

## DOUKUMENTATION (Transkription der Kongressbeiträge)

- 01 Begrüßung und Eröffnung**  
*BM<sup>in</sup> a.D. Maria Rauch-Kallat, Kongressinitiatorin*  
*Dr.<sup>in</sup> Ingrid Puschautz-Meidl, IV, LGf. Burgenland*  
*Grußworte des Hauptsponsors ING Di-Ba Austria, Magdalena Racieski, MA* ... 2
- 02 Newsflashes**  
*Journalistenreport III (PolitikjournalistInnen) Dr.<sup>in</sup> Daniela Kraus, Medienhaus Wien*  
*Präsentation der Online-Umfrage zum Kongress, Mag.<sup>a</sup> Elisabeth Wasserbauer, KFJ*  
*Vorstellung c-tv Videoteam, Prof.<sup>in</sup> (FH) Rosa von Suess* ... 5
- 03 „Frische Zahlen zum Frühstück“**  
*GD<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Gabriela Petrovic, Statistik Austria* ... 9
- 04 Karrieretalk: „Ja zur Karriere“**  
*KommR<sup>in</sup> Brigitte Jank, Präsidentin WKO*  
*Mag.<sup>a</sup> Waltraud Langer, Leitung Magazine ORF*  
*Mag.<sup>a</sup> Gabriele Lutter, Vorstandssprecherin ÖBB*  
*Dr.<sup>in</sup> Saskia Wallner, CEO Pleon Publico*  
*Leitung: Claudia M. Daeubner MBA, Success & Career Consulting International* ... 12
- 05 Daten GMMP 2010, Dr.<sup>in</sup> Susanne Kirchhoff, Universität Salzburg** ... 20
- 06 Frauenpolitik „Die nächsten wichtigen Schritte“**  
*Dr.<sup>in</sup> Ursula Bazant*  
*(stv. für BM<sup>in</sup> Gabriele Heinisch-Hosek, BM für Frauen & Öffentlichen Dienst)*  
*Dr.<sup>in</sup> Gertrude Brinek, Volksanwältin*  
*(stv. für StS<sup>in</sup> Christine Marek, BM für Wirtschaft, Familie und Jugend)*  
*SC<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Elisabeth Freismuth*  
*(stv. für BM<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Beatrix Karl, BM für Wissenschaft und Forschung)*  
*Diskussionsleitung: BM<sup>in</sup> a.D. Maria Rauch-Kallat, Kongressinitiatorin* ... 21
- 07 Verleihung der MedienLÖWIN 2010** ... 26
- 08 Workshops – Vorstellung und Zusammenfassung**  
*WS 1 „Gut ausgebildet, was jetzt?“ Mag.<sup>a</sup> Johanna Zugmann, Die Presse*  
*WS 2 „Nichts zu verschenken“ Kirstin Allwinger MSc., Frauennetzwerk Medien*  
*WS 3 „Digi-Tipps“ Elisabeth Gardavsky, Kurier, ÖJC*  
*WS 4 „Zielgruppe Mann“ Elfi Geiblinger, Programmchefin Radio Salzburg*  
*WS 5 Journalismus und PR Dr.<sup>in</sup> Silvia Ettl-Huber, Donauuniversität Krems* ... 27
- 09 Frauenbild in Berlusconi-Medien, Dr.<sup>in</sup> Mathilde Schwabeneder, ORF** ... 39
- 10 Newsflashes**  
*Straßenzeitungen Salzburg und international: Mag.<sup>a</sup> Michaela Gründler*  
*"alpenrosen", Jahresschrift für Frauenkultur, Südtirol, Dr.<sup>in</sup> Susanne Maria Barta*  
*Studie „Die Wirkung von Quotenregelungen“ Dr. Loukas Balafoutas, Univ. Innsbruck* ... 42
- 11 Podiumsdiskussion Bilanz, Tipps und Ausblick**  
*Veronika Canaval*  
*Dr.<sup>in</sup> Monika Lindner*  
*Dr.<sup>in</sup> Anneliese Rohrer*  
*Dr.<sup>in</sup> Susanne Scholl*  
*Moderation: Eva Weissenberger, Kleine Zeitung* ... 46

**01 Eröffnungsworte:**

BM<sup>in</sup> a.D. Maria Rauch-Kallat, Kongressinitiatorin

Dr.<sup>in</sup> Ingrid Puschautz-Meidl, Industriellenvereinigung

Magdalena Racieski MA, ING-DiBA Direktbank Austria

**Maria Rauch-Kallat:**

Von meiner Seite herzlich Willkommen hier in der Industriellenvereinigung, die offizielle Begrüßung wird ja dann die Vertretung der IV machen; endlich einmal eine Frau - auch das ist eine Premiere – die Burgenländische Landesvertreterin. Ich freue mich sehr, dass Sie heute wieder beim Österreichischen Journalistinnen Kongress sind. Es ist der 12. in der Reihe und er hat diesmal den Titel „Platz für große Töchter“, ist es doch gelungen, die Töchter in die Bundeshymne aufzunehmen.

Für heute angemeldet - aber noch nicht alle hier - sind mehr als 380 TeilnehmerInnen und ReferentInnen und auch im 12. Jahr gibt es ein großes und wachsendes Interesse und ich freue mich ganz besonders, dass heute jemand durch den Tag moderiert, die uns schon seit vielen Jahren kennt. Wir haben uns auch heuer wieder sehr viel vorgenommen und den Programmablauf etwas gestrafft, weil es ja nur ein eintägiger Kongress ist, was bei Frauen oft die bessere Variante ist, da wir noch konzentrierter, noch rascher sind und wir haben noch mehr Themen und Vortragende, die durch unsere Newsflashrunden (die sind neu) zu Wort kommen werden. Wir gehen mit der Zeit, solange es im ORF Newsflashes gibt, warum nicht auch beim Journalistinnen Kongress? Also viel Information in kurzer Zeit.

Wir erwarten diesmal 54 Referentinnen und Referenten, darunter auch drei Männer, die ihr Know-How mit uns teilen werden, die uns Inputs geben werden, mitdiskutieren werden – ihnen allen vorab großen Dank. Sie tun das alle „voluntarily“, d.h. ohne Bezahlung.

Worum geht es uns heute?

Wieder einmal um Aus – und Weiterbildung; Letztendlich ist das die Basis für jeden Erfolg und wie man dann nach einer guten Ausbildung einen Platz in der Medienbranche findet. Also es gibt einen Workshop für Einsteigerinnen und auch einen, der einen Überblick über Transparenz von Gehältern, Verträge und Honorare bietet. Auch etwas, das für Frauen sehr wichtig ist, weil das ist eine Erfahrung, die wir gemacht haben dass Frauen in der Regel schon beim Einstieg weniger verlangen als Männer, weil sie sich weniger zutrauen. Daher ist es gut zu wissen, was geboten wird, damit man auch selbstbewusst seine Wünsche vortragen kann.

Auch unsere diesjährige Online-Umfrage in Kooperation mit dem Kuratorium für Journalistenausbildung widmet sich in einigen Fragen diesem Thema. DigiTipps hat sich genauso wie Journalismus und PR zu einem unserer bestbesuchten Workshops entwickelt und wird auch diesmal wieder sehr viele Zuhörerinnen und Mitdiskutantinnen anziehen.

Hochkarätig besetzt unsere drei Podiums-Diskussionen mit ExpertInnen, die Medienkarriere gemacht haben, als es noch ein bisschen unwahrscheinlicher war, als Frau zu reüssieren. Die mangelnde Präsenz von Frauen in Spitzenpositionen führt uns immer wieder dazu, die Akzeptanz von Quotenregelungen zu hinterfragen. Auch heuer dazu mathematische Erkenntnisse.

Jetzt am Vormittag noch ein Feuerwerk der Statistik Austria mit kabarettistischem Einschlag von Frau Dr.<sup>in</sup> Gabriele Petrovic. Weiters gibt es aktuelle Zahlen zum Global Media Monitoring oder als abschreckendes Beispiel die sehr präsenten und vor allem schönen Frauen im italienischen Fernsehen, in den Berlusconi-Medien. Weiters wird auch heuer wieder die MedienLÖWIN verliehen und wir sind gespannt. Einmal mehr ein Preis für mutige und gendergerechte Berichterstattung, der heuer zum 5. Mal vergeben wird.

Möglich wird Großes natürlich nur durch Partner und PartnerInnen, daher Dank auch heuer wieder an Maria Schaumayer, eine unermüdliche Mentorin und Vorbild vieler Frauen. Sie hat diesen Kongress mit Monika Lindner und Lydia Ninz ins Leben gerufen.

Mitinitiatorin der ersten Stunde ist die Industriellenvereinigung, die durch eine der heute noch wenigen Frauen in Führungspositionen vertreten wird, durch die burgenländische Landesgeschäftsführerin, Dr.<sup>in</sup> Ingrid Puschautz-Meidl. Ein herzliches Dankeschön, dass wir hier sein dürfen und auch für die Technik und für die perfekte Begleitung.

Wir bedanken uns natürlich auch besonders bei unserem Hauptsponsor ING-DiBa, die mit Dipl.BW<sup>in</sup> Katherina Herrmann eine Chefin an der Spitze hat. Sie steht vor einem Karrieresprung nach Deutschland und wird heute vertreten durch Frau Mag.<sup>a</sup> Magdalena Racieski, der PR-Managerin, die Sie heute begrüßen wird. Auch Ihnen ein herzliches Dankeschön!

Wir freuen uns auch ganz besonders über Akzeptanz und Unterstützung von drei Ministerien, die wir demnächst in einer Diskussionsrunde erleben werden, Frau BM<sup>in</sup> Gabriele Heinisch-Hosek, die sich selbst entschuldigen muss, aber eine Vertreterin geschickt hat, sowie Staatssekretärin Christine Marek die ebenso vertreten wird und auch das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung, Frau BM<sup>in</sup> Beatrix Karl, musste sich auch entschuldigen, wird aber auch vertreten.

Danke auch an unsere ProjektpartnerInnen aus den Medien, ORF, APA, Digitalks, DerStandard, Kurier, Wiener Zeitung, auch dem Friedrich Funder Institut und der Wirtschaftskammer Wien, Frau in der Wirtschaft sowie der Fachhochschule St. Pölten. Danke auch den Netzwerken, die entstanden sind, dem Club Alpha, dem Frauennetzwerk Medien, sowie dem Österreichischen Journalistinnen Club.

Nicht zu vergessen natürlich unser bewährtes Organisationsteam Mag.<sup>a</sup> Alexandra Buhl, die auch die Expertinnen Datenbank das ganze Jahr über verwaltet, Gerti Kuhn und Frau Kommerzialrätin Daniela Schwarz – die jedes Jahr wieder für ein interessantes Programm und einen reibungslosen Ablauf sorgen. Auch das meine ich, ist wieder einen Applaus wert!

Wir wünschen einen interessanten und spannend Kongresstag! Und berichten Sie, dort wo Sie die Möglichkeit haben, über diese Veranstaltung. Auch im nächsten Jahr wird es wieder einen Journalistinnen Kongress geben.

**Dr.<sup>in</sup> Ingrid Puschautz-Meidl:**

Dennoch wird es nicht so bald Platz für große Töchter geben, da die Erben der Autorin, ja es war eine Autorin, nämlich die Paula von Predradović, die wollen noch nichts von Töchtern in der Bundeshymne wissen. Sie dürfen's nicht verbieten, sie tun es aber trotzdem. In der IV selbst ist bereits Platz für Frauen, und zwar sind von den neun Geschäftsführern bereits fünf Frauen. Und das ist auch der

Grund, warum ich Sie heute hier begrüßen darf im Haus der Industrie. Die Industriellenvereinigung wird weiblich. Aber auch noch nicht bis ganz nach oben, das muss ich zugeben. Und leider zieht sich dieses Bild durch alle Branchen. In den Chefetagen wird es für Frauen eng. Und trotzdem behaupte ich, dass die Zeit für Frauen in Führungspositionen zu gelangen nie so gut war wie heute.

Die gläserne Decke bekommt Sprünge, die Ausbildung der jungen Frauen ist hervorragend und die Rahmenbedingungen werden Schritt für Schritt besser. Alles eigentlich hervorragende Voraussetzungen für Frauen, um beruflich durchzustarten. Und trotzdem ist vielfach noch Sand im Getriebe und wir fragen uns: wie bekommen wir diesen Sand hier heraus? Heute Nachmittag habe ich gelesen, werden sie sich mit wichtigen Themen wie Transparenz für Gehälter, Zielgruppe Mann und Ausbildung beschäftigen.

Was mir im Programm persönlich ein bisschen fehlt, ist das Thema Kindererziehung und Vorbildwirkung. Erziehen wir unsere Töchter doch zu selbstbewussten, mündigen und leistungsorientierten Menschen, leben wir ihnen vor, dass Frau durchaus ihren Mann stehen kann, ermöglichen wir ihnen die beste und die gefragteste Ausbildung und wir brauchen keine Quoten und Offenlegung der Gehälter mehr. Unsere Töchter werden dann genauso um ihren verdienten Lohn verhandeln und sich in Spitzenpositionen behaupten wie die Männer. Erziehen wir unsere Söhne zu selbstbewussten und partnerschaftlichen Menschen. Leben wir ihnen vor, dass auch Frauen gutes Geld verdienen und Haushalt und Kindererziehung nicht Gott gewollt allein den Frauen vorbehalten ist. Unsere Söhne werden dann vorbehaltlos mit Frauen im Team arbeiten und Kolleginnen in den Vorstandsetagen neidlos betrachten. Ich denke es liegt wirklich an uns, hier den Sand aus dem Getriebe zu kehren.

In diesem Sinne heiße ich Sie herzlich willkommen. Im Haus der Industrie wird noch immer viel in die Zukunft gedacht. Ihnen schöne und lehrreiche Stunden.

**Magdalena Racieski, MA:**

Ich begrüße Sie herzlich im Namen der ING-DiBa. Die ING-DiBa unterstützt den Kongress schon zum vierten Mal dieses Jahr und wir freuen uns natürlich ganz besonders, dass wir auch dieses Jahr die MedienLÖWIN 2010 an eine tolle Journalistin verleihen dürfen. Wir tun das natürlich mit Freude aber natürlich auch aus Überzeugung, da es erstens die Organisatorinnen jedes Jahr aufs neue schaffen, einen inhaltlich sehr wertvollen und gut besuchten Kongress auf die Beine zu stellen und zweitens, weil wir guten Journalismus fördern wollen. Und mit gutem Journalismus meine ich persönlich mutigen Journalismus, den wir auch als Aufklärung verstehen. Wir unterstützen nicht nur den Kongress sondern auch das Kuratorium für Journalistenausbildung mit der Sommerakademie.

Das diesjährige Kongressthema „Platz für große Töchter“ fanden wir auch besonders spannend, weil bei ING-DiBa schon immer Platz für große Töchter war, aber auch für kleine. Die Türe ist eigentlich immer offen und derzeit haben wir einen Frauenanteil von 50% in unserem Management Team, also auf der Führungsebene, was bei uns eine Selbstverständlichkeit ist. Ich möchte Sie nun nicht weiter aufhalten und wünsche einen schönen Tag.

**02 Newsflashes:**

Journalistenreport III (PolitikjournalistInnen) Dr.<sup>in</sup> Daniela Kraus, Medienhaus Wien  
Präsentation der Online-Umfrage zum Kongress, Mag.<sup>a</sup> Elisabeth Wasserbauer, KFJ  
Vorstellung c-tv Videoteam, Prof.<sup>in</sup> (FH) Rosa von Suess

**Dr.<sup>in</sup> Daniela Kraus vom Medienhaus Wien:**

**Einblick in den dritten Journalisten Report**

Es geht um Politik-Journalismus in Österreich. Wie stellt sich, fragt Marion Dönhoff in einem ihrer Essays „Die Presse – ein Spiegelbild der Gesellschaft“, der Bürger einen guten Journalisten vor? Neugierig soll er sein, schreibt sie, offen, ohne Vorurteile, objektiv, die Fremdbestimmung ablehnen, sich der Verantwortung seines Berufes bewusst – kurz: ein engagierter Spürhund auf der Suche nach Wahrheit. Dönhoff lässt jedoch gleich das Aber folgen: Viele Journalisten lassen sich leicht zu unverantwortlichem Tun hinreißen und zwar aus den verschiedensten Motiven. Dass Journalismus wichtig ist, ich glaube darüber sind wir uns einig. Weil er ist einer Grundpfeiler des demokratischen Systems. Das sollten wir uns immer wieder in Erinnerung rufen. Das klingt banal, aber es ist so. Daher ist es wichtig, dass sich verschiedenste Bereiche der Gesellschaft mit Journalismus beschäftigen, mit Politik, Bildung, etc. Aus unserer Sicht, aus meiner Sicht, ist eine Basis dafür nicht nur die normative Debatte dafür, wie Journalisten sein sollen, sondern auch die Frage: Wie stellt sich Journalismus in seinem Staus Quo dar. Erst das ist die Basis dafür, entscheiden zu können, was denn passieren müsste, um Journalismus zu dem zu machen, von dem wir glauben, dass er so sein sollte. Das ist, wenn man es ganz kurz zusammenfasst, die Programmatik, die hinter diesen Bänden steht, wie dem Journalisten Report. - Mittlerweile ist der dritte Band erschienen. Durch diese Basisdaten hat man eine Diskussionsgrundlage und ich bin froh, dass ich ein paar Basisdaten vorstellen kann.

Dieser dritte Band widmet sich PolitikjournalistInnen: Es gibt ca. 340 PolitikjournalistInnen, rund 40% davon sind Frauen, wir haben ein knappes Drittel für diesen Band befragt. Sie finden darin Kommentare, weitere Studien etc. Es ist eine Fülle von Daten in dem Band. Wie sehen sich PolitikjournalistInnen selbst?

Was ist denn das journalistische Selbstverständnis?

Wenn man das auf Rollenbilder herunter bricht, dann sieht man das bei Männern wie bei Frauen gleichermaßen, sie sehen sich in erster Linie als Vermittler. Sie sehen sich ebenso als Kritiker. Frauen sind wesentlich weniger serviceorientiert, die Männer sehen es wesentlich mehr als ihre Aufgabe, über neue Trends zu informieren. Und jetzt möchte ich Ihnen einen vierten Bereich vorstellen, wo es sich ganz deutlich unterscheidet und das ist das Selbstbild des anwaltlichen Journalismus:

Frauen möchten sich stärker auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. Sie möchten normalen Leuten eine Chance geben, ihre Meinung mitzuteilen. Sie möchten sich für die Benachteiligten in der Gesellschaft einsetzen. Zu Ihrem Amusement habe ich Ihnen einen vierten Punkt mitgebracht, den Männer viel stärker wollen als Frauen, nämlich dem Publikum die eigene Meinung mitteilen.

Damit zu tun hat vielleicht auch, wir haben eine Frage gestellt ob Citizen Journalism in Zukunft eine

große Rolle spielen wird. Interessanterweise stimmen hier die Männer eher zu. Ich denke man könnte das so interpretieren, dass die Journalistinnen die breite Meinung aufzunehmen und zu interpretieren als ihre Aufgabe sehen und daher dem Citizen Journalism weniger Gewicht geben als die Männer.

Ebenfalls haben wir die politische Grundhaltung, wo sehen sie sich, eher links oder eher rechts der Mitte. Auch da konnten wir feststellen: Die Frauen sehen sich im Politikjournalismus deutlich mehr links. Bei den Männern sehen sich 63% links der Mitte. Bei den Frauen sehen sich 75% links der Mitte. Im Vergleich ALLE: Die JournalistInnen sehen sich tendenziell eher links der Mitte, aber deutlich stärker ist es bei den Politikjournalistinnen. Ich denke das steht im starken Zusammenhang mit dem Selbstbild als anwaltliche Journalisten und Journalistinnen.

Wie sieht es mit Parteipräferenzen aus? Auch hier sehen Sie, die großen Parteien haben generell ganz schlechte Zustimmungswerte aber Sie sehen einen Unterschied bei den Journalistinnen. **8%** der Frauen eher ÖVP, bei den Männern **23%**. **10%** bei den Frauen SPÖ, bei den Männern nur **2%**. Bei den Grünen die größte Zustimmung. Sie sehen auch hier bei den Frauen tendenziell eine linke Orientierung.

Als nächstes haben wir die Zufriedenheit: Wie zufrieden sind Sie mit der politischen und weltanschaulichen Linie ihres Betriebes? Alle gleichermaßen zufrieden, **72** bzw. **73%**. Ich lasse dies unkommentiert, wenn man sich anschaut dass sich **75%** der Journalistinnen als links der Mitte sehen. Die Frauen sind deutlich zufriedener mit den Publikumsreaktionen auf ihre Arbeit. Wenn wir bei der Zufriedenheit sind, die Frauen sind deutlich zufriedener mit ihrer Arbeit. Hingegen sind sie im geringeren Ausmaß zufrieden mit der Bezahlung ihrer Arbeit: **63%** Zufriedene bei den Frauen, **73%** bei den Männern. Das ist auch kein Wunder, da Journalistinnen deutlich weniger verdienen als ihre männlichen Kollegen. Im Gesamtschnitt reden wir von rund 5.000,- Euro im Monat, was doch schon ganz schön viel ist. Um noch einmal auf den Titel des Essays von Marion von Dönhoff zurückzukommen - „Die Presse – ein Spiegelbild der Gesellschaft“ - ich denke, das konnte hier gezeigt werden.

**Mag.<sup>a</sup> Elisabeth Wasserbauer, KfJ**

#### **Präsentation der Online-Umfrage 2010 zum Journalistinnenkongress**

Kurze Vorstellung des Kuratoriums für Journalistenausbildung (<http://www.kfj.at/>). Unsere Hauptthemen dieses Jahr sind Krise und auch Aus- und Weiterbildung. Seit Jahren bilden sich Frauen stärker aus und weiter.

Wir beschäftigen uns in der aktuellen Studie mit den Frauen, auch wenn 26 Männer den Fragebogen ausgefüllt haben. Wir gehen von 222 aus. An dieser Stelle bedanke ich mich bei Gerti Kuhn und ihrem Team, die diese Studie durchgeführt hat. Auf [www.medienfrauen.net](http://www.medienfrauen.net) zum Nachlesen.

**Prof.<sup>in</sup> (FH) Mag.<sup>a</sup> Rosa von Suess, FH ST. Pölten:**

#### **Vorstellung der VJ-Teams von c-tv am Kongress**

Das Modul Fernsehproduktion wird heute hierher verlegt und die Studierenden werden kurze Beiträge gestalten, die Beiträge werden vor Ort geschnitten, es gibt eine Abnahme und dann werden sie raufgeladen auf [www.campusfernsehen.at](http://www.campusfernsehen.at). Dies wird durch unseren Kooperationspartner OKTO

ausgestrahlt.

Es ist natürlich nicht ganz einfach, Videobeiträge zu gestalten; Das erfahren die Studierenden hier in diesem „Hands on“ Lehrgang. Die FH St. Pölten hat die Studiengänge Medientechnik und Digitale Technologien und alle haben einen Praxisteil. Wir haben auch Videojournalismus und TV online Lehrgänge. Die Weiterbildung ist mir sehr wichtig, hier geht es nicht nur um den zukünftigen Markt sondern es wird ganz aktuell erarbeitet, was sind die derzeitigen Anforderungen vom Arbeitsmarkt, welche Rechte bzw. welches Handwerk kann ich haben. Ich bin sehr zufrieden mit den ersten Abschließenden des Lehrgangs. In den Studiengängen haben wir 50% Frauenanteil. Das vermute ich daher, weil für uns Gestaltung sehr wichtig ist, weiters was sind die Inhalte; es werden also nicht nur technische Kompetenzen vermittelt. Allerdings ist der Abschluss dann „Diplom IngenieurIn“.

**03 GD<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Gabriela Petrovic, Statistik Austria:**

**„Frische Zahlen zum Frühstück“**

Ich bin keine Statistikerin, von der Ausbildung her Rechtswissenschaftlerin, und daher, wie ich meine, von der Ausbildung her für den Kampf gut geschult. Zunächst eine frohe Kunde: Wir weiblichen Menschen hier in Österreich haben gar nicht so schlechte Startbedingungen: hatten wir noch vor vier Jahren die 52%-Mehrheit unter der Bevölkerung sind wir etwas ausgedünnt auf 51,3% aber bis 2050 halten wir diese Mehrheit. Einige von Ihnen werden ein Problem haben, ich nicht mehr, nach menschlichem Ermessen – ich sterbe als Anteil einer Mehrheit. Warum sind wir in der Mehrheit? Nun, Knaben kommen häufiger zur Welt als Mädchen, o.k. soll so sein, ABER diese Knaben überleben nicht lange. Die Knaben haben eine kürzere und zwar um 5,4 Jahre kürzere Lebenserwartung als Frauen. Frauen werden im Durchschnitt 83 Jahre, Männer reißt's dahin mit 77,61. Es vermag nicht zu verwundern, dass wir einen durchgängigen Frauenüberschuss in der Altersgruppe von 50 – 54 Jahren verzeichnen. Das zahlenmäßige Ungleichgewicht zugunsten der Frauen nimmt ab dem 50. Lebensjahr deutlich zu.

Ein kleiner Ausflug zu den Heiratschancen oder das Eingehen einer Lebenspartnerschaft: Frauen starten früher und verlassen das häusliche Nest. Wenn sie sich dann zielgerichtet auf die Suche nach einem streunenden Mann begeben, haben sie eine gute Möglichkeit... Warten sie länger, bewusst oder unbewusst, sollte Ihnen klar sein, dass ihre Chancen schwieriger werden. Wie gesagt, ab ihrer Lebensmitte haben sie es mit einer männlichen Minderheit zu tun, so dass man sagen kann, DIE suchen aus und wir warten.

ABER: Da ich ja immer gerne bereit bin, Ihnen einen kleinen praktischen Erfahrungstipp zu geben: Es muss nicht so sein! Ich hatte mich schon statistisch damit abgefunden, dass ich auf meinem Teil der Bevölkerungspyramide hinauf wandere bis zum Pflegestatus und keinen Mann um mich habe, ich bin nämlich schon in dieser kritischen Altersgruppe, aber dann passiert etwas auf der männlichen Seite der Bevölkerungspyramide - So ab dem 56. Lebensjahr herum, ertönten Lockrufe nach unten, ja zu mir, und wenn ich hochsah erblickte ich einen Landesstatistiker, bisschen rundlich aber nicht unhübsch, gesund an Körper und Geist, zweimal verheiratet, aber wen stört das, jeder kann Fehler machen; und o.k., keine Kinder; Beamter – alte Pensionsregelung. Was soll ich Ihnen sagen: mit ein wenig Emotion haben wir heuer zugeschlagen (*hält Hand mit Hand mit Hochzeitsring hoch*).

Das heißt, die Statistik zeigt einen Trend auf – muss aber im Einzelfall nicht immer recht haben! Lassen Sie sich Zeit, selbst wenn Sie nicht so ein kleines Gusto-Stückchen erwischen wie ich, oder einen etwas schlechter Ausgebildeten. Selbst wenn Sie alleine sind, in ihren älteren Lebensjahren, fühlen Sie sich doch gesünder und befreiter als Männer im gleichen Alter. Offenbar genießen dann Frauen das Leben besser, vielleicht weil dann Ihre erste oder zweite Partnerschaft vorbei ist und Sie dann erst so richtig Ihr Leben beginnen können.

Wir sind auch beim Bildungsniveau besser als die Männer, muss ich Ihnen ganz ehrlich sagen. Kleiner Ausflug von mir - wen wundert's: Ich habe mit meinen Damen in der Belegschaft deutlich weniger Probleme als mit den Männern, die glauben schon wirklich von Anfang an, sie hätten das alles im kleinen Finger. An den Allgemeinen- und Berufsbildenden Höheren Schulen haben wir 60% der



Lernenden die weiblich sind, vor fünf Jahren waren es noch 52%. Aber das schlägt sich auch weiter durch, deutliche Mehrheit bei den Maturaabschlüssen und auch beim Studium liegen wir deutlich über 50%. Beim Studium konkret bei 52,4%, bei den Fachhochschulen sind wir drunter, da haben wir 44,4% - dort sind wir unterrepräsentiert. Frauen studieren schneller als die Männer, aber leider Gottes Geistes- und Kulturwissenschaften in erster Linie. Technik ist nach wie vor nicht so beliebt, aber auch bei der Medizin sinken die Frauen ab, dafür haben sie in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften und in meinem angestammten Berufsfeld, den Rechtswissenschaften, deutlich aufgeholt und holen weiter deutlich auf.

Kleine Einschränkung, was das Studium anbelangt: Das Doktorat machen nur 42,3% der Frauen. Also die Studienabschlüsse enden dann mit dem Magisterium und das Doktorat wird von weniger Frauen in Angriff genommen.

Frau im Beruf – die logische Konsequenz, wenn wir mit der Ausbildung fertig sind.

45% der im Erwerbsleben stehenden Personen sind weiblich, die weibliche Erwerbsquote liegt bei 68,6% und die der Männer bei 81,4%. Bei den Erwerbstätigen erhöhte sich die Frauenquote von 58,5% auf 65,8%.

Toll, ja? Mann muss nur eines dazu sagen, das sind vor allem die vermehrte Rückkehr von Müttern in die Erwerbstätigkeit und der verstärkte Trend zur Teilzeitarbeit. Wir zählen da nur die Köpfe, aber nicht das Beschäftigungsausmaß. Und so kommen wir bei den Frauen, bei den erwerbstätigen Frauen auf eine Teilzeitquote von 42% und bei den Männern nur auf 8,1%. Also die Teilzeitarbeit ist eindeutig weiblich. Und noch einmal gesagt, dies ist auch auf die verstärkte Erwerbsbeteiligung von Müttern und Alleinerziehenden zurück zu führen. Alleinerziehende allerdings haben jetzt den Plafond erreicht, jetzt sieht die Statistik, dass immer mehr Ehefrauen oder Lebensgefährtinnen in den beruflichen Prozess zurück kommen. Man muss ja für seine eigene Pension was tun – auf die Männer kann man sich oder sollte man sich – da kommt die Juristin in mir durch – nicht verlassen. Darum auch bei mir: getrennte Konten. Oder: Was sein ist, ist mein, und was mein ist, ist mein. Na so böse bin ich nicht, ich hab ihn schon ganz gerne.... Also ich liebe ihn, ja. Aber ich tu mir halt ein bisschen schwer mit solchen Gefühlsausbrüchen.

Kommen wir zurück – Gefühlsausbrüche ist ein gutes Stichwort – Frauen in Führungspositionen: Jetzt wird's lustig, ja...

Bis in die mittleren Etagen haben wir einen 60% Anteil. Mittlere Etage, das ist so Projektleiter, Abteilungsleiter, also nicht wirklich die Führungspositionen, die jedem vorschweben. Denn wenn man in der beruflichen Hierarchie hinaufklettert, muss man sagen, trotz Ausbildungsgleichstand oder sogar mit besserer Ausbildung gehen wir hier deutlich zurück. Höhere Angestellentätigkeiten gerade noch 50,8%. Hochqualifizierte Tätigkeiten – Forschungstätigkeiten z.B. 44,4% und bei führenden Tätigkeiten – Bereichsleiter usw., nur 27%. Und wenn Sie jetzt in diese geheiligten Hallen hinauf blicken, wo sich Vorstände und Geschäftsführer tummeln, dann ist dort nur jede vierte Position von einer Frau besetzt. Und nach wie vor hat die Frau die gleiche Karriere, also sie steigt ein und verändert sich dann in der Hierarchie weniger – die „steady state“ Karriere – während der typische Karriereverlauf der Männer aufstiegsorientiert ist. Bevor Sie jetzt die Taschentücher auspacken – aufstiegsorientiert ist auch der Lehrling zum Meister. Also nicht immer nur „jeder Mann ist im Vorstand“

- Gotte schütze Österreich vor dieser Vorstellung! Aber „männlich“ ist eine Karriere, die sich aufwärts bewegt, die nicht gleich bleibt.

Wir kommen nun doch auf jede vierte Position für eine Frau, so wie ich z.B. und da werde ich dann nicht müde zu sagen, dass das ein in meinem Fall ein ziemlich vom Zufall geprägter Weg war, also ein Quäntchen Glück brauchen Sie. Das braucht auch ein Mann. Aber als Frau hängt es sehr stark vom Umstand ab, ob es gerade passt – bei mir war es gerade opportun: keine Parteizugehörigkeit und Frau – das half mir. Das Hirn alleine war's nicht, aber das habe ich definitiv – ich sag's Ihnen, ich habe Hirn, ja!

Das bekamen die als Zuckerbrot dazu, und dann war ich also dort, wo ich bin, im November 1999 Kaufmännische Generaldirektorin der Statistik Austria – ich muss Ihnen sagen ich war ausgesprochen glücklich, beseelt, begeistert – der Durchbruch ist da!

Das Gefühl sollte man genießen, auch wenn Sie mal in solche Positionen kommen sollten in Ihren Branchen. Dort angekommen haben Sie's mit einer Klientel zu tun, die in der Regel männlich ist, na gut das erschreckt einen nicht, man hat ja Männer schon gesehen im Laufe seines Lebens. Aber womit man nicht rechnet, ist der Umstand, dass jetzt eine PR-Show beginnt. Und zwar, für Sie als denkendes Wesen. Als Wesen das die Grundrechnungsarten beherrschen kann, das sich artikulieren kann, das nicht ängstlich ist, das nicht angepasst ist, das auf gut Deutsch „a Gosch'n“ hat. (Ich kann Ihnen hier nur von mir berichten, vielleicht machen Sie ja andere Erfahrungen.)

Also wenn ich schüchtern und introvertiert gewartet hätte darauf, dass man meinen Titel von der Visitenkarte liest, dann hätte ich – toi, toi, toi – mit meiner geliebten Bundesanstalt wahrscheinlich nicht den Erfolg gehabt. Und das werden Sie nicht los.

Ich habe während meiner Zeit in der Bundesanstalt drei Kollegen verschlissen, zwei wirklich verschlissen, die sind in Pension gegangen und der eine ist jetzt neu gekommen, das ist zur Abwechslung ein jüngerer. Und glauben Sie mir (*mit Nachdruck*): Der glaubt auch nicht, dass ich denken kann! Der glaubt auch nicht, dass ich entscheide, der glaubt auch nicht, trotzdem es im Gesetz steht, dass ich der Höherrangige bin.... Ja, genau das wird er lernen, das muss er lernen, weil das wichtigste ist das Haus und die Mitarbeiter, weil man kann keinen Single-Kampf führen.

Mein Name sagt es, ich habe 25% serbischen Blutanteil in mir - das ist einfach der Partisanen Krieg. Wenn man in einer Top-Position ist, das kann ich Ihnen ganz offen sagen, dann dürfen Sie keinem Kampf ausweichen. Ich rate Ihnen ganz ehrlich: beginnen Sie ihn nicht – das kann man Ihnen immer vorwerfen. Also wenn der Boxring auch noch so lockt, keine Sorge, der Gegner geht als erster rein, weil er nicht anders kann. Er kann nicht anders. Man muss in der Position warten können und dann, wenn der Gegner zum Kampf bläst, ist man schon da. Gestärkt und über 12 Runden. Anders geht es nicht. Ich rate jedem, sich nicht weinend zurückzuziehen sondern, und da hat es mir sehr gut gefallen Ihre Auswertung zu sehen, denn das sage ich den Damen, unseren Direktoren immer wieder: formuliere treffsicher, hab ein selbstbewusstes Auftreten auch wenn dir „*die Haut hint' und vorn net z'amm geht*“.

Man kann sehr viel überspielen. Sei eine Persönlichkeit, werde nicht weinerlich, verkauf dich auch gut, das gehört dazu und das kann man lernen und das muss man auch lernen. Mir ist es in die Wiege gegeben aus irgendeinem Grund, dank der Serben. Die, die das nicht haben, können das auch bis zu

einem gewissen Grad lernen, sich das aneignen. Den Kampf lieben lernen, das wird sich von selber ergeben durch eine natürliche Empörung. In Top-Positionen wird von Frauen mehr verlangt als von Männern? Aber sicher! Zeigen Sie mir einen Mann in einer Vorstandssitzung, der ein Budget vorlegt und der bei seinen Aufsichtsratskollegen eine Frage bekommt, die bis ins Detail geht.

Das ist nicht der Fall. Bei mir ist es der Fall. Seit elf Jahren ist es der Fall und seit elf Jahren mache ich denen nicht die Freude, es nicht zu wissen. Das kostet natürlich mehr Arbeit, das kostet natürlich mehr Vorbereitungszeit, aber so ist es. Wenn Sie sich in eine Top-Position begeben haben und dort aus versicherungstechnischen Gründen bleiben müssen, weil der Arbeitsmarkt ab 50, egal wie Sie sich straffen haben lassen, auch nicht besser wird, dann sollten Sie diese Arbeit pausenlos leisten. Irgendwann wird es anstrengend, müde ist man, fernsehen will man – wurscht, Sie können es schaffen! Mit Familie wird es ein bisschen schwieriger aber bedenken Sie, wenn Sie eine Top-Position haben, zerreißen Sie sich nicht mit dem „Ich-muss-alles-können“ sonst kann ich Ihnen gleich Adressen von ein paar guten Neurologen geben. Sie können sich auch durch Ihr Gehalt, Hilfe organisieren. Ich kämpfe damit noch, ich habe keine Kinder, es wäre auch blöd, jetzt noch welche zu bekommen. (Ich meine, wenn das dann maturiert, bin ich mit der Gehilfe unterwegs, und das ist ja auch nicht das Wahre...)

Aber ich bin so dumm, ich mache meinen Haushalt selber und noch dazu habe ich einen Hang zur Pedanterie. Daran muss ich arbeiten. Ich muss das „Lurchknöderl“ als lieben Freund zu betrachten lernen, damit ich mich ausrasten kann, um für den Kampf gerüstet zu sein. Denn ich kann Ihnen eines sagen, wenn Sie keine fremde Hilfe heranziehen, werden Sie sich zermalmern, da Haushalt und Kinder noch DEUTLICH mit 60 – 70% in der Hand der Frauen ist.

Eine schlechte Botschaft zum Schluss: Das Einkommen! Geben Sie sich keinen Hoffnungen hin, noch sind wir, bei gleichen Arbeitszeitbedingungen - ja, alles gleich, komplett gleich nur halt nicht die Geschlechtsmerkmale – erreichen Frauen im Mittel nur 78% des mittleren Einkommens der Männer. Im öffentlichen Dienst ist es ein bisschen besser. Aber auch hier muss man warten können. Meine zwei „Alten“ zuerst – 5 Jahre und 5 Jahre – hatten deutlich mehr als ich verdient. Wenn Sie für's Personal zuständig sind und den Dienstvertrag lesen – da kriegen Sie schon eine kleine Krise.

Aber was der Vater immer gesagt hat: Gabi, mehr wie Essen-Schlafen-Trinken kannst du nicht - und Hauptsache, du kommst nicht ins Gerede. Das hat mir über diese Zeit geholfen, und jetzt hat es sich umgedreht. Aber nicht weil man mich schätzt, ja, sondern weil ich schon zehn Jahre dort war. Also das Senioritäts-Prinzip schlägt dann auch bei Ihnen zu. Vielleicht schlug es bei mir ein bisschen leichter zu, weil die Herren, die mich bereits kennen, sagen immer: Petrovic, Sie sind keine typische Frau. - Ziehen Sie bitte Ihre Schlüsse daraus. Für mich ist es ein Kompliment, Hauptsache sie lassen mich in Ruhe!

**Karrieretalk „Ja zur Karriere“**

KommR<sup>in</sup> Brigitte Jank, Präsidentin WKO

Mag.<sup>a</sup> Waltraud Langer, Leitung Magazine ORF

Mag.<sup>a</sup> Gabriele Lutter, Vorstandssprecherin ÖBB-Personenverkehr AG

Dr.<sup>in</sup> Saskia Wallner, CEO Pleon Publico

Diskussionsleitung: Claudia M. Daeubner, MBA, Success&Career Consulting International

Claudia Daeubner: Guten Tag, es ist sehr selten, dass ich einen Saal voll mit Damen sehe, normal ist das umgekehrt. Gleich zu unserer ersten Frage: Wie signalisiert man Karrierebereitschaft?

Waltraud Langer: Erstens würde ich gerne einen Befreiungsschlag machen. Also ich glaube, so wie wir uns vor vielen Jahren gefragt haben: Müssen Frauen Kinder bekommen, sind wir heute sind dort wo wir sagen: Frauen können Kinder bekommen, es gibt keinen Zwang zu Kindern. Es ist schön, wenn man Kinder hat, aber es gibt keinen Zwang. Und genauso sehe ich das bei der Karriere, es ist schön, dass sich die Gesellschaft so entwickelt hat, dass das Frauenthema ein so großes, ein so wichtiges geworden ist, dass es so selbstverständlich ist. Es gibt ganz viele Frauen, die sich einsetzen für die Rechte von Frauen, dass Frauen Karriere machen können. Gleichzeitig finde ich, es kann auch keinen Zwang zur Karriere geben. Wir leben ja zum Glück in einer Zeit, wo wir zu vielem ja oder nein sagen können.

Ich persönlich habe mich für die Karriere entschieden und muss auch sagen, ich bin sehr glücklich damit. Wenn jetzt die Frage ist, wie signalisiert man Karrierebereitschaft – mir fällt auf, wenn ich mich beobachte, mir gefällt an Frauen, an Kolleginnen, wenn sie mitdenken, wenn sie Eigeninitiative zeigen. Umgekehrt – hätten sie gerne eine Führungskraft, die nie eigene Ideen hat, die man immer an der Hand halten muss, der man immer alles sagen muss,...? Das ist keine Führungskraft! Führungskraft bedeutet, ich muss raus, ich muss hart arbeiten. Karriere bekommt niemand geschenkt, und wenn man sie geschenkt bekommt ist sie kurz. Weil, wenn man Karriere macht, dann steht nicht nur eine Entscheidung an, dass man etwas wird, sondern danach kommt erst die Arbeit. Ich glaube auch, dass es sehr wichtig ist, konstruktiv und nicht ständig destruktiv zu sein. Ich glaube, dass es besser ist, wenn man loyal ist, als wenn man weiß, jemand redet einem freundlich ins Gesicht und wenn er sich umdreht, dann redet er schlecht über einen. Weil auch sie werden sich wohler fühlen mit Menschen, auf die man sich verlassen kann. Das halte ich für so ein paar grundsätzliche Prinzipien.

Brigitte Jank: Ich denke, dass das sehr unterschiedlich ist, dass es von der Persönlichkeitsstruktur abhängt, auch von dem was man für sich, in seiner beruflichen Planung vor hat. Aber an sich ist Karrierebereitschaft sicher das, was Frau Dr.<sup>in</sup> Langer schon gemeint hat. Bereitschaft zu arbeiten und Verantwortung zu übernehmen, was ja auch heißt, dass die Welt ein Stück schwieriger wird. Wenn Dinge gut gehen, hat man natürlich den positiven Effekt, aber wenn Dinge nicht funktionieren, dann hat man eben auch die Verantwortung. Wir alle wissen, der Erfolg hat viele Väter aber den Misserfolg hat eine Person ganz alleine.

Das mag auch ein Grund sein, warum Menschen vor der Frage, Karriere zu machen und Verantwortung zu übernehmen oft einmal zögerlich sind. Wenn man nachdenkt und wenn man sich hinterfragt „mach ich das jetzt oder mach ich das nicht“ und alle Für und Wider aufzählt, dann steht schon auch sehr viel auf der Wider-Seite, also sich gegen eine Karriere im Sinne von noch mehr Arbeit noch mehr Verantwortung zu übernehmen. Aber auf der positiven Seite, und jede/r der/die das in sich spürt da kann ich nur sagen: Tun – ist die Freude am Gestalten, die Freude, etwas umzusetzen, die Freude an dem, was man macht. Für viele Menschen – und für mich – war das so. Ich habe das nicht gestaltet, was ich beruflich tu, mir ist das tatsächlich passiert.

Ich bewundere alle jungen Menschen, die tatsächlich schon mit 14, 15 Jahren eine Berufsentscheidung treffen, ich finde das ganz beeindruckend. Ich hätte das längst nicht gewusst und ich habe das bis zum Schluss nicht gewusst, bis zu meiner Matura und dann haben sich die Dinge halt irgendwie entwickelt. Aber das, was ich gemacht habe, auch wenn es nicht bewusst gewählt wurde, habe ich immer mit Freude gemacht. Karrierebereitschaft glaube ich, zeigt sich auch, in dem man weniger oft „Nein“ sagt als andere. Bei vielen Ja-Sagen wusste ich sofort in der Sekunde, wie die Frage gekommen ist: das mache ich. Da habe ich nicht einen Gedanken nachdenken müssen, ob ich es machen will oder nicht, ob es mühsam wird oder nicht. Und es gibt andere Entscheidungen, wo man dann natürlich darüber nachdenkt, abzuwägen beginnt, ob das jetzt die richtige Qualifikation ist.

Allerdings sage ich auch Frauen immer: Denken sie nicht zu viel darüber nach – Männer denken sehr selten darüber nach, ob sie qualifiziert sind und damit sind sie einen Schritt voraus.

Und man wächst ja auch mit der Aufgabe. Hätte ich bei jeder Aufgabe, die ich übernommen habe, alles aus dem Effeff gekonnt, hätte ich manchen Schritt wahrscheinlich nicht gehen können, weil ich mir gesagt hätte „na wer weiß, kann ich das“? Das ist aber auch ein ureigenstes unternehmerisches Handeln und sie werden viele erfolgreiche UnternehmerInnen finden, die Ihnen Geschichten erzählen können, wo sie Aufträge übernommen haben, wo sie zu dem Zeitpunkt nicht einmal gewusst haben, nicht einmal die Räumlichkeiten hatten, diesen Auftrag abzuwickeln.

Die Firma Di-Tech, die fällt mir jetzt gerade ein, aber es gibt auch viele andere, die haben zu Hause ihre Computer gebastelt bis sie übergegangen sind. Also das gehört auch dazu, sich etwas zuzutrauen und ich glaube, das ist Karrierebereitschaft.

Saskia Wallner:

Ich kann das aus meiner Erfahrung unterschreiben, genau das, was Sie gerade beschrieben haben. Ich habe Jus studiert, weil ich keine Ahnung hatte, was ich sonst machen sollte. Ich habe gedacht, das ist eine breite Basis und mit dem kann ich was machen. Und dann bin ich über viele Umwege in die PR gekommen, mit 30, in die Publico und ich hatte keine Ahnung was PR überhaupt ist. Trotzdem bin ich jetzt dort, wo ich jetzt bin. Das heißt jetzt nicht, dass PR so ein leichtes Geschäft ist, sondern das heißt, dass man dann Karriere macht, wenn man glaubt dass man am richtigen Ort ist. Wenn man glaubt, man kann jetzt etwas verändern, sich reinhauen, wenn man das Gefühl hat, dass man Ideen einbringen kann, wenn man das Gefühl hat, das ist jetzt der richtige Platz und hier kann ich mich entwickeln.

Ich glaube man signalisiert auch dann Karrierebereitschaft, wenn man sich für nichts zu gut ist. Ich

würde das in zwei Phasen unterteilen: Am Anfang hauen sie sich rein, sagen sie eben mehr ja als nein. Trauen Sie sich die Dinge zu und gehen Sie einfach ans Werk, mit sehr viel Energie und mit der Überzeugung, dass Sie die das gut machen werden. Wenn Sie dann schon beginnen, Führungsaufgaben zu haben, passiert vielleicht eine Falle, in die gerade Frauen oft treten, dass Sie nämlich ganz brav weiter die Arbeit machen und dass Sie nicht in die Chefrolle hineinfließen. Zu signalisieren, ich kann auch noch weiter rauf, ich kann auch delegieren, ich bin in der Lage klar und präzise zu kommunizieren und ein Team zu führen, auch wenn's ein kleines Team ist, ich bin eine gute Führungskraft. Und das muss man Ihnen anmerken. Da geht's wie so oft um Haltung, und mit welcher Haltung Sie an den Job herangehen. Und dann wird man Ihnen auch glauben, dass Sie es weit hinauf schaffen. Wenn Sie das wollen, ja. Und auch ein ganz wichtiger Punkt ist Loyalität und zwar nach unten *und* nach oben. Also, Sie werden nicht Karriere machen, weil das ja Frauen oft vorgeworfen wird, mit Stutenbissigkeit und Ellenbogen und am Ende gar noch mit Männern irgendwas – das ist wirklich ein Killer. Es geht um Charakter. Wenn man wirklich Karriere machen will, geht es darum: steh ich für etwas, kann ich die Leute motivieren, hab ich genug Persönlichkeit um, wenn Sie wollen, ganz nach oben zu kommen. Und das wird nicht gelingen wenn das nicht auf einer hohen persönlichen und ethischen Grundlage passiert. Das halte ich auch für entscheidend.

Gabriele Lutter: Ich darf vielleicht ganz anders beginnen. Am Anfang der Karriere stand von meiner Seite her das nötige Quäntchen Glück und auch der Zufall. Es war so, dass ich nach meinem BWL Studium zur ÖBB gegangen bin, schon mit 24 Jahren, hier meine Prüfungen gemacht habe und dann der Generaldirektor, der damals einen Assistenten oder eine Assistentin gesucht hat mit zwei Voraussetzungen: er/sie soll jung sein, nicht betriebsblind sein und BWL studieren. Und es war damals so, dass die ÖBB eine Handvoll Betriebswirte hatte und ich die Chance hatte, mich hier in diesem Unternehmen weiter zu entwickeln. Aber der Zufall und das Glück war, dass es nur zwei Kandidaten gab, das war ein Mann in meinem Alter, der auch mit mir studiert hat und mein Glück war, dass sich der Generaldirektor damals für mich entschieden hat. Und ich muss sagen, dass wir, heute ist es besser, bei internationalen Veranstaltungen waren, und da war ich wirklich immer die einzige Frau. Es war wirklich so, dass Frauen damals im Verkehr nicht vorhanden waren. Das war das Glück, der Zufall. Ich glaube, um Karrierebereitschaft zu signalisieren braucht man eben den nötigen Ehrgeiz auch und Spaß und Interesse an der Arbeit. Und man braucht als Frau natürlich auch viel mehr Zeit, sich vorzubereiten, weil Frauen werden viel detaillierter gefragt als Männer, das kann ich bestätigen. Das ist so. Frauen müssen sich besser vorbereiten und Frauen müssen mehr investieren in die Arbeit. Ich glaube auch Ausdauer ist ein wichtiges Kriterium und eine wichtige Eigenschaft. Man darf sich nicht schnell von der Bahn abbringen lassen, man muss Mut haben, sich an die Front zu stellen, sich auf die Bühne zu stellen. Männer haben uns hier was voraus, die suchen sich auch immer Verbündete, die einen auf die Bühne stellen und die denjenigen präsentieren. Und ich glaube da müssen wir uns einfach noch mehr zutrauen, Verbündete suchen, Mentoren suchen, die uns hier helfen, Karriere zu machen

Claudia Daeubner: Was sagen Sie zur weiblichen Bescheidenheit, dass Karriere oft nur „so passiert“.

Saskia Wallner: Wir haben das in der Vorbesprechung schon kurz angesprochen und ich habe geschrieben, ich halte das für Koketterie. Das habe ich geschrieben, ich meine das aber nicht zynisch, ich meine Folgendes: Ich habe auch nicht mit 15 gesagt, ich werde CEO von der größten, internationalen Kommunikationsberatungsfirma in Österreich. Das habe ich überhaupt nicht gewusst, denn diese Karriereplanung funktioniert so nicht. Aber es passiert auch nicht einfach so. Worauf es ankommt, ist meiner Meinung nach in der richtigen Situation mit der richtigen Portion an Smartness zu agieren und zu reagieren. Es ergeben sich manchmal einfach Gelegenheiten, in denen man sich profilieren kann. Es passiert nicht einfach, dass man in dieser Situation eine gute Performance liefert. Das kann eine Präsentation sein, oder man trifft jemanden auf der Straße der sehr wichtig ist und man ist in der Lage ein intelligentes Gespräch zu führen, so dass sich diese Person dann erinnert. Es wirken einzelne Episoden im Leben ein auf eine Karriere. Ich glaube, dass jemand besser beraten ist, mit einer nötigen Portion an Geschmeidigkeit, und ich glaube, das ist auch, was Sie gemeint haben Frau Präsidentin, dass man einfach die Sachen herankommen lässt und sich im Moment reinhaut. Jetzt „Hic Rodhus, hic salta!“ und das wirkt auf eine Karriere ein und weniger die Frage ob ich 1983 schon wusste, was ich werden will und 1989 Abteilungsleiter bin. Ich bin ja aus der Juristerei und dann umgestiegen von der Postsparkasse, und es hat alle schockiert, aber gut war es, weil ich wusste, es würde mir langfristig mehr Spaß machen.

Brigitte Jank: Ich denke auch, dass das manchmal Koketterie ist. Ich denke aber schon, dass Karriere auch passieren kann. Ich kann das nicht so aus meiner eigenen Erfahrung erzählen, weil ich war vom Beginn meiner beruflichen Karriere, oder fast von Beginn weg selbständig tätig und da stellt sich ja nicht die Frage des Karrieremachens. Da bist du von Anfang an der Chef, von Anfang verantwortlich. Ich habe nur lernen müssen, dass man als Chef unterscheiden muss ob man einen A oder einen D Job macht, das hat mir einer gesagt. Er hat gemeint: Ich mache entweder einen A Job, das heißt ich rede mit den Kunden und D Job heißt ich gehe die Blumen gießen und leere die Mistkübeln aus. Damit will ich sagen, dass es in vielen Berufen sehr unterschiedlich ist, wie man Karriere definieren kann. Was heißt Karriere? Also in der Unternehmerschaft heißt es etwas anderes, nämlich wirtschaftlichen Erfolg zu haben, mein Unternehmen aufzubauen oder es überhaupt viele Jahre und Jahrzehnte hinweg zu halten. Das ist ja alles nicht so selbstverständlich. Dazu bedarf es zusätzlicher Skills, die einen ständig fordern, noch dazu in einem Wirtschaftsgefüge, das sich ständig ändert. Würde ich das heute meinen Kunden anbieten, was ich ihnen angeboten habe als ich begonnen habe, würde es mich heute nicht mehr geben. Es hat sich mein Angebot komplett verändert und die Kompetenz, die man sich dann erwirbt, ist eigentlich die Wissenskompetenz, die einem zugetraut wird. Ich glaube aber, dass das sehr wohl auch für Karrieren in einem Beschäftigungsverhältnis gilt. Ich schaue, ich habe heute im Rahmen meiner Tätigkeit in der WKO 800 MitarbeiterInnen und mir fallen die MitarbeiterInnen auf, die eine besondere Kompetenz haben und die engagiert sind. Die zeigen, dass sie das, was sie tun, nicht nur tun, weil sie in der Früh hereinkommen und am Abend wieder hinausgehen, sondern jene, die *mehr* wollen. Die Vorschläge präsentieren, die sich Gedanken machen über Veränderungen, die mit ihren KollegInnen aber auch gemeinsam etwas gestalten, das

halte ich für besonders wichtig. Ich möchte aber mit einer Meinung aufräumen, dass man Karriere nicht planen kann. Es gibt vor allem in der männlichen Spezies viele, die sehr wohl sehr gezielt planen, was sie machen wollen. Dass das menschlich wahrscheinlich nicht die richtigen Wege sind, das wird in 99% der Fälle so sein. Nicht dass ich das unterstütze, aber unterschätzen Sie das nicht, wenn Sie in einem Umfeld unterwegs sind, in dem auch Männer unterwegs sind. Männer haben oft sehr klare Vorstellungen, wo sie hinwollen und gehen auch ihre Wege. Das hat dann mit unschönen Dingen da oder dort auch zu tun. Das muss man als Frau aber auch wissen, sich darauf einstellen und muss dann da oder dort auch strategisch arbeiten. Also nur zu warten, dass man wachgeküsst wird oder zu glauben, die Karriere kommt wie ein warmer Regen über einen - so ist das nicht, die eine oder andere strategische Überlegung wird wohl auch von Nöten sein.

Waltraud Langer: Dass Karriere „nur passiert“ ist mir allein vom Ansatz her viel zu fad. Wenn jemand sagt „das ist mir nur passiert“ - damit ist es auch schon wieder passiert, weil was mache ich denn mit jemandem der sagt, das ist mir nur passiert? Ich brauche ja jemanden mit Gestaltungswillen, nur dann gefällt es mir auch als Karriereschritt. Natürlich, oft ist es auch ein Glück, ein Zufall, eine Konstellation. Bei mir, am Anfang war ich noch in der Wirtschaftsredaktion im Fernsehen, da waren das Wirtschaftsmagazin und die ZIB 1 noch gemeinsam und dann hat jemand gesagt „naja, trennen wir das und machen wir eine eigene ZIB1 Wirtschaftsredaktion“ und das habe dann ich bekommen. Wäre diese Entscheidung nicht gefallen, hätte ich den Job nicht bekommen, es hätte ihn nicht gegeben. Ich weiß nicht, was danach gewesen wäre. Wie gesagt, oft geht es um eine Konstellation, um Umgestaltung oder auch um eine menschliche Konstellation. Es kann auch passieren, dass Sie jemanden vor sich sitzen haben, der Sie nicht mag, der mit Ihnen nicht gut kann. Sie können super sein aber der/die mag Sie einfach nicht. Das habe ich mehrfach schon erlebt, das darf man nicht unterschätzen. Ich weiß auch ein Beispiel von einer Frau, die einfach toll war, dann hatte sie einen neuen Mann vor sich und der wollte sie einfach nicht. Der wollte einfach einen eigenen Menschen mitbringen und das war ein Mann. Er wollte ihn haben und nicht sie. Obwohl sie noch viel besser hätte sein können als sie eh schon war, es hätte ihr nichts genützt, er wollte jemand anderen. Das darf man alles nicht vergessen, es gehört eben auch Glück dazu, neben allem, was man mitbringen soll/sollte. Man soll jetzt aber auch nicht verzweifeln, wenn man sieht, hier ist eine Konstellation, die für mich nicht gut ist. Wenn man Glück hat, ist sie in einem Jahr eh wieder vorbei und es ändert sich etwas oder Sie schaffen es, in einen anderen Bereich zu kommen, der gut für Sie ist.

Claudia Daeubner: Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Karriere-Faktoren?

Gabriele Lutter: Ich glaube es sind schon einige gefallen. Für mich ist ganz wichtig, man muss auch durchsetzungsfähig sein, manchmal auf den Tisch hauen, um gehört zu werden. Aber man braucht Mut, sich auch wirklich an die Front zu stellen, Mut Entscheidungen zu treffen, Mut Verantwortung zu übernehmen. Das ist heute einige Male gefallen. Weiters Ausdauer. Ausdauer, dass man sich nicht aus der Bahn werfen lässt, Ausdauer für uns Frauen, wenn wir vielleicht ein bisschen emotionaler angegriffen werden von den Männern, von unserer Umgebung, dass wir nicht sensibel darauf



reagieren sondern durchhalten. Die Männer, wenn sie streiten, gehen am Abend miteinander auf ein Bier, und wir Frauen nehmen das persönlich, ziehen uns zurück, und ich glaube, da müssen wir diese Dinge sachlicher sehen und durchhalten. Was mir auch immer wieder auffällt ist, man braucht Leute, die zu einem Vertrauen haben, die bereit sind, dich zu fördern, dir helfen bestimmte Möglichkeiten zu verschaffen, dass man sich präsentieren kann. Das muss man sich dann auch trauen.

Und wenn das gelingt, dass man auch Lobbying für sich selbst macht. Man muss sagen: ich bin da, ich traue mir das zu. Das habe ich gemacht, als ich gehört habe, es gibt die Chance, diese Position im Personenverkehr zu bekommen. Ich habe eine Liste gemacht um mir aufzuschreiben, wo ich hingehen muss, um hier aufzuzeigen, um auf mich aufmerksam zu machen, um mich zu verkaufen.

Saskia Wallner: Während die Entscheidungsträger überlegen, muss ich sie überzeugen. Ich bezeichne das als „Resilience“ - du wirst das bestätigen, das kommt jetzt immer wieder vor, in allen möglichen Management-Büchern etc. Hier geht es um Problembewältigungskraft und Widerstandskraft. Es gibt nicht immer nur Schönwetter und es ist nicht immer nur einfach. Es gibt Rückschläge etc. Ich glaube, dass zwei Dinge die Sie gesagt haben, ganz wichtig sind. Das eine ist: Nicht persönlich nehmen. Ich neige selber immer dazu, weil man als Frau oft emotional involviert ist und es persönlich nimmt, doch das ist nicht. Wir müssen denken, in welcher Rolle bin ich in dem System und das hat überhaupt nichts mit mir als Person zu tun sondern betrifft die Rolle, ich spiele.

Das zweite, hier kommt wieder Loyalität ins Spiel: Ich denke man ist mehr „resilient“, je loyaler man ist. Desto loyaler sind die Menschen um einen herum auch zu einem. Man sollte von Anfang an zeigen, dass man ein Team-Player ist, dass man teamfähig ist.

Dass man sehr wohl das Heft in der Hand hat und die Verantwortung trägt - aber am Ende auch den Kopf hinhält, wenn was schiefeht – Stichwort: Resilience. Aber dass man auch teilt, wenn es um Erfolge geht, dass man die Erfolge auch gemeinsam feiert, dass man die Leute teilhaben lässt an dem Erfolg. Vielleicht bin ich hier zu idealistisch, aber bei uns war es so und ich hoffe, es wird weiter so sein.

Brigitte Jank: Einen zusätzlichen Begriff möchte ich hineinbringen, und zwar Motivation, auch die Motivation, die man als Führungskraft haben sollte. Aber die eigene Motivation. Nur wer unendlich Kraft hat, sich selbst zu motivieren, weil es motiviert Sie niemand, wenn Sie einmal Führungskraft sind, da sind nur Sie für sich. Sie müssen die Fähigkeit haben, sich selbst zu motivieren aber Sie müssen aber auch die Fähigkeit haben, Rückschläge selbst verarbeiten zu können. Zu hinterfragen, warum ist es so gelaufen, was war? Wenn ein unangenehmes Bauchgefühl aufkommt, dann dieses Gefühl nicht unterdrücken. Manchmal weiß man gar nicht warum ist man jetzt so flau. Sondern so lange hinterfragen, bis man den Grund gefunden hat. Dann ist auch das Gefühl wieder weg. Diese Beschäftigung mit der eigenen Person halte ich für ganz wesentlich, wenn man in eine Führungsposition geht, wenn man Verantwortung übernimmt für andere, dann muss man zuerst ganz bewusst Verantwortung für sich selbst übernehmen.

Waltraud Langer: Mir hat das auch sehr gut gefallen mit der Selbstmotivation, weil es stimmt,

irgendwann ist man alleine und jeder erwartet von der Führungskraft, dass sie etwas vorgibt. Aber wenn man die Führungskraft selbst ständig motivieren muss, ist das natürlich als Mitarbeiterin auch fad. Ich glaube das wichtigste ist gute Arbeit zu leisten. Das Schlagwort „Ich will Karriere“, das ist zu wenig. Wenn bei mir jemand ständig auf der Matte steht und sagt: Ich will was werden – das ist zu wenig. Ich will auch erkennen können: Diese Frau ist super und sie sollte etwas werden. Man sieht das ja selber und kann das selber beurteilen. Gute arbeit zählt, das Verhalten zählt, dass es jemand ist, der nicht ständig klagt und raunzt und sagt, wie furchtbar die Welt und wie ungerecht das Leben ist... Sie werden selber an sich feststellen, Sie haben lieber Führungskräfte die TENDENZIELL (auch nicht jeden Tag, weil das kann man von niemandem verlangen) gut drauf sind und selbstorganisiert sind. Ich denke mir, es reduziert auf relativ wenige Punkte im Endeffekt. Und natürlich gehört ein bisschen Glück dazu.

Brigitte Jank: Ich würde da gerne ein kleines Beispiel dran hängen. Im politischen Leben, und im Moment stehen wir in Wien ja vor vielen politischen Fragen, was wird nach der Wahl sein – zu mir hat einmal ein junger Mann gesagt: Wenn ich etwas werde, und wenn ich auf der Gemeinderatsliste stehe, dann tu ich was. Und ich habe ihm gesagt: Tu zuerst was, dann wirst du was.

Claudia Daubner: Die letzte Frage gleich an Sie, sind Karrieren planbar und wie stehen Sie dazu?

Brigitte Jank: Ja, ich glaube im gewissen Maße sind sie planbar. Wenn ich erfülle, dass ich hartnäckig bin, durchsetzungsfähig bin, dass ich Durchhaltevermögen habe, dass ich Kompetenz habe, dass ich den Willen habe, zu gestalten und den Willen der ständigen Veränderung habe. Dann plane ich meine Karriere. Nicht so wie vorher angesprochen mit „dann bin ich das und dann Abteilungsleiter“ etc. Aber ich glaube, damit plant man seine Karriere unbewusst, weil sich damit alle Dinge vereinen, die, wenn man sich die Menschen anschaut die Karriere gemacht haben, man dort auch findet.

Gabriele Lutter: Ich glaube es gibt hier kein Patentrezept. Ich glaube es hängt ziemlich viel von Rahmenbedingungen ab, aber auch von der Persönlichkeit und sicher auch vom Führungswillen. Und ich glaube schon, dass wir den Männern da was voraus haben. Wir sind sicher sozial kompetenter und wir tun eines, dass wir auch bei Entscheidungen Kollegen und Mitarbeiter mit einbeziehen. Ich glaube, wir kommunizieren als Frauen besser und geben Wissen weiter. Wir sehen das nicht so, dass Wissen Macht ist und daher, ich bin mächtig, wenn ich es alleine weiß, sondern wir teilen dieses Wissen mit anderen, und das ist sicher ein Vorteil, den wir haben. Soziale Kompetenz habe ich schon gesagt, auch hier bin ich der Meinung, dass wir den Männern was vor haben. Ganz wichtig ist, dass man Visionen und Ziele hat, von denen man sich nicht abbringen lässt.

Saskia Wallner: Ich glaube das geht auch ohne, dass man einen Plan hat für jedes Jahr sondern wenn man diese Vision hat, wenn man in dem Bereich was gestalten möchte, dann sage ich selber das Unwort dann „passiert“ Karriere, dann werden Dinge möglich. Man muss offen sein und sich für Dinge öffnen, um im rechten Moment die Dinge anzunehmen. Natürlich muss man prinzipiell überlegen, was

will ich werden, Arzt oder PR-Beraterin aber innerhalb dieses Feldes glaub ich ist es viel wichtiger, welche Haltung man hat, sich reinhauen. Das halte ich für viel wichtiger, dass man seinen Job gut macht oder sogar supergut macht, weil damit differenziert man sich nun einmal. Es geht schon darum, so wie bei einem Produkt, man muss sich unterscheiden von anderen, wenn man Karriere machen will. Und irgendwo für etwas Besonderes stehen. Weiters, traue ich mir das zu? Und das haben Männer sicher mehr, sie trauen sich alles zu und haben kaum Selbstzweifel und da sind sie uns bestimmt voraus.

Waltraud Langer: Ein weises Schlusswort. Ich unterschreibe vieles von dem, was ich gehört habe, ein bisschen Strategie wie erwähnt, gehört eben auch dazu. Die Männer soll man da nicht unterschätzen, die sind da teilweise viel skrupelloser und geschickter. Ich habe heute in den Salzburger Nachrichten gelesen, und zwar einen Satz, den Sie in allen Weltreligionen finden werden, und reduziert hört er sich so an: Gehe mit anderen so um, wie du möchtest dass mit dir umgegangen wird. - Ich glaube bei allem, was Karriere ist und bei allem was wir wollen, sollten wir das nie ganz außer Acht lassen.

Claudia Daeubner: Ich selber bin Workaholic. Ich kenne mich vor allem in Konzernen aus und da möchte ich Ihnen auch ein paar Sachen mitgeben. Nur ganz kurz, weil die Zeit drängt. Wenn eine Stärke, die man hat, zu stark wird, ist das oft die größte Schwäche. An das denkt normalerweise niemand, weil man selbst erkennt es ja noch als Stärke und glaubt, damit komme ich gut an. Ich sehe das immer wieder. Und da sind Männer und Frauen gleich. Frauen enden dann wenn sie überdominant werden, als Eisprinzessin oder bekommen andere nette Beifügungen. Gehen Sie Konflikten nicht aus dem Weg, wenn es sein muss, muss es sein. Aber denken Sie immer daran, wenn Sie jemanden zum Verlierer machen, dann wird derjenige oder diejenige das ganze Sinnen und Trachten hineinlegen, Sie zum Verlierer zu machen. Entweder selbst oder über andere. Das Thema Dresscode: kleiden Sie sich einfach immer so, wie die Erfolgreichen sich in Ihrer Branche kleiden. Da gibt es den Spruch: Dress for Success. Wichtig ist auch, dass man die Wertewelt der Menschen durchschaut. Sie alle haben uns, die wir hier vorgeturnt haben hier vorne, weiß Gott wie oft bewertet. Wie wir schauen, oder nicht, wie wir reden oder nicht. Alles wird ständig von uns bewertet. Je mehr Sie wissen wie die anderen Sie bewerten während Sie reden, einen umso größeren Vorteil haben Sie. Und wenn Sie daran denken, Sie alle haben Erwartungen, Sie alle sind hierhergekommen, um sich diesen Karriere Talk anzuhören und haben eine Erwartung gehabt. - Und Erwartung ist Hoffnung im voraus.

**05 Newsflash: Who makes the news?**

**Dr.<sup>in</sup> Susanne Kirchhoff, Universität Salzburg**

Wie präsent sind Frauen in den Medien?

Ich möchte Ihnen gerne einige Ergebnisse aus dem Global Media Monitoring Projekt für Österreich präsentieren. Das Global Media Monitoring Projekt (in weiterer Folge GMMP) erfasst die Präsenz von Männern und Frauen in den Medien. Sowohl in der Berichterstattung als auch Daten über JournalistInnen, die berichten. Das Global Media Monitoring Projekt wird alle 5 Jahre durchgeführt, zum ersten Mal 1994 also ist es jetzt die vierte Erhebungswelle.

Aktuell in 130 Ländern weltweit. Österreich ist zum zweiten Mal dabei und ich habe gemeinsam mit Studierenden der Universität Salzburg Daten für Österreich erhoben.

Die Stichproben: Die Vorgaben werden vom GMMP gemacht, basierend auf der Größe der Länder und der Zahl der Medien im Land. Wir haben 187 Berichte im Politik- und Lokalteil der Medien, die Sie hier sehen angeschaut. Das waren die großen überregionalen Zeitungen, jeweils 12 - 14 Berichte. Wir sind dabei so vorgegangen, dass wir jeweils die Seite 1 genommen haben und uns vorgearbeitet haben, abhängig von der Größe der Berichte, auch im Lokal Teil.

Im Internet haben die Daten von [www.Alexa.com](http://www.Alexa.com) basierend meistgenutzten Internet Seiten genommen und davon die meistgelesenen Artikel, die auf der Hauptseite verlinkt sind.

Und beim Fernsehen und Radio sieht es nicht so gut aus, da ist jeweils gewünscht, eine Hauptnachrichten Sendung und wir haben uns entschieden für die drei Fernsehsender, die Sie hier sehen und die entsprechenden Nachrichtensendung zur Primetime und die acht Uhr Nachrichten von Antenne und Ö2.

Stichtag war der 10.11.2009. Ein Stichtag ist natürlich nur eine Momentaufnahme der Medien in Österreich aber ich denke, dass wir mit der Medienauswahl die Berichterstattung relativ gut abgebildet haben.

Der 10.11 war kein "besonderer Tag" - also die Berichterstattung verändert sich sehr stark wenn z.B. Lady Diana an dem Tag stirbt, das war nicht der Fall. Die wesentlichen Themen waren Gedenkfeiern zum Mauerfall in Berlin, die Schweinegrippe war ein wichtiges Thema, worauf ich später noch zu sprechen komme und ansonsten hatten wir eine sehr sehr breite Themenvielfalt, was für so eine Untersuchung gut ist.

Ergebnisse: Wer hat Berichtet?

88 Berichte insgesamt (nicht nach Medien aufgeschlüsselt)

36% von Frauen verfasst

40% bei den Lokalen

33% bei den Internationalen.

Die Präsenz war von Frauen nicht schlecht, aber deutlicher Gender-Split, wenn wir uns die Themen anschauen. Davon Frauen:

13% der Berichte mit Wirtschaftsthemen

29% aus Regierung und Politik

- aber im Bereich Gesundheit, Soziales und Wissenschaft viel von Frauen.

**06 Podiumsdiskussion „Frauenpolitik. Die nächsten wichtigen Schritte“**

Dr.<sup>in</sup> Ursula Bazant ( Vertretung von BM<sup>in</sup> Gabriele Heinisch-Hosek)

Dr.<sup>in</sup> Gertrude Brinek, Frauenpolitikerin und Volksanwältin (Vertretung StS<sup>in</sup> Christine Marek)

Sektionschefin Dr.<sup>in</sup> Elisabeth Freismuth (Vertretung BM Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Beatrix Karl)

Leitung: BM<sup>in</sup> a.D. Maria Rauch-Kallat

Maria Rauch-Kallat: Was ist das aktuellste in der Frauenpolitik?

Ursula Bazant: Herzlichen Dank. Wir haben heute im Ministerrat einen Beschluss gefasst, der eine Novelle des Gleichbehandlungsgesetzes vorsieht. Diese Novelle umfasst als Kernstück das Stichwort Einkommenstransparenz auf der betrieblichen und überbetrieblichen Ebene. Die überbetriebliche Ebene, da geht es um Stellenausschreibungen, es gibt nun eine Neuerung, dass Stellenausschreibungen ab dem nächsten Jahr beinhalten müssen, wie viel kollektivvertraglich vorgesehen ist und ob das Unternehmen bereit ist, darüber hinaus zu bezahlen. Das ist natürlich sehr interessant, auch für Frauen, da es bedeutet, dass man eine bessere Vorstellung bekommt, was man in einem Job erwarten kann. Wir wissen dass Frauen oft Probleme damit haben, zu fordern was ihnen zusteht, oft auch aus der Unwissenheit heraus, was bekommt überhaupt jemand in diesem Job bezahlt.

Daher ist bei Stellenausschreibungen die Angabe des Kollektivvertrages schon einmal immens wichtig. Die zweite Neuerung sind die Einkommensberichte. Ab dem nächsten Jahr müssen Unternehmen mit 1000 Mitarbeitern oder mehr bis zum Ende des ersten Quartals einen Einkommensbericht abgeben. Wie viele Männer und wie viele Frauen jeweils auf den kollektivvertraglichen bzw. funktionellen Stufen des Betriebes angestellt sind. D.h. man kann sehr schnell sehen, auf welchen Ebenen wie viele Frauen und wie viele Männer arbeiten. Zum dem muss angegeben werden, wie die Durchschnittsgehälter sind auf diesen Stufen - von Frauen und von Männern. Und zwar geht es hier um das gesamte Entgelt samt Zulagen und Boni, das ist auch ein wichtiges Element. Wir haben das heute um 11 Uhr im Ministerrat beschlossen, d.h. Sie sind die ersten, die das erfahren. Wir freuen uns sehr darüber, einen kleinen Wermutstropfen gibt es auch, das ist die Bestrafung der ArbeitnehmerInnen, wenn sie dieses „Betriebsgeheimnis“ mit nach außen nehmen. Hier hat die Frauenministerin erreicht, dass die ursprünglich angekündigten Strafen von 2000 Euro etwas gesenkt wurden auf 1500 Euro. Wir sind mittelmäßig zufrieden damit. Man kann das natürlich bei den Behörden anzeigen, aber an die Medien darf man nicht gehen. Wir sind noch nicht 100% glücklich damit, aber es ist ein wichtiger erster Schritt.

Maria Rauch-Kallat: Zu Wissenschaft und Forschung. Dort war/ist die gläserne Decke besonders hart und undurchlässig. Wir haben heute schon in der Statistik gehört, es machen mehr Frauen das Studium als Männer und das in kürzerer Zeit und mit besseren Ergebnissen. Dennoch machen weniger Frauen das Doktorat und bei den Habilitationen sieht es ganz traurig aus, und nicht nur bei den Habilitationen sondern auch bei den ordentlichen Professuren. Und hier ist Frauenförderung angesagt.

Elisabeth Freismuth: In den letzten 12 Monaten haben wir zwei der drei Sektionen mit Frauen besetzt. Unter der Ministerin wurde unmittelbar eine Stabsstelle Gender & Diversity eingerichtet. Das sind deutliche Signale aus dem Haus – nicht nur von anderen etwas verlangen sondern selbst zu handeln. Was die Besetzungspolitik an den Universitäten betrifft, haben wir gesehen, dass die Quotenregelung im Gesetz vorgesehen ist. Es sind an den Universitäten schon deutlich mehr Frauen in Gremien, in den Senaten gibt es zum Teil wirklich eine Richtungsumkehr und ein Nachdenken darüber, dass Frauen nicht nur eine Quotenregelung sind sondern die entsprechende Qualifikation haben. Wenn Sie, Frau Bundesministerin, die Glasdecke ansprechen, es gibt auch einen tatsächlichen „Glasdecken Index“, den wir auch abfragen und erstellen. 2005 hatten wir einen Professorinnen-Anteil von 14,3% und derzeit, 2009, 17,7%. Wir haben einen Frauenanteil beim wissenschaftlichen und künstlerischen Personal 2005 28,6% und 2009 32,2%. Das ist noch nicht der große Sprung, aber wir sind auf dem richtigem Weg, und das muss man unterstützen von Seiten des Ressorts. Derzeit haben wir noch die magere Situation, dass wir zwei FH Rektorinnen haben, zwei Rektorinnen von Privatuniversitäten und eine Rektorin einer Universität. Das sollte sich deutlich ändern in den nächsten Entwicklungen. In den Leistungsvereinbarungen selbst haben wir nachgeschaut, wie es ausschaut mit den Maßnahmen, die nachgewiesen werden müssen, um in der Budgetzuteilung gut dastehen zu können. Wir haben gefragt nach Sonderregelungen für Frauen mit Familien, mit Kindern, für Berufstätige und versuchen, auch über diese Schiene die Universitäten dazu zu bewegen, stärker in diese Richtung zu denken. Wenn Sie das Bundesgleichbehandlungsgesetz angesprochen haben, von unserer Seite ist geplant es auszuweiten auf unsere Zuständigkeitsbereiche der Österreichische Akademie der Wissenschaften und auf ASD Austria (<http://www.societyfordiversity.at/>), das ist auch am nationalen Aktionsplan am aktuellen Arbeitsmarkt bereits vermerkt. Einen Punkt möchte ich noch deutlich machen: Es gibt ein neues Haushaltsrecht, das 2013 in Kraft tritt und das sieht die Wirkungsorientierung vor. D.h. Jedes Ressort ist aufgefordert fünf Maßnahmen zu nennen, fünf wesentliche Ziele und eines dieser Ziele und eine dieser Maßnahmen MUSS ein Gender-Thema sein.

Gertrude Brinek: Was sind die nächsten Schritte? Ich würde gerne anregen, die jetzigen Schritte und Programme zu evaluieren, um zu sehen: wo müssen wir nachbessern? Sie alle wissen natürlich, dass am Papier die gleichen Rechte da sind, gleiches Recht zu wählen, gleiche Ausbildung, gleiche Bezahlung, gleiches Recht, sich beruflich zu entwickeln – aber wie schaut es faktisch aus? Da kann ich durchaus mit Erfahrungen der Volksanwaltschaft aufwarten. Zu mir kommen in den Sprechstunden Frauen, die ihr Leben zu sehr auf die Doppel-Orientierung ausgerichtet haben und jetzt da sitzen mit 50+ und sagen: Das soll alles sein, das soll ich als Pension ausgezahlt bekommen, das ist eine Zumutung. Wenn man ihnen sagt, dass das keinesfalls gesetzlich verbesserbar ist oder auf eine andere Art und Weise, sondern dass die künftigen Frauen stärker mit der jetzigen Pensionsregelung leben müssen, die, wie ich meine sehr gerecht ist, plus ihre Hinzurechnung für die bestimmte Zeit Kindererziehung wo der Staat sagt: Das will ich dir anrechnen. Das ist ein Lebensdurchrechnungs-Paket und das gilt. Und dass diese Frauen dasitzen und das nicht mehr verbessern können. Was ich

daraus mitnehme: jüngere Frauen aber auch Frauen in einem gewissen Alter, wo sie Mütter sind, wo sie Großmütter sind darauf aufmerksam zu machen, dass das Leben sich stärker als bisher als Erwerbsleben definieren muss und von daher bestimmte Sicherungen im Alter, in der Pension gerechnet werden und definiert werden müssen. Was steht dem vielfach entgegen? Zur Illustration zwei drei Schlagworte: Dazu kommt, 40% der Kinder werden nicht ehelich geboren, 50% der Ehen werden geschieden. Kinder werden bei nicht ehelicher Geburt vom Sorgerecht her der Mutter zugesprochen (automatisches Sorgerecht), heißt: automatisch übernehmen Mütter die Verantwortung und reduzieren ihren Blick, ihre Karriere und ihr arbeitsmäßiges Fortkommen auf diese Doppelvereinbarung. Daher ist ein geteiltes, gemeinsames Sorgerecht schon auch ein Signal in diese Richtung. Über die Durchführung muss man reden.

Was beklagen Frauen noch? O.k., sie hatten das ganze Sorgerecht, die ganze Last, die ganze Verantwortung und in strittigen Fällen steigt der Mann aus dem Unterhalt aus. Sie muss sich das erstreiten an Langmut, an Konsequenz, an Rationalität mit dem Mann, mit dem man ein Kind zusammen hat, sich ständig vor Gericht zu treffen und die Gerichtsgebührenerhöhung ist dann auch noch dazu gekommen, ja.

Das Nachlassen der Orientierung auf ein selbstbestimmtes Leben, das Aussteigen aus einer Partnerschaft – wie stehe ich ökonomisch da, wie stehe ich da im Bezug auf meine Lebensplanung – diesen Moment sollte sich jede Frau hin und wieder vorstellen.

Letzter Moment: interne Wahrnehmung Volksanwaltschaft. Wir sind ein gendermäßig gut ausgeglichener Betrieb, wir haben zwischen 57 – 60% weibliches Personal, sowohl im Prüfbereich als auch in der Verwaltung. ABER mir ist zu wenig Druck von den weiblichen Kolleginnen, die sagen: das möchte ich werden, dort möchte ich hin, den möchte ich beerben.

Ich habe mehrere Runden Karrieregespräche mit meinen Mitarbeiterinnen geführt und habe ihnen gesagt: „Ich spüre zu wenig, dass Ihr das sagt, was Ihr wollt“. Es ist ganz stark die Orientierung: Ich verdiene eh dazu, das ist ein gesicherter Job im öffentlichen Dienst und ich habe ihn gewählt, weil ich ihn mit der Familie vereinbaren kann und damit setzt das Nachlassen im Kopf ein. Das würde ich als Haupterfahrung betrachten und mit ihnen zusammen Strategien zur Verbesserung erarbeiten.

Maria Rauch-Kallat: Danke. Zum letzteren fällt mir ein: Mentoring- Programme. Es schadet nicht, auch wenn man älter ist, sich so ein Mentoringjahr zu gönnen. Der Veranstalter der Journalistinnen Clubs ist der Club Alpha, der auch ein Mentoring Programm hat. Es gibt auch den Mentory Club. Stichwörter: Ehevertrag, Pensionssplitting.

Ursula Bazant: Ich habe mir angeschaut, was die Frau Bundesministerin letztes Jahr gesagt hat beim vergangenen Kongress, und da hat sie das ORF Gesetz angekündigt, die Frauenquote. Und aus unserer Sicht gibt es jetzt zwei Punkte, die gleichstellungspolitisch, frauenpolitisch anstehen: Das eine war die Gehaltstransparenz und das andere war die Frage der Repräsentation in den Spitzenpositionen. Hier komme ich zum ORF Gesetz. Das Gesetz ist durch, es ist im Sommer gekommen und das mit neuen Regelungen im Uni Gesetz, wo Quotenregelungen durchsetzbar sind und zweitens funktionieren. Wir haben das viel zitierte Vorbild von Norwegen, wo gesetzliche

Regelungen bereits existieren oder im Kommen sind wie in Spanien und Frankreich und ich denke, dass das auch in Österreich immer wieder eine Frage ist, wie sieht es aus mit Quotenregelungen und vor allem für Aufsichtsräte. Wir reden immer nur über Aufsichtsräte. Und da sollte man überlegen ob eine 40% Quote nicht Sinn machen würde. Es ist wahr, Frauen fordern manchmal zu wenig, Frauen trauen sich weniger zu. Alle Initiativen sind begrüßenswert. Aber der Frauenbericht hat uns auch gezeigt, dass Frauen so gut ausgebildet sind wie nie zu vor, so viel arbeiten wie nie zu vor, so gut qualifiziert sind wie nie zu vor – sich also so viel einbringen wie überhaupt noch nie. Und was haben sie davon? Sie werden immer noch schlechter bezahlt für gleichwertige Arbeit und sie kommen immer noch nicht in die Spitzenpositionen. Und da muss man sich fragen, woran liegt es? Also es kann nicht nur an den Frauen liegen und es kann auch nicht sein, dass Frauen immer noch ein und noch ein Programm machen müssen. Wie gesagt, ich bin sehr dafür, Frauen fördern wo es nur geht, aber da kann es dann auch nicht aus sein. Also da muss man noch einmal ansetzen und fragen, woran liegt es denn dann, dass sie nicht in die Spitzenpositionen kommen?

Und ich muss sagen, Quotenregelungen, so unbeliebt sie auch sind, wären da ein wichtiger Schlüssel. Man kann sie auch zeitlich befristen und sagen, gut schauen wir, wie es in zehn Jahren ist, vielleicht brauchen wir sie dann nicht mehr. Das wäre vielleicht auch eine Idee. Das ist der eine Punkt und der andere Punkt ist, glaube ich, nach wie vor die Kinderbetreuung. Da ist die Frage, wie geht man damit um, dass es nach wie vor auf der Seite der Mütter ist, sich um die Kinderbetreuung zu kümmern. Ich glaube, da sind wir mit dem Ausbau der Kinderbetreuung am richtigen Weg. Wir schaffen damit Arbeitsplätze, wir geben damit Eltern die Möglichkeit, berufstätig zu sein und wir tun damit etwas für die Kinder. Wir wissen ja mittlerweile, dass Kindergarten ja nicht das schlechteste ist für die meisten Kinder. Ich glaube Kinderbetreuung und Quoten sind die Punkte, an denen wir arbeiten müssen, in den nächsten Jahren.

Elisabeth Freismuth: Ich möchte auch noch einmal anschließen an das, was die Frau Volksanwältin gesagt hat, dass Frauen beginnen müssen, ihre Doppelverantwortung abzuschütteln. Aber ich finde auch, dass die Frauen weiter gefördert werden müssen, unterstützt werden müssen. Was die Quoten betrifft, wenn man sich die Universitäts-Senate ansieht, es gibt 21 Universitäten und 15 von diesen 21 haben jetzt mehr Frauen. Das ist also ein deutliches Zeichen, und vier Universitäten haben bereits einen mehr als 50% Anteil. Angeführt von der Universität am Schillerplatz, danach die Kunstuni Wien. Das sind deutliche Signale, dass es in die richtige Richtung geht. Aber es ist notwendig, dass es daneben die richtigen Maßnahmen gibt. Und da sind wir als Ministerium dahinter, dass es z.B. Coaching gibt für wissenschaftliche Mitarbeiterinnen, oder ein Medientraining. Wir haben gelernt, dass sich Wissenschaftlerinnen nicht gut genug darstellen, sei es im Fernsehen oder im Radio. Dann natürlich gezielte Frauenförderungsprojekte, sei es im Stipendienbereich, um gezielt Frauen die Möglichkeit zu geben, ihre exzellenten Leistungen unter Beweis stellen zu können. Oder es gibt Maßnahmen wie letztes Jahr das Filmfestival, die gezielt auf die Wissenschaftlerin im Film und ein Drehbuch über Wissenschaftlerinnen im Film. Und dasselbe wollen wir nicht nur Verlangen von den Institutionen die uns unterstehen sondern wir wollen selber auch als Rolemodel agieren und sind im Genderbudgeting dabei, um uns die Zahlen anzuschauen und diese zu evaluieren. Wir haben auch



schon wesentlich mehr Frauen im BMWF als Männer, aber nicht in Führungspositionen. Wir schauen uns das an und überlegen, was können wir für unsere jungen „High potentials“ tun und, worauf ich sehr stolz bin weil es eine Idee von mir war, wir haben jetzt ein internes Netzwerk gegründet das heißt BMWFinnen, wo die weiblichen Führungskräfte regelmäßig zum Mittagessen zusammenkommen und sich austauschen - und das erzeugt sehr viel Aufmerksamkeit unter den Männern. Letztens bei einer Sitzung habe ich gesagt: „So, wir drei stehen jetzt auf und gehen essen“ und die Antwort war „So, und was machen wir jetzt, gemma Kegeln?“.

Was Gehalt betrifft ist es das gleiche, wenn man sich das Bundesschema anschaut, ist es ja an sich so, dass jeder dasselbe verdient. Wenn man sich das im Detail anschaut, durch Karenzierungen und die vielen Teilzeitarbeitskräfte, verdienen die wenigeren Männer mehr als die Frauen.

Maria Rauch-Kallat: Die Männer werden unsicher, wenn Frauen sich zusammentun. Ein Beispiel von einem der ersten Mediennetzwerke - „DieStandard“. Eine der herrlichsten Ideen war, dass die gesammelten Infos am Damenklo innen aufgehängt wurden, da konnten die Herren nicht erfahren, was da drinnen steht und das haben die Herren nicht erfahren können. Daher heißer Tipp! So, Frau Volksanwältin, was wären Ihrer Meinung nach die nächsten Schritte?

Gertrude Brinek: Ich halte es auch für klug, bevor man nächste Schritte setzt, was haben die bisherigen gebracht? Ich sehe auch eine „backlash“-Gefahr, das hat einige Gründe, die wir hier nicht auflisten können. Ich sehe die Gefahr sowohl aus den Beschwerden, als auch intern und auch aus dem öffentlichen Dienst. Bestimmte Rechte der Mütter führen zu einer Flexibilisierungshaltung, die sich schwer organisieren lässt, weil sich dies in kurzen Abschnitten jeweils verändern kann. Dann werde ich für meinen Betrieb unkalkulierbar, (die Zeiten können sich ändern) und damit nimmt sich die Frau, die unkalkulierbar wird Chancen, wenn es um eine langfristige Personalplanung geht. Die Personalplanung, und das Beste wäre natürlich, die wäre in Hand der Frauen mehrheitlich, sollte die jungen Mütter coachen, wie plane ich, auch wenn ich das Recht habe flexibel zu sein, dass ich mich damit als Führungskraft zur Verfügung halte. Das heißt, kalkulierbare Zeiten, keine Ausreden schaffen für den Dienstgeber, damit ich auch dieses Recht nicht überstrapaziere. Frauen können sich auch organisieren und rechtzeitig einen Kinderbetreuungsplatz suchen, d.h. auch institutionelle und familienergänzende Familienbetreuung, abgesehen davon, dass Kindergärten gut sind.

Ich konnte auch damals bei Minister Hahn die Quotenverankerung verankern. Für ihn war das als Manager eine ganz rationale Geschichte, und das ist eine Maßnahme, die man überall findet, wenn man ein Ziel erreichen will. Und wir müssen die jüngeren und die älteren Kolleginnen aufklären, dass sie sich nicht verführen lassen von Lockangeboten, die mit einem Ausstieg enden. Alle Statistiken und Kurven zeigen, dass es danach schwer ist wieder, einzusteigen. Also drin bleiben ist besser als aussteigen!

Maria Rauch-Kallat: Vielen Dank, lassen Sie sozusagen den Fuß in der Tür auch wenn Sie ein Kind bekommen. Gibt es Fragen?

### **Überreichung der MedienLÖWIN 2010**

**an Dr.<sup>in</sup> Christa Hofmann, ORF Weltjournal**

#### Verleihung Medienpreis

Die Auszeichnung „MedienLÖWIN 2010“, der mit EUR 2.000 dotierte Preis wurde heuer zum 5. Mal unter der Patronanz von ING-DiBa vergeben - und ging an Dr. Christa Hofmann (ORF/Weltjournal) für ihren Beitrag "Norwegen: Starke Wirtschaft durch starke Frauen"

Jurybegründung: „Christa Hofmann vermittelt in wenigen Sendeminuten ein umfassendes Bild von Wirkungen und Zusammenhängen, zeigt Förderung ebenso wie Kritik, greift mitten ins Leben, spielt humorvoll mit Klischees und ersetzt Polemik durch überzeugende Aha-Erlebnisse“.

[Link zum Beitrag](#)

## **08 Workshops – Vorstellung & Zusammenfassung**

### **Workshop 1: „Gut ausgebildet – was jetzt?“**

Mag.<sup>a</sup> Anita Arneitz, freie Journalistin

DI (FH) Julia Juster, Lehrgangsheiterin Donauuniversität Krems

Mag.<sup>a</sup> Julia Kisstner, stv. CRin GEWINN

Dr.<sup>in</sup> Monika Rupp, ORF Gleichstellungsbeauftragte, Systemischer Coach

Leitung: Mag.<sup>a</sup> Johanna Zugmann, Die Presse

Johanna Zugmann: Es wird Sie vielleicht interessieren wie man in einem nicht gerade kleinen Unternehmen Karriere macht bzw. zu seinen Rechten kommt. Das wird uns Frau Dr.<sup>in</sup> Monika Rupp erklären, ORF Gleichstellungsbeauftragte.

Monika Rupp: Ich werde ORF Perspektiven für Nachwuchsjournalistinnen zu beleuchten und ich werde darüber Auskunft geben, welchem Regelwerk Sie folgen sollten. Weiters, mit welchem Erfolg Sie konfrontiert werden. Im Moment haben wir eine Spardiät auferlegt bekommen, ich denke, in zwei Jahren, falls Sie da noch Interesse haben sollten, könnte es bergauf gehen diesbezüglich. Ich kann Ihnen auch erläutern, wie das Auswahlverfahren für journalistisch-redaktionelle Nachwuchskräfte ist oder wie die Teilnahmebedingungen für ein einjähriges Trainee-Programm, was nächstes Jahr gestartet werden soll, beschaffen ist. Ich kann Ihnen die Illusion rauben, dass ein Unternehmen wie der ORF allein seiner Größe wegen dauerhaft angestellte Nachwuchsjournalistinnen braucht. Aber andererseits gibt es auch freie Mitarbeiterinnen. Als Coach liegt es mir näher, mich nicht damit zu beschäftigen, was derzeit alles nicht zu schaffen ist, als Ihren Blick darauf zu lenken, was für Sie eventuell nutzbare Möglichkeiten sind. Vielleicht sollten Sie sich Ihre Ziele möglichst offen lassen. Und ich bin auch der Meinung, eine gute Ausbildung ist eine gute Ausbildung, und eine gelungene Karriere ist eine gelungene Karriere. Mitunter hat das eine mit dem anderen sehr wenig zu tun. Es hat sehr viel mehr mit Rahmenbedingungen zu tun, die Sie möglicherweise als Einzelpersonen nur äußerst schwer verändern können. Daran wird gearbeitet, das ist die gute Nachricht. Unter Umständen hat es sehr viel mit dem Stallgeruch zu tun und mit den Bedingungen, aber auch daran wird gearbeitet. Meine Antwort auf: Gute Ausbildung – was nun – ist netzwerken, netzwerken, netzwerken. Mentoring, Coaching.

Johann Zugmann: Dipl. Ing. Julia Juster erzählt uns nun „was ist eine gute Ausbildung“. Seit 2010 hat die Leitung des Lehrgangs Fernsehjournalismus.

Julia Juster: Meine Aufgabe ist, wie Sie schon gehört haben, zu erzählen, wie wir an der Donau Universität Krems Journalistinnen auf den Berufseinstieg oder Umstieg vorbereiten. Weiters wie bei uns die Lehrinhalte aufgebaut sind. Mittlerweile ist es der 17. Jahrgang des Lehrgangs Qualitätsjournalismus, wir blicken also auf einiges an Erfahrung zurück. Haben dementsprechend viele Absolventinnen und Absolventen, zu denen wir Kontakte halten, also kann ich Ihnen auch

berichten, welche Erfahrungen diese gemacht haben. Letztes Jahr gab es eine Studie der Alumnis und diese möchte ich auch darlegen.

Johann Zugmann: Mag.<sup>a</sup> Anita Arneitz befindet sich in dieser Situation, sie hat eine hervorragende Ausbildung gemacht und ist seit einiger Zeit freie Journalistin und möchte dabei bleiben. Sie hat Publizistik studiert in Klagenfurt. Seit 2000 tätig als Journalistin, zuerst als Angestellte, dann hat sie das Unternehmen „Studio für Schreibkultur“ gegründet. Wie findet man Auftraggeber? Wie überlebt man bei den Gagen?

Anita Arneitz: Das ist eine gute Frage. Ich bin davon überzeugt, dass man mehr braucht als eine gute Ausbildung. Als freie Journalistin braucht man auch unternehmerisches Talent und eine gewisse Selbstvermarktungsstrategie. Man muss sich präsentieren und verkaufen können. Vor vielen Jahren war ich selbst Teilnehmerin am Kongress und habe auf der Bühne eine freie Journalistin gehört und mir gedacht: Toll, das will ich auch. Heute sitze ich selbst da und kann Tipps weitergeben. Das möchte ich im Workshop machen, konkrete Tipps geben. Alleine eine Bewerbung ist zu wenig, man braucht sehr viel Flexibilität und muss über den Tellerrand hinausschauen und was man noch braucht verrate ich gerne im Workshop.

Johanna Zugmann: Mag.<sup>a</sup> Juliane Kistner hat VWL an der WU Wien studiert und darüber hinaus eine Ausbildung zur Drehbuchautorin gemacht. Seit 2010 Stellvertretende Chefredakteurin des Wirtschaftsmagazins „Gewinn“ und hat 2000 den Wiener Preis für Handelspublizistik bekommen. Frau Mag.<sup>a</sup> Kistner, was dürfen wir erwarten?

Julia Kistner: Ich möchte Mut machen, gerade für JournalistInnen, in Nischen zu gehen. Finanzjournalismus ist eine tolle Nische, auch wenn die Krise einigen den Kopf gekostet hat. Nach wie vor tummeln sich hier nicht so viele. Natürlich war es nicht mein Traumberuf, Wirtschaftsjournalistin zu werden, ich wollte immer Kulturjournalistin werden, oder Auslandskorrespondentin aber man muss sich eben nach der Gläsernen Decke strecken und letztendlich lebe ich als Finanzjournalistin ganz gut und ich denke, wenn man in diesem Beruf die Begeisterung mitbringt, dann kann sich auch in alle Themen hinein tigern. Man kann überall Freude finden und man kann in diesem Bereich sicher Karriere machen. Es gibt sehr viele Männer, die was von Finanzen verstehen oder zu verstehen glauben aber es gibt sehr wenige, die gleichzeitig schreiben können. Und gerade im Finanzjournalismus ist es wichtig, dass man komplexe Themen umsetzt, einer breiten Masse gut erklärt, es rüberbringen kann. Ich möchte euch den Mut machen, dass es nicht so ein trockenes Thema ist. Ich kann euch die potenziellen Arbeitgeber vorstellen, die Themen die ein/e FinanzjournalistIn behandeln darf und euch Tipps geben, wie Ihr euch möglichst kostengünstig Finanzwissen aneignen könnt.

Zusammenfassung WS 1 Mag.<sup>a</sup> Johanna Zugmann:

Wir sind drauf gekommen, dass man die besten Karrieren aus den Brettern zimmert, die andere vor

dem Kopf haben. D.h. dort flexibel sein, wo andere es nicht sind. Wenn man beginnt, an die Spitze zu streben, muss man überlegen, was man eigentlich mitbringt. Frau Arneitz hat sich gut vorbereitet und eine Erfolgspyramide gezeichnet. Sie werden das nicht lesen können, aber ich werde es hier lassen. An der Basis steht: Was sind meine Vorstellungen und habe ich vielleicht falsche Perspektiven, welche Talente habe ich, was sind meine Specials, etc. Man sollte doch eine Zielvorstellung haben, denn wer keine Zielvorstellung hat, wird nicht dorthin kommen.

Ob es besser ist, ein Fachstudium zu haben und sich dann zu spezialisieren, oder Medienkommunikations-Studium, haben wir nicht klären können. Allerdings haben wir sehr viel Empowerment von Frau Julia Kistner bekommen, die gemeint hat, es gibt auch Leute die nicht dem Sektor Erbe angehören und wahnsinnig viel Finanzausbildung haben, die bekommen dann gratis Ausbildung im Journalismus. Damit das nächste Thema, Finanzjournalismus: Das ist eine Nische, hier wird immer gesucht. Es gilt das Ziel natürlich immer zu beleuchten.

Weiters, wie komme ich in ein Medium rein, wie bekomme ich einen Fuß in die Türe? Am Anfang steht natürlich, das Medium gut zu studieren. Laut Julia Kistner hat es freilich keinen Sinn, eine Reisegeschichte dem Gewinn anzubieten, der nur zwei Seiten Reiseberichte hat, die sind in festen Händen. Gut ist zu schauen, in welchem Bereich es viel gibt. Man muss sich nach der Ausbildung klarerweise ziemlich reinhängen und die Perspektiven des Gegenüber immer im Auge behalten und nach der richtigen Nische suchen. Erfolgsbegleitende Maßnahmen: das Networking und das Mentoring. Man muss aber nicht nur das eigene Budget gut messen sondern auch die eigenen Kräfte. Da Journalismus nicht unbedingt ein 9 to 5 Job ist sondern eher 24/7, gilt es auch bei der Partnerwahl darauf zu achten jemanden zu haben, der dies auch akzeptieren kann.

Manchmal, wenn man schon gut im Geschäft ist, eine Führungsposition hat, ist es oft auch klug, zur Seite zu treten; oft werden Führungsfunktionen nur mehr auf Zeit vergeben, da man keine Burn-outs riskieren will. Immer mit dem Kopf durch die Wand ist auch nicht die richtige Lösung, sondern es ist gut, die Katzentüre zu suchen, das heißt, was kann das Medium meiner Wahl brauchen?

Letztendlich kommt es auch auf Softskills an. Denn auf der einen Seite braucht man gute Artikel und Beiträge, auf der anderen Seite muss man mit der Person auch zusammenarbeiten wollen – da braucht man Respekt für KollegInnen, AuftraggeberInnen, InformantInnen. Als InformantInnen sollte man auch die PR Leute nicht unterschätzen. Mein letzter Karriere Tipp: Seien Sie freundlich zu den Leuten, die Sie auf Ihrem Aufstieg treffen, Sie könnten Ihnen bei Ihrem Abstieg wieder begegnen.

## **Workshop 2: „Nichts zu verschenken“ Transparenz für Verträge, Honorare, Gehälter**

Mag.<sup>a</sup> Kirstin Essnethier-Höchstätter, Leiterin Bundesfrauenabteilung GPA-djp

Karin Gattermann, WKO GründerInnenservice

Heidi Glück, spirit & support

Dr.<sup>in</sup> Ulrike Wüstenhagen, ORF Leiterin Koordination Ö1

Leitung: Kristin Allwinger, MSc, Frauennetzwerk Medien, Markt- und Meinungsforschungsinstitut Oekonsult

Kristin Allwinger: In Österreich ist die Gehaltsschere zwischen Männern und Frauen größer als im Rest der EU und das ist nichts Neues. Wir werden uns aber im Workshop nicht mit den Ursachen beschäftigen sondern Tipps geben, wie Frau die Sache selber in die Hand nehmen kann. Wie können wir die informelle Ebene nützen?

Kirstin Essenthier-Höchstätter: Ich leite seit einigen Jahren die Abteilung der Bundesfrauenabteilung der GPA-djp. Wir werden insbesondere als Frauenabteilung sehr oft mit Problemen der Einkommensdiskriminierung konfrontiert. Auch Schwierigkeiten bei der kollektivvertraglichen Einstufung. Wir werden Sie hier heute ein bisschen beraten.

Karin Gattermann: Auch mir geht es wie der Kollegin, ich bin zum ersten Mal hier und freue mich sehr. Ich möchte Sie informieren über die Selbstständigkeit als Möglichkeit, wobei man natürlich beachten muss, dass es unterschiedliche Möglichkeiten gibt in der Selbstständigkeit und ich mich informieren muss, was kommt auf mich zu. Und hier geht es nicht um „Hören-Sagen“ sondern hier es darum, sich Beratung seitens ExpertInnen zu holen um sich darauf entsprechend vorzubereiten.

Ulrike Wüstenhagen: Ein großes Unternehmen wie der ORF hat natürlich Honorarschemata, Gehaltsransparenz, diese Sachen sind relativ in Ordnung. Allerdings ist das auch wieder nur die Oberfläche und sobald man daran kratzt, kommt man dorthin, dass die ORF Frauen, wenn es um verhandelbare Gehaltsbestandteile geht, genau so ins Hintertreffen kommen wie Frauen in anderen Unternehmen auch. Was kann man dagegen tun, wie kann man sich informieren, wie kann man sich vernetzen? Ich bin Mitbegründerin der Frauenplattform im ORF und Mitglied der ORF Gleichbehandlungskommission, darüber können wir uns im Workshop unterhalten.

Heidi Glück: Eigenmarketing ist auch ein wichtiger Punkt, und darüber werde ich sprechen. Ich habe passend zum Thema einen Spiegel-Bericht gefunden der heißt: „Das bescheidene Geschlecht“ und es heißt: weiblich, schlau, unterbezahlt. Frauen bringen sich selbst um den Lohn ihrer Leistung, weil sie schon bei ihrer ersten Bewerbung zurückhaltend auftreten. Selbst mit Spitzennoten fordern Studentinnen weniger als ihre männlichen Kommilitonen. Ich denke das ist symptomatisch.

Das Eigenmarketing ist ein wesentlicher Bestandteil auch für den eigenen Erfolg. Auch schon in der Vor-Phase der Bewerbung bis zum Erklimmen der Karriereleiter bis ganz nach oben. Nämlich die Voraussetzung, dass man überhaupt wahrgenommen wird. Frauen müssen sich leider immer noch mehr anstrengen als Männer, aber es geht nicht darum, die besseren Männer werden zu wollen sondern die besseren Frauen. Es geht um einen guten weiblichen Auftritt. Ich möchte Ihnen etwas dazu sagen, wo sind die Schwachstellen, wo sind die Fallen, in die wir hineintreten? Es gibt eine Untersuchung, die ich Ihnen erzählen möchte und zwar wie 40 Top-Managerinnen reagiert habe auf die Frage: Was war ihnen wichtig auf dem Weg nach oben? Weiters die Charaktereigenschaften von CEOs und wo sind die Unterschiede zwischen Männern und Frauen, wo sind die persönlichen Verkaufsfaktoren. Und wie wichtig ist die Kommunikation, nämlich auch die männliche Kommunikation.

Zusammenfassung WS 2 Kristin Allwinger:

Karin Gattermann hat uns erzählt, dass man bei der WKO gratis Unternehmensberatung machen kann, diese unbedingt in Anspruch nehmen! Da können unterschiedliche Belastungen auf einen zukommen. Das gleiche gilt bei der Gewerkschaft. Bevor man einen Dienstvertrag unterschreibt, kann man sich hier Beratung bei der Gewerkschaft holen, um zu sehen ob die Gehaltseinstufung korrekt ist und ob alles korrekt ist, diese Beratung ist gratis und sogar ohne Terminvereinbarung möglich.

Frau Dr.<sup>in</sup> Wüstenhagen war vom ORF da und hat uns präsentiert wie das in einem großen Unternehmen ist. Da gibt es alle mögliche Transparenz- Mechanismen. Aber wir wissen auch, wenn die Gehälter offen gelegt werden, kann es im Bezug auf Boni Riesenunterschiede geben. Der Tipp, den sie hier für uns hatte ist, dass man sich über Networking hier möglichst gut informiert. Frauennetzwerk Medien ist ein wichtiges Netzwerk. Diese informelle Ebene sich zu vernetzen, ist extrem wichtig.

Ja, aber dieses ganze Wissen ist unnütz, wenn man sich nicht selbst vermarkten kann. Heidi Glück hat uns einige Frauenfallen genannt, in die wir nicht tappen sollten. Wir kennen sie zwar alle irgendwie, aber ich finde es sehr hilfreich:

1. ein eigenes Profil aufbauen
2. nicht tiefstapeln
3. die eigene Leistung entsprechend verkaufen
4. keinesfalls unbeliebte Jobs in Arbeitsgruppen übernehmen. Männer tun das nicht!
5. an eigene Stärken glauben
6. nicht warten, sondern aktiv werden
7. die weiblichen Vorurteile gegenüber Networking abbauen
8. sich männliche Eigenschaften zu nutzen machen.

**Workshop 3: „Digi-Tipps“**

Mag.<sup>a</sup> Meral Akin-Hecke, Digitaltalks

Mag. Josef Barth, Digital Strategies

Lena Doppel, Digicoach und –consultant

Dr. Markus Müllschitzky, IT Administrator NÖ Landesakademie

Leitung: Elisabeth Gardavsky, Kurier, ÖJC

Elisabeth Gardavsky: Hier geht es darum, wie man Fehler im Digitalen vermeiden kann und wie man anderen auf die Schliche kommt. Man hört viel davon, dass Personalisten die Leute ausspionieren und dass es da Fallen gibt. Wie jede neue Technologie hat auch diese Stolpersteine. Davon sollten wir uns aber nicht abhalten lassen sondern wir sollten diese tollen sozialen Medien, die fast schon unumgänglich sind, bestmöglich kennen und wir besprechen, wie Sie die digitalen Plattformen nützen können.

Meral Akin-Hecke: Einstiegsthema ist ein Vorurteil. Viele sagen, Social Media, dafür habe ich keine Zeit, aber ich werde genau darauf eingehen. Sie bekommen Praxis Beispiele von Menschen die Social Media bereits nutzen und es wird Ihnen erklärt wie sie das gemacht haben und wie Sie es erlernen können.

Lena Doppel: Ich coache unter anderem Menschen, die sich online und mit ihrem Computer besser auseinandersetzen wollen und ich werde ein paar Beispiele nennen aus diesen Erfahrungen, aus der Coaching Praxis. Eine kleine Vorschau auf diese Erfahrungen: Geheimnisse gehören unter den Kopfpolster.

Markus Müllschitzky: Das Statement meiner Vorrednerin hat die Gläserne Decke enthalten, das greife ich gleich auf. Bei mir geht es allerdings nicht um die Gläserne Decke sondern es geht um den gläsernen Menschen, den gläsernen Internet User. Ich möchte aus meinen Erfahrungen sprechen. Und zwar einen kurzen Streifzug über Gefahrenherde des Internets im Bezug auf Anonymität. Ich möchte aber nicht nur Gefahren darlegen sondern auch Methoden und Tools zeigen, damit es Ihnen gelingt, die gewünschte Anonymität zu erreichen.

Josef Barth: Ich komme aus dem Journalismus. Journalismus ist dazu da, Informationen zusammenzutragen, einzuordnen und zu verbreiten. Das geht mit den neuen Medien natürlich bestens und der Vorteil, den diejenigen haben die es nützen, ist der, dass es viele noch nicht tun. D.h. es ist immer ein gewisser Wettbewerbsvorteil offensiv dabei zu sein. Mit einigen Beispielen aus der Praxis werden wir das analysieren.

#### Zusammenfassung WS 3 Elisabeth Gardavsky:

Wir haben bei der Umfrage unter den WS Teilnehmerinnen entdeckt, dass die Journalistinnen Social Media bereits für sich entdeckt haben, dass es allerdings Wissenslücken gibt, die man schließen sollte. Das betrifft einerseits die Sicherheit in den Systemen auf der anderen Seite, welche Erwartungen kann ich an die Social Media stellen, wo sind die mir nützlich. Nur weil ich einen Beitrag online stelle, kann ich nicht erwarten, dass ich dadurch ein großes Publikum habe. Erst einmal muss ich mit meinen Beiträgen meine Message verbreiten. Man kann das sehr aktiv betreiben, in dem man zu bestimmten Themen Informationen abgibt. Social Media sind allerdings nicht der Platz, an dem wir große Geschichten preisgeben sollten, da es sonst nur Platz für Raubbau ist. Wenn man es wirklich nützen will, gibt man immer wieder Kurzstatements dazu ab, um als ExpertIn wahrgenommen zu werden.

Zum Technischen: Auf [Digitalks.at](http://Digitalks.at) gibt es ganze Reihe an sehr guter Infos. Die werden dann auch auf der [Medienfrauen.net](http://Medienfrauen.net) Seite online gestellt zum Nachlesen. Da gibt es auch Tools, wie man diese anwenden kann als auch kurze Trailer. Zum Teil kann man die Dinge Herunterladen zum Anschauen. Wie öffentlich sind Fangruppen auf öffentlichen Plattformen? Ist eine Fangruppe innerhalb eines Social Networks ein privater Kreis oder bereits öffentlich? Was sollte öffentlich werden, was sollte im privaten Bereich bleiben, das muss man sich bei Profilen überlegen, die man über sich erstellt.



Der Kollege Müllschitzky hat uns ein paar Tipps zu anonym Surfen im Internet gegeben, wo wir Tools finden, die es uns möglich machen, uns halbwegs anonym zu bewegen. Wo gebe ich wann Daten her. Wie kann ich verhindern, dass zu viele Daten an den Provider, bzw. an Dritte weitergegeben werden? Jo Barth hat uns dann noch erzählt, wie kann ich über Facebook und Twitter mit Kollegen arbeiten, dass ich nicht nur möglichst viele LeserInnen habe, sondern die richtigen.

#### **Workshop 4: „Zielgruppe Mann“**

Euke Frank, CR<sup>in</sup> WOMAN und MAN

Nicole Kolisch, WIENER

Dipl.-Math. Eva Kreienkamp, Gender Marketing

Dr.<sup>in</sup> Elisabeth Ochsner, Panmedia

Leitung: Elfi Geiblinger, Programmchefin Radio Salzburg, Salzburger Frauennetzwerk Medien

Elfi Geiblinger: Ich komme aus einem Unternehmen, in dem sehr viele Frauen tätig sind, war dort 25 Jahre lang freie Mitarbeiterin und habe in diesen 25 Jahren auch oft über Unternehmen berichtet, in denen Frauen wenig Chancen haben und alle leitenden Positionen von Männern besetzt sind. Im ORF ist mir lange nichts aufgefallen, denn wenn man freie Mitarbeiterin ist, sind die Chancen recht gleich. Etwas anders schaut es dann aus, wenn man Karriere machen möchte. Sie brauchen sich nur die Positionen anschauen, wie sie vergeben sind. Aber es ist erfreulich, es gibt die Quotenregelung. Ich mache mir keine Sorgen dass nicht genug Frauen tätig sind im ORF die geeignet sind für Führungspositionen – es könnte nur ein Problem auftauchen, dass politische Parteien den einen oder anderen wo sitzen haben möchten und das sind dann meistens Männer. Es kann auch sein, dass man jemanden nicht mehr haben möchte, das sind dann auch wieder Männer, die nachbesetzt werden. Bei uns geht es um die Zielgruppe Mann, ich denke das hilft auch als Frau wenn man die Konkurrenz einschätzen kann. Für mich ist Zielgruppe Mann fremdes Terrain. Denn wenn ich etwas gemacht habe dann meistens aus dem Blickwinkel der Frauen.

Dr.<sup>in</sup> Elisabeth Ochsner: Medien leben von der Werbung. Keines der neuen oder traditionellen Medien könnte heute ohne Werbung überleben. Das ist nicht immer erfreulich für die Medien, aber das ist eine Tatsache. Werbung ist immer zielorientiert und die Basis für die zielorientierte Arbeit ist die Zielgruppe. Mit dieser Zielgruppe setzen wir uns heute auseinander. Es gibt genug Studien, die uns sagen, wie die Menschen denken und fühlen, welche Wünsche sie haben. Diese Zielgruppen teilen wir in Cluster ein, das Geschlecht an sich ist heute kein Cluster mehr, da wir festgestellt haben, dass es egal in welcher soziodemographischen Einheit, ob jetzt Geschlecht, Einkommen oder ähnliches oder ganz unterschiedliche Menschen gibt. Männer sind natürlich in den letzten Jahren als Zielgruppe begehrtlicher geworden. Gerade was die Wellness und Fitnessentwicklung betrifft, plötzlich ist auch der Mann Objekt der Begierde, wenn es um Körperpflege und personal-care geht. Da sehen wir die großen Herausforderungen, dass wir die Differenzierung der verschiedenen Zielgruppen und speziell auch der Zielgruppe Mann in den Medien wiederfinden. Einerseits die modernen, technologischen

getriebenen Medien die natürlich männeraffin sind oder sind es die traditionellen Männer Magazine, die wie man erst kürzlich in Deutschland gehört hat, einen neuen Marketinghype erleben.

Nicole Kolisch: Ich bin hier eingeladen als Vertreterin eines Männermagazins, was ein bisschen unter falschen Vorraussetzungen ist. Der Wiener ist als solches kein klassisches Männer-Magazin. Der Wiener hat als Zeitgeist-Magazin angefangen 1979 und versteht sich eigentlich immer noch mehr als Zeitgeist-Magazin denn als Männer-Magazin.

50% der LeserInnen sind Frauen. Es gibt natürlich eine Zielgruppe Mann, sie ist nur weniger im General Interest Bereich zu finden, ich würde sie mehr bei den Special Interest Medien verorten. Wir bei der Styria haben die Magazine sehr in Männer- und Frauencluster geteilt, und dort wo der Wiener dazu gehört, gibt es auch noch die Sportwoche, Motorradmagazin, Sportmagazin. D.h. der Wiener fällt da ein bisschen aus dem Rahmen, da er sich nicht einem bestimmten Thema verschrieben hat. Ich denke, wenn Männer Magazine lesen, meine These, dann kaufen sie sich lieber sehr spezifische, ihren Hobbys entsprechende Magazine: ein Segelmagazin, ein Technik Magazin, bei Sport kann man vielleicht sogar diskutieren ob nicht ein bestimmtes Sportmagazin, wie ein Fussball- oder Rennmagazin sinnvoller wäre, denn ein allgemeines Sportmagazin, wie wir es vertreiben. Die Erfahrung zeigt, dass das Sportmagazin ziemlich gut geht. Ich werde es aber im Workshop aufbringen ob nicht eine Masse an Nischenmagazinen für Männer viel sinnvoller wäre als so ein Massenmarktprodukt (wie auch Chris Anderson gemeint hat [http://en.wikipedia.org/wiki/Chris\\_Anderson\\_\(writer\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Chris_Anderson_(writer))). Weiters sind gar nicht so wenige Frauen bei Männermagazinen. Gerade beim Wiener sind wir hauptsächlich Frauen in der Redaktion. Zu was es verpflichtet und was es bedeutet, mit dem Etikett Männermagazin herumzulaufen, darüber werden wir dann sprechen.

Eva Kreienkamp: Ich habe manchmal das Gefühl, dass sich Österreich intensiver mit Gender Themen beschäftigt als Deutschland das tut, das leite ich davon ab dass die Einladungen nach Österreich häufiger kommen als in Deutschland. Ich werde oft gefragt, was würde passieren wenn mehr Frauen in der Wirtschaft wären? Darauf gibt es keine wirkliche Antwort da die Empirie dazu fehlt. Ich habe das verkleidet unter dem Deckmantel „Gendermarketing“. Ich denke, dass wir vor großen Strukturveränderungen stehen und in so einem Kontext wie hier, sich über die Zielgruppe Mann zu unterhalten finde ich noch einmal umso spannender, weil wir das große Glück haben, das relativ frei tun zu können, da relativ wenig Männer da sind die uns korrigieren können und wir unserer Phantasie freien Lauf lassen können. Wenn ich Unternehmen etwas zu Gender erzähle, wollen die eher mehr etwas von Frauen wissen, weil Männer sich nach wie vor als die Norm empfinden und sie eher die Abweichung, die Frau, verstehen wollen. Jetzt sind wir hier in einer ähnlichen Situation, wir wollen die Abweichung des Plenums verstehen, nämlich die Männer. Ich habe drei Dinge mitgebracht: 1. Männer als Kunden, die 2. weiblich konnotierte Produkte für Männer entwickeln und vertreten. Geht das und wenn ja, wie? Darunter verstehe ich so etwas wie Gesundheit, Ernährung, Pflege, Vätermomente... 3. Männer als Entscheider über Frauenkarrieren. Denn selbst in Bereichen, in denen mehr Frauen tätig sind, entscheiden meist Männer über die Karriere. Jede Einzelne muss daher verstehen, wie sie ihre

Karriereschritte an den Mann bringt.

Euke Frank: MAN erscheint nur zweimal im Jahr, ist aber kein klassisches Männermagazin. Vor ungefähr zwei Jahren gebeten, ob ich mir was überlegen kann zum Thema Männer. Und ich habe gemeint, dass mich Männer privat schon interessieren, aber beruflich eher nicht. Man hat mich gebeten ein Magazin zu machen das wie WOMAN für Frauen ist. Ich habe gleich gesagt, dass ich keine Autorevue machen möchte, kein Pferde- oder Fussballmagazin. D.h. MAN muss mehr sein, als diese Magazine. Wir haben einige Studien dazu gemacht, und meine These nach diesen 1,5 Jahren ist, dass die Grenzen mittlerweile sehr verwischt sind. Es wird Sie nicht verwundern, dass sich 71% der Männer für Heimwerker-Themen interessieren, aber es wird Sie vielleicht überraschen, dass sich mittlerweile fast die Hälfte der Frauen dafür interessieren. Weiters in Deutschland interessieren sich mittlerweile 10 Millionen Männer für Gesichtspflege-Produkte. Wenn man das auf den österreichischen Markt umlegt, also ca. 1 Million. Wenn ich Männer Frage, die Woman lesen, das sind mittlerweile 10%, dann sagen die immer: Wir wollen ja wissen, was Frauen über uns denken. Ich denke, diese Grenzen verschwimmen immer mehr und daher glaube ich auch, dass Männer sich mittlerweile für mehr interessieren als Autos, Pferde und nackte Frauen. Daher hat auch MAN Themen wie Bildung, Erziehung etc.

Zusammenfassung WS 4 Elfi Geiblinger:

Unsere Debatte ist sehr schnell über das eigentliche Thema „Zielgruppe Mann“ hinausgegangen und ist eine breite gesellschaftspolitische geworden. Zur Erklärung, bei uns waren nur Frauen bis auf einen Mann. Relativ klar war, dass Österreich ein unheimlich kleiner Markt ist, der es gar nicht erlaubt, ein deklariertes Männermagazin anzubieten, es gibt ja den Versuch mit MAN, den Frauen die WOMAN abonniert haben, dieses unterzuschieben, damit sie es an den Mann weitergeben. Auch beim Wiener schließt man die Zielgruppe Mann ein, aber es gibt keine deklarierte Männerzeitschrift.

Die Schilderungen aus der Praxis waren interessant, da ganz klare Unterschiede festzustellen waren, was den Geschmack der Männer und was den Geschmack der Frauen betrifft. Wir haben ein Beispiel gehört, ein attraktiver Mann, beide Male der gleiche Mann, das eine Mal an einem Schreibtisch suggerierend einen erfolgreichen Geschäftsmann, im Hintergrund die Silhouette von New York, oder der gleiche Mann, gleich attraktiv auf einer weißen Kuscheldecke, offenherzig dargestellt. Die Männer haben sich ganz klar entschieden für die Darstellung am Schreibtisch mit New York im Hintergrund und die Frauen für die andere Variante. Wenn man Männer befragt über ihr eigenes Bild, dann kommen durchaus die Antworten: Sex, Karriere ist wichtig und dann Abenteuer. Während die Erwartungen der Frauen an den Mann sich sehr verändert haben. Das geht in Richtung Teilhaben an der Familie, jemand mit dem man auch kuscheln kann, der sehr viel Wärme hat. Muss ich dem Klischee vom Mann sehr entsprechen, um das Magazin an den Mann zu bringen, laufe ich in Gefahr, Stereotypen weiter zuproduzieren, so dass Männer sich nicht ändern können? Ein weiterer Punkt ist, dass Werbung nicht geschaltet wird, wenn die Produzenten kein Interesse haben. Und die Werber haben ebenso genaue Vorstellungen, was Männer wollen und haben möchten. Manchmal ist zwar möglich, an den Werbern ein wenig vorbei Themen zu behandeln, die nicht typischerweise Männern

zugeordnet werden, aber das geht sozusagen nur an den Werbern vorbei, weil man deren Vorstellungen berücksichtigen muss.

Dann gab es natürlich die berechtigte Frage: Wie sehr beeinflussen die Medien die Gesellschaft und wie sehr beeinflusst die Gesellschaft die Medien? Hier gab es durchaus unterschiedliche Standpunkte. Die positive Variante war, dass es einfach gesellschaftliche Veränderungsprozesse gibt. Ein Beispiel: dass Männer sich auf Kosmetik-Produkte stürzen. Jetzt war natürlich die Frage nach Henne und Ei. War es also die Industrie, die neue Abnehmer gesucht hat, oder war es die gesellschaftliche Entwicklung, die es möglich gemacht hat und den Boden bereitet hat. Eine durchaus spannende Frage. Die pessimistische Antwort war, dass die Wirtschaft bestimmen wird, wie Männer und Frauen sich verhalten und zu agieren haben. Die weniger pessimistische Variante war, dass beispielsweise ein wirtschaftliches Magazin an männlichen Lesern verliert und sich daher mehr auf Frauen konzentriert und dadurch auch ein neues Frauenbild schafft. Eine spannende Frage, die wir natürlich nicht klären konnten. Sowie die Einsicht, dass Österreich nie ein Männermagazin haben wird, da der Markt zu klein ist.

#### **Workshop 5: „Journalismus und PR“**

Mag.<sup>a</sup> Britta Blumencron, Unternehmenssprecherin Merck Sharp & Dohme

Michaela Ernst, CRin weekend magazin

Dr.<sup>in</sup> Esther Mitterstieler, stv. CRin Wirtschaftsblatt

Sabine Pöhacker, comm:unications, PRVA Vorstand

Leitung: Dr.<sup>in</sup> Silvia Ettl-Huber, Donauuniversität Krems, Leiterin IJZ

Michaela Ernst: Ich beginne gleich mit meiner These: Die lautet im Journalismus gibt es keinen Unterschied mehr zwischen PR und Journalismus. Eine gute PR Lady verkauft ihre Produkte wie ein guter Journalist. Sie ist um einen Aufhänger bemüht, um eine Exklusivität und überlegt sich einen speziellen Zugang. Parallel dazu muss der Journalist die Inserenten berücksichtigen, was nicht nur bei Gratis-Medien so ist sondern auch bei Kaufmedien, nur spricht man dort nicht so gerne drüber. Der Vorteil dieser Situation ist wirtschaftlich. Inserenten werden besser bedient denn je. Auch die Formate werden immer kreativer. In Zukunft wird es vermutlich zu einer noch stärkeren Verschränkung von PR und Lifestyle kommen. Neue Medien wie ipad leisten den Vorsprung. Via ipad kann ein Produkt so begutachtet werden dass man es in alle Richtungen drehen kann, als ob man es in Händen halte würde. Inhaltlich ist es allerdings so, dass es zu einer Nivellierung der Berichterstattung kommt. Das Wissen um die Dinge verflacht sich, man einigt sich auf einen Informationsstand, der PR und Journalismus gleichermaßen bedient. Wir leben in einer Zeit des journalistischen Stockholmsyndroms, wo sich die Journalisten gemein machen mit den von ihnen berichterstattend Gemachten. D.h. Es wird über diverse Veranstaltungen, z.B. Bergwanderungen mit Direktoren großer Konzerne, Überseeausflüge mit anderen Wirtschaftstreibenden,... bewusst von den Objekten der Berichterstattung eine Nähe zu den Journalisten hergestellt. Verstärkt durch den inflationären Gebrauch des Du-Worts verschmelzen Journalismus und PR, was für die Glaubwürdigkeit der Inhalte

sicher bedenklich ist.

Rubinstein, der Pianist, wurde einmal gefragt: Üben Sie eigentlich täglich? Und Rubinstein antwortete: „Wenn ich nicht täglich übe, merke ich es, wenn ich zwei Tage nicht übe, merken Sie es, wenn ich drei Tage nicht übe, merkt es das Publikum.“ Wir sind am Ende des zweiten Tages angelangt. Wenn es so voranschreitet, werden es auch die LeserInnen merken. Eine Entwicklung die auch von PR-ExpertInnen mit Skepsis betrachtet wird, denn sie führt zu der Frage: Wer braucht noch PR, wenn alles PR geworden ist?

Esther Mitterstieler: Ich muss da klar widersprechen, Journalismus darf natürlich nicht PR werden und auch umgekehrt nicht. Wird es auch nicht, wie ich glaube. Ich möchte dann aufzeigen dass es hervorragende JournalistInnen gibt, die auf die andere Seite gewechselt sind, man merkt wie gut solche Leute als Pressesprecher auftreten, es gibt auch andere Beispiele.

Britta Blumencron: Ich habe gewechselt, weil ich vor Jahren an dem Punkt angekommen bin für mich, an dem ich gesagt habe, ich muss und ich will mich weiter entwickeln. Und im Nachhinein betrachtet sage ich: das war der richtige Schritt zur richtigen Zeit. Die erste Frage die wir uns stellen müssen: heißt es nicht derzeit viel mehr Journalismus versus PR? Wir werden im Anschluss daran auch sehen: Wie sieht der Kommunikationsprofi von morgen aus. Ich sehe hier eine künstliche Mauer aufgebaut, die es abzutragen gilt. Denn Faktum ist, Journalismus ist mehr als Recherche und Artikel schreiben, und PR ist mehr als Öffentlichkeitsarbeit. Ich freue mich, mit Ihnen diese durchaus kontroversiellen Themen zu besprechen.

Sabine Pöhacker: Ich bin überzeugt davon dass man weiterhin JournalistInnen braucht genauso wie PR BeraterInnen. Ich meine, dass sich das Berufsbild der PR-BeraterInnen grundlegend geändert hat. Also wer heute meint, dass man PR mit Journalismus gleichsetzen könnte oder das PR gleich Journalismus ist, ich meine das ist eine sehr eigene Sichtweise. PR ist vielleicht Lifestyle gleichzusetzen. Wir als PR-BeraterInnen haben eine große Verantwortung in den Unternehmen. Wir betreiben Unternehmenskommunikation. Was wird heute in der PR alles gebraucht, Krisenkommunikation, Social Media - all das sind neue Bereiche, die wir uns anschauen müssen. Es gibt sehr viele neue Möglichkeiten. Ich möchte Ihnen aber auch Einblick geben, welche Eigenschaften der Journalistinnen für die PR Welt tatsächlich nützlich sind.

Silvia Ettl-Huber: Ich selbst habe mir die Mühe gemacht, über 200 Kurzbiographien der Studierenden durchzukämmen, auf der Suche warum sie gewechselt haben von PR zu Journalismus oder umgekehrt.

Zusammenfassung WS 5 Silvia Ettl-Huber:

Wie ist die Durchlässigkeit der PR Branche für JournalistInnen? Ich selber habe eine Studie präsentiert, die ich gemacht habe indem ich 225 Kurzbiographien unserer AbsolventInnen analysiert habe. Da gab es AbsolventInnen, die Journalismus studiert haben aber von der PR kamen und

umgekehrt. Jene, die in der PR sind und bereits journalistischen Hintergrund, die wurden vom Journalismus wegengagiert, während diejenigen, die vom PR kamen (annähernd gleich viele) da war es mehr so ein latenter Wunsch, in den Journalismus einzusteigen, die hatten aber alle noch nicht Fuß gefasst in der PR Branche. Das heißt eigentlich, dass es für JournalistInnen ganz gut aussieht mit dem Umstieg, in dem Fall wäre man sogar besser ausgebildet.

Das hat uns dazu gebracht zu fragen, was können JournalistInnen eigentlich, was die PR Branche brauchen könnte und da kamen Dinge wie: Sie wissen, wie man Aufhänger findet, sie wissen wie man die Medienkontakte findet, wie der Medien Betrieb funktioniert, sie sind sehr belastbar, sie haben ein gutes Auffassungs- und Einschätzungsvermögen von Menschen und Geschichten, gutes Ausdrucksvermögen und Auftreten.

Die PR Leute haben dann gemeint, dass es auch Dinge gibt, die sie aus der journalistischen Erfahrung nicht mitbringen, denn Medienarbeit ist nur mehr ein kleinerer Teil der PR Arbeit. Denn mittlerweile ist viel Kommunikationsmanagement, Lobbying, Public Affairs, Sponsoring, Event-Management.

Da gab's dann auch heftig Widerrede von den Journalistinnen, die gemeint haben, dass sie ja auch in der Redaktion planen können müssen. Ich habe dann noch ein Studienergebnis einer europäischen Studie gezeigt, dass PR Leute in ganz Europa die Rolle von Social Media überschätzen und die Rolle der Medienarbeit unterschätzen. Sie wurden vor fast drei Jahren gefragt welche Bereiche weniger wichtig werden würden, und sie haben gesagt Medienarbeit würde weniger werden, das war aber nicht der Fall, sondern ist sogar in der Bedeutung gestiegen. Die anderen Dinge sind zwar gestiegen, aber überschätzt wurden.

Weiterbildungen gibt es viele, 80 gibt es in Österreich und 14 sind prädikativiert. FH Studium in Graz Journalismus und PR ist interessant.

Wie mach ich's denn richtig, wie mach ich Karriere – aber oft stehen Realitäten dem gegenüber. Wirtschaftskrise, Journalismuskrise – einige Kolleginnen sind auch zwangsgewechselt weil es nicht anders möglich war.

Eine Dame hat auch gemeint, dass wir uns immer mit dem WIE beschäftigen, aber sie würde sich wünschen, dass es beim nächsten Kongress heißt: WARUM sind wir Journalistinnen?

**09 Newsflash „Das Frauenbild in den Berlusconi Medien“**

**Dr.<sup>in</sup> Mathilda Schwabender**

Ich habe schon lange in Italien gewohnt, und konnte die Entwicklung der italienischen Medien gut beobachten, da ich in der wesentlichen Phase des Privatfernsehens in Italien lebte. Ich möchte den Titel erweitern, auch wenn es heißt die Medien Silvio Berlusconis und das Frauenbild, leider muss man sagen, dass es heute, und mit heute meine ich die vergangenen Jahre, mit heute trifft dieses Frauenbild nicht nur auf die Medien Berlusconis zu, sondern auch auf alle anderen, sprich den öffentlich-rechtlichen Bereich.

Ich möchte einige Beispiele nennen. Wenn Sie nach Italien fahren und dort den Fernseher einschalten, kann es durchaus sein, dass Sie im konkreten Fall einen Mann sehen, der natürlich ein gewisses Alter hat und der sehr seriös gekleidet ist, mit Anzug und Krawatte, weißes Haar, der einen weiteren Mann, ebenso nicht mehr ganz jung und sehr seriös, auf die Bühne holt und ihn mit Herr Professor anspricht und dem staunenden Publikum präsentiert. Das ganze hat den Touch einer wirklich seriösen Medizinsendung, das wird aber sofort widerlegt, denn dann kommt die junge Assistentin auf die Bühne, die ist natürlich sehr jung, sehr schön und sehr leicht bekleidet. Sie hat einen Glitzerbikini an und stellt sich zur Verfügung. Was muss der Professor jetzt tun? Er bekommt ein Lineal in die Hand gedrückt und muss den Abstand zwischen ihren Brustwarzen abmessen, um zu schauen ob diese Brust dem Kanon des Schönheitsideals das gerade in ist, entspricht. Dem nicht genug, das geht unter dem Geklatsche der Anwesenden weiter, dann wird noch von der Brust bis zum Nabel vermessen und bis zum Venus Hügel, da wird noch genau erklärt was das ist. Dann wird befunden, dass die junge Dame dem allen entspricht, also sie kann gehen, sie ist schön genug.

Szene Nummer zwei, wiederum zwei Männer, wiederum nicht ganz jung und seriös, sie holen die Assistentin wiederum auf die Bühne, diese kommt ganz leicht bekleidet mit einem Tanga, Mini BH und einem Plastik krokodil. Man versteht nicht ganz warum, aber sie kommt und die Kamera nimmt sie genau so auf, dass man eigentlich nur ihren verlängerten Rücken sieht. Dann bekommt sie im Endeffekt einen Klaps vom Moderator und darf wieder abtreten.

Szene Nummer drei, ein Unterhaltungsprogramm, die Soubrette wieder sehr schön in einem tief dekollierten Kleid bis zum Nabel legt eine Tanzeinlage vor und wirft sich zum Schluss auf den Boden mit weit gegrätschten Beinen und die Kamera fährt wirklich aus der gynäkologischen Perspektive hin.

Das sind drei verschiedene Szenen. Wenn Sie jetzt glauben, dass man die zu nachtschlafender Zeit sieht, haben Sie sich getäuscht, denn das können Sie im italienischen Fernsehen rund um die Uhr sehen. Sie sehen das nicht nur in den Medien Silvio Berlusconis sondern das ist Standard geworden und hat in die öffentlich-rechtlichen Medien Einzug eingehalten.

Wenn man das quantitativ betrachten möchte, kann man sagen: gut, Frauen kommen sehr viel im italienischen Fernsehen vor. Wenn man es sich qualitativ anschaut, dann muss man sagen: Naja, da schneiden wir schlecht ab. Ich muss aber dazu sagen, dass das nicht für Informationssendungen gilt. Die sind aber auch nicht so prägend.

Frauen kommen primär als Aufputz vor, möglichst schön, möglichst stumm und wenn sie tatsächlich etwas sagen, dann bitte nicht zu viel an Gehalt und Inhalt. Schön heißt aber nicht irgendwie schön,

denn es gibt sehr viele wahnsinnig schöne junge und auch weniger junge Frauen in Italien, sondern die müssen dann auch noch künstlich verändert werden. Es gibt eine riesige Anzahl an sehr jungen Frauen die wirklich ein paar mal schon fast zu Tode operiert wurden, wo nichts mehr natürlich ist, die Riesenlippen haben und man kann fast die Eingriffe schon sehen und die Etappen sehen.

Was damit suggeriert wird ist, dass Schönheit, echte oder vermeintliche, ist dass der Körper die eigentliche Währung ist, die man einsetzen soll und die auch eingesetzt wird und ist der eigentliche Zugang zu einer besseren Welt, der Welt des Berufs, des Reichtums, des Anerkanntwerdens, des Erfolges. Ich möchte auch noch zwei Worte zur Entwicklung des Fernsehens sagen:

Wie ist das entstanden?

Denn in den 60er und 70er Jahren gehörte das italienische Fernsehen ganz sicher zu den Besten der Welt. Es hatte einen Bildungsauftrag, der auch wahrgenommen wurde, Italien an sich ist ja ein junger Staat und feiert nächstes Jahr seinen 150. Geburtstag. Das Fernsehen hatte eine wichtige Rolle, alleine darin eine linguistische Einheit zu schaffen, da Italien ja aus vielen Dialekten bestand.

Das Fernsehen war wie gesagt wichtig, nicht umsonst sagten oder sagen die Italiener wenn sie vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen sprachen, von RAI: Mamma RAI.

Das war wie die Mutter. Es gibt auch Feministinnen, die sagen der Mythos der Mamma ist nicht mehr richtig, da das Fernsehen diese Rolle übernommen hat. Das Fernsehen, das zu Hause dominiert, das immer präsent ist und vorgibt, was Sache ist, was in ist. Einer, der diese Zeichen der Zeit sehr gut verstanden hat, mit dem ihm sehr typischen Instinkt, ist Silvio Berlusconi. Er hat bereits 1978 kapiert dass, wenn er etwas werden möchte, wenn er Erfolg haben möchte bzw. Geld machen will, muss er in die Fernsehbranche einsteigen. Er hat einen Fernsehsender erworben und hat dann mit einem legalen Trick ein zweites nationales Fernsehen geschaffen. Er wurde zum unumstrittenen Medienmogul in Italien. Man muss bedenken, damals war Silvio Berlusconi noch kein Medienmogul in Italien. Er hatte kommerzielle Interessen, er wollte verdienen und verkaufen. Er hat sich die Menschen und ihre Bedürfnisse sehr genau angeschaut, das war ein bisschen so wie Brot und Spiele. Er hat neue Programme entwerfen lassen.

Eines hieß „Drive-In“ - ich glaube das erste europaweite Drive-in war in Italien in den 50er Jahren, also in den Jahren des Dolce Vita. Er hat dieses Konzept aufgegriffen, weil es ein Konzept war, das alles bot. Ein bisschen stammtischmäßig, auch ziemlich vulgär, es hat den Menschen unglaublich gefallen. Dort hat er eine Figur eingefügt die es bis dato nicht gab, das waren die „ragazze fastfood“ - also die Fastfood Mädchen. Mädchen, die mussten als Kassiererinnen in diesem Drive-In agieren. Waren tief dekolletiert, kurz geschürzt und mussten als Chor von „Hendln“ auftreten und waren einfach nur da – sie mussten nur physisch präsent sein. Und dann gab es die Figur des unglücklichen Ehemanns, der zu Hause nicht aus noch ein wusste und der dort immer vorbeifuhr und sich an diesen Mädels ergötzte.

Dieses Programm war dann eine Art Archetyp für andere Programme dieser Art. Berlusconi war natürlich schlau und wusste, dass er als Privatmann damals keine Nachrichten senden durfte und das hat er in den 80er Jahren umgangen in dem er gesagt hat, ich mache Satire, ich schaffe mein eigenes Programm. Das gibt es heute immer noch, „Striscia la notizia“ heißt das, wo über ein satirisches Programm Nachrichten gesendet worden sind. Das ging teilweise in sehr tiefe Tiefen, und da wurde



dann eine Frau geboren, die wir mittlerweile alle kennen, auch dank Silvio Berlusconi: „La Velina“.  
Da wurden zwei junge Damen eingeführt, deren Hauptaufgabe war, einfach schön zu sein, und stumm. Wie ein Möbelstück, wie eine Vase, wenn man sich die Antiken Vasen anschaut, so wurden die dann drapiert. So weit so schlecht die Velina. Aber wenn man heute italienische Frauen, Mädchen fragt: was möchtest du werden? Sagt ein Großteil wirklich: Ich möchte eine Velina werden.

„Velina“ ist eben dieses leicht bekleidete Starlett, das keine große Rolle spielt aber vielleicht ausbaufähig ist oder auch nicht, aber man wäre zumindest im Fernsehen drinnen. Ist das so wichtig? Ja, denn es hat gesellschaftspolitische Auswirkungen, die enorm sind. Um zum Fernsehen noch einmal zurück zu kommen, um zu wissen wer schaut sich diese Dinge an? 60% der Konsumenten, die vor dem Fernseher sitzen sind Frauen. Da gibt es eine Art circulus vitiosus, das wird dann weiter gegeben.

Wenn Sie mich fragen, wie es so gekommen ist, denn es gibt immer wieder Leute, die mich fragen: warum ist das so in Italien, das ist doch komisch, es fragen mich auch Männer, nicht dass man glaubt, es fällt nur Frauen auf. Mir fällt es sogar kaum mehr auf, da ich schon so lange in Italien wohne, man wird so berieselt, in jeden Quiz, in jeder Sendung sind halbnackte Mädchen. Ich glaube in Italien ist das einerseits so, weil der Feminismus nie wirklich Platz gegriffen hat, es gab eine Bewegung in den 60er, 70er Jahren und es gibt natürlich auch eine Bewegung heute, aber die wurde nie wirklich gehört, ist auch bei den jungen Mädchen nicht wichtig. Auch natürlich, weil das Fernsehen eine so wichtige Rolle hat. Ich habe zuerst die Zahl, das Jahr 1983 erwähnt, wenn Sie bedenken, da ist eine ganze Generation an Frauen so herangewachsen, wenn man davon ausgeht, dass die vielleicht ein paar Jahre alt waren und heute vielleicht eigene Kinder haben, die sind damit aufgewachsen. Und diese subkutane Geschichte ist wirklich in Fleisch und Blut übergegangen. Diese sozialpolitische Veränderung ist meiner Meinung nach das Schlimmste, was Silvio Berlusconi getan hat. Wir sprechen viel über seine Delikte, Mafia ja oder nein, aber diese schleichende Veränderung ist eigentlich das Schlimmste, was Silvio Berlusconi gemacht hat, eben weil sie schleichend ist. Wenn ich mit Italienerinnen spreche, denn natürlich gibt es auch welche, die sich darüber aufregen, die sind dann oft sehr resigniert und sagen: da braucht es eine neue Generation, so schnell kann sich daran nichts ändern.

Wenn ich mit jungen Frauen spreche, merke ich dass die meisten das überhaupt nicht verstehen. Sie sind in diesem Weltbild aufgewachsen, sie merken nicht, was daran eigentlich schlecht sein soll, dass ich eigentlich nur schön zu sein habe und mein oberstes Ziel ist, einen reichen Mann zu bekommen.

## 10 Newsflashes

Mag.<sup>a</sup> Michaela Gründler: „Straßenzeitungen – die anderen Boulevard Zeitungen“

Dr.<sup>in</sup> Susanne Barta: „Alpenrosen“ Jahresschrift für Frauenkultur, Südtirol

Dr. Loukas Balafoutas: Studie „Die Wirkung von Quotenregelungen“

### Mag.<sup>a</sup> Michaela Gründler: „Straßenzeitungen – die anderen Boulevard Zeitungen“

Mein Mini-Team besteht aus 2,1 Vollzeitkräften. Wenn Sie das Wort Straßenzeitung hören, welches Bild entsteht in Ihrem Kopf? Entsteht in Ihrem Kopf das Bild eines selbstgebastelten Obdachlosenblattes, das von sozial benachteiligten Menschen selbst gestaltet wird, das Sie bestenfalls aus Mitleid kaufen würden, oder denken Sie: gutes, klassisches Medium, die haben authentischen Journalismus, die machen gute Geschichten, die man wo anders nicht lesen kann? Ich habe quasi einen Doppeleffekt, ich unterstütze einen Menschen in Not und gleichzeitig lese ich gute Geschichten. Welches Bild haben Sie sofort in Ihrem Kopf? Was ist eine Straßenzeitung?

Derzeit feiern zwei österreichische Straßenzeitungen ihr 15jähriges Jubiläum, die WienerInnen werden den Augustin kennen, der ist jetzt 15 geworden und die GrazerInnen kennen das Megaphon, das ist auch heuer 15 geworden. In Österreich gibt es sechs Straßenzeitungen. In Linz die „Kupfermuckn“, in Wiener Neustadt das „Eibisch-Zuckerl“, den „Zwanzger“ in Innsbruck und das „Apropos“ eben in Salzburg. Sie bilden Hilfe zur Selbsthilfe, sind soziale Medienprojekte. Die VerkäuferInnen, die bei uns sind, sind unterschiedliche Menschen, wenn man es kurz fasst: Menschen in Not. Obdachlose, Langzeitarbeitslose, MigrantInnen. Und eigentlich sind sie Asylwerberinnen und Asylwerber. Denn StraßenverkäuferInnen kaufen um den halben Preis die Zeitung und verkaufen sie um den doppelten Preis. Österreich hat eine enorme Dichte an Straßenzeitungen. Im internationalen Vergleich gibt es 140 aus 40 Ländern. Aus Malawi, Russland, die jüngste aus Südkorea, Indien, Japan... Es gibt sie weltweit, denn obwohl sie dasselbe Ziel haben, ticken sie sehr unterschiedlich. Es gibt eben das selbst gebastelte Obdachlosenblatt das von Ehrenamtlichen erstellt wird und vielleicht nur alle Monate herauskommt. Es gibt aber eine ganze Bandbreite an Straßenzeitungen, die von JournalistInnen herausgebracht werden, die eine ganze Bandbreite an PR, Marketing etc. haben. Es gibt Straßenzeitungen, die sind politisch angelegt, sowie der Augustin in Wien, es gibt Straßenzeitungen wie die „Big Issue“ in London, die mit Popstars und Lifestyle aufwarten, um den VerkäuferInnen zu ermöglichen, ein Einkommen zu verdienen.

Eine Studie einer australischen Straßenzeitung hat ergeben, dass Straßenzeitungen die glaubwürdigsten Zeitungen sind. Nicht umsonst wird der Augustin vom Publizisten Fritz Hausjell als „das soziale Gewissen der Stadt“ bezeichnet. Und genau für diese Glaubwürdigkeit wurden meine Kollegin und ich im letzten Jahr mit dem René-Marcic Preis ausgezeichnet. Ein Preis, für den man sich nicht bewerben kann, sondern den man verliehen bekommt. Ich zitiere aus der Jury Begründung: *„Sie betreiben einen glaubwürdigen Journalismus nach einer Leitlinie die einst für die BBC entwickelt wurde: Public Service.“* Wir bekamen ihn als erstes alternatives Medium in Salzburg verliehen. Ich erwähne ihn deshalb, um klar zu machen, dass Straßenzeitungen in der Öffentlichkeit mittlerweile ein sehr gutes Standing genießen. Zumindest bei jenen, die sie kennen und lesen. Gerade am Anfang wurden sie oft belächelt, aber erfreulicherweise wird immer mehr geschätzt, dass sie Dinge anders

sehen und einen zweiten Blick darauf werfen. Die wenigsten betreiben hier einen „Jammerjournalismus“, die meisten StraßenzeitungsmacherInnen, die ich kenne, sind nicht unkritisch aber hoffnungsvermittelnd. Bei der letzten Straßenzeitungskonferenz die in Melbourne war, hat dann jemand festgestellt, dass wir eigentlich das weltweit größte Sozialunternehmen sind - wenn man nämlich alle MitarbeiterInnen miteinbezieht, aber auch die LeserInnen. Sie können sich gerne unter [www.street-papers.org](http://www.street-papers.org) über die Vielfalt von Straßenzeitungen informieren.

Vorgestern war der Weltarmutstag. Heuer haben sich die Straßenzeitungen entschlossen, dass sie als gemeinsame Stimme auftreten. Sehr viele Zeitungen haben dieses Sujet abgedruckt: „Jeden Tag helfen 114 Straßenzeitungen Menschen, den Weg aus der Armut zu finden und bis heute haben Dank der Millionen LeserInnen wie Sie 200.000 Verkäufel in 40 Ländern genug verdient.“

Für die Jungjournalistinnen unter Ihnen: Straßenzeitungen als Sprungbrett: Man kann bei uns Praktika machen und sich so einen Namen erschreiben, da wir jungen Menschen die Möglichkeit bieten, größere Artikel zu schreiben.

Aber auch gerne geschätzte KollegInnen aus dem Tageszeitungsbereich schreiben bei uns, weil sie Artikel schreiben können, die sie interessieren und auch in einer Länge, wie es ihnen sonst nicht möglich ist. Straßenzeitungen lassen sich als Medium nicht fassen, sie leben von ihrer Vielfalt. Aber genau das macht sie so besonders.

**Dr.<sup>in</sup> Susanne Barta: „Alpenrosen“ Jahresschrift für Frauenkultur, Südtirol**

Die Zeitschrift erscheint immer um den 8. März und porträtiert werden in jeder Ausgabe 8 Kulturfrauen aus den unterschiedlichsten Disziplinen. Architektinnen, Künstlerinnen, Schauspielerinnen, es geht aber auch in die Volkskultur hinein. Es ist also ein bunter Reigen, es wird weder der ländliche noch der urbane Kontext vergessen. Es sind Südtirolerinnen die in Südtirol arbeiten, aber auch Ausländerinnen die in Südtirol arbeiten sowie Südtirolerinnen, die im Ausland arbeiten. Die Alpenrose bietet jungen Künstlerinnen die Möglichkeit, das Cover zu gestalten, eine junge Fotografin porträtiert die Künstlerinnen. Es sind zeitgenössische Lebensentwürfe, zeitgenössische Lebensgefühle, auch aus sehr unterschiedlichen Bereichen, die Frauen sichtbar machen sollen. Sie zeigen Frauen in ihrem Arbeitskontext, um auch zu zeigen, dass sie ihren eigenen Weg gehen, Frauen die ein bisschen aus der Reihe tanzen. Und das ist sehr wichtig, gerade in Südtirol, das zu traditionellen Lebensentwürfen neigt.

Einige der Frauen kennen sie ja, Lydia Ninz hat letztes Jahr für uns geschrieben, Isolde von Mersi ebenso. Denn parallel zu diesen Portraits gibt es auch immer zwei Texte, essayistisch aber auch literarisch. Esther Mitterstieler wird nächstes Jahr etwas für uns schreiben. Einige Frauen kennen sie auch, Tizza Covi zum Beispiel, die Filmemacherin, die nun auf der Shortlist für den Oscar mit ihrem Film „La Pivellina“ nominiert wurde. Gerti Drassl, die Schauspielerin, Sabine Folie, die die Generali Foundation leitet oder Linda Wolfgruber, die Illustratorin oder die Autorin Sabine Gruber. Es geht darum, Identifikationsfiguren zu zeigen, Vorbilder zu schaffen und einfach jungen Frauen Lust zu machen, vielleicht auch einen anderen Weg zu gehen.

**Dr. Loukas Balafoutas: Studie „Die Wirkung von Quotenregelungen“**

Ich werde eine kurze Zusammenfassung einer Studie, die wir in an der Universität Innsbruck durchgeführt haben, präsentieren. Es ist eine Tatsache, dass das Gender-Gleichgewicht auf dem Arbeitsmarkt nicht gerade sehr ausgeprägt ist, Frauen sind in vielerlei Hinsicht benachteiligt, was Löhne und Aufstiegschancen beispielsweise betrifft. Es gibt Erklärungen dafür, wie z.B. Diskriminierung oder unterschiedliche Präferenzen, was die Familie betrifft.

Was uns interessiert ist, ob es eine weitere Erklärung sein könnte, dass sich Männer und Frauen anders verhalten, um am Wettbewerb teilzunehmen. Mit anderen Worten, ob die Frauen wettbewerbscheu sind. Verschiedene Studien haben gezeigt dass dies der Fall war und wir haben herausgefunden, dass, wenn Männer und Frauen zwischen einer kompetitiven Situation und einer nicht-kompetitiven Situation wählen können, sich ungefähr halb so viele Frauen wie Männer für den Wettbewerb entscheiden. Das ist natürlich sehr wichtig, da man keinen Job bekommt, wenn man sich nicht bewirbt. Ich kann zwar nur für den akademischen Bereich sprechen, aber ich nehme an, für Journalistinnen ist das auch relevant.

Hier kommt die Politik ins Spiel. Was wir untersucht haben sind Maßnahmen, die für die Förderung von Frauen im Wettbewerb stehen könnten.

Konkret haben wir 4 Maßnahmen untersucht und zwar in zwei Dimensionen:

1. Wie effektiv sind diese Maßnahmen um die Frauen zum Wettbewerb zu bringen?
2. Die Effizienz.

Denn, wenn man die Regeln des Spiels ändert, kann es sein, dass die Gewinner mehr oder weniger qualifiziert sind.

Weiters: Was passiert nach dem Wettbewerb? Intuitiv haben wir uns gedacht, dass wenn es Maßnahmen gibt, die Frauen helfen, kann es zu einer nicht so guten Zusammenarbeit im Team kommen. z.B. weil die Männer denken, dass es nicht fair ist und sie reagieren, indem sie nicht mehr effizient arbeiten.

Zuerst haben wir eine Situation ohne Maßnahmen, das nennen wir das „Control“. Wir haben die Quotenregelungen betrachtet, also dass ein gewisser Anteil von Frauen repräsentiert werden muss. In dieser Studie waren es 50%. Wenn es keine Frau unter den Siegern des Wettbewerbs gibt, wird der Wettbewerb wiederholt und wir haben diese Startvorteile – Präferenz und Treatment. Wenn zwei Kandidaten gleich qualifiziert sind, wird die Frau genommen.

Es geht bei uns um ein Labor-Experiment mit StudentInnen der Universität Innsbruck.

Die Aufgabe war es, Additionen zu lösen und es ging um zwei wichtige Bestandteile des Experiments, zuerst mussten sie entscheiden ob sie lieber individuell bezahlt werden, oder ob sie innerhalb von einer Sechsergruppe konkurrieren. In dem Fall würden sie viel verdienen, wenn sie gewinnen, oder nichts wenn sie verlieren. Und auch nach dem Wettbewerb haben wir dieses Sechsergruppen zusammenarbeiten lassen und sie mussten so viel wie möglich produzieren. Wir wollten sehen, was passiert *nach* dem Wettbewerb?

Zu den Ergebnissen: Sind Maßnahmen effektiv? Die Antwort ist ja.

Ohne Maßnahmen hat sich allerdings nur ein Drittel der Frauen für den Wettbewerb entschieden und ungefähr 70% der Männer. Das ist ein riesiger Unterschied, vor allem, weil die Männer nicht besser waren, also es gab keine Leistungsunterschiede.

**Aber Sie sehen, wenn man eine Quotenregelung hat, wählen mehr als die Hälfte der Frauen den Wettbewerb und wir haben mehr Gleichgewicht auf dem Arbeitsmarkt.**

Gibt es Selektionskosten? Bekommen dann sehr gute, qualifizierte Männer den Job nicht, da es zu dieser Selektion kam? Nein, das ist auch nicht der Fall. Hier sehen Sie Leistung der zwei Sieger, und Sie sehen die Leistung ist immer höher als im Control.

Was mich am meisten interessiert hatte, war: Was wird nach dem Wettbewerb passieren? Werden die Männer enttäuscht sein und nichts mehr für die Gruppe tun? Das Ergebnis hat mich am meisten überrascht. Die Produktivität der Mannschaft nach dem Turnier ist ebenso höher! Auch hier haben wir Effizienzerhöhungen von 5 – 10%. Was ist mit den Männern, die glaubten, sie hätten gewonnen ohne diese Maßnahmen? Wir haben das gemessen und festgestellt dass die Effizienzerhöhung von genau diesen Männern kommt. Sie haben umgekehrt reagiert, vielleicht, weil sie etwas beweisen wollten oder weil sie Geld gebraucht haben.

Die Ergebnisse: Wir haben 4 verschiedene Maßnahmen für Frauen im Wettbewerb evaluiert, 4 Maßnahmen die man in der „normalen“ Welt oft betrachtet. Die Wiederholung des Turniers, Quotenregelung, Präferenz-Behandlung und Startvorteil für Frauen und wir haben befunden, dass alle Maßnahmen stark einwirken auf die Entscheidungen der Frauen. Zudem haben wir befunden, dass die hohe Belastungsmöglichkeit von Frauen dazu führt, dass das Turnier interessant bleibt. Es gibt keine Selektions-Kosten, am Ende stelle ich die Leute an, die die Besten sind. Die Mannschaft, die durch dieses Turnier entstanden ist, arbeitet besser. Man kann also ein größeres Gleichgewicht am Arbeitsmarkt erzielen und höhere Effizienz.

### **11 Podiumsdiskussion: Bilanz, Tipps und Ausblick**

Veronika Canaval – in Pension, ehemals Ressortleiterin Wirtschaft der Salzburger Nachrichten

Dr.<sup>in</sup> Monika Lindner – Geschäftsführerin EPA Media, davor ORF Generaldirektorin

Dr.<sup>in</sup> Anneliese Rohrer – FH Journalismus, davor Leiterin Innen/Außenpolitik Die Presse

Dr.<sup>in</sup> Susanne Scholl - Autorin bei News und Salzburger Nachrichten, davor Auslandskorrespondentin ORF Moskau

Moderatorin: Eva Weissenberger, Wiener Büro der Kleinen Zeitung

Eva Weissenberger: Was ist das Geheimnis Ihres Erfolges?

Veronika Canaval: Ich denke, es gibt keines. Zumindest bei mir nicht. Gut, ein Motto vielleicht: Nie aufgeben. Alles andere ergibt sich, und wenn man Chancen bekommt, sollte man sie wahrnehmen, nicht zögern. Mir ist das Geheimnis des Erfolges ein solches geblieben.

Eva Weissenberger: Wie kommt man zu Chancen? Wie sind Sie zu solchen gekommen?

Monika Lindner: Also, ich kann eines sagen: Der Beginn meiner beruflichen Laufbahn war geprägt von Klinkenputzen und Jobsuchen. Und irgendwann gelingt es dir, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein. Du bekommst eine Chance, die du wahrnehmen musst. Ich habe als Assistentin eines berühmten Fernsehjournalisten begonnen, der Hellmuth Andics, dort habe ich einmal fünf Jahre gedient. Und nach fünf Jahren hab ich mir gesagt, ich glaube, ich kann das jetzt auch und bin wieder Klinkenputzen gegangen zum ORF, weil eine andere Möglichkeit hat es nicht gegeben. Von Interventionen oder Empfehlungen war eine einzige, mein Chef, der mich ausgebildet hat, der mir eine Türe geöffnet hat.

Eva Weissenberger: Und später, weiter oben, ist es dann auch im richtigen Moment ja sagen?

Monika Lindner: Es geht bis zu einem gewissen Punkt hat, man es mehr oder weniger selber in der Hand. Niemand muss glauben, dass nicht auch mein Weg von einer Menge Rückschläge gezeichnet war. Bei meinem letzten Karrieresprung hat's halt gerade gepasst. Ich kann dazu sagen, ich persönlich habe nicht viel dazu beigetragen außer zu sagen: ja. Ich hab mir das nicht vorgenommen – ich bin als kleine freie Mitarbeiterin, die keinen Menschen gekannt hat und in Wien auch kein Netzwerk hatte, da hinein und bin von einer Tür zur anderen und habe mir Abfahren geholt. Irgendeiner hat dann gesagt: o.k. Und dann bin ich ein bisschen in diese Redaktion hinein gerutscht und bin nach dreißig Jahren als Generaldirektorin hinausgegangen. Das war ein schöner Weg, aber nicht geplant. Ich habe immer das, was man mir gebracht hat, das was man mir zugemutet hat, mit vollem Einsatz gemacht. Natürlich hab ich da oder dort mich auch beworben, aber das ist nie was geworden. Und dann hab ich mir gedacht, gut, dann nicht, das was ich aktuell mache, macht mir auch viel Freude, also ist nichts Schlimmeres passiert. Und in den absoluten Höhen, dass man dann eine Figur von Interesse werden kann, ist eh klar, und bei mir muss ich auch sagen: Die Politik hat's

gegeben, die Politik hat's genommen. In meinem Leben war ich nicht unglücklich, dass es mit der Wiederwahl nicht geklappt hat. Es war toll!

Eva Weissenberger: Was raten Sie jungen Kolleginnen? Wie bekommt man einen Fuß in die Tür?

Susanne Scholl: Ich denke mir, das Entscheidende ist eine solide Ausbildung, und zwar nicht nur ein Journalismus-Lehrgang sondern eine konkrete, spezifische Ausbildung. Sei es Geschichte, sei es Sprachen, Politikwissenschaften - und vor allem wissen, was man tun will. Und dann kann man es nur probieren. Was wichtig ist, ist, dass es im Vergleich zu dem als wir angefangen haben, eine ganze Reihe neuer Medien gibt, die glaube ich schon ganz tolle Möglichkeiten eröffnen. Internet ist nicht nur ein Fluch, sondern man hat auch die Möglichkeit zu lernen, zu tun, den berühmten Fuß in die Tür zu bekommen. Was glaube ich immer schwieriger wird, ist die traditionelle Karriere, also ich bin eine große Anhängerin dessen, dass man, wenn man JournalistIn werden will, zuerst bei der Presseagentur anfängt, weil man dort wirklich schnell lernt und man lernt präzise zu arbeiten. Das ist schon das Allerwichtigste. Aber wie gesagt, vielleicht ist das heute mit Internet anders. Ich glaube, dass man vieles in der Journalismus Ausbildung lernen kann, aber lange nicht alles. Den großen Rest muss man beim Arbeiten lernen. Heute ist es so, dass man dort, wo es Möglichkeiten gibt relativ einfach anzufangen, das nutzen muss und dann weiter schauen muss. Was das Fernsehen betrifft, ist das sowieso in einem ziemlichen Umbruch, da traue ich mich keine Tipps zu geben. So wie wir das gekannt haben als Fernsehjournalisten, ich glaube das hört sich auf. Es beginnt, dass die Leute beginnen, mit kleinen Kameras ganz alleine unterwegs sind, selber drehen, schneiden, texten. Es gibt über Youtube die Möglichkeit, fertige Geschichten ins Netz zu stellen und da einzugreifen, ich glaube dass sich da viel verändert hat. Man muss die Augen und die Ohren offen halten und schauen, welche Türen und Fenster sich öffnen und dann springen, so flexibel sein und dann springen.

Eva Weissenberger: Sie haben schon einige Jahrgänge an Jung-JournalistInnen ausgebildet von denen auch schon viele Jobs gefunden haben. Wenn man sich die anschaut, wie weit haben sie es geschafft, wie haben sie es gemacht?

Anneliese Rohrer: Zum ersten möchte ich einwerfen, dass es mich erstaunt hat, ich würde sagen es sind an die 240 junge KollegInnen an mir vorübergezogen und wenn ich mich richtig erinnere, gab es eine einzige, die auf die Frage „Was wollen Sie denn eigentlich werden““ gesagt hat: Ich will Chefredakteurin von der Financial Times werden. Eine Einzige. Die ist noch in Ausbildung. Das fand ich sehr bezeichnend. Der Blick ist nicht wirklich nach oben gerichtet und der Griff nach den Sternen ist nicht sehr populär. Das zweite was ich einwerfen möchte, ist ein erschütterndes Erlebnis vor einiger Zeit mit einer jungen Kollegin, und die hat gedacht, diese Zeiten sind vorbei, eine sehr begabte junge Kollegin, die alle Medien nützt und sehr gut schreibt und die hat sich bei mir beklagt, dass sie nach einem schreiberischen Erfolg dann plötzlich gehört hat, und zwar nicht von den Kollegen sondern von den Kolleginnen: Naja du konntest das dort nur platzieren weil du mit XY geschlafen hast. Und da blieb mir die Luft weg. Denn abgeklärt wie wir sind und die Frage nach den Geheimnissen unseres

Erfolges nicht beantwortend, habe ich wirklich gedacht, diese Zeit ist einfach vorbei. Es war mir schon im Laufe der Jahrzehnte bewusst, dass Frauenförderung eine Chimäre ist, dass Frauen mit Sicherheit Frauen nicht fördern, das ist auch o.k., nur habe ich gedacht diese Art von mangelnder Frauensolidarität in unserem Bereich ist vergangen. Und hier ist eine junge Frau mit 25 die zu mir sagt was soll ich jetzt machen? Dann habe ich gesagt, einfach nicht darum kümmern, nicht hinhören, völlig wurscht – eine Frau kann ein Verhältnis, dass sie nicht hat, nicht beweisen. Sie kann es nicht beweisen, dass sie es nicht hat. Das hat die letzten 20 Jahre so gegolten und das gilt auch heute. „Kümmern Sie sich nicht darum“. Das ist zwar leicht gesagt und es schmerzt, wenn diese Verdächtigungen von den Kolleginnen kommen, ich finde das ganz schlimm und darüber sollten wir alle nachdenken, warum das noch immer so ist. Aber der Rat den ich ihr gegeben habe ist: Man darf sich nicht kümmern, man muss unbeeindruckt sein. Und das ganze ist auch heute noch eine Übung in Abwerfen und Einschüchterung.

Man muss sich immer gegen Einschüchterungen wehren. Das ist zwar in der Männerwelt nicht anders, aber mit anderen Mitteln. Man darf sich von nichts einschüchtern lassen, auch nicht von Chefredakteuren, die sagen, man darf einer Frau keine Führungsposition zutrauen, weil sie muss zum Kind. Da hat sich viel geändert, weil es müssen jetzt auch Männer zum Kind. Wie ich gehört habe, werden Sitzungen abgesagt weil die Chefredakteure und Ressortleiter Baby-Verpflichtungen haben. Ich finde das hervorragend. Das wird sich dann irgendwie ausgleichen, diese Art von Einschüchterungen werden aufhören. Es geht also darum, dass man sich dagegen wehrt. Stur und mit Leidenschaft weitermachen, und wenn die Türen nicht aufgehen, andere suchen.

Eva Weissenberger: Frau Canaval, Sie haben selbst zwei Kinder, haben Sie spezielle Karrieretipps für Journalistinnen, die auch Mütter sind?

Veronika Canaval: Ich glaube ich sitze u.a. auch deshalb als einzige Vertreterin einer Bundesländerzeitung hier, weil ich glaube, dass ich die erste Frau bei einer Tageszeitung war, die Teilzeit gearbeitet hat vor 20 Jahren, das war bei der Kronenzeitung. Und das war damals bei Wirtschaftsmagazin nur deshalb möglich, weil es nur einmal die Woche erschienen ist und ich, was ja heute undenkbar ist, von 9-14 Uhr gearbeitet habe dort und am Nachmittag bin ich zu meinen Kindern gegangen. Interessanterweise kam der Vorschlag vom Dr. Wailand, bei meinen Kollegen war es schwerer durchsetzbar, da hieß es: „Die mir ihren Kindern! Wenn wir zu arbeiten anfangen, geht sie nach Hause.“ Aber er ist immer hinter mir gestanden. Man sagt Journalismus sei ein familienfeindlicher Beruf, das stimmt natürlich von den Arbeitszeiten, trotzdem glaube ich, hat sich in den letzten 30, 40 Jahren viel verändert. Mittlerweile haben wir, glaube ich 8 oder 9 junge Mütter die arbeiten, nicht alle Teilzeit. Die Pflicht, Leute, die aus der Karenz kommen, Teilzeit zu beschäftigen, hat einen großen Sprung gebracht und hat die Verwaltung gezwungen, neue Arbeitszeitmodelle für diese Frauen zu finden. Sie hat den Beweis erbracht, dass es möglich ist, auch an drei oder vier Tagen die Woche wirklich gute Arbeit zu leisten und dass eine Teilzeitkraft sich mit einer anderen einen Arbeitsplatz teilen kann und das reibungslos funktioniert. Die Frau Rohrer hat gesagt, dass man aus einem Teilzeitjob niemals eine große Karriere machen wird, das stimmt natürlich. Es wird niemals



eine Teilzeitchefredakteurin oder Teilzeitressortchefin geben. Trotzdem halte ich die Möglichkeit für extrem wichtig, dass man in der Redaktion bleibt, weil man in den Strukturen drinnen bleibt und weiß, was läuft und irgendwann einmal sind die Kinderbetreuungspflichten vorbei, geht das Kind in die Schule, hat man andere Möglichkeiten, das Kind betreuen zu lassen und man kann wieder Vollzeit einsteigen in den Job. Man tut sich wesentlich leichter als nach einer Pause von 3 oder 4 Jahren.

Eva Weissenberger: Gut, man ist also drinnen, bekommt ein Kind oder auch nicht, aber man hängt so auf der mittleren Karriereleiter umher. Was würden Sie jetzt raten?

Monika Lindner: Naja wir haben uns schon vor vielen Jahren, in der Anfangszeit des Kongresses, da war eines der ersten Themen das Netzwerk, das man sich aufbauen soll, das man bilden soll. Wir hatten zwar damals noch kein Netzwerk. In einer entscheidenden Phase meiner Berufslaufbahn mit dem Gerhard Zeiler „am Anfang bin i immer nur bei die Roten was wordn“. Ich habe immer als bürgerliches Subjekt gegolten und habe auch nie einen Hehl daraus gemacht und habe dann aber Unterstützung von einer Richtung bekommen, von der ich nicht damit gerechnet habe. In diesem Fall, wo es darum gegangen ist, Landesintendantin in Niederösterreich zu werden hat das Netzwerk geholfen. Das Netzwerk hat damals geheißen: Maria Rauch-Kallat, auch ein Netzwerk weiblicher Solidarität. Die damals zum damaligen Landeshauptmann von Niederösterreich gesagt hat, denn er hat gemeint: Die brauch ich nicht, das ist eine Bauersfrau, die macht was sie will, ist die Maria hingegangen und hat gesagt: Du kennst sie ja nicht einmal, vielleicht magst du sie wenigstens einmal kennen lernen. Dann ist es gelungen, eine bereits entschiedene Besetzung rückgängig zu machen. Und der Landeshauptmann hat damals gesagt: eigentlich ist es eine riesige Intrige, die gegen diese Frau gelaufen ist. Netzwerk! Netzwerk ist ein wesentlicher Punkt. Das zweite ist, man soll auch Hilfe von außen annehmen. Das war auch damals in der Phase, ich habe mir gedacht, ich bin ja doch immer wieder einmal vor Chancen gestanden und dann hat es komischerweise nie geklappt. Und dann habe ich mir gedacht, also ich kann mich ja nicht hinsetzen und mir sagen: Nie habe ich ein Glück, alleweil geht es daneben. Es muss an mir liegen, möglicherweise mache ich irgendwelche Fehler. Ich bin dann gegangen und habe ein Coaching in Anspruch genommen von einer Frau, von der ich sehr viel halte. Das ist die Christine Bauer-Jelinek. Ich habe diese Chance und ich habe Sorge, dass ich das wieder verbocke, im falschen Moment das Falsche sage oder ähnliches. Und die hat damals zu mir gesagt: Schauen Sie, da kommen zu mir die Frauen, die erfolgreich sind im Beruf und bis zu einem gewissen Grad ausgepowert sind und nicht mehr weiterkommen, denen pflege ich zu sagen: Männer werden anders sozialisiert, sie verwenden eine Großteil ihrer Zeit, um Netzwerke zu bilden und der kleinere Teil der Zeit wird in die Sacharbeit investiert, sie hat damals gemeint 80 zu 20%. Und bei den Frauen ist es umgekehrt? Nein, sagt sie, ist nicht umgekehrt, die bringen 100% in die Sacharbeit ein. Es ist oft so, dass Chefitäten sagen, die macht das so gut, was mach ich denn ohne die. Nein, die muss da bleiben, weil was mach ich denn sonst. Dieses unentbehrlich werden ist oft ein Hemmschuh. Wie der beste Weg ist, weiß ich nicht, aber im Netzwerk muss man vermutlich auch klar machen können, dass man weiter kommen will. Es ist auch die Frage, was man will. Ich habe dann begonnen, Managementaufgaben zu übernehmen.

Eva Weissenberger: War das damals ein Angebot mit Niederösterreich oder wer ist da zu wem gegangen?

Monika Lindner: Ich bin zu niemanden gegangen, der Zeiler ist zu mir her, ich war ja damals Willkommen Österreich Chefin und hat mich gefragt ob ich nach Niederösterreich will. Wollen habe ich es sowieso, aber ich habe es mir nicht vorstellen können. Nur man wollte mich nicht, wie aus schon genannten Gründen.

Eva Weissenberger: Und dann haben Sie gedacht, jetzt will ich's schon, jetzt strebe ich es auch aktiv an?

Monika Lindner: Ja, weil ich bin dann ja auch vom Landeshauptmann gefragt worden. Und ich wollte das dann, und man hat mir dann alles mögliche in Aussicht gestellt, aber ich habe das nicht gemacht. Wenn Sie mich ein Jahr vorher gefragt hätten, ob ich als Frau in ein doch recht konservatives Land wie Niederösterreich gehen kann, hätte ich gesagt Sie haben einen Vogel.

Eva Weissenberger: Frau Dr. Rohrer, wie war das bei Ihnen? Hat der Chefredakteur gefragt, wollen Sie das machen?

Anneliese Rohrer: Nein, ich denke man sollte schon planen, wo man hin will. Deshalb erschüttert mich das so, dass die jungen Kolleginnen so wenig Vorstellungen haben. Ich finde man muss zumindest wissen, wo man hin will, es kann sein, dass man dann im Laufe der Zeit ganz andere Stärken an sich entdeckt als die, die man ursprünglich geglaubt hat zu haben und dann muss man sich umstellen. Aber man muss zumindest wissen, wo man hin will. In meiner Generation war es so, du bist gefragt worden oder nicht. Und wenn ich heute z.B., was ja wahrscheinlich eh bei den meisten so ist, denn die ganz jungen Kolleginnen sind wahrscheinlich auf der Straße demonstrieren und nicht hier, hoffentlich, ist ja ohnehin bekannt, wie das gelaufen ist. Der Unterberger und ich wurden gefragt, dass wir uns bewerben sollten für die Chefredaktion und ich habe das getan mit einem Konzept usw. Und weil die Frau Dr.<sup>in</sup> Lindner gemeint hat, man kann auch das Falsche zum falschen Zeitpunkt sagen, ich würde das heute nicht mehr so machen, ich habe gesagt o.k., die kennen mich seit 20 Jahren und hier ist mein Konzept. Und im Übrigen habe ich jedem gesagt, der es nicht hören wollte bevor der katholische Verein Styria eine Frau zur Chefredakteurin macht, werden die sich alle auf offener Bühne entmannen. Das würde ich sagen, war nicht das Gescheiteste. Das würde ich nicht mehr machen. Was wirklich nicht gut war, ich habe mir gedacht: Na die kennen mich, hier ist mein Konzept, hier sind meine Vorstellungen und ich habe nichts getan. Ich habe niemanden angerufen, ich habe niemand gebeten ob ich ihn treffen kann. Nichts habe ich gemacht. Hinterher habe ich gehört dass der wirkliche Zugang gewesen wäre, solche Dossiers zu verschicken an jeden Einzelnen und zu sagen: Das habe ich gemacht. Also das war sicher ein Fehler. Und das Netzwerk von dem die Frau Dr. Lindner gesprochen hat, die, die hier immer wieder kommen wissen wie ich denke, nämlich null über Frauensolidarität,

worüber wir auch schon rege Diskussionen hatten, davon halte ich nichts aber vom Networking sehr viel, generell und dann das aktiv einzuschätzen. Man muss etwas dafür tun und es wirklich wollen. Das Gute, was mir jetzt wirklich Hoffnung macht ist, dass dieselben Dinge, die gegen Frauenkarrieren gesprochen haben jetzt auch gegen Männerkarrieren sprechen. Es kann kein Chefredakteur mehr sagen: „Und wollen Sie eine Familie gründen?“ Jeder junge Kollege muss das heute genauso gefragt werden. Das sind nicht mehr die Punkte, also könnte man hier gleichziehen und es nicht mehr als reine männliche Angelegenheit sehen. Um mich wieder unpopulär zu machen, ich glaube die einzigen die uns behindern, also mich ja nicht mehr aber die jungen Kolleginnen behindern könnten, sind die Frauen selbst.

Eva Weissenberger: Wieso?

Anneliese Rohrer: Weil da zu wenige Leute, ich rede mich gleich wieder in einen Wirbel, obwohl ich ganz gelassen sein wollte heute, man muss sich da selbst beobachten, ich sehe es ja an den Jungen. Es ist ein Konkurrenzgehebe, ein Gefallen wollen, eine Eifersucht, ein Rittern um die Aufmerksamkeit der Männer – das müsste man alles abstellen. Aber das kann man nur, wenn man sich selber beobachtet.

Eva Weissenberger: Also ich muss sagen, ich bin noch nie von Frauen behindert worden, nur von Männern, aber vielleicht bin ich ja auch nicht schlau genug es zu bemerken.

Anneliese Rohrer: Nicht böse sein, aber Sie haben in dem katholischen Verein der Kleinen Zeitung nicht wahnsinnig viele Frauen, die Sie behindern könnten...

Eva Weissenberger: Gut, es gibt keine Konkurrenz, das könnte man auch sagen. Man muss sich Hilfe von außen holen, beim ORF spielt die Rolle der Politik eine andere Rolle, wie ist das bei den Printmedien?

Veronika Canaval: Ich bin ein schlechtes Beispiel, weil ich noch aus der Generation der Einzelkämpferinnen stamme. Natürlich muss man Verbündete haben, die einem zeigen, wo Karriere-möglichkeiten bestehen und die einen unterstützen. In meinem konkreten Fall war das so, wie ich zu den Salzburger Nachrichten gekommen bin war ich 40 Jahre alt, in die Wirtschaftsredaktion, es war absehbar dass mein Chef irgendwann in Pension geht, das ist dann viel schneller gegangen als ich geplant hatte, weil er plötzlich gestorben ist am letzten Urlaubstag. Ich glaube das ist auch wichtig, man darf dann, wenn man eine gewisse Position haben will, auch riskieren es zu machen. Und sich unbeliebt zu machen. Ich kann nicht zu allen immer lieb sein, dann werde ich nix.

Eva Weissenberger: Frau Scholl, wie sind Sie nach Moskau gekommen?

Susanne Scholl: Ich war schon in Moskau und es hat sich die Frage gestellt, nachdem der Christian

Schüller zurück nach Wien gegangen ist, wer wird Bürochef in Moskau und es wurden alle möglichen Männer gehandelt. Die schon einmal in Moskau waren aber zu dem Zeitpunkt nicht. Ich habe mich damals wahnsinnig geärgert und habe E-Mails geschickt an die beiden Intendanten von Hörfunk und Fernsehen und habe gesagt: Ich *bin* in Moskau und würde das gerne machen. Und die Antwort, die ich bekommen haben war: Aha, an Sie haben wir ja gar nicht gedacht! Und ich war aber damals schon zwei Jahre in Moskau, und habe mit dem Christian Schüller das Ende der Sowjetunion etc. gecouvert, also es war schon bekannt, dass ich dort war. Aber als Frau stand ich erst gar nicht zur Debatte. Ich bin es dann geworden, weil ich auch gesagt habe: Freunde, Ihr schaut's aber nicht gut aus wenn Ihr mich übergeht's. Ich glaube man muss sehr genau wissen, was man will und was man nicht will. Viele Frauen glauben, dass man eine wirkliche Karriere mit Kindern nicht verbinden kann. Ich als alleinerziehende Frau mit Zwillingen, was an sich schon genug ist, und ich kann sagen, es geht. Was man allerdings wissen muss, ist das man sich entsprechende Hilfe bei der Kinderbetreuung holen muss, was in Österreich ein wirkliches Problem ist. Ende der DDR in Bonn und in Moskau habe ich nur so arbeiten und covern können, weil ich ein Gehalt an eine Frau gezahlt habe, die meine Kinder hervorragend betreut hat. Das muss jedem bewusst sein. Aber es geht natürlich, und im Nachhinein sind meine Kinder auch sehr glücklich über das, was sie alles erlebt haben. Obwohl sie als kleine Kinder immer beide wie aus einem Mund die Frage ob sie auch Journalisten wie die Mama werden wollen, nein gesagt haben. Das hat sich inzwischen geändert. Mit Kindern zu leben bedeutet eine Qualität an Zeit mit ihnen zu verbringen und nicht Quantität. Es ist nicht wichtig, wie viele Stunden man mit ihnen verbringt, sondern wie man mit ihnen zusammen ist.

Eva Weissenberger: Ich darf Sie bitten Fragen zu stellen...

Maria Rauch-Kallat: Ich wollte nur sagen, die Monika Lindner ist eigentlich nicht zu mir gekommen, um Hilfe zu suchen, sondern die Monika hat nur gesagt: Was hat der Pröll gegen mich? Der kennt mich ja gar nicht. Und ich habe dann gemeint: Na dann werden wir schauen, dass du ihn kennlernst.

Monika Lindner: Es soll niemand glauben, dass das friktionsfrei gegangen ist. Also auch als ich dann dort war, gab es einige relativ haarige Situationen, z.B. dass der ORF Niederösterreich aus Pressekonferenzen der ÖVP ausgeschlossen worden ist. Oder dass wir eingeladen wurden von Reisen, die gemacht worden sind – wo ich dann gesagt habe, es tut mir leid, das geht nicht. Wir haben das berichtet, was passiert ist, auch wenn es über die „anderen“, also die Roten war.

Publikum an Susanne Scholl: Warum sagen Sie, dass es nicht reicht, eine journalistische Ausbildung zu machen? Und weiters, warum ist die Außenpolitik nach wie vor eine männliche Domäne?

Susanne Scholl: Mittlerweile sind viele Frauen in der Außenpolitik. Ich kann Ihnen gerne sagen, wieso ich der Meinung bin, dass es nicht reicht, eine journalistische Ausbildung zu haben. Journalismus ist ein Handwerk - das Wissen, das Sie brauchen, um wirklich intelligente Geschichten zu machen, sei es im Fernsehen, in der Zeitung, im Radio ist Fachwissen, das Sie im reinen Journalismus-Handwerk-

Lernen nicht bekommen. Man muss auch Inhalte transportieren. Das reine Handwerk genügt nicht, meiner Meinung nach. Und gerade, wenn man in die Außenpolitik geht, sind Sprachen notwendig. Ich habe genug amerikanische Kollegen in Moskau erlebt, die nicht Russisch konnten und ständig mit Dolmetscher unterwegs waren und es hat entsprechend ausgeschaut - das geht nicht. Ein Korrespondent muss in dem Land Leben, dann sehen Sie die Menschen, können mit ihnen reden – nur dann bringen Sie gute Berichte. Gerade in der Außenpolitik sollte man ein Fachstudium machen. Weiters, zu lernen öffentlich zu reden ist auch notwendig.

Anneliese Rohrer: Die Krux der Jungen, die in die Medien drängen, wobei ich nicht einmal weiß warum, da sich JournalistInnen immer den unbeliebtesten Platz gleich hinter Politikern und Prostituierten teilen, dennoch höre ich von Maturaklassen von 70%, die in die Medien wollen. Mit ist das unerklärlich. Die Krux ist aber, die Anforderungen haben sich geändert. Fachwissen ist heute unverzichtbar. Die Fachhochschule kann dann das Handwerk drauf setzen. Das mangelnde Fachwissen ist etwas, worunter wir leiden. Ich gehe einmal im Monat zum Ministerrat, und was ich dort sehe, ist schockierend: Die jungen KollegInnen trauen sich nicht nachfragen, weil sie den Hintergrund nicht haben. Eine Demokratie, die a la longue auf kritischen Journalismus verzichtet ist auf Dauer nicht gut.

Publikum: Ich finde die FH schon eine gute Möglichkeit, da man sich ja oft zwei Studien nicht leisten kann. Man bekommt auch viele Kontakte. Finden Sie dass Journalismus ein guter Beruf ist, gerade wegen der Studien etc.?

Susanne Scholl: Ich finde nicht, dass es ein Elitenberuf ist, aber wenn man zwei Studien nicht machen kann, muss man eben neben dem Beruf sich weiterbilden.

Publikum: Mein Traum ist es, zu Geo zu kommen – wie komme ich dorthin?

Susanne Scholl: Hingehen! Auch auf die Gefahr hin, dass Sie abgelehnt werden. Immer wieder was Gescheites schreiben und versuchen. Nicht einen Probetext, sondern eine ganze Geschichte machen und schicken. Und die werden vielleicht dreimal Nein sagen und beim letzten Mal vielleicht ja.

Anneliese Rohrer: Sich ein Website zulegen, auf die man verweisen kann. Stellen Sie Ihre Bilder auf eine Website, aber stellen Sie die Bilder dort hinauf und dann dran bleiben. Ich mein auch Harry Potter wurde von sieben Verlagen abgelehnt. Ich muss mit Leidenschaft dran glauben, dass ich gut bin.

Monika Lindner: Man sollte sich halt ganz genau informieren über den Verlag, die Redaktion. Denen am Nerv gehen, versuchen Termine zu bekommen. Immer und immer wieder, dann wird das irgendwann klappen.

Eva Weissenberger:

Einige Mantras zum Schluss:

„Ich will Chefredakteurin der Financial Times werden“

„Ich glaube mit Leidenschaft daran, dass ich gut bin“

„Es wird euch nicht gut tun, wenn Ihr mich übergeht“

„Uns hält niemand mehr auf“