinnlos, denn was sage ich den nachkommenden Jahrgängen? Ja, ihr müsst solche Nachteile in Kauf nehmen, um den Preis, bei eurer Meinung zu bleiben? Natürlich werde ich es sagen, aber es wird nicht sehr realistisch sein. Aber dennoch kann ich bei meiner Meinung nur bleiben, wenn ich Substanz habe. Je eher ich in der Lage bin, meine Meinung zu untermauern, desto größer ist die Chance, dass ich doch durchkomme, ohne mich zu verbiegen.

Livia Klingl

Qualitätsjournalismus ist die Verpflichtung, mit der Wirklichkeit sehr sorgsam umzugehen, etwas zu hinterfragen, zu checken, zu re-checken. Der Chefredakteur hat das Recht zu zweifeln, aber man selber hat das Recht und auch die Pflicht zu sagen: Da sind die Beweise.

Dr. Gertraud Leimüller

Dazu kommt, glaube ich, auch noch die Unabhängigkeit. Ein Journalist kann also recherchieren und seine Meinung abgeben, ohne dass jede Intervention, die daraufhin bei den Chefredakteuren landet, an ihn oder sie weitergegeben wird. Mir geht es also nicht so sehr um Meinungsverschiedenheiten, sondern um Interventionen von außen, und die habe ich in meinem Ressort in meiner Zeitung doch auch erlebt, aber sehr abgeschirmt. Ich glaube, das ist nicht mehr selbstverständlich.

Dr. Margit Czöppan

Ich zitiere nochmals aus der Journalismus-Studie. 60% aller Journalisten sagen, dass sie zumindest gelegentlich darauf Rücksicht nehmen müssen, ob das, was sie schreiben, den wirtschaftlichen Interessen der Zeitung entspricht, was zum Beispiel Inserate betrifft.

Livia Klingl

Da bin ich bevorzugt behandelt, denn der Herr Bush hat noch nie im Kurier inseriert, den kann ich in den Kommentaren also behandeln, wie es mich freut, der weiß nicht einmal, dass ich lebe, das regt den nicht auf. Selbstverständlich wird das in der Wirtschaftsredaktion schwieriger sein, weil auch in den Qualitätsblättern eine Vermischung zwischen dem Inserenten und dem Bericht über den Inserenten stattfinden kann.

Wenn wir Krankenschwestern befragen, mussten sie schon einmal etwas machen, das ihrer persönlichen Ethik missfallen hat. Wenn man Ärzte oder Kanalräumer oder egal wen fragt, wird man immer zu dem Ergebnis kommen, dass ein erklecklicher Teil einer Berufsgruppe nicht immer mit allem, was dieser Beruf mit sich bringt, Freude hat.

Dr. Susanne Glass

Ich kann ziemlich klar definieren, was für mich Qualitätsjournalismus ist – ein gut recherchierter Beitrag, egal ob Print, Hörfunk oder Fernsehen, bei dem sich die

Journalistin oder der Journalist lange Zeit genommen hat, ein eigenständiges Thema entwickelt hat, ein Beitrag, der nicht auf die Quote schießt, also nicht auf die Konkurrenz und auch nicht darauf, wie gut der Beitrag bei den Lesern ankommt. Die Zuseher und Leser machen die Quote aus, über die die Sender und Zeitungen Geld verdienen und die darüber entscheiden, ob ein Beitrag gesendet wird oder ob man es irgendwie billiger anders macht.

In Baden-Württemberg war letzten Sonntag Wahl. Die öffentlich-rechtlichen Stationen haben versucht, über viele Wochen hinweg die Politiker, die sich zur Wahl gestellt haben, in Porträts darzustellen. Dann hat man festgestellt, dass das die Leute irgendwie nicht interessiert, es ist ein Abschaltfaktor.

Dann kam ein Privatradiosender, der hat gesagt, wir machen das alles ganz anders, wir schließen die Politiker an einen Lügendetektor an. Die Politiker haben mitgemacht und es kam heraus, dass die SPD-Spitzenkandidatin am Lügendetektor gestanden hat, dass sie vor vielen Jahren einen Orgasmus simuliert hat, der grüne Politiker hat gestanden, dass er im Fasching vor vielen Jahren einmal an einem Tag 18 Liter Bier getrunken hat und so ging das weiter. Das hat bis zum Wahltag die Medienlandschaft beherrscht. Es wurde darüber diskutiert, ob eine Politikerin, die einen Orgasmus simuliert hat, tatsächlich fähig ist, ein Land zu führen, und die zweite, hochspannende Frage war, ob ein gesunder Mann am Tag 18 Liter Bier trinken kann. Wo schauen wir denn eigentlich noch hin? Schauen wir uns die Dokumentationen im Fernsehen an, die vielleicht alle Hintergründe über die iranische Atompolitik aufklamüsern, oder zappen wir nicht doch lieber ins andere Programm, wo die halbnackte Frau gerade irgendetwas serviert oder einen Orgasmus simuliert? Und das war ja alles ganz furchtbar und hat uns gar nicht interessiert, aber wir haben es uns trotzdem angeschaut. Damit wird die Quote gemacht und das macht den Qualitätsjournalismus kaputt.

Livia Klingl

Es gibt ein Menschenrecht auf Blödheit. Warum sollen alle nur das Allergescheiteste konsumieren? Die meisten Menschen fressen grausliche Sachen, zum Teil weil sie arm sind, zum Teil, weil es ihnen schmeckt. Warum sollen die nicht auch ins Hirn was Blödes hineintun? Das muss man nicht bejammern.

Der Konsum von Medien ist eine freiwillige Tätigkeit, daher hat jeder Mensch das Recht auf Blödheit, auf blanke Busen, auf was immer er oder sie will. Der Mehrheit der Menschen ist es offensichtlich lieber, nicht behelligt zu werden mit zu viel so genannter Information. Wenn man sich den Lebensalltag von Österreichern und Österreicherinnen ansieht, kann man das verstehen.

Wenn ich zwei Kinder habe, allein erziehende Mutter bin und einen Job in irgendeinem Supermarkt habe, dann werde ich am Abend vermutlich keine Dokumentation über die Geschichte des Iran im Laufe der letzten 6000 Jahre erfahren wollen. Dann bin ich froh, wenn ich gerade noch den Wetterbericht begreife und mir irgendjemand sagt, dass im Frühling grün die Modefarbe ist. Mehr würde ich nicht verkraften.

Was wir als Qualitätsjournalismus bezeichnen, geht in Richtung Luxus. Dazu muss ich eine gewisse Menge an Geld und Zeit haben, und ich muss eine gewisse Ganglienanzahl haben, und das betrifft nun einmal nicht die Mehrheit, auch nicht in Burundi. Wir sind insofern die Ausnahme, als es in Relation kein Land gibt, das eine Zeitung mit der Auflage der „Kronenzeitung“ hat.

Dr. Margit Czöppan

Die Zuschauer haben die Wahl, und sehr oft wählen sie nicht so, wie wir uns das wünschen würden. Der Trend geht dahin, dass wir uns das aussuchen, was nicht so anstrengend und leichter zu konsumieren ist, und dieser Trend ist eben messbar.

Livia Klingl

Es hat „Tutti Frutti“, das ist eine Oben-Ohne-Fernsehsendung gewesen, den höchsten Akademikeranteil gehabt, obwohl man keinen Mann gefunden hat, der gesagt hätte, ich schaue mir das an. Das war irgendwann um Mitternacht, und der Chirurg, der

heimgekommen ist, hat es sich angeschaut, und der Anwalt, der die letzten Klienten verabschiedet hat, das ist so im Leben, und man muss das nicht beklagen.

Ja, die Menschen sollten mehr Rückgrat haben, das ist richtig. Aber Sie können die Konsumenten nicht zwingen, Qualitätsjournalismus zu wollen. Wenn Sie Glück haben, werden Sie ein Medium finden, wo Sie ihn leben dürfen, und wenn die Götter gnädig sind, dann finden Sie Konsumenten, die das interessiert. Ich glaube nicht, dass sich in irgendeinem Land der Erde die Mehrheit der Menschen für Qualität welcher Art auch immer interessiert. Die meisten Menschen tragen schlechte Schuhe, die meisten Menschen essen schlechte Sachen, und die meisten Menschen hauen sich auch etwas nicht besonders Qualitätsvolles ins Hirn.

Dr. Susanne Glass

Ich würde gerne mein Menschenrecht wahrnehmen, Idealistin zu sein. Man muss schon betonen, dass es den Qualitätsjournalismus noch gibt, und die Journalisten, die sich von Anfang an in den Dienst von irgendwelchen vermuteten Über-Chefredakteuren stellen, werden sicher nicht hochkommen. Gerade diejenigen, die zu dem gestanden haben, was sie verkaufen wollten, haben es nach einer Ehrenrunde dann letztendlich doch geschafft hochzukommen. Natürlich nicht bei Boulevardmedien, aber da muss man sich das Medium eben aussuchen.

Dr. Anneliese Rohrer

Ich glaube, man muss zu den Jungen sagen: Schauts nicht rechts, schauts nicht links, es muss euch Spaß machen, ihr müsst mit euch selbst leben, ihr müsst Leidenschaft einbringen und der Rest wird sich ergeben. Vor lauter Hinsicht und Rücksicht und Schauen auf die nächste Gefahr und den nächsten Druck auf den Qualitätsjournalismus kommt uns der Spaß an der Sache abhanden. Den müsste man den Jungen vermitteln, und wenn man sie beim vorausseilenden Gehorsam erwischt, dann müsste man ihnen ins Gewissen reden.

Workshops

Workshop Sportjournalistinnen. Die letzte männliche Bastion

- Mag. Chris Karl (Sportinformationsagentur Infostrada Sports, NL)
- Barbara Kneidinger (Kronenzeitung Oberösterreich)
- Mag. Claudia Kristofics-Binder (Europameisterin, Sporteventmanagerin)

Themeneinstieg

Mag. Veronika Slupetzky (ORF Sport)

Ich war bis jetzt bei allen Kongressen dabei, war gerne dabei, habe auch immer etwas mitnehmen können, aber mir ist bis jetzt immer der Sport abgegangen. Verständlich, weil die Zahl der Sportjournalistinnen in Österreich eher gering ist. Aber gerade deshalb sollte der Sport mehr zum Thema gemacht werden – um die wenigen Journalistinnen, die sich behauptet haben, ins Blickfeld zu rücken, um junge Sportjournalistinnen zu gewinnen und um überhaupt die Bedeutung des Sports mehr hervorzuheben.

In der Vergangenheit wurde der Sport eher stiefmütterlich behandelt, die Bedeutung des Ressorts Sport wurde neben Politik, Wirtschaft, Kultur gering eingeschätzt. Das hat sich mittlerweile doch schon zum Positiveren gewandelt, denn das Interesse am Sport in all seinen Facetten ist größer geworden – aktiver oder passiver Sport, Breitensport, Spitzensport. Sport spielt inzwischen hinein in die Bereiche Politik und Wirtschaft. Das Sportangebot hat sich vergrößert, der Sportberichterstattung wurde mehr Raum gegeben und umgekehrt ist die Nachfrage gestiegen.

Über die Bedeutung des Sports im Breiten-, im Freizeit-, im Gesundheitsbereich brauchen wir nicht zu reden, und es sind ja auch die Frauen sehr sportlich und vorbildhaft unterwegs. Aber eben auch der Sportjournalismus hat seine Bedeutung. Seine Funktionen neben der Information sind Unterhaltung – also Spannung und Dramatik -, dann die Funktion der Identifikation, Sportler werden zu Vorbildern, Sport ist ein soziales Ereignis, weil er meistens im Miteinander konsumiert wird, er ist Gesprächsstoff. Sport hat auch einen gewissen rituellen Charakter – Flaggen, Hymnen, Patriotismus ...

Warum hatte Sportjournalismus lange Zeit nicht den besten Ruf? Ein Grund dafür kann sein, dass es keinen geregelten Berufszugang gibt, dass nur Sportfans Sportjournalisten werden, ihr Hobby zum Beruf machen. Dann wird vorgebracht, dass die Sprache im Sport zu wünschen übrig lässt, sie ist einfach, boulevardesk, die Fragen sind stereotyp. Es gibt zu viel „1:0 Berichterstattung“ anstatt Hintergrundberichterstattung. Die Berichterstattung konzentriert sich auf zu wenige Sportarten, Fußball, Formel 1 oder Schifahren. Ein wichtiger Punkt ist auch, dass es an der kritischen Distanz zum Objekt mangelt, die Sportjournalisten sind mit den Sportlern oft gut Freund und leiden mit, anstatt kritisch zu hinterfragen. Vielem ist in gewisser Weise zuzustimmen, vieles kann nicht unkommentiert stehen gelassen werden, vieles hat seine Gründe und es ist eben so, dass sich im Sport alles um ein Thema dreht, nämlich Sieg und Niederlage. Mein Anspruch war es aber immer, qualitativ hochwertigen Journalismus zu machen.

Ich wollte schon von frühester Kindheit an Journalistin werden und habe ich mich schon immer für Sport interessiert. Nach einer Print- und Hörfunkausbildung habe ich den Weg in den ORF geschafft und bin in meiner Meinung bestätigt worden, dass der Sportjournalismus ein sehr abwechslungsreicher und spannender Beruf ist, den man auf jeden Fall empfehlen kann. Man kommt mit vielen interessanten Menschen in Kontakt, man kommt viel herum, wenn man zu Wettkämpfen geschickt wird, man kann viele Menschen erreichen, Menschen jeden Alters und jeder Herkunft. Der Sport ist jeden Tag eine große Herausforderung, weil sich von einer Sekunde auf die andere alles ändern kann, da bleibt nicht viel Zeit, sich einen schönen Text zu überlegen. Sportjournalisten müssen die flexibelsten Journalisten sein. Sportjournalismus ist die letzte männliche Bastion. Er scheint ein Angebot von Männern für Männer und über Männer zu sein. Der Anteil der Männer im

Sportjournalismus beträgt 90%, die Rezipienten sind größtenteils männlich, und wie erst kürzlich eine Studie ergeben hat, geht es in den Berichten mehrheitlich um Männersport, nämlich zu 78%, Männer werden öfter interviewt, und auch inhaltlich werden Sportlerinnen und Sportler unterschiedlich behandelt.

Ist Sportjournalismus zwingend eine Männerdomäne, warum gibt es so wenige Frauen im Sport, werden Frauen möglicherweise von den männlichen Kollegen verhindert, oder in der Sportlersprache: Halten die Männer vielleicht den Ball lieber in den eigenen Reihen, oder gibt es das eine oder andere versteckte Foul? Wo würden die Vorteile für Frauen im Sport liegen, wie geht es den Frauen, die sich schon durchgesetzt haben und würde sich etwas am Sportjournalismus ändern, wenn es mehr Frauen gäbe?

Zusammenfassung

Katharina Krutisch (Studentin des Sportjournalismus, Salzburg)

Frauen müssen mehr Mut zu Fehlern entwickeln, die männlichen Kollegen machen das auch und haben den Mut, über ihre Fehler hinwegzusehen.

Man muss sich bewusst sein, dass Sportjournalismus ein Wochenend-Job ist, dass er familienfeindlich ist, dass es keine geregelten Arbeitszeiten gibt und dass man sehr viel unterwegs ist. Das erfordert sehr viel Flexibilität und Frauen fehlt diese Flexibilität leider oft.

Und es fehlt Frauen leider doch manchmal am Interesse. Es gibt sehr viele Frauen, die am Sport sehr interessiert sind, aber die Quote ist doch geringer, weil Männer sich im Durchschnitt mehr dafür interessieren. Aber Frauen, die sich dafür interessieren, soll der Weg natürlich frei gemacht werden.

Es gibt Ansätze, die es den Frauen leichter machen würden. Ein Ansatzpunkt wäre es, an der Qualitätssicherung zu arbeiten. Wir haben in Österreich leider noch ein schlechtes Niveau im Sportjournalismus. Wir müssen weggehen vom Fanjournalismus. Männer denken, sie sind ihr ganzes Leben lang auf den Fußballplatz gegangen, sie kennen sich aus, aber das macht sie noch lange nicht zu einem guten Journalisten. Es wäre also nicht falsch, das Handwerk zu lernen. Das heißt natürlich nicht, dass ein akademischer Titel jemanden zu einem besseren Journalisten macht, aber wenn man Ausbildung als Maßstab für den Eintritt in den Journalismus nehmen würde, sowohl für Männer als auch für Frauen, dann würde es sicher auch Frauen den Weg in den Sportjournalismus öffnen.

Es gibt momentan noch wenige konkrete Ausbildungen für Sportjournalismus. Ich studiere zum Beispiel an der Universität Salzburg den Universitätslehrgang für Sportjournalismus, aber das ist die einzige Ausbildung, die es in dem Bereich gibt, abgesehen von einem sportwissenschaftlichen Studium.

Was würde sich ändern, wenn mehr Frauen im Sportjournalismus wären? Frauen würden den Sportjournalismus ganzheitlicher sehen, nicht Formel 1, Fußball und Schifahren, es würden sicher auch mehr Randsportarten zum Zug kommen. Sport würde nicht nur als Spitzensport gesehen werden, sondern es würden auch der Breitensport und der Gesundheitssport einfließen.

Frauen sollten sich auf keinen Fall entmutigen lassen. Ich habe den Weg über eine Ausbildung gewählt, um mich sicherer zu fühlen, um eine nötige Qualifikation zu erwerben. Aber ohne Praxis läuft auch mit der besten Ausbildung nichts. Wir Frauen sind sicher nicht schlechter als unsere männlichen Kollegen.

Workshop Spannungsfeld der Generationen

- Marlies Hesse (Deutscher Journalistinnenbund)
- Mag. Susanne Holper (Studentin Donauuniversität Krems)
- Dr. Astrid Zimmermann (Medienhaus Wien)
- Johanna Zugmann (Die Presse, KarriereLounge)

Themeneinstieg

Mag. Aga Kwiecinski (Institut für Publizistik, Wien)

Wer sich mit dem Spannungsfeld der Generationen auseinandersetzen möchte, der sollte sich erstmal die Frage stellen, ob es denn überhaupt ein solches gibt. Spannung an sich muß ja nicht gleich automatisch negativ besetzt sein. Wo etwas unter Spannung steht, da gibt es ein Für und Wider, da stehen zwei in einem Verhältnis, in dem es auch ein Geben und Nehmen geben kann, und von dem beide Seiten profitieren können. Aber ein Spannungsfeld kann auch für etwas anderes stehen, für einen Gegensatz, für eine Spannung im Sinne einer Anspannung, für Stress und für Probleme.

Und wenn man über Generationen spricht, dann stellt sich auch gleich die Frage über welche Generationen man spricht. Schlagwörter wie „Generation Praktikum“ schwirren durch die Medien, und in unseren Köpfen hat sich das Bild der Frau eingeschlichen, das sich kaum noch von Attributen wie Jugendlichkeit und Schönheit trennen lässt. Welche Generationen konkurrieren da am Arbeitsmarkt, sägen die Neulinge an den Sesseln der 30jährigen, oder bängen die 40jährigen gegen die Dynamik einer engagierten Anfängerin nicht mithalten zu können und zu wollen?

Und welche Spannungsfelder ergeben sich daraus – für alle und für die einzelne? (Von geschlechterübergreifenden Spannungsfeldern möchte ich hier genauso wenig sprechen, wie von den damit verbundenen Ungerechtigkeiten.)

Und schon landen wir unweigerlich bei den guten alten und bewährten Klischees. Was sich in einem möglichen Spannungsfeld der Generationen abspielt, erscheint uns wie der Kampf des „alten Eisens“ gegen „das junge Gemüse“. Eingesessene und bewährte Erfahrung gegen jugendlichen vielleicht unbedarften Tatendrang.

Doch so leicht sollte man es sich wirklich nicht machen, denn die Probleme, die auftreten sind komplexer als man meinen möchte, und die Sache darauf zu reduzieren, dass Frauen oftmals einfach als stutenbissig abqualifiziert werden, ist genauso unzulässig, wie der Versuch, das Thema unter den Teppich zu kehren.

Wenn man sich also mit den Medienberufen auseinandersetzt, dann muss man sich erst vergegenwärtigen, was diese Sparte kennzeichnet – nämlich Unbeständigkeit. Da begegnen einem unweigerlich Begriffe wie z.B. Fluktuation – die gerade in der Medienbranche unvergleichlich hoch ist. Aber auch der Versicherungsschutz und die billigere Verfügbarkeit von Freien Mitarbeiterinnen statt einer Festanstellung von Redakteuren ist ein Thema. Die Medienbranche ist schnelllebig, man arbeitet unter dem Zeitdruck von Redaktionsschlüssen und anderen Terminen, die Bezahlung variiert stark, und nicht zuletzt stellt sich in der Praxis vielfach die Frage nach der Qualifikation. Tatsächlich als Journalist ausgebildet ist kaum jemand, viele sind dem Prinzip „learning by doing“ gefolgt.

Und immer wieder stellt sich auch die Frage nach jungen dynamischen, hippen Mitarbeiterinnen, die dem Druck der Branche besser standhalten, als verbrauchte ältere. Routine und Erfahrung werden gegen die Bereitschaft sich selbst völlig für seinen Job aufzubrauchen ausgespielt. Und alle machen bereitwillig dabei mit.

Als ob es damit nicht bereits genug wäre, werden Frauen auf dem Arbeitsmarkt mit der bitteren Erkenntnis konfrontiert, dass sie ab 40/45 mitunter nur noch schwer vermittelbar sind, und in der Gesellschaft hat sich das Bild der Frau breit gemacht, dass wer nicht mehr jugendlich und schön ist, gleich alt ist. Und „alt sein“ ist weder ein erstrebenswerter Zustand, noch obliegt die Definition darüber der einzelnen, wer als alt bezeichnet wird, wird abgewertet, nicht nur in der bunten Welt des Fernsehens, sondern auch in der schonungslosen Realität der Arbeitswelt.

Setzen wir uns einen Augenblick lang eine rosarote Brille auf: In einer perfekten Welt empfinden Neueinsteigerinnen, junge Journalistinnen die Spannung als fruchtbares Geben und Nehmen, einen Lernprozess, der sich durch Gegenseitigkeit auszeichnet. Das Praktikum ist vielleicht schlecht bezahlt, aber es versteht sich als ausführliches Vorstellungsgespräch, als Eintrittskarte in einen neuen Beruf. Man bewährt sich und das Engagement wird auch belohnt, wenn nicht finanziell, dann immerhin mit der sicheren Aussicht auf einen Job. Die Kollegen sind nicht nur

solidarisch, sondern wissen auch um den Wert einer Kooperation. Denn lernen kann jeder vom Anderen.

Das wäre also der Beginn einer erfolgreichen und produktiven Karriere als Journalistin. Doch in der Realität sieht es doch ganz anders aus. Nicht genug, dass viele gratis arbeiten, um einen Fuß in die Tür einer Redaktion zu bekommen, empfinden viele die Hochspannung als Stressfaktor, die frischen Ressourcen werden ausgebeutet, die Arbeitskraft ist nicht viel wert, denn möchte man sich darauf nicht einlassen, warten schon zehn andere vor der Tür, um den Platz einzunehmen und ihre Chance wahrzunehmen. In so einem Klima breitet sich ein Konkurrenzkampf aus, der nicht als „natürliche Auslese“ verharmlost werden kann, sondern der lediglich die Frage stellt, wie weit man bereit ist zu gehen, um sein Ziel zu erreichen. Und so stehen am Beginn der beruflichen Laufbahn als Journalistin eben Enttäuschungen.

Diese zugespitzte Verkürzung spiegelt natürlich zwei Extreme wieder. Dennoch kann man beobachten, dass es sich immer wieder um dieselben Fragen dreht. Der österreichische Musikpoet Ludwig Hirsch besingt in einem seiner Lieder die Feinheit der Sprache, die aus einem gewöhnlichen Dieb jemanden machen kann, der etwas findet, was ein anderer noch gar nicht verloren hat. Auch wenn man sich mit dem Spannungsfeld der Generationen auseinandersetzt, stößt man immer wieder darauf, dass manches von der Definition, vom Blickwinkel abhängt.

Denken wir zum Beispiel an die junge Generation von Frauen, die in die Medienberufe vordringen, die mittlerweile auch als „Generation Praktikum“ bezeichnet wird, dann sehen wir schnell, dass wir es einerseits mit jungen Frauen zu tun haben, die durch Gratisarbeit, oder hohes Engagement gegen vergleichsweise geringe Bezahlung einen Fuß in die Türen der Redaktionen stellen, und andererseits vielfach schlichtweg ausgebeutet werden, weil der Fuß in der Tür eben nicht in die Redaktion, sondern zum Hinterausgang führt. Ähnlich verhält es sich mit den Frauen, die sich bereits in ihrer Branche für ein Medium verdient gemacht haben, und deren Einsatz irgendwann mit der Kündigung quittiert wird. Ob sie zu alt, zu verbraucht, zu hässlich oder auch zu teuer geworden ist – auch wenn die Qualität ihrer Arbeit nicht nachgelassen hat, muss sie vielleicht einer Nachfolgerin oder einem Nachfolger weichen, der dieselbe Arbeit für geringeren Lohn zu machen gewillt ist. Und welche anderen Gründe dabei noch entscheidend gewesen sein mögen, ist irrelevant. Die prominenten Beispiele der vergangenen Jahre sind vielen von uns noch allzu gegenwärtig. Kompetenz und Erfahrung zählen eben nicht so viel wie Personalkosten oder Attraktivität.

Als ob es damit nicht schon genug wäre, klagen manche zudem eine fehlende Solidarität zwischen den Frauen selbst an. Die jungen Frauen sind immer besser ausgebildet und verdrängen ihre Vorgängerinnen von den Stühlen der Redaktionen. Die Frauen mittleren Alters fürchten, dass ihre langjährige Erfahrung nicht mit den höheren akademischen Abschlüssen mithalten kann, und drängen wiederum die älteren dazu, ihren Platz zu räumen. Doch diese – von denen viele schon einer Generation angehören, die sich damals bewusst gegen eine Familie und für eine Karriere entschieden haben – wollen noch überhaupt nicht mit dem Berufsleben abschließen, weil sie noch zu aktiv sind, zu involviert in das Geschehen – sie haben einfach noch zu viel vor.

Doch sehen wir uns in den Redaktionen des Landes um: Wie viele unserer Kolleginnen sind älter als 45? Und in welcher Position arbeiten sie? Die Medienbranche ist – pauschal gesagt – jung. Kein Wunder, dass es da knallhart, sogar brutal zugehen kann. Wenn auch ein offener Kampf immerhin etwas ist, dem man sich wenigstens direkt stellen kann. Nicht alles ist aber schwarz/weiß. Denn eine höhere Ausbildung ist noch lange nicht eine Qualifikation für einen bestimmten Beruf. In der Medienbranche sind eben immer schon auch andere Aspekte

entscheidend gewesen. Genausowenig wie ein abgeschlossenes Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft eine Vorbereitung für die Arbeit als Journalistin ist, ist auch ein einschlägiges abgeschlossenes Fachhochschulstudium kein Garant dafür, dass man tatsächlich auch als Journalist Arbeit findet. Journalist werden kann jeder, der ein gewisses Talent oder Geschick mitbringt. Dass da Konflikte vorprogrammiert sind, ist klar. Doch die Spannungen können dabei natürlich auch in einer weitaus subtileren, indirekteren und diskreteren Variante auftreten, und sich in z.B. einer relativ unscheinbaren Unsicherheit manifestieren. Wenn etwa eine junge Journalistin im Umgang mit ihrer älteren Kollegin aus vielfältigen Gründen gehemmt ist, was auch Auswirkungen auf beider Arbeit und Entwicklung hat. Solche Erlebnisse hatte gewiss jede von uns, die am Beginn ihrer Karriere stand. Man steht an der Schwelle zu einer aufregenden und bunten Welt, möchte sich als tough Journalistin behaupten, und ist bereit auf diesem steinigen Weg einiges in Kauf zu nehmen. Schließlich hat man ja noch viel zu lernen, denn die Ausbildung bereitet einen nie auf alles vor. Dass dieses Lernen kein Spaziergang ist, davon können wir alle berichten, denn es gilt nicht nur sich fachlich zu etablieren, seinen Beruf auszuüben, sondern man muss sich auch anderen Dingen stellen. Der Konkurrenz, die ständig nachdrängt, denn es gibt immer eine, oder auch mehr, die bereits darauf warten, dass man scheitert, aufgibt, und den Platz räumt, damit die nächste seine Chance bekommt. Viel Zeit bleibt einem da nicht, und Fehler sollte man sich ebenfalls nicht erlauben.

Denn die Konkurrenz ist nicht nur groß, sie ist vielleicht sogar auch besser. Auf der untersten, der ersten Sprosse der Karriereleiter, macht jede von uns Erfahrungen, die dann oft unter Begriffen abgelegt werden wie „aller Anfang ist schwer“, „mit Rückschlägen muss man immer rechnen“, „nichts im Leben bekommt man geschenkt“ oder einfach nur unter „paranoid“ – doch wenn man sich unter seinesgleichen umsieht merkt man schnell, den anderen geht es genauso.

Zugeben würde man es dennoch lieber nicht – man will sich doch keine Blöße geben, und weiter oben hört man es ja auch nicht gerne, wenn schon am Start gejammert wird. Und hat man es erst mal geschafft, dann will man auch lieber nicht mehr daran denken, wie hart der Aufstieg war, denn man hat es ja aus eigener Kraft geschafft, hat sich selbst geholfen, hat es ohne fremde Hilfe weitergebracht. Und der jungen Konkurrenz, der neuen Generation wird diese Erfahrung auch nicht schaden.

Doch auf der Strecke bleiben nicht automatisch die, die ohnehin nicht für den Beruf geeignet, talentiert oder prädestiniert sind. Wer ums eigene Überleben kämpft, der hat eben keine Kraft, nach dem anderen zu sehen. Glücklicherweise gibt es auch das Gegenteil davon: Frauen, die davon berichten, dass ältere Kolleginnen ihre Mentorinnen wurden, dass sie aus der Zusammenarbeit gelernt haben, und dass die Vorteile der einzelnen

gemeinsam genutzt werden konnten. Frauen der Generation Praktikum, die die gemeinsame Schwäche zu einer Stärke gemacht haben, die sich organisieren, solidarisieren und so gegenseitig unterstützen. Es gibt Frauen, die in ihrer Karriere dankbar auf wertvolle Erfahrungen zurückblicken können, ohne sich daran erinnern zu können, dass ältere Kolleginnen neidisch oder unkooperativ gewesen wären, und die viel voneinander gelernt haben. Manchmal liegt es vielleicht auch daran, inwieweit man bereit ist, sich auf jemand anderen einzulassen. Anzuerkennen, dass man von jedem Menschen etwas lernen kann, und sei es lediglich die Erkenntnis, dass man es anders machen würde.

Wie überall im Leben geht es auch hier manchmal nur um Nuancen, Gratwanderungen. Wo liegt die dünne oder auch unsichtbare Grenze zwischen Gratisarbeit und Ausbeutung, wo liegt sie zwischen Selbstbehauptung und Konkurrenzkampf, und wo liegt sie zwischen Erfahrung und Ausbildung?

Es ist kein Geheimnis, dass die Entwicklung der Alterspyramide in Österreich nicht nur Politik und Wirtschaft vor größere Herausforderungen stellt und noch vielmehr stellen wird, aber schließlich sind wir alle von den Auswirkungen betroffen, und dabei meine ich nicht eine allgemeine Betroffenheit, sondern durchaus persönliche Ausmaße dessen, mit denen dann einzelne fertig werden müssen. Diese demographische Tendenz ist übrigens keine nationale Einzelercheinung, sondern entspricht durchaus dem europäischen Trend. Wenn der Arbeitsmarkt Frauen über 40/45 als „altes Eisen“ klassifiziert, dann liegen immerhin noch bis zu 20 Jahre der Erwerbstätigkeit vor diesen Frauen.

Und schillernde Ausnahmen aus unserer Medienwelt, Frauen, die jenseits der 50 immer noch erfolgreich ihre Position behaupten, sollen nicht darüber hinwegtäuschen, dass es eben nur Ausnahmen sind, und nicht die repräsentative Mehrheit. Ungleich mehr Frauen als Männer mussten etwa vom Bildschirm ins Radiostudio oder eine Zeitschriftenredaktion ausweichen – ich bin mir sicher, Ihnen fallen dazu auch einige Beispiele ein. Waren es nicht eher Frauen, die ab einem gewissen Alter plötzlich von der Bildfläche verschwunden sind? Und warum? Aus Gründen einer schlagartig eingebüsst Kompetenz?

Ein Thema das in diesem Zusammenhang ebenfalls immer häufiger Eingang in die Diskussion finden wird, ist das der steigenden Altersarmut, von der Frauen ungleich stärker betroffen sind und auch betroffen sein werden, als Männer. Die Frauenministerin Johanna Dohnal sieht die Existenzsicherung für Frauen in Zukunft als eines der größten Probleme an. Sie sagt: (ich zitiere) „Armut ist weiblich, erblich und macht krank.“

Berufe, wie die der Medienbranche können sich vor einer solche Realität gar nicht verschließen, denn die Mitarbeiterstrukturen, die Beschaffenheit der Arbeitsverhältnisse und die Arbeitsbedingungen sprechen eine eindeutige Sprache. Wie es um die Zukunft der Frauen bestellt ist, die in der Medienbranche arbeiten, kann sich jeder leicht ausmalen. Sich auf den Markt, oder die schwierige Arbeitslage herauszureden, den Druck in den Redaktionen, die hohe Medienkonzentration in Österreich, oder allgemein auf die Wirtschaftslage, ist eine Möglichkeit den Kopf in den Sand zu stecken. Eine andere – und wohl vernünftiger – wäre darüber zu reden, Dinge zu thematisieren und sie in einen Kontext zu stellen:

Wie können wir damit umgehen, dass die zunehmend bessere Ausbildung im Kampf gegeneinander ausgespielt wird, statt einen Weg zu finden, gemeinsam die Stärken der anderen miteinander zu nutzen? Gibt es dieses Spannungsfeld, das ich bisher sehr pointiert skizziert habe, tatsächlich, oder sind das lediglich traurige Einzelfälle, die – aus welchem Grund auch immer – Wellen geschlagen haben? Sprechen wir von Stereotypen oder von Individualproblemen? Und wie kann schließlich jede von uns selbst mit diesen Fragen und Fragestellungen umgehen, die mehr oder weniger davon betroffen ist?

Im Workshop wollen wir daher verschiedene Aspekte des Themas aufgreifen, wir wollen dieses „Spannungsfeld der Generationen“ benennen, es eingrenzen und es bewerten. Und wir werden uns auch Zeit und Raum nehmen, Dinge anzusprechen, die nicht in der Allgemeinheit besprochen werden, Bereiche, in denen es richtig persönlich wird, wenn nämlich die Angst ins Spiel kommt, die Angst vor einer Niederlage, die Angst vor einer Enttäuschung. Und weil das „Spannungsfeld der Generationen“ auch positive Aspekte hat, sollen diese ebenfalls zur Sprache kommen und hervorgehoben werden. Wo es zu Spannungen kommt, gibt es immerhin Kontakt, und damit steht ein solches Spannungsfeld auch für die prinzipielle Möglichkeit, aus einer Auseinandersetzung mit einem/einer anderen zu lernen, und daran zu wachsen.

In diesem Sinne lade ich Sie herzlich dazu ein, zuzuhören, mitzureden und sich mit uns gemeinsam auf dieses Spannungsfeld einzulassen!

Zusammenfassung

Mag. Susanne Spellitz (ORF)

Es haben sich einige Spannungsfelder herauskristallisiert. Zuallererst wurde die Angst genannt. Die Angst durchläuft alle Generationen, die Frage, wie es weitergeht, wie die Zukunft aussieht, stellen sich alle, egal ob man schon als Journalistin arbeitet, oder ob man erst beginnt.

Dr. Astrid Zimmermann skizzierte, dass der Berufseinstieg zu einem hohen Prozentsatz über Praktika und freie Mitarbeit erfolgt. In der Regel muss „frau“ 5 Jahre warten, bis es zu einer Festanstellung kommt, wenn überhaupt. Wurde eine Festanstellung erreicht, kommt oft die Familienplanung dazwischen, die Frauen werden nach der Kinderbetreuung wieder in die freie Mitarbeit gedrängt. Und wenn man jahrelang als Journalistin tätig war, gehört man mit 45 schon zum alten Eisen und hat noch zwanzig Jahre voller Unsicherheit vor sich. Der Druck für gut Verdienende steigt und der gut ausgebildete Nachwuchs steht schon in den Startlöchern.

Auf einen Job gibt es mittlerweile nicht nur zwei, sondern mehrere Anwärtnerinnen. Diese Tatsachen erzeugen Konkurrenzsituationen, die vor allem von den Geschäftsführern der Medienunternehmen ausgenützt werden.

Sich zu informieren, zu solidarisieren und gemeinsam auf die Arbeitssituation aufmerksam zu machen, wäre ein Lösungsansatz. Das minimiert auch die Angst der Einzelnen, die sich gegen ihre schlechte Arbeitssituation wehrt, danach keine Anstellung mehr zu bekommen. Das ist ein großes Hindernis, sich etwa zu beschweren, wenn man gekündigt wird.

Marlies Hesse hat auf die deutsche Hochschulinitiative von Studentinnen „Fair Work“ hingewiesen. Unter dem Motto „Erst Praktikum, dann Job – April, April“, wird am 1. April 2006 zu einem Praktikantinnenstreik aufgerufen. Dies nur als Anregung dafür, was möglich ist, wenn man sich zusammentut und sich nicht als Einzelne auflehnt. Was ist die „Generation Praktikum“, und inwiefern macht sie alteingesessenen Journalistinnen zu schaffen? Immer mehr Journalistinnen drängen auf den zu kleinen Markt und machen viel zu viele unbezahlte Praktika. In einzelnen Medien arbeiten die Praktikantinnen sofort selbstverantwortlich und stehen in direkter Konkurrenz zu den fest angestellten oder langjährigen freien Mitarbeitern. Qualität und Erfahrung spielen oft keine Rolle mehr. Allgemein hat sich das Klima in den Redaktionen verschlechtert, der Druck wird größer. Es wurde von Fällen berichtet, in denen fix Angestellte Themen von freien Mitarbeiterinnen klauen, es gibt aber auch viele Trittbrettfahrerinnen unter dem journalistischen Nachwuchs, die die übermittelten Erfahrungen zuerst für sich nutzen und dann die älteren Kolleginnen aus dem Beruf drängen.

Geht es wirklich um die Problematik gut ausgebildeter Frauen vs. erfahrener Journalistinnen? Viele Unternehmen bestehen auf gewissen Vorkenntnissen, die durch die Ausbildungen vermittelt werden. Das alleinige Modell „Learning by Doing“ wird es in Zukunft immer weniger geben. Zwei Fachhochschulen in Wien und Graz werden bald ihre ersten Absolventinnen hervorbringen, gut ausgebildete Journalistinnen ohne Praxis kommen nach.

Was können diese Absolventinnen? Die Studierenden lernen die verschiedenen Medien und deren Wirkungsweisen kennen. Sie wissen um die ethischen und qualitativen Grundprinzipien des Journalismus und sie lernen rechtliche Bestimmungen und das Mediengesetz kennen. Sie lernen nichts über die Schwierigkeiten, im journalistischen Berufsleben Fuß zu fassen, auch nicht Verantwortungsgefühl und Gewissenhaftigkeit, und dass die Ausbildung keine Jobgarantie ist. Das große Manko ist und bleibt die Praxis. Die mangelnde Erfahrung wird durch Praktika ausgeglichen.

Gute Praktika bieten den Praktikantinnen die Möglichkeit, in den Job eingeführt und von Expertinnen begleitet zu werden. Schlechte Praktika katapultieren Praktikantinnen in Situationen, in denen sie viel zu viel und viel zu lange ohne Bezahlung und vor allem ohne Betreuung arbeiten und im schlimmsten Fall ihren Ruf durch einen unredigierten Artikel aufs Spiel setzen.

Der Druck, technisches Equipment zu besitzen und zu beherrschen, wird größer. Es geht nicht um Computer, sondern um die Fähigkeiten, Beiträge selbst aufzunehmen und zu schneiden, und dergleichen.

Die Spannungsfelder ergeben sich also aus den Rahmenbedingungen, die es zu verbessern gilt. Der Kampf der Frauen in den Medienberufen ist allerdings generationsübergreifend und der Nachwuchs muss sich bewusst sein, dass er auf die bisherigen Errungenschaften aufbaut. Es gibt trotz des Konfliktpotenzials viele Beispiele, in denen Jung und Alt voneinander profitieren.

Workshop Gendersensibilität: Weg mit Routinen!

- Alexandra Bader (Frauen-Online-Magazin ceiberweiber)
- Marie-Theres Euler-Rolle (freie Journalistin, Medientrainerin)
- Sophia Fielhauer (freie Journalistin und Autorin)
- Dkfm. Renate Skoff (Skills PR, Lektorin)

Themeneinstieg

Birgitta Schulte (Vorsitzende Gender AG des Journalistinnenbundes)

Ich möchte nicht über das Verhältnis von Kolleginnen und Kollegen sprechen, nicht über Macht und Dominanz in Redaktionen, auch nicht über Probleme der Vereinbarkeit – es geht um die Qualität der Produkte. Es geht um das Wie unseres Produzierens. Gendersensibilität meint das Fingerspitzengefühl für die Differenz von Männern und Frauen, für die Unterschiedlichkeit ihrer Lebenssituationen und auch für die Unterschiedlichkeit anderer Gruppen in der Gesellschaft.

Es liegt an den Routinen, wenn Frauen und Männer nicht angemessen angesprochen oder dargestellt werden. Diesen Haupt- und Merksatz habe ich vom niederländischen Projekt „Screening Gender“. Es durchleuchtete die Fernsehprogramme von fünf Sendern in Europa, fand, dass in Gesprächsrunden, in der Ausländer und Ausländerinnen und ihr Erfolg hätte dargestellt werden müssen, nur Männer eingeladen waren, dass Politikerinnen im Streichelzoo fotografiert wurden, während Politiker in Arbeitsatmosphäre aufgenommen wurden, dass Paare so interviewt wurden, dass beide nebeneinander auf einem Sofa saßen, der Mann sprach und die Frau verlegen lächelte. Das alles ist nicht böser Wille gewesen, sondern die Folge von einzelnen Arbeitsschritten, die so getan wurden, wie sie immer getan wurden. Ein Beispiel ist auch die Einladung von Experten. Ein Blick ins Telefonbuch und der Experte ist gefunden, weil bis jetzt eben immer männliche Experten eingeladen wurden. So perpetuiert sich eine schlechte Praxis, weil es Gewohnheiten des Arbeitens gibt.

Das Schweizer Radio DRS hat ein Leitbild, in dem die Gleichstellung verankert ist und das sich nicht nur auf den Arbeitsalltag und die Verteilung der Geschlechter in den Redaktionen bezieht, sondern auch auf das Programm. Die Redakteure und Redakteurinnen bekommen wöchentlich gespiegelt, wie viele Männer und Frauen sie wöchentlich vor dem Mikrofon hatten. Ein Redakteur sagte mir, dass das ganz gut tut, es ist immer so, dass Männer den Überhang haben, aber es wird ihm jede Woche nochmals gesagt und macht es ihm auch bewusst. Noch spannender findet er, dass sich etwas verändert, wenn Frauen dazu kommen. Die Besetzung einer Runde mit Persönlichkeiten entscheidet über Inhalte.

Wir müssen uns an jeder Stelle fragen, ob wir genau genug arbeiten. Die Frage ist immer, wer ist betroffen, wem nützt ein Vorgang, wie sind die Ressourcen verteilt. Und das betrifft alle Schritte im journalistischen Alltag bis zur Platzierung im Medium. Wenn wir recherchieren, stellt sich die Frage, wen die Statistik meint, Männer, Frauen oder beide. Es kann zum Beispiel durchaus sein, dass die Zahlen sagen, dass die Arbeitslosigkeit sinkt, im selben Zeitraum die Arbeitslosigkeit der Frauen aber steigt, oder dass die Zahl der Frauen, die bei der Jobsuche Mobilität beweisen, größer ist als die Zahl der Männer.

Bei der Themenfindung ist die Differenzierung ganz besonders hilfreich, weil sie nämlich zu neuen Geschichten führt. Mein Trick ist, dass ich noch einmal genau

visualisiere, über wen ich schreibe, und wenn ich eine Frau sehe, dann frage ich, wo das Gegengeschlecht ist. Beim Beispiel der Teenagerschwangerschaften haben wir eine Frau und ihre Probleme mit der Schule, den Eltern, dem Geld vor Augen. Wenn Sie sich fragen, wo die Männer sind, kommen Sie sofort zu neuen Geschichten. Das ist möglicherweise auch eine Geschichte von Not, oder Sie entdecken, dass die Frau diesen Mann nicht heiraten will.

Bei Fotografien haben wir oft den Effekt, dass Frauen als Ganzkörper dargestellt sind, und Männer im Brustporträt. Der ganze Körper als Chiffre für Sinnliches und Unterhaltsames, der Kopf als Signal für Geist, Intellekt, Autorität. Der Kopf bezeichnet das Männliche, Frauen scheinen nur mit Kopf und Taille darstellbar zu sein.

Auch im Fernsehfilm wiederholen sich Klischees. Frauen in häuslicher Umgebung, Männer im öffentlichen Raum, Frauen von oben, Männer von unten, was sie beeindruckender macht und die Frauen staucht. Auch die Ausleuchtungen sind unterschiedlich. Ich weise Sie also auf die vielen kleinen Wies unseres Arbeitens hin. Das Verhältnis von Bild und Bildunterschrift stimmt oft nicht, besonders in letzter Zeit, wo das Thema Islam illustriert werden soll. Da wirken die Bilder von Musliminnen in ihrer Verschleierung stärker als die von Männern, in der Bildunterschrift ist dann aber von DEN Afghanen und DEN Iranern die Rede. Das alles sind nicht nur Beispiele von Frauendiskriminierung, sondern auch von schlechtem Handwerk. Die Politikerin im Streichelzoo sollte gut rüberkommen, das war möglicherweise sogar eine freundliche Geste, aber auch hier schlug das Klischee zu, also die Frau als Mutter oder in der Freizeit, das konterkarierte aber die Rolle dieser Frau als Entscheiderin.

Checklisten sind hilfreich. Fragen Sie zum Beispiel: Auf wessen Seite stehe ich, wo ist mein Empathiezentrum. Sich das klar zu machen, ist immer sehr hilfreich. Meine Überzeugung ist, dass Checklisten auch bei der Verwendung von Sprache helfen, aber nicht, wenn uns erst beim Durchlesen auffällt, dass wir Frauen nicht sichtbar gemacht haben. Nachträglich lassen sich die Änderungen nicht einfügen, ohne den Text zu belasten. Es wird immer eine schwere Entscheidung bleiben, ob wir der Sprache ihre Eleganz lassen oder ob wir uns um Angemessenheit bemühen. So lange unser symbolisches System den Menschen mit dem Mann gleichsetzt, werden wir immer Formulierungsschwierigkeiten haben, da aber die Sprache die Wirklichkeit beeinflusst, sollten wir nicht auf den Versuch verzichten. Man sollte sich auch immer klarmachen, zu wem man spricht, wen man erreichen will.

Männer kritisieren uns Frauen, die wir versuchen, da bewusst zu werden. Der Journalistinnenbund hat sich zum Ziel gesetzt, Gendersensibilität in der Ausbildung von Journalisten und Journalistinnen zum Thema zu machen. In diesem Zusammenhang haben wir die Leitenden von Ausbildungseinrichtungen eingeladen, Gespräche mit uns zu führen und das zu implementieren.

Ein Referent las die Einladung, die ich geschrieben habe und sagte, das spricht mal wieder nur Frauen an. Ihr habt die selben Auslassungen, die ihr an der patriarchalen Sprache kritisiert, die selben Subtexte, nur mit anderen Vorzeichen. Er hat uns darauf aufmerksam gemacht, dass in der Realität auch die meisten Männer Opfer sind, und sie sind öfter Opfer als Frauen, von Gewalt in Kriegen, Gewalt auf den Straßen, Mobbing durch ihre Vorgesetzten. Das führt zu der Erkenntnis, dass wir nicht angemessen formulieren können, wenn wir nicht wissen, was ist. Die Statistiken zu Gewalt sollte man also kennen. Oder die Krebsstatistiken. Dann wüssten wir, dass die Morbiditätsrate der Männer höher ist als die der Frauen, dass mehr Männer von Hautkrebs betroffen sind als Frauen, dass ihnen eine Vorsorgeuntersuchung aber erst in einem höheren Alter bezahlt wird, dass die Vorsorgeuntersuchungen für Prostatakrebs veraltet sind, und so weiter. Dann wüssten wir auch, wie viele Väter Karenz nehmen, sondern auch, warum. Und warum heute viele lieber Single bleiben, als sich für eine Familie zu entscheiden. Diese Informationen zu beschaffen, ist aber nicht leicht. Dass Mannsein etwas

Spezifisches ist, das ist zu wenig bekannt, da fehlen aber auch die Daten, es fehlt unser Nachfragen, unsere Recherche.

Es gibt aber nicht nur die jungen Männer, die vor lauter Stress im Beruf keine Lust mehr auf Sexualität haben. Es gibt auch den Polizisten, der lieber eine Frau sein wollte, sich so kleidete und so gab und deshalb so gemobbt wurde, dass er Selbstmord beging. Es gibt jeweils unter 1000 ein Kind, das intersexuell geboren wird, also mit Eierstöcken und Hoden, es gibt die Männer, die sich operieren lassen, um Frau zu werden und Frauen, die sich durch Operationen zum Mann machen lassen, und es gibt die beiden als ein Paar. Und es gibt diejenigen, die sich durch Kleidung in die andere Geschlechterrolle begeben. Alle diese Varianten müssten wir eigentlich im Kopf haben, wenn wir für Geschichten recherchieren oder Bilder suchen.

Noch viel wichtiger ist es aber, zu erkennen, dass unser Klischee „weiß, männlich und österreichisch“ ist. Quer, also die anderen Genderidentitäten, ist Kür.

Es müsste uns immer gegenwärtig sein, ob wir von Singles oder von Personen in Beziehungen reden, verheiratet, mit oder ohne Kinder, kleinen oder großen Kindern, mit pflegebedürftigen Familienmitgliedern oder nicht.

Wir müssten immer Alter und Religion, möglichst auch die körperliche Konstitution, den kulturellen Hintergrund, Land, Rasse, Klasse, Werte, Glauben, Rang, Geisteshaltung und die Position in der Hierarchie berücksichtigen. Sie haben an meinen Beispielen gemerkt, dass das nicht einfach ist.

Die Genderthematik ist für mich und den Journalistinnenbund ein politisches Anliegen, letztendlich hat es nämlich doch etwas mit der Machtverteilung in unserer Gesellschaft zu tun. Für mich ist Gendersensibilität kein neuer Weg in der Vermarktung. Ich halte mich an Hannah Arendt, die betont hat, dass es nicht DEN Menschen gibt, sondern Menschen. Sie wandte sich dabei gegen die Gleichschaltung in totalen Regimen, mir und dem Journalistinnenbund geht es um Antidiskriminierung und Vielfalt. Vor allen Dingen geht es uns aber um guten Journalismus.

Zusammenfassung

Margaretha Jurik (Studentin an der Fachhochschule für Journalismus und Medienmanagement)

Es ist oft ein Problem, dass man sich vom Thema Gendersensibilität nicht begeistern lassen kann. Man sollte etwas verbessern wollen, und Frauen stehen nicht oft genug dafür auf. Es ist auch ein wichtiger Punkt, dass man selber, vom eigenen Standpunkt aus, darüber spricht.

Die anfänglichen Statements waren sehr interessant. Das begann mit „mich hat Gendersensibilität eigentlich noch nie beschäftigt“, oder „es ist mir noch nie aufgefallen“, oder „ich hatte damit noch nicht so viel zu tun“. Erst nach und nach wurde das Bewusstsein geweckt.

Es gab einen sehr bezeichnenden Versprecher: „Weg mit den Ruinen der Gendersensibilität“. Es ist wirklich zutreffend, dass wir auf sehr viele Ruinen, Bauschutt, Gebäudereste aufbauen, wenn es um die Formulierung von Gendersensibilität generell geht.

Die PR hat das Problem der Ungleichstellung von Mann und Frau nicht, weil sie auf keinen historischen, männlichen Background zurückgreift. Der Beruf ist in den Sechziger Jahren aufgekommen und Frauen waren darin von Anfang an erfolgreich und mussten sich nicht gegen die männliche Bastion wehren.

Ein kontroverser Standpunkt war, dass die Diskussion veraltet ist, dass man Gendersensibilität also gar nicht mehr braucht. Die Frauenbewegung hat stattgefunden. Man könnte junge Leute damit erschrecken, dass man krampfhaft versucht, einen Text gleichstellungsfreundlicher zu machen. Es geht aber nicht darum, etwas nachzukorrigieren, sondern von vornherein die Formulierungen so wählen, dass sich niemand zurückgestellt fühlt.

Frauen werden medial oft ins Lächerliche gezogen, und die Aufbereitung einer Nachricht ist ganz anders, wenn Frauen dargestellt werden, zum Beispiel von der Ausleuchtung oder auch von der Wortwahl her.

Die Klischees und Geschlechtssvorurteile sind durch die Erziehung verankert. Man geht mit ihnen um, ohne viel nachzudenken. Es ist ein Problem, wenn man diese Klischees als Frau selber verwendet. Es geht um die Bewusstmachung dieser Verhaltensmuster.

Es gab einen anderen Standpunkt, dass natürlich ein großer Zeitaufwand damit verbunden ist, jeden Text aufgrund von Checklisten auf Ungleichheiten hin zu überprüfen, man sollte sich also nicht zu sehr auf soziale Romantik verlassen. In der schnelllebigen Medienbranche ist das oft nicht möglich.

Trotz der Kontroversen haben wir uns auf Lösungsansätze geeinigt, mit denen Frauen und Männer gut leben können. Gendersensibilität geht ja nicht nur die Frauen an, sie betrifft jeden, sowohl im Beruf als auch im persönlichen Leben. Es ist wichtig, die eigene Haltung zu kontrollieren. Wie geht man mit sich selber um?

Netzwerke sind wichtig, um Frauen die Möglichkeit zu geben, sich auszutauschen und dort Hilfe zu bekommen, wo man unsicher ist, oder selbst zu helfen.

Ziel ist es, dass Menschen, Frauen wie Männer, in der Öffentlichkeit gleichwertig dargestellt werden. Es geht um Wertschätzung, Achtung und Fairness jedem Einzelnen gegenüber.

Workshop PR – Bittsteller, Partner oder Entlastung der Redaktionen?

- Mag. Sigrid Bachinger (Telekom Austria)
- Monika Gentner (GF Multimedia-Agentur, Autorin)
- Mag. Rita Michlits (CR Economy)
- Heidi Vitéz (Lokalredaktion OÖ Rundschau)

Themeneinstieg

Elisabeth Pechmann (Director Ogilvy Group Austria)

Ich glaube, wenn ich die Frage stellen würde, was die dämlichste PR Aktion ist, die Sie jemals erlebt haben, oder der dümmste PR Text, den Sie je bekommen haben, wir würden uns wahrscheinlich fünf Stunden lang glänzend unterhalten.

Sie lernen mich hier als Leiterin der Kommunikations-Unit einer großen Agentur kennen, ich habe aber auch fast zwei Jahrzehnte Journalismus am Buckel, daher auch einen entsprechend großen Fundus an PR-Erfahrungen. Mein Liebling ist, glaube ich, der Brief eines aus Österreich scheidenden Auto-Generaldirektors, in diesem Brief wollte er mir „ganz herzlich danken“ für die Zusammenarbeit und sich „ganz persönlich“ von mir verabschieden. Dieser Brief ging an Herrn Elisabeth Pechmann und trug die Anrede „Sehr geehrter Herr Chefredakteur“ – Sie können sich vorstellen, dass mir dieser Abschied leicht gefallen ist.

Wir wollen das Thema im Workshop aber nicht nur aus dem Bauch behandeln. Die Studie von Rita Michlits und ihre Ergebnisse zeigen sehr viel über das Spannungsfeld. Wenn zum Beispiel die Journalisten der Ansicht sind, ihr Anteil an einer Geschichte beträgt 49%, von außen aber empfunden wird, der Anteil des Schreibenden an einer Story beträgt nur mehr 26%, wenn man weiß, dass über 80% der Befragten die Aussendungen, die sie erhalten, sofort löschen, dann erkennt man, wie viel Zündstoff in dem Problem steckt.

Das Gefühl, etwas individuell recherchiert und gemacht zu haben, ist wichtig.

Überlegen wir uns doch miteinander im Workshop, wie wir dieses Gefühl unterstützen können.

Ich möchte aber auch Beispiele dafür bringen, dass es gut geht. Faded Produkt-PR für Hautpflege muss nicht sein. Dove hat schon im letzten Jahr unter Beweis gestellt, dass man sich auch dem Anliegen verschreiben kann, schwachsinnige Schönheitsideale zu hinterfragen, und das war offenbar ein gutes Thema, wie die Media Coverage beweist. Die Aktion geht übrigens heuer zusammen mit dem

Frauengesundheitszentrum FEM weiter, wo jungen Mädchen und Burschen in Schulklassen vermittelt wird, wie sie sich von absurden Schönheitsidealen lösen können.

Ich möchte in diesem Workshop aufzeigen, wer von diesen beiden Gruppen was bieten kann, wer was braucht, wo es daher manchmal hakt, und nicht zuletzt auch, wo es im Bereich PR interessante Jobchancen gäbe, und welche Anforderungen an jemanden gestellt werden, der vielleicht aus dem Journalismus in die PR wechseln möchte. Wenn auf beiden Seiten eine kompakte „Do and Don't“-Liste herauskommt, haben wir unser Ziel erreicht.

Zusammenfassung

Anna Neugebauer (Studentin der Politikwissenschaften)

Unser Workshop war nicht nur sehr gut besucht, sondern auch sehr kontroversiell. Wir versuchten zu klären, was die PR kann und soll, aber auch, was der Journalismus beitragen kann, und was sich die jeweiligen Berufssparten voneinander wünschen. Welche Chancen und Anforderungen gibt es beim Berufswechsel vom Journalismus in die PR? Außerdem wurde versucht, eine Liste von „Does and Don'ts“ für ein gutes Miteinander zu gestalten.

Die Frage nach der Eigen- und Fremdwahrnehmung der jeweiligen Berufssparte wurde aufgeworfen. Journalistinnen gaben an, dass sie mehr als die Hälfte ihrer Stories selbst recherchieren, die PR sieht das anders und glaubt, dass die Journalisten und Journalistinnen nur auf ein Viertel eigenrecherchiertes Material zurückgreifen.

Das warf die Frage auf, was sich Journalisten von professioneller PR wünschen. Der erste Wunsch war ein gutes Zeitgefühl und Zeitmanagement. Die PR-Treibenden sollen Information zum richtigen Zeitpunkt geben und vor allem Redaktionsschlüsse beachten, das gilt sowohl für Tageszeiten als auch für Wochentage. Des Weiteren wünscht man sich individuelle und spezifische Information, die auf das eigene Ressort zugeschnitten ist. Und man wünscht sich, dass die Information richtig aufbereitet wird. Ein klar formulierter Betreff wäre wünschenswert, ferner ein Vorschautext zu Attachments, da die Journalisten in der Informationsflut untergehen. Die Journalisten wünschen sich auch eine richtige Bildaufbereitung, wobei sie sich aber selber nicht einig waren, ob ihnen eine große oder kleine Bildauflösung lieber ist.

Es gibt auch einiges, das Journalisten von der PR nicht wollen. Was sie nervt, ist zum Beispiel das Nachtelefonieren. Da kam dann von den PR-Damen die Antwort, dass das Nachtelefonieren, besonders bei Einladungen, wichtig für die Organisation ist und dass oft erst beim Nachtelefonieren auf die Einladung reagiert wird. Und einige Journalistinnen haben schon festgestellt, dass für sie das Nachtelefonieren wünschenswert ist.

Aus dem Publikum und von den Expertinnen kamen ganz konkrete Tipps, wie Presseaussendungen gestaltet oder Einladungen ausgesprochen werden, oder welche Fotos verwendet werden sollen. Es soll zum Beispiel die Regionalität beachtet werden, breit gestreute Informationen haben nicht so viel Erfolg.

Von den Journalistinnen kam der Appell, dass die PR-Damen bedenken mögen, dass sie ihre Leser, Seher, Hörer bedienen möchten und dementsprechende Geschichten bringen wollen. Sie deponierten auch den Wunsch nach mehr exklusiven Hintergrundgesprächen und weniger Masseninformatoren. Was ist eine Geschichte und was nicht, also was hat Chance, in die Medien zu kommen? Auch eine ständig aktualisierte Website des Unternehmens wurde gewünscht, weil es da in Unternehmen noch immer große Defizite gibt.

Die PR-Expertinnen wünschen sich von den Medienvertreterinnen ein ständig aktualisiertes Online-Personalverzeichnis der Medien, um dem Anspruch nach individueller Information gerecht werden zu können. Bei der großen Zahl der Journalistinnen wird es immer schwieriger zu eruieren, wer wo arbeitet. Die

Journalistinnen haben auf das Pressehandbuch und den Journalistenindex verwiesen, der gute Auskunft gibt.

Die PR wünschte sich auch einen sensibleren Umgang der Medien mit der Political Correctness, vor allem bei der Wortwahl. Ein Beispiel gab eine Teilnehmerin, die dem Verein der Initiative Schwarzer Frauen angehört. Es gab eine Medienberichterstattung über ihre Initiative, in der ständig das so genannte „N“-Wort verwendet, zwar unter Anführungszeichen, aber es wurde gedruckt. In einem weiteren Beispiel aus der Suchtprävention wurde berichtet, dass Fakten in einem vollkommen falschen Zusammenhang gebracht wurden.

Workshop Integration und Medien. Medienfrauen mit Migrationshintergrund

- Belinda Kazeem (Schwarze Frauen Community, SFC)
- Josipa Crnoja (freie Journalistin)
- Isabel Ourny (Wiener Integrationskonferenz)
- Mag.a Susanna Zaradic (ORF Minderheitenredaktion)

Themeneinstieg

Dr.in Suna Rassoulian (Öffentlichkeitsarbeit EQUAL-Projekt)

Wir alle in unserem Workshop-Team haben einen Migrationshintergrund, das bedeutet, dass wir sowohl als Frauen, als auch als Migrantinnen eine benachteiligte Gruppe sind, aber eine sehr mutige Gruppe.

Dieser Kongress gibt uns die Möglichkeit, neben vielen anderen interessanten Beiträgen auch die Integration und die Medien zu thematisieren und unsere Erfahrungen als Journalistinnen mit Migrationshintergrund auszutauschen. Wir haben als Journalismus-Studentinnen gelernt, nie aufzugeben. Wenn wir auf der Suche nach wichtigen Informationen von der Tür gewiesen werden, müssen wir versuchen, vom Dach aus hinein zu gelangen.

Ein ähnliches Bild sehen wir bei den Migrationsströmen in Europa. MigrantInnen, die in einem Flugzeug, auf einem Schiff oder sonst einem Weg ankommen, suchen auf europäischem Boden Fuß zu fassen, um hier ein besseres Leben zu beginnen. Auch wenn sie weggeschickt werden, geben sie nicht auf, weil sie um jeden Preis nach Europa kommen und sich hier niederlassen wollen.

Auch wenn sie es geschafft haben, hier zu bleiben, werden sie nicht überall willkommen geheißen und sie stoßen auf Barrieren, die sie nicht immer überwinden können, und auf Schwierigkeiten, denen sie nicht immer gewachsen sind.

Über mediale Darstellung bildet sich in der Bevölkerung eine erste Meinung über die MigrantInnen. Über die Massenkommunikationsmittel lernen die Einheimischen diese neuen Mitglieder der Gesellschaft kennen, sie zu akzeptieren, sie zu beurteilen, sie auszugrenzen. Die Medien berichten über diese Menschen, die auf der Flucht gewesen sind und nun mit allen Mitteln versuchen, mit ihrem Schicksal klar zu kommen. Statt ihre Lebenswelten und Erfahrungen darzustellen, betonen die Medien ihre Nationalitäten und reduzieren jede Persönlichkeit auf die Staatszugehörigkeit. Jedenfalls spielen die meisten Medien eine bedeutende Rolle im Integrationsprozess. Vielfach tritt aber in den Medien das Alltagsleben der MigrantInnen eher in den Hintergrund und stellt diese vor allem in einem kriminellen Zusammenhang dar. Durch eine solche Berichterstattung werden Vorurteile, Ängste und Aggressionen gegenüber den MigrantInnen verstärkt.

Aus diesem Verständnis heraus stehen die Medien in einer besonderen Verantwortung, die Öffentlichkeit gegen Fremdenfeindlichkeit zu sensibilisieren und nicht nur Vorurteile und Misstrauen zu spiegeln, mit denen die MigrantInnen immer wieder konfrontiert sind. Die Medien besitzen ein großes Potenzial zur Kommunikation und Förderung der kulturellen Vielfalt. Als die vierte Gewalt können die Medien ein Zusammenleben zwischen den Einheimischen und den MigrantInnen unterstützen. Dazu ist eine mediale Interkulturalität auf struktureller und inhaltlicher Ebene unverzichtbar, denn durch die Bildung interkultureller Beziehungen wird die

Schaffung und Aufrechterhaltung eines erfolgreichen Integrationsprozesses begünstigt.

Die Lücke in den österreichischen Medien bezüglich der Berichterstattung über MigrantInnen, deren Leben und Bedürfnisse, schließen Zeitungen von und für MigrantInnen. So haben viele MigrantInnengruppen heute ihre eigenen Medien in türkisch, serbisch, kroatisch und in anderen Sprachen, aus ihrer Erkenntnis heraus, dass sie sich in den österreichischen Medien nicht wieder finden können. Von den rund 700 000 MigrantInnen in Österreich haben viele das Gefühl, in den inländischen Medien nicht vertreten zu sein.

Aus meiner Mitwirkung in einigen dieser Zeitungen weiß ich, dass viele Leser über ihre sozialen und politischen Rechte informiert werden wollen. Sie wollen sich über diese Zeitungen über ihre Lebenssituation und ihre Erfahrungen austauschen. Als Journalistinnen mit Migrationshintergrund haben wir in der österreichischen Medienlandschaft viele Barrieren zu überwinden, die vor allem sprachlich und kulturell bedingt sind. Manchmal haben wir das Gefühl, entmachtet, ja sogar unserer Seinsweise beraubt zu werden. Bei der Arbeit bilden sich Hierarchien, bei denen unsere Kreativität und unsere Ideen unter die Räder kommen. Wir laufen Gefahr, zu Robotern zu werden, die zu allem Ja und Amen sagen. Oft haben wir das Gefühl, als MitarbeiterInnen zweiter Klasse behandelt zu werden. Angesichts so vieler Vorurteile, denen wir begegnen, der Skepsis gegenüber unserem Können, fällt es uns nicht immer leicht, Kontakte zu knüpfen, die für unseren Beruf von Bedeutung sind.

Nachdem ich vom Arbeitsamt zu einem Kurs geschickt worden bin, bei dem es um Qualifizierung bei Lagerarbeit ging, habe ich mich entschieden, ein Praktikum zu machen, um die österreichische Medienlandschaft kennen zu lernen. Als Mitarbeiterin für die Öffentlichkeitsarbeit mit Migrationshintergrund beim EQUAL Projekt begegne ich Schwierigkeiten, an denen ich wachsen kann. Ich erstelle mir daraus eine Skala, auf der ich ständig weiter hinauf zu gelangen versuche.

Das Leben ist die größte Herausforderung, aus der man das Beste machen soll. Das harmonische Zusammenleben mit verschiedenen Menschen aus unterschiedlichen Kulturkreisen ist für mich wie das unschuldige Gesicht einer Gesellschaft, und ich bin mir sicher, dass auch Österreich, so wie die österreichische Medienlandschaft, solch ein unschuldiges Gesicht hat.

Zusammenfassung:

Monika Posch (Bundesministerium für Gesundheit und Frauen, Generalsekretärin club alpha)

Bei ihrem Einstiegsstatement stellte Belinda Kazeem von der Schwarzen Frauen Community folgende Forderungen an die Medien: Sie möchte gerne, dass ausgehend von der Realität auf Österreichs Straßen und der dort vorhandenen Vielfalt auch die Entsprechung in den Medien gegeben sein sollte. So bunt unsere Realität ist, so bunt sollte sie auch in den Medien dargestellt werden, und das ist ja tatsächlich nicht der Fall. In den Medien sind MigrantInnen nicht repräsentiert, und wenn, dann in Klischees. Die Afro-Österreicher zum Beispiel als besonders sexy, als die dicke Mammi, als der Drogendealer, oder bestenfalls als das großäugige Kind als Werbung für die Hungerhilfe.

MigrantInnen sehen sich deshalb in den Medien als Objekte. Um zum Subjekt zu werden, fordern sie eine stärkere Selbstbestimmung und Gerechtigkeit. Dabei ist ihnen auch die Wortwahl ganz besonders wichtig. Wie sie allerdings genannt werden wollen, schwarze Frauen oder Afro-Österreicherinnen, war ihnen selber nicht ganz klar. Das wichtige daran ist aber, dass sie es selbst bestimmen wollen.

Mag. Susanna Zaradic von der ORF-Minderheitenredaktion hat anhand ihrer eigenen Geschichte – sie ist eine Migrantin der zweiten Generation mit kroatischem Herkunftsland – gezeigt, dass eine multiple Identität eine Chance für die Berichterstattung darstellt und Interkulturalität eine Kompetenz und zusätzliche Qualifikation ist. Es ist ein erweiterter Horizont der Wahrnehmung und eine differenzierte, breitere Gedankenwelt. Deswegen sieht sie die Notwendigkeit, mehr

JournalistInnen mit Migrationshintergrund in die Redaktionen zu bekommen, auch deshalb, weil eine breiter gemischte Redaktion eine andere Diskussion bei den Themen im Vorfeld bringt. Das Vorantreiben dieser Forderungen ist eine politische Frage und bedarf der Förderung, wie schon das Frauenthema an und für sich. Josipa Crnoja, sie ist freie Journalistin, entwickelt Forderungen aus ihrer eigenen Geschichte. Sie hat die Oberflächlichkeit der Berichterstattung des Bosnienkrieges miterlebt und hat daraufhin beschlossen, Journalistin zu werden. Sie möchte in allen Bereichen arbeiten und sieht JournalistInnen mit Migrationshintergrund immer wieder auf Migrationsthemen beschränkt, oder auf Themen ihrer Herkunftsländer. Sie möchte trotz ihres Akzents für alle Bereiche arbeiten können. Sie fordert eine Liberalisierung der Medienlandschaft und schlägt eine eigene Abteilung im Pressebeirat vor.

Isabel Ourny von der Wiener Integrationskonferenz schlägt eine MigrantInnenakademie vor, in der ein Journalistenmodul angeboten wird. Die Integrationskonferenz bietet einen Newsletter an, es gibt ein Radio WIK und ein WIK TV ist geplant.

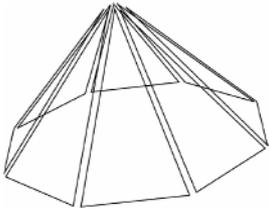
Dr. Suna Rassoulilian hat vor allem türkischsprachigen Zeitungen beschrieben, die sich in den österreichischen Ballungszentren gebildet haben. Das sind Gratiszeitungen, die sich durch Inserate finanzieren. Sie betrachten sich als Beratungs- und Anlaufstelle, bringen aber auch politische Berichterstattung aus Österreich und international. Sie glauben, dass ihre Bedeutung, abgesehen von der Muttersprachlichkeit, vor allem in der Einseitigkeit der österreichischen Berichterstattung liege. Das Alltagsleben der MigrantInnen wird in den österreichischen Medien kaum dargestellt. Hier sind Migrantinnen immer ganz bestimmten Themen zugeordnet, sei es die Kopftuch-Debatte, Gewalt, Zwangsverheiratung oder ähnliches. Auf der anderen Seite arbeiten in den türkischen Medien ganz wenige Frauen, und wenn, dann wollen sie angeblich selber bei den Berichten nicht namentlich genannt werden. Es ist offen geblieben, worauf das zurückzuführen ist.

Die Forderungen der Wiener Integrationskonferenz stellen eine Zusammenfassung aller Forderungen dar:

Mehr MigrantInnen in Medien anstellen, positive Stories über MigrantInnen bringen, Diversität der Gesellschaft widerspiegeln, Aufbau einer Expertinnendatenbank – aber ich denke, die bestehende Datenbank lässt sich erweitern -, mehr Information für JournalistInnen über Migration, JournalistInnen sollen bessere Kontakte zu den Communities aufbauen, Schaffung eines Code of Contact.

Für das Frauenministerium habe ich die Themen sehr interessant gefunden und werde das alles schneller vorantreiben, und wir können den Migrantinnen auch weitere Strukturen der Vernetzung anbieten, damit etwas weitergeht und die Forderungen nicht nur so stehen bleiben.

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



8. Österreichischer Journalistinnenkongress 2006
„Internationale Vernetzung“

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

Kongress-Begleitstudie 2006

Fragebogen zum 8. Österreichischen Journalistinnenkongress
„Internationale Vernetzung“

Begleitstudien zum Österreichischen Journalistinnenkongress haben Tradition – und sind nachzulesen unter www.medienfrauen.net > Journalistinnenkongress > Nachlese.

Diesmal geht es um die Themen internationale Recherche, Berufseinstieg und Zusammenarbeit zwischen den Generationen.

Bitte beantworten Sie unseren kurzen Fragebogen und senden Sie ihn

- per E-Mail (Betreff „JK-Studie“) an gerti.kuhn@aon.at
Bitte speichern Sie das Word-Formular lokal auf Ihrem PC und mailen Sie das aufgefüllte Formular als Attachment.
- als Fax an: 01 - 66 77 055 (pdf ausdrucken und ausfüllen)
-
- oder ausgedruckt per Post an:
- "Österreichischer Journalistinnenkongress"
p.A. Daniela Schwarz, 1230 Wien, Anton Baumgartner Straße 44/A5/Top 083

Bitte senden Sie diesen Fragebogen an möglichst viele Kolleginnen weiter.

Die Auswertung erfolgt anonym, per E-Mail und Fax eingehende Fragebogen werden mit Einlangen anonymisiert und erhalten eine Eingangsnummer.

Einsendeschluss 20. Februar 2005.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Daniela Schwarz & Gerti Kuhn

Organisation "Österreichischer Journalistinnenkongress"

Vielen Dank dem
Hauptsponsor



Organisation: DIE SCHWARZ, A-1230 Wien, Anton Baumgartner Str. 44/A5/083, Tel: 0043-1-667 31 69, Fax:66 77 055

e-mail: JK@die-schwarz.at und Gerti Kuhn Tel. 0650-470 92 43, e-mail: gerti.kuhn@aon.at

Zu Ihrer Person:

Ich bin

- angestellte Redakteurin
leitende Funktion ja nein
- freie Redakteurin
- Mitarbeiterin (nicht redaktionell) eines Mediums
- PR-Fachfrau
- Sonstiges:

Meine Ausbildung:

- abgeschlossenes Studium
- Matura
- fachspezifische Ausbildung
- Sonstiges:

Mein Alter:

- bis 25 Jahre
- bis 35 Jahre
- bis 45 Jahre
- über 45 Jahre

Meine Medienerfahrung:

Seit ? Jahren in der Medienbranche tätig:

- 0 bis 5 Jahre
- 5 bis 15 Jahre
- 15 bis 20 Jahre
- mehr als 20 Jahre

Internationale Berichterstattung/Recherche

Die Bandbreite der Berichterstattung ist breiter und globaler geworden. MediennutzerInnen erwarten internationale Vergleiche, internationale bzw. zumindest EU-weite Aspekte. Das stellt natürlich ganz andere Anforderungen an Recherche und Informationsbeschaffung. Nachstehend einige Fragen dazu.

Zu den Inhalten Ihrer Medienarbeit:

Denken Sie bitte an Ihre Beiträge und Themen des vergangenen Jahres, an Ihre Recherchen, Ihre Interviews. Wie ist das Verhältnis rein österreichischer Inhalte zu internationalen?
Ihre beste Schätzung genügt:

- % innerösterreichische Themen
- % nationale Themen mit internationalem Bezug/Querverweis/Vergleich
- % EU-Themen mit geringem nationalen Anteil
- % ausschließlich EU oder weltweite Inhalte

Anmerkungen dazu:

.....

.....

.....

Zur Informationsbeschaffung:

Wie viele und welche Medien nutzen Sie täglich/regelmäßig pro Arbeitswoche?
(Mehrfachantworten möglich)

- Tageszeitungen
- sonstige Printmedien
- elektronische Medien
- Pressedienste
 - APA
 - Presstext Austria
 - sonstige:
- Online - Recherchen / Quellen:
- Sonstiges:
-
-
-

Zur internationalen Informationsbeschaffung:

Diese Frage bezieht sich ausdrücklich NICHT auf nationale, sondern nur auf darüber hinausgehende Recherchen. Welche Medien oder Infokanäle nutzen Sie hier im Vorfeld einer Berichterstattung vorrangig? – Bitte um Auswahl der vier wichtigsten.

- Internationale Printmedien
- Internationale Onlinemedien
- Internationale Nachrichtendienste
- einschlägige internationale Datenbanken
- Zusammenarbeit mit internationalen Netzwerken
- private Netzwerke/KollegInnen
- Angebote von Infobrokern

Sonstiges, und zwar:

.....

.....

.....

Recherche und Sprache:

- Ich recherchiere nur in deutschsprachigen Medien/Infokanälen
- Ich recherchiere auch in Fremdsprachen, und zwar:

.....

.....

.....

.....

Recherche und Netzwerke:

Wenn Sie mit internationalen Netzwerken zusammenarbeiten, bitte skizzieren Sie diese Zusammenarbeit. Können Sie dort Infos abrufen gegen Entgelt/Mitgliedsbeitrag, auf kollegialer Basis und Gegenleistung, fungieren Sie als nationale Auskunftsource?

.....

.....

.....

.....

Internationale Zusammenarbeit und Frauen:

Bei Ihren internationalen Kontakten – ob auf Netzwerkbasis oder One-to-one – sind Ihre PartnerInnen eher Frauen oder Männer?

- ich wende mich lieber an Frauen
- ich habe eigentlich mehr weibliche Recherchepunkte, aber es wäre mir egal
- ich habe eigentlich mehr männliche Recherchequellen, aber es wäre mir egal
- ich wende mich lieber an Männer
- Sonstiges:
-
-
-

Rahmenbedingungen des Berufseinstiegs

Ihr Berufseinstieg:

Jetzt hätten wir noch gerne etwas zu Ihrem Berufseinstieg gewusst – ungeachtet wie lange er zurück liegt. (Mehrfachantworten sind möglich)

- Ich hatte innerhalb von 6 Monaten eine feste Anstellung
- Ich hatte innerhalb von 12 Monaten eine feste Anstellung
- Eine Fixanstellung war nie mein Ziel, ich arbeite selbständig, die Auftragslage war von Anfang an ermutigend
- Eine Fixanstellung war zwar mein Ziel, ich bin jetzt freie Journalistin, die Auftragslage war anfangs schwierig und ist jetzt gut
- Die Auftragslage ist immer noch schlecht
- Die Auftragslage ist derzeit besonders schlecht
- Ich habe zu meinem Berufseinstieg (ungeachtet ob frei oder angestellt) für sehr wenig Geld gearbeitet
- Ich habe (über Volontariate oder Praktika hinaus) sogar gratis oder weit unter dem Wert gearbeitet, um Veröffentlichungen vorweisen zu können und im Journalismus Fuß zu fassen
- Sonstiges:
-
-
-

Gibt es Spannungen zwischen den Generationen?

Zur Zusammenarbeit zwischen den Generationen:

Als Sie in Redaktionen/Firmen/Institutionen neu eingetreten sind, gab es Spannungen mit älteren/berufserfahreneren Kolleginnen?

- ja
welcher Art:
- nein
- nein, ich hatte sogar eine Mentorin/einen Mentor
- Sonstiges:
.....
.....
.....

Wenn heute in Ihre Redaktion/Firma/Institution Kolleginnen neu eintreten, gibt es Spannungen?
(Mehrfachantworten möglich)

- ja
welcher Art:
.....
.....
.....
- Normalerweise nicht
- Wir bemühen uns um neue Kolleginnen besonders
- Wir haben ein eigenes Frauenförderprogramm/Mentoringprogramm
- Wir fördern EinsteigerInnen insgesamt
- Sonstiges:
.....
.....
.....

Danke für Ihre Zeit! Die Ergebnisse werden am 8. Österreichischen Journalistinnenkongress veröffentlicht. Nach dem Kongress sind sie auch unter www.medienfrauen.net abrufbar.



Studie zum 8. Österreichischen Journalistinnenkongress 2006

„Internationale Vernetzung“

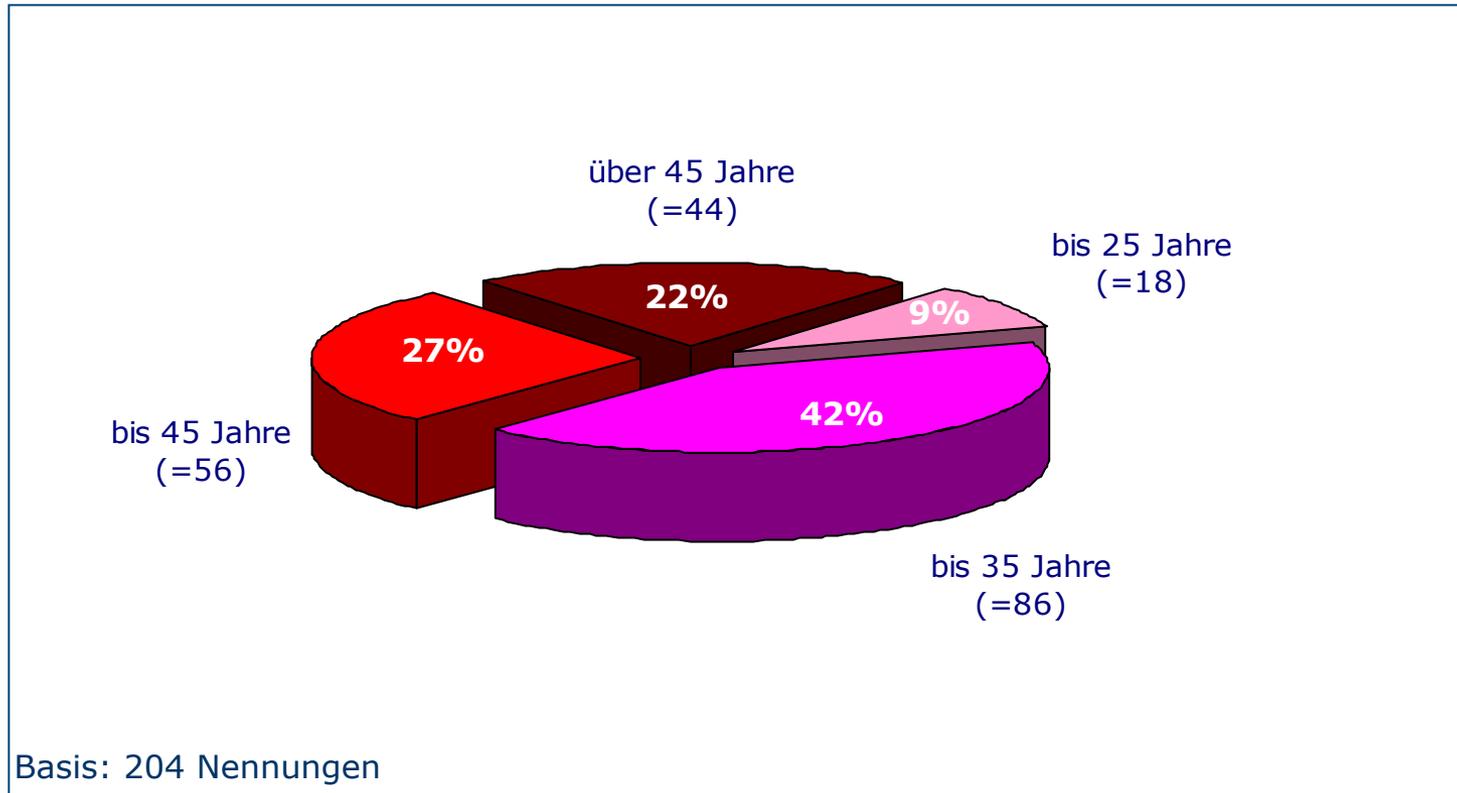
Aussendung der Fragebögen an etwa 2000 Medienfrauen

Parallel dazu online auf www.medienfrauen.net

Ausgewertete Fragebögen: 204

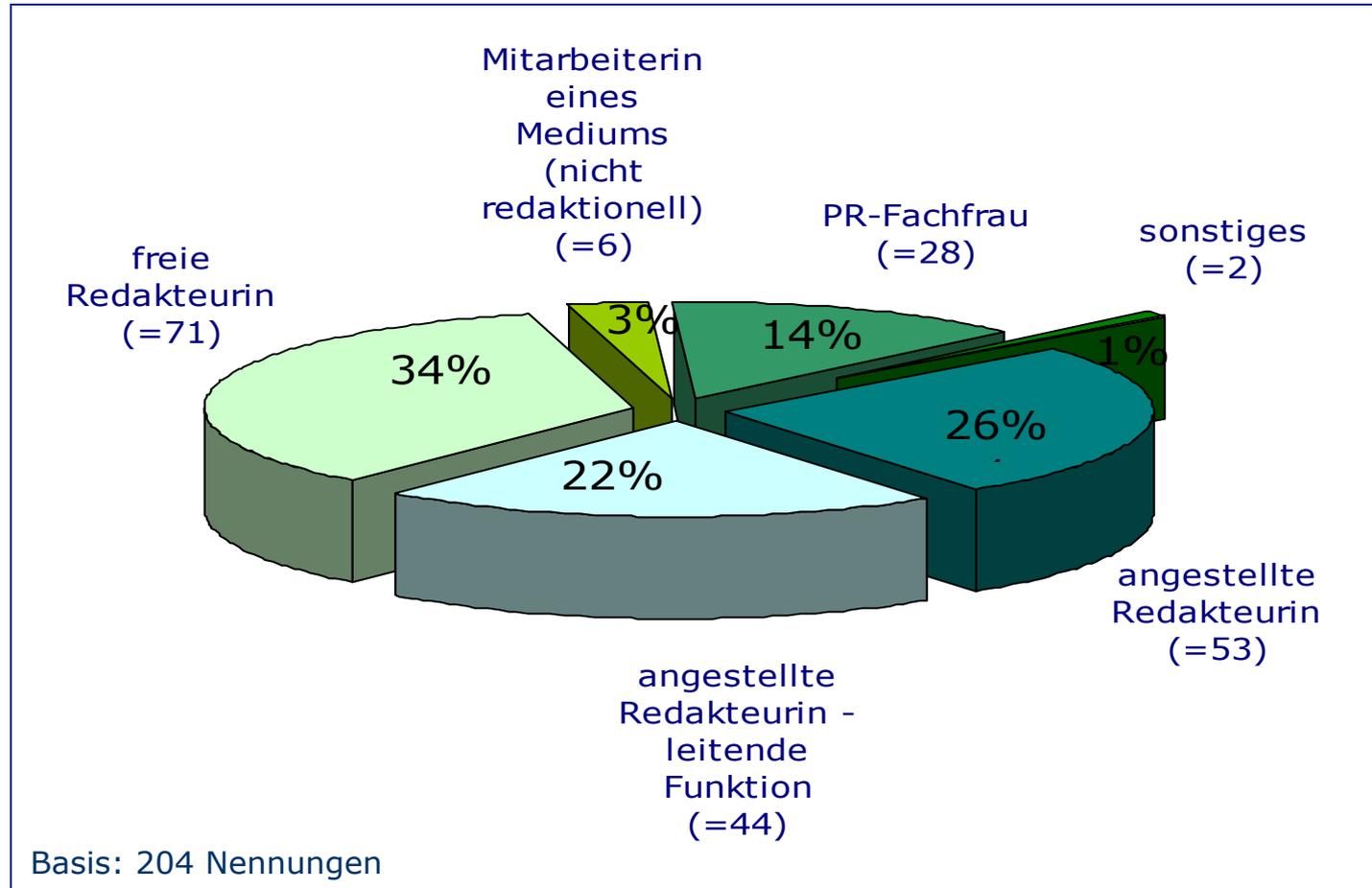


Altersverteilung der Befragten





Beruf





Beruf und Lebensalter

9 18 17 Angestellte Redakteurin – leitende Funktion

5 28 12 8 Angestellte Redakteurin

12 33 16 10 Freie Redakteurin

132 Mitarbeiterin (nicht redaktionell) eines Mediums

2 8 11 5 PR-Fachfrau

2 Sonstiges

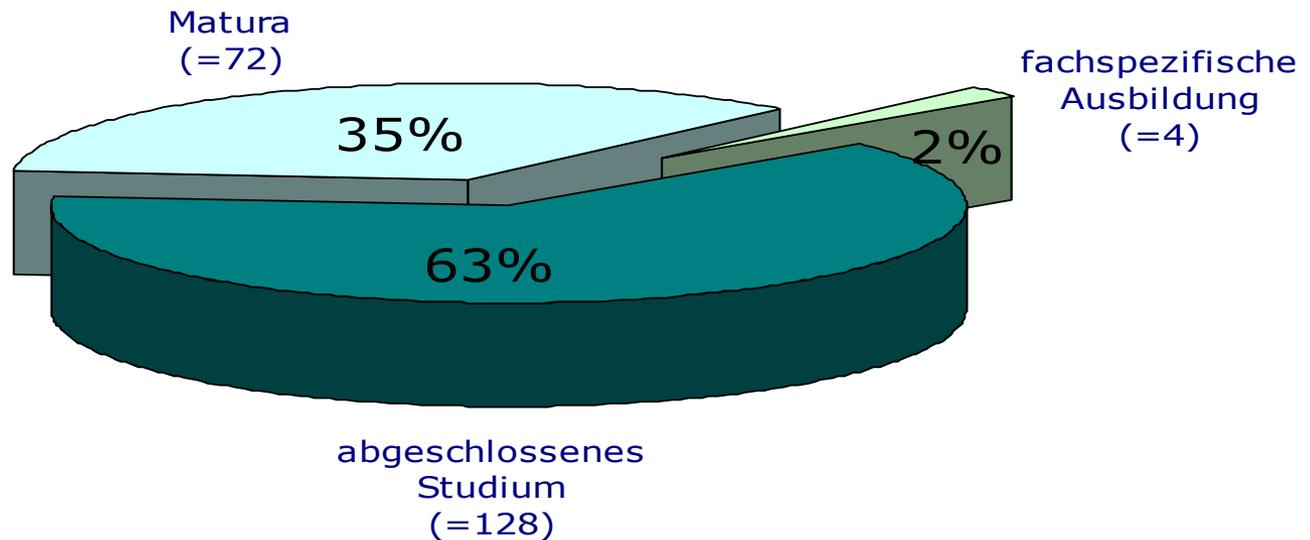
Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre

204

Gesamt



Ausbildung



Basis: 204 Nennungen



Ausbildung und Lebensalter



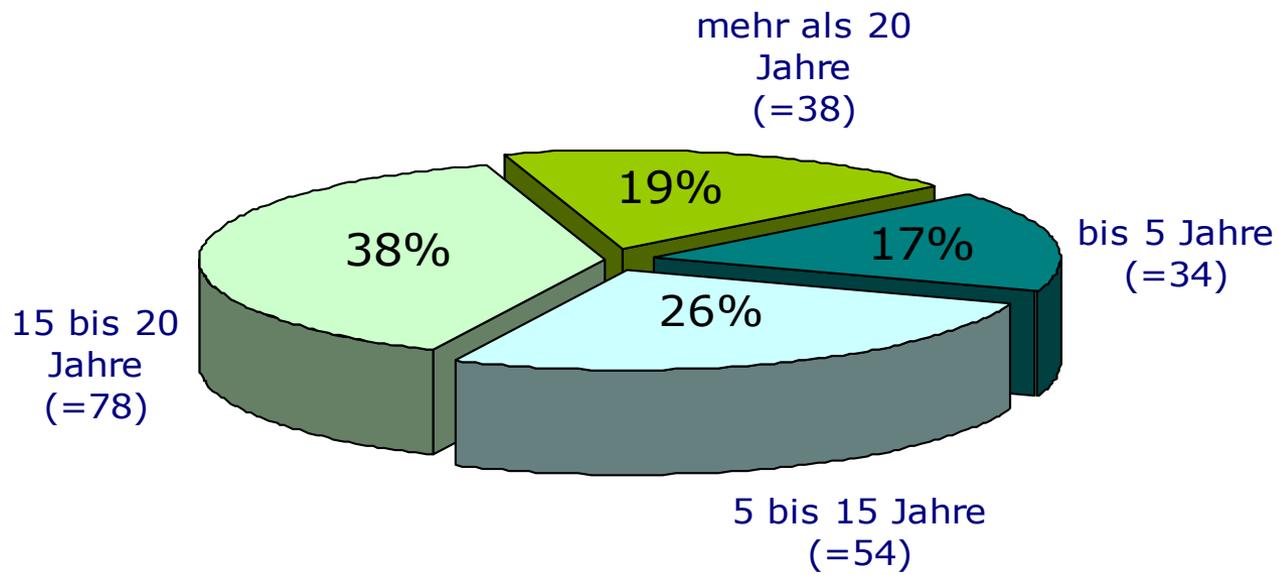
Bis 25 Jahre
Bis 35 Jahre
Bis 45 Jahre
Über 45 Jahre



Gesamt



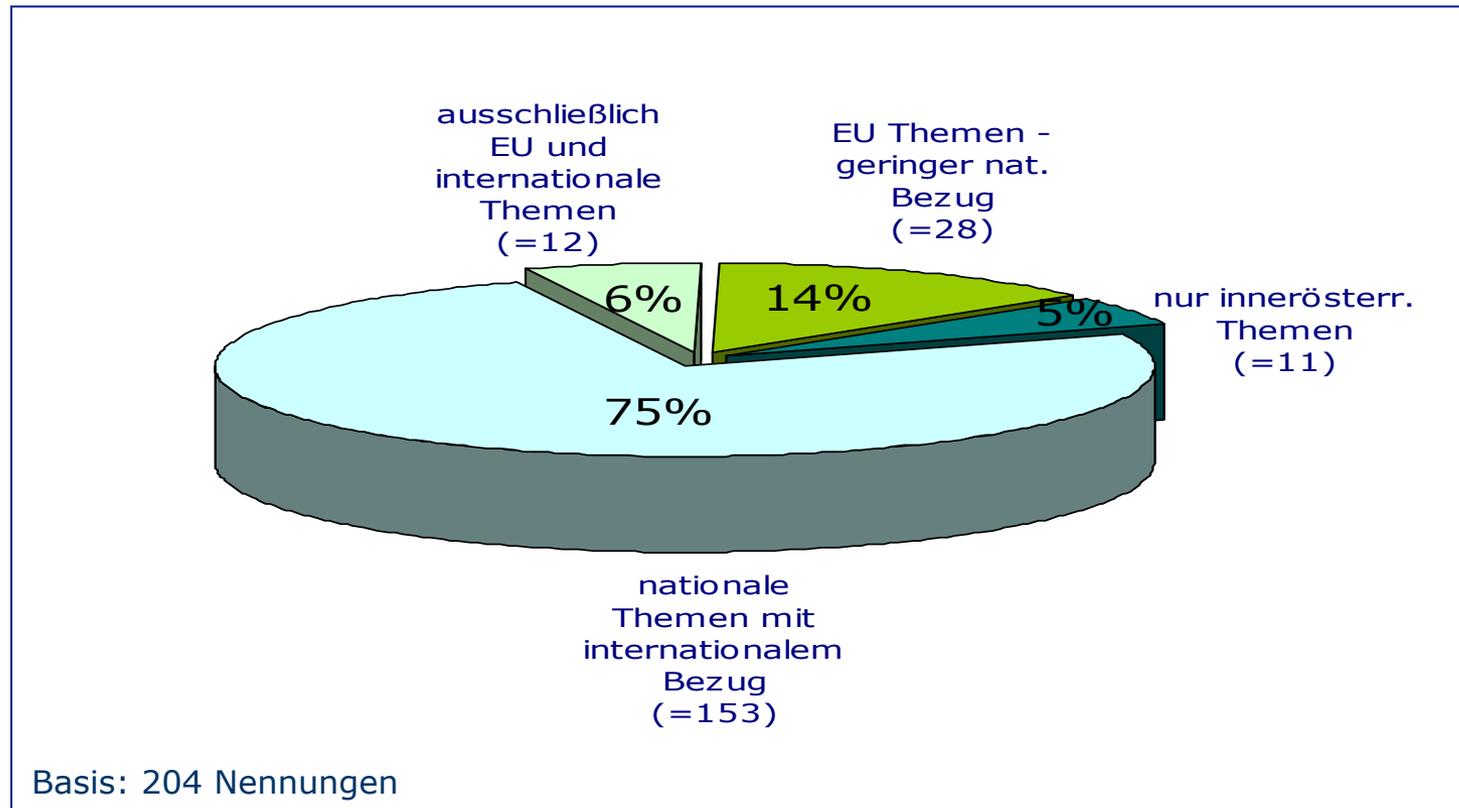
Medienerfahrung



Basis: 204 Nennungen



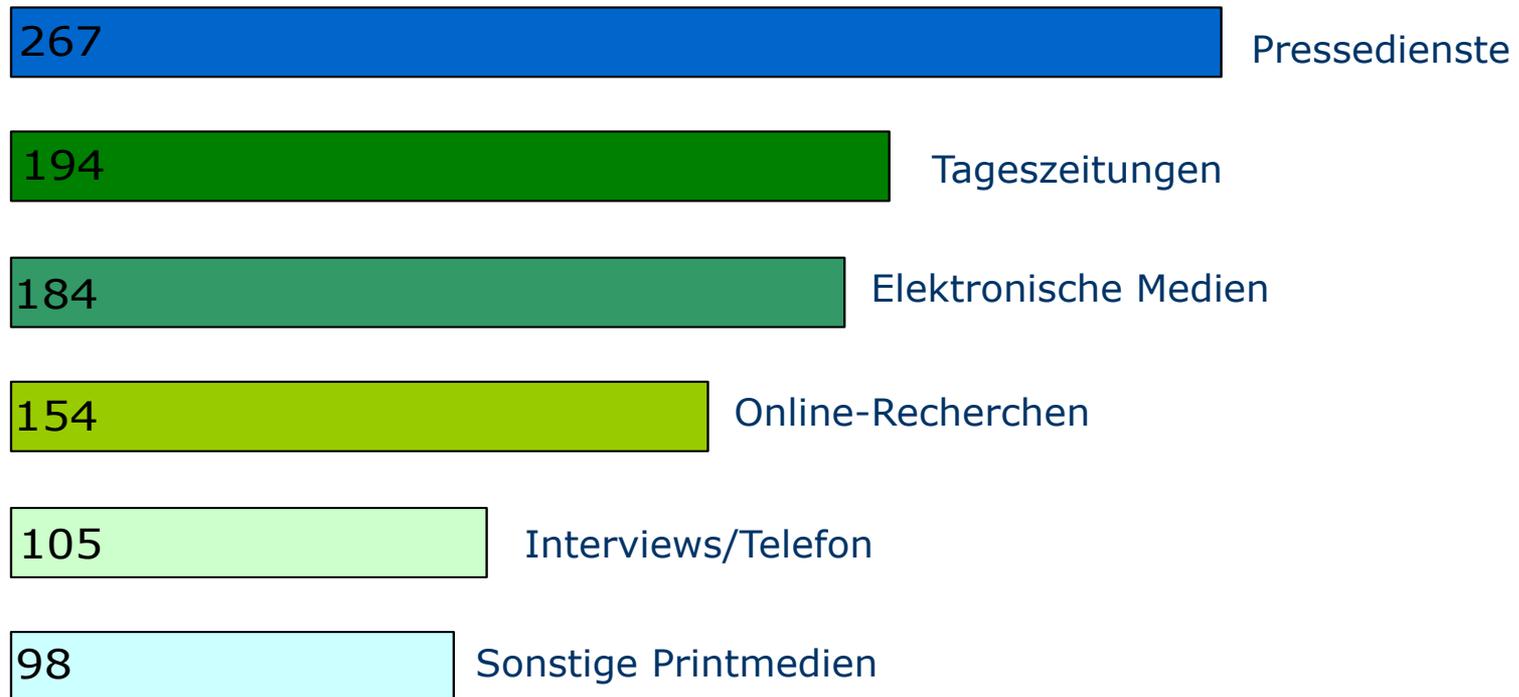
Österreichische und internationale Themen





Informationsbeschaffung für Österreich-Themen

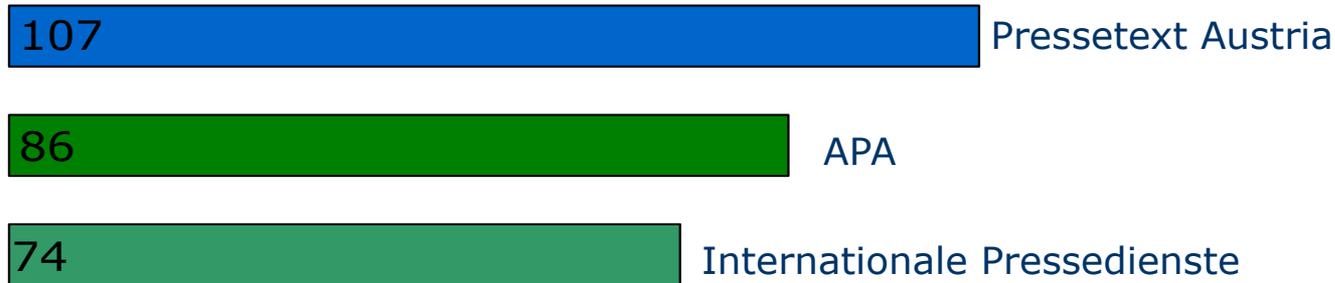
Mehrfachnennungen, Reihung nach Nennungen





Pressedienste

Mehrfachnennungen, Reihung nach Nennungen

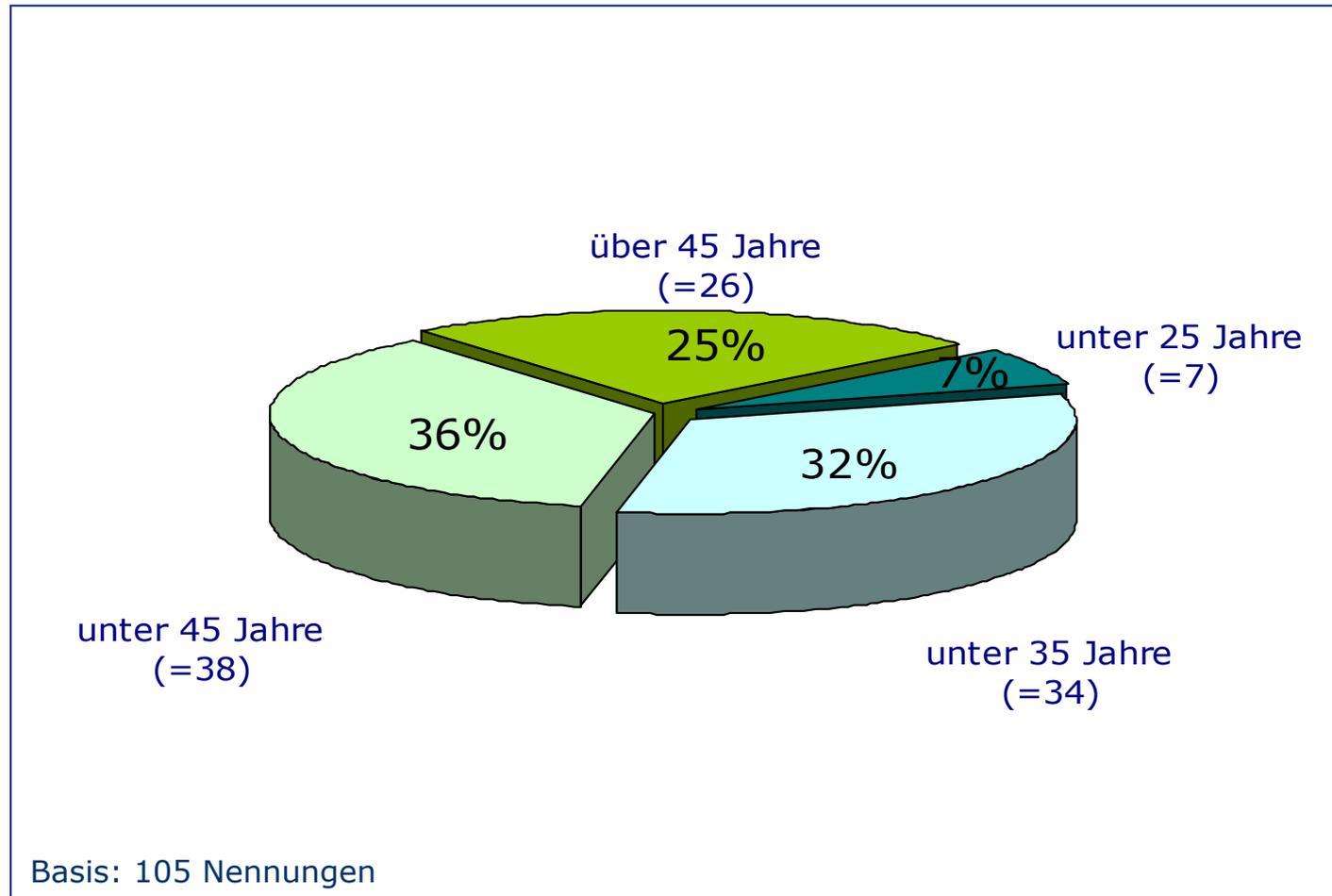


Basis: 267 Nennungen

88 % der APA-Nutzerinnen sind angestellte Redakteurinnen, Rest mehrheitlich PR
79 % der Presetext-Austria-Nutzerinnen sind freie Redakteurinnen, Rest mehrheitlich PR



Interviews/Telefonrecherchen





Studie zum 8. Österreichischen Journalistinnenkongress 2006

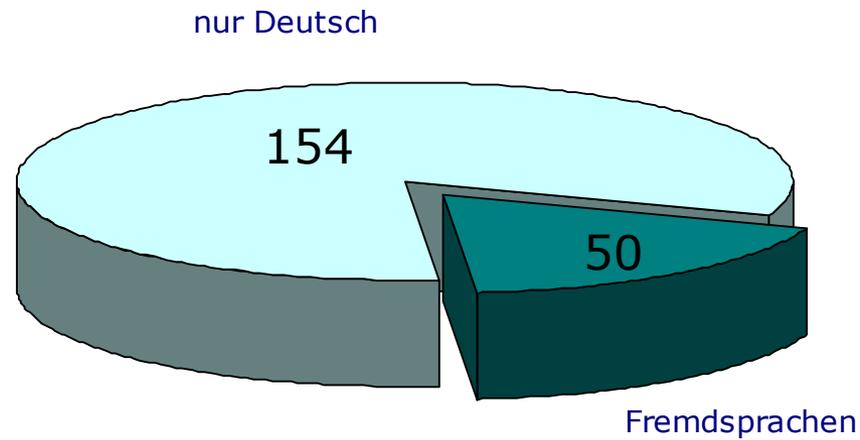
Informationsbeschaffung für internationale Themen

Mehrfachnennungen, Reihung nach Nennungen





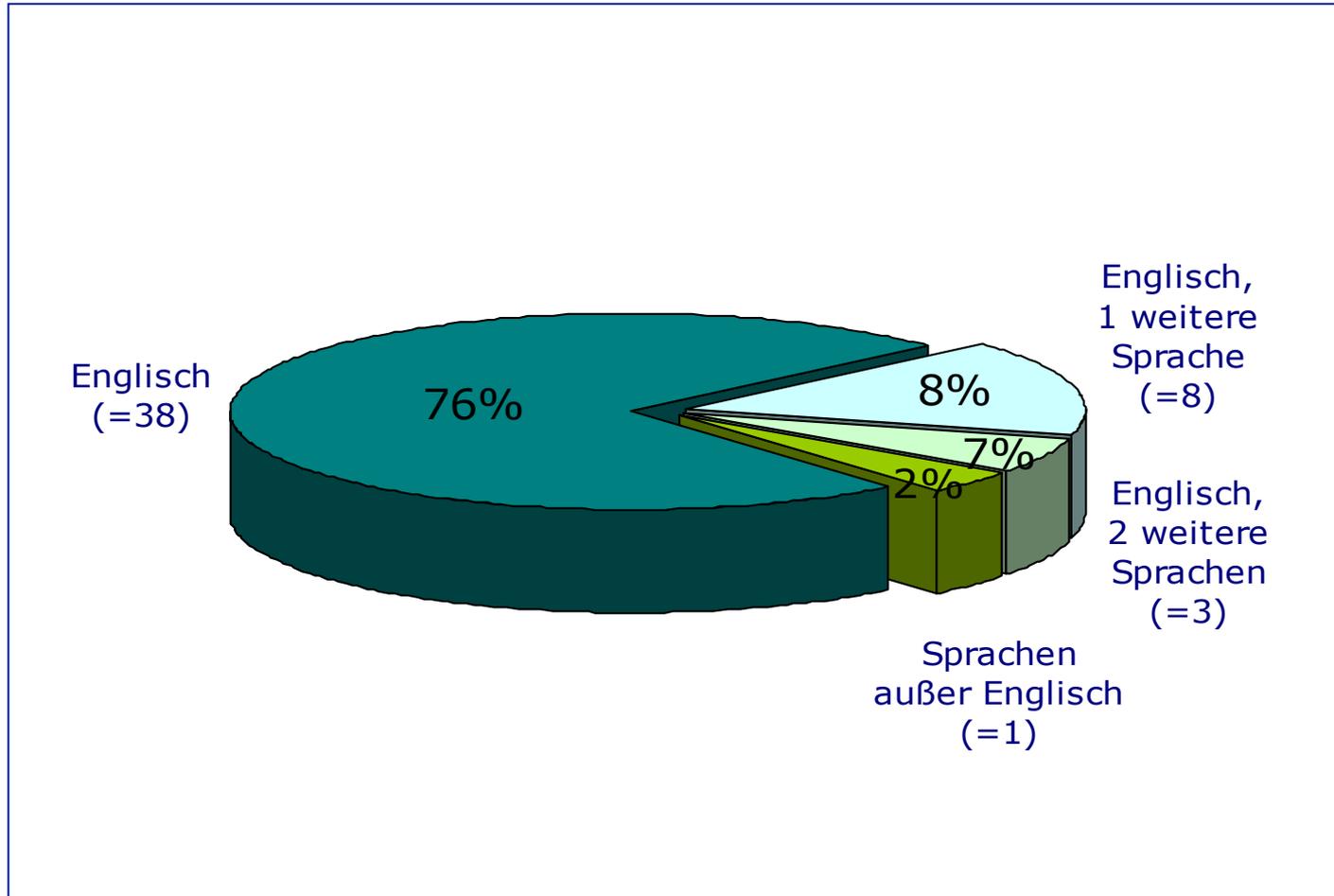
Recherche und Sprache



Basis: 204 Nennungen



Recherche in Fremdsprachen

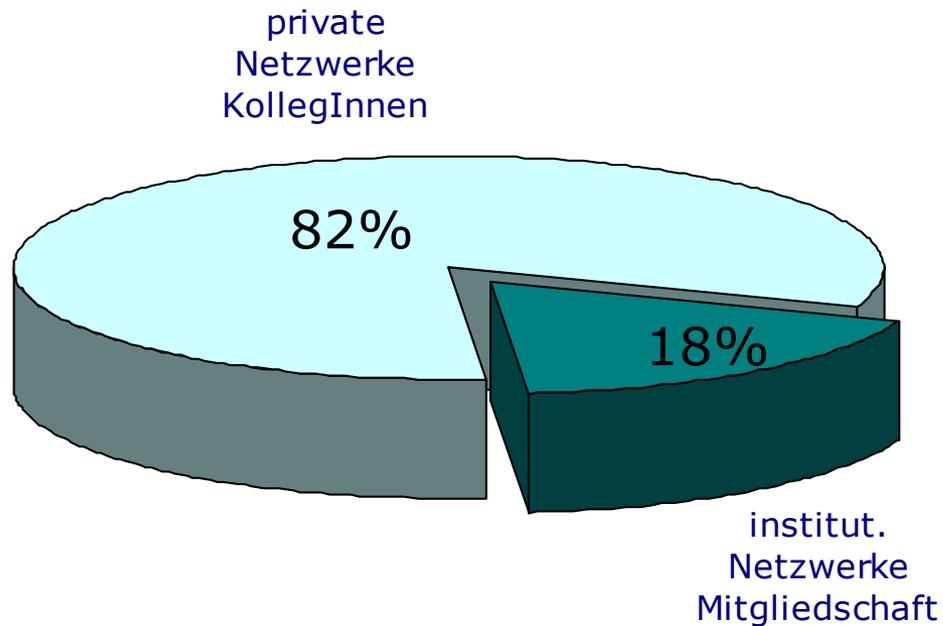


Basis: 50 Nennungen



Recherche und Netzwerke

Der Austausch erfolgt unentgeltlich, auf kollegialer Basis

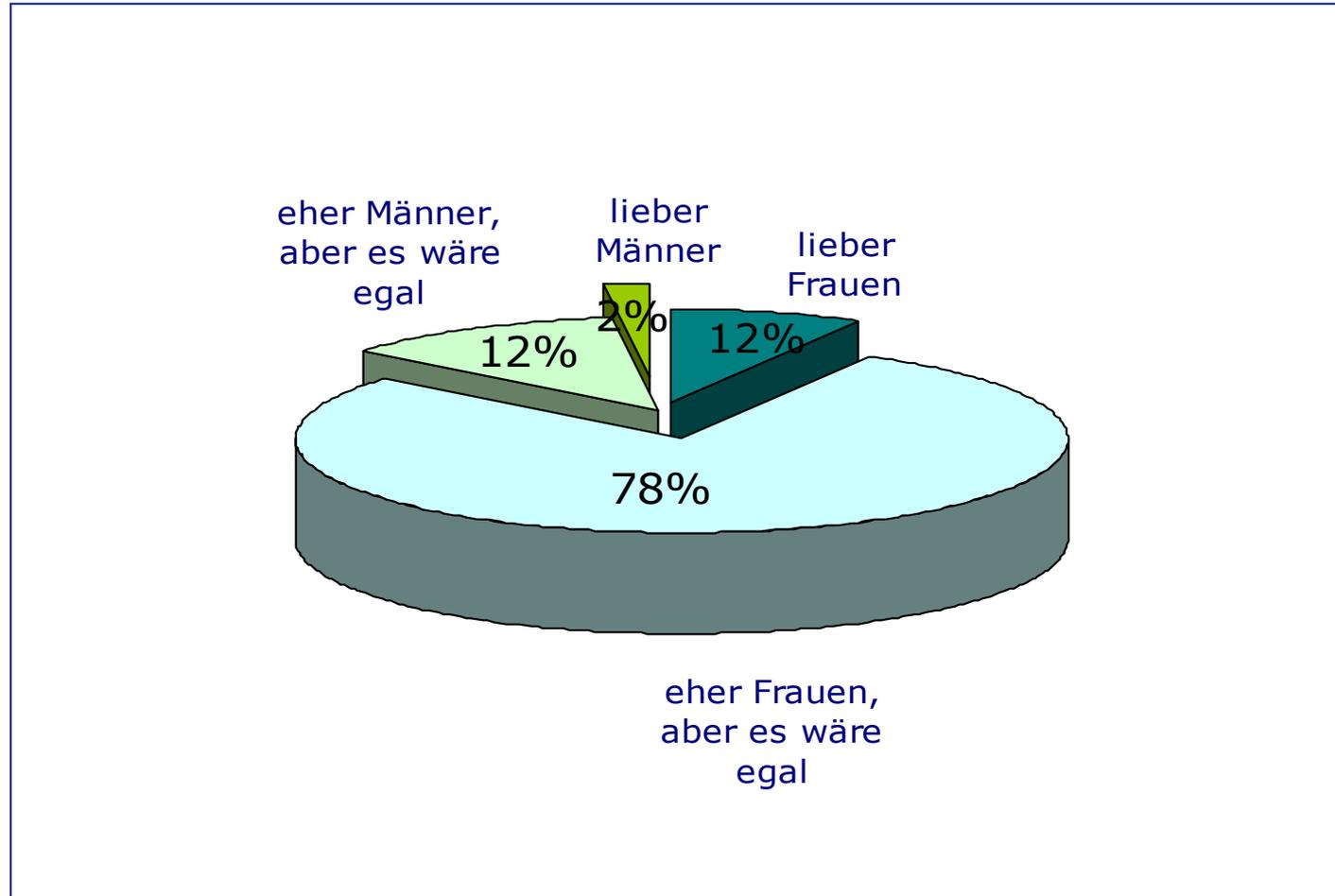


Auf Gegenseitigkeit,
sowohl für Informationseinholung als auch -beschaffung

Basis: 98 Nennungen



Internationale Zusammenarbeit und Frauen



Basis: 204 Nennungen



Rahmenbedingungen des Berufseinstiegs

34

Festanstellung innerhalb von 6 Monaten

78

Festanstellung innerhalb von 12 Monaten

28

Festanstellung war nie das Ziel, die Auftragslage war von Anfang an gut

44

Festanstellung war Ziel, jetzt frei, Auftragslage anfangs schwierig, jetzt gut

12

Festanstellung war Ziel, jetzt frei, Auftragslage kontinuierlich schlecht

8

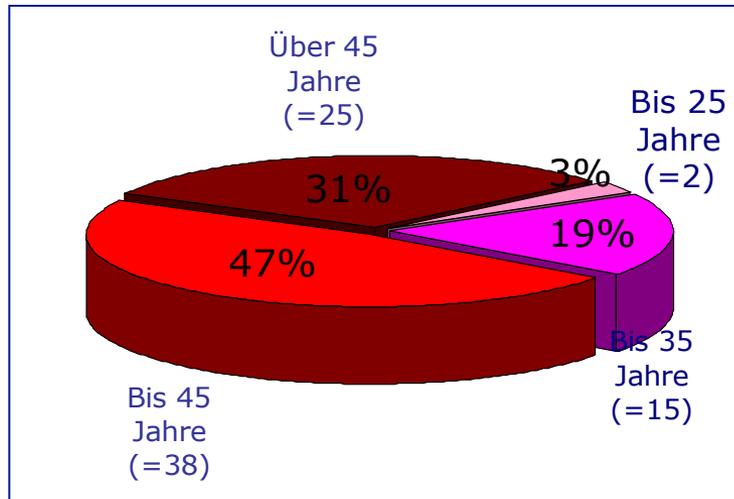
Auftragslage jetzt besonders schlecht

204

Gesamt

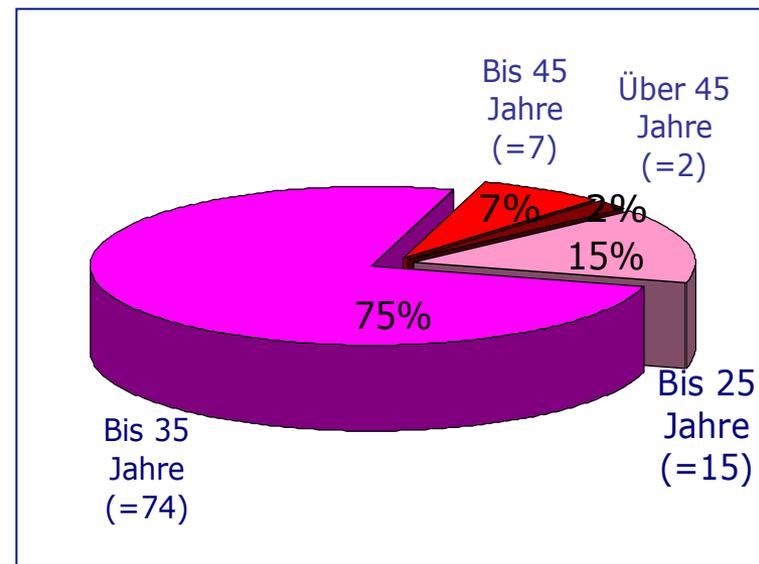


Rahmenbedingungen des Berufseinstiegs/Finanzielles



Basis: 80 Nennungen

„Ich habe zu meinem Berufseinstieg für sehr wenig Geld gearbeitet.“



Basis: 98 Nennungen

„Ich habe über Volontariate und Praktika hinaus sogar gratis oder weit unter Wert gearbeitet, um im Journalismus Fuß zu fassen.“



Rahmenbedingungen des Berufseinstiegs

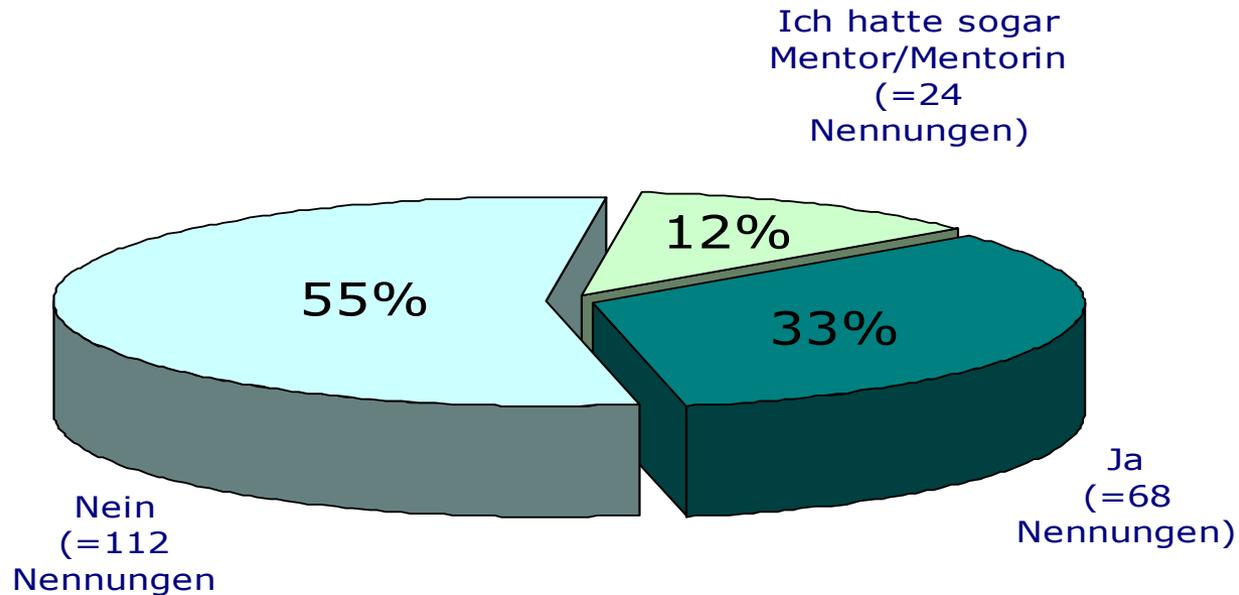
Zusatzbemerkungen dazu:

- **Ich bin nach vier Praktikas (eines auch im Ausland) gerade wieder mal auf Suche. Als Freie hineinzukommen ist auch schwer.**
- **3 Monate Praktikum Pressestelle (Ohne Entgelt), 3 Monate PR-Agentur (EUR 250), 9 Monate Auslandspraktikum Onlineredaktion (EUR 600), 5,5 Monate Aspirantin (EUR 1250). Alles brutto (Abgeschlossenes Studium, Altersgruppe 25 - 35 Jahre).**
- **Kaum ist meine Praktikantenzeit beendet, bricht das allgemeine Bedauern aus.... Fixanstellung zu egal welchem Gehalt ist nicht in Sicht.**



Zusammenarbeit zwischen den Generationen

Gab es Spannungen mit älteren, berufserfahreneren Kolleginnen bei Ihrem Neueintritt in Redaktionen/Firmen/Institutionen?



Basis: 204 Nennungen



Studie zum 8. Österreichischen Journalistinnenkongress 2006

Zusammenarbeit zwischen den Generationen

Ja, es gab Spannungen mit älteren, berufserfahreneren Kolleginnen.

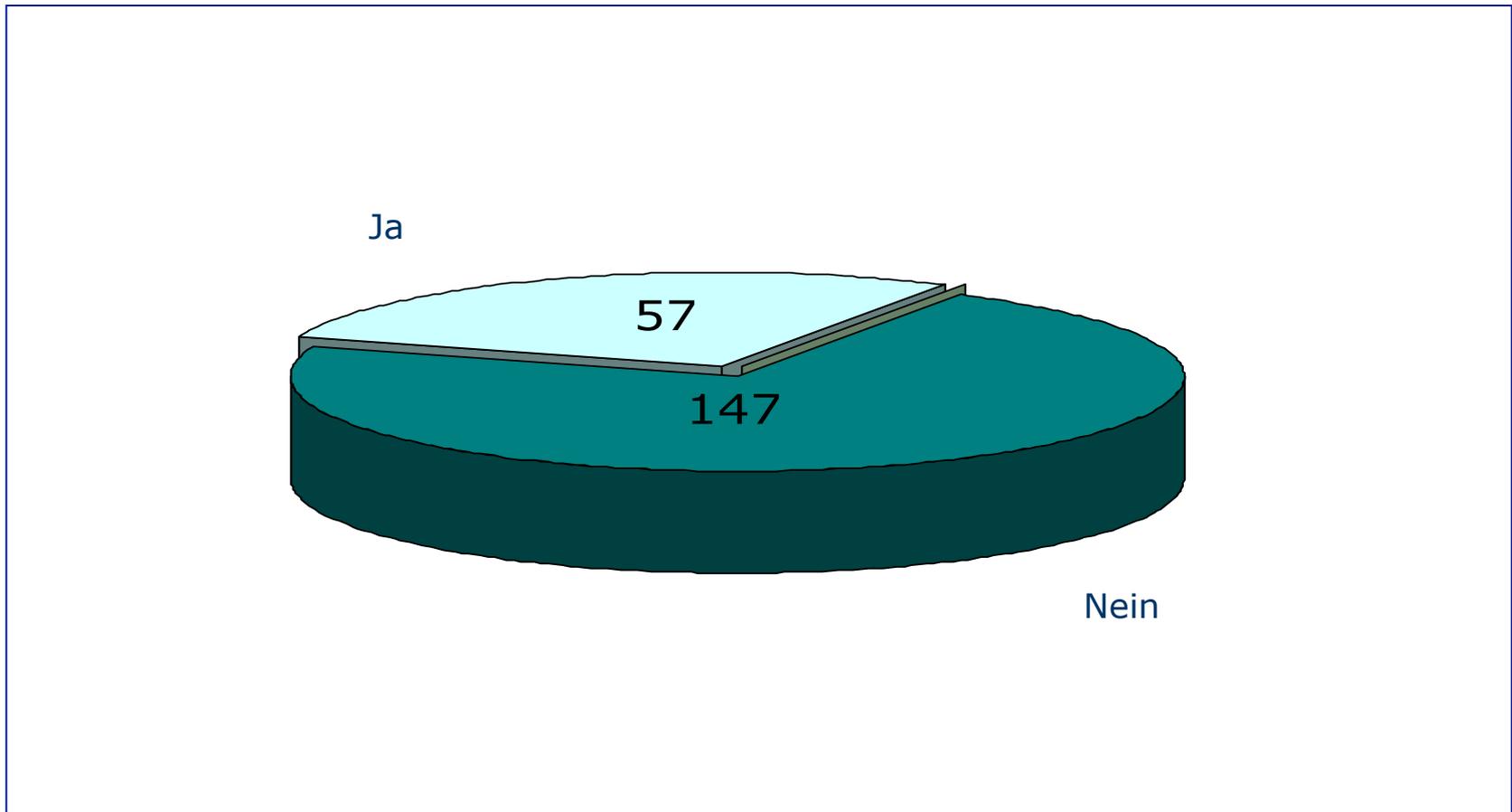
Zusatzbemerkungen dazu:

- **Alt und Jung haben offensichtlich ein anderes Arbeitstempo.**
- **Meine Mentorin wurde rasch mein bester Feind.**
- **Mein (männlicher) Mentor hat Offenheit beschworen, kannte nach dem zweiten Gespräch alle meine Schwachstellen und hat mich strategisch geschickt in einer karrierelosen Ecke geparkt. Das hat mich gute 2 Jahre gekostet.**
- **Als ich mit 18 mein erstes Praktikum machte, gab es spitze Bemerkungen über „Kinderarbeit“.**
- **Es gibt ein unterschiedliches Gehaltsschema, da können die Kolleginnen nichts dafür, aber das trägt zur Verstimmung bei.**



Zusammenarbeit zwischen den Generationen

Gab es Spannungen mit jungen neu eintretenden Kolleginnen?



Basis: 204 Nennungen



Studie zum 8. Österreichischen Journalistinnenkongress 2006

Zusammenarbeit zwischen den Generationen
Ja, es gab Spannungen mit jungen neu eintretenden Kolleginnen

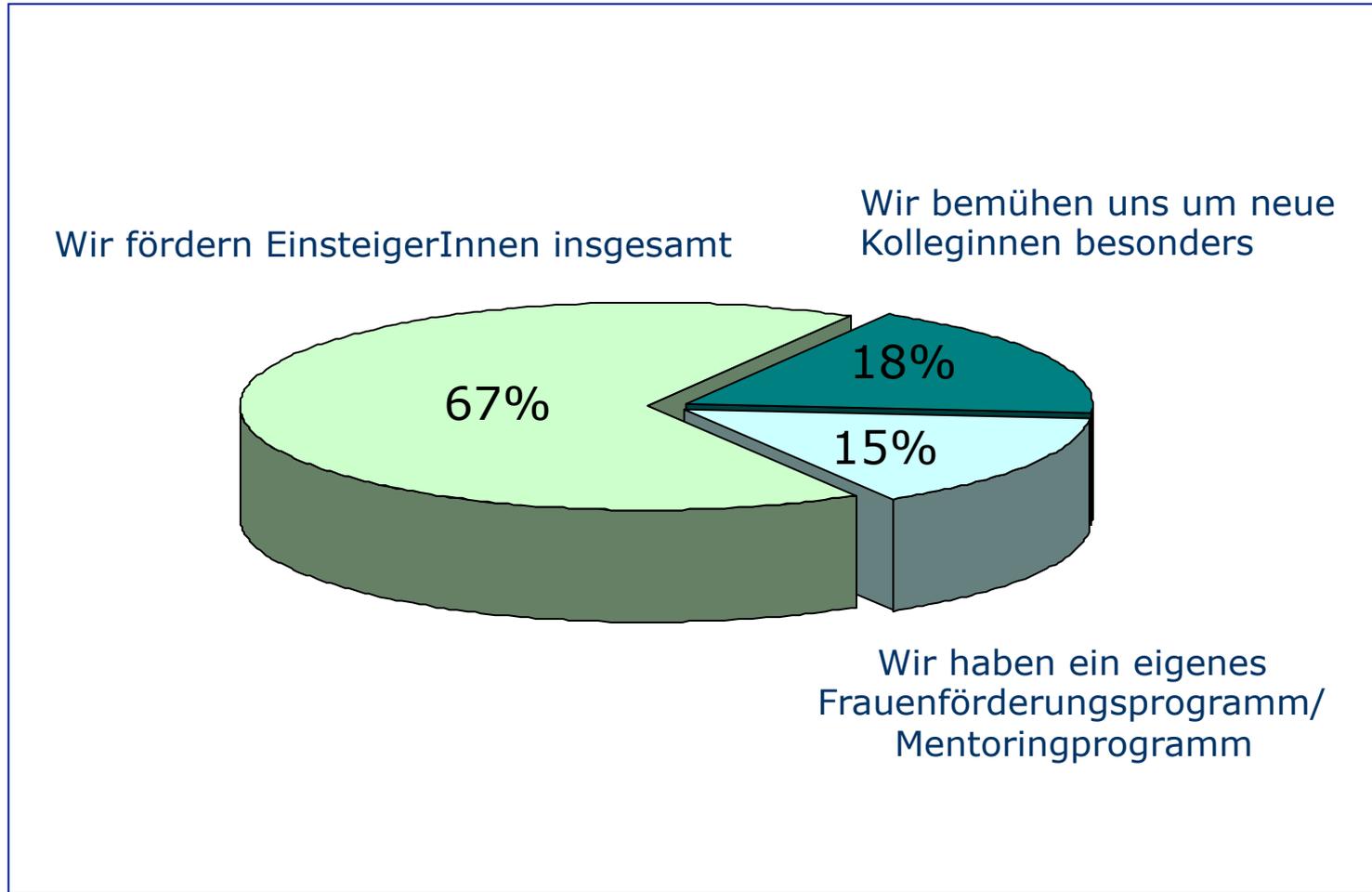
Zusatzbemerkungen dazu:

- **Die Devise ist: „Speed wins“. Nachrecherchieren, nachtelefonieren dürfte unmodern sein.**
- **Fein, wir haben jetzt Praktikantinnen und weniger Fixangestellte. Die muss aber jemand betreuen, das ist verständlich und kollegial. Aber das bedeutet Mehrarbeit, speziell für jene, die sich nicht wehren = FÜR MICH.**
- **Wenn ich einen Artikel unserer Praktikantin kritisiere, höre ich bei nächster Gelegenheit, dass ich ja KEIN abgeschlossenes Studium habe ... (Studienabbrecherin, Altersgruppe 45plus, 22 Jahre Berufserfahrung)**



Zusammenarbeit zwischen den Generationen

Nein, es gibt keine Spannungen mit jungen neu eintretenden Kolleginnen



Basis: 147 Nennungen



Schlussbemerkung

- **Ja, auch wir „Etablierte“ können eine Menge von den Jungen lernen. Wir tauschen uns aus und das passt schon.**

(Altersgruppe 45plus, 17 Jahre Redakteurin)