

14. Journalistinnenkongress

Dokumentation

Inhalt

1. Begrüßung und Eröffnung	2
2. Kurzvorträge und Präsentationen	5
2.1. Pro Quote – Kathrin Buchner	5
2.2. Yes, she can – Maria Rauch-Kallat an Stelle von Marianne Heiß	7
2.3. Ethische Grenzen im Journalismus – Gottfried Korn.....	9
2.4. Frauenpower im Süden – Antonia Gössinger.....	10
3. Statements der Kongresspartnerinnen	12
4. Präsentation der Workshop-Ergebnisse.....	14
4.1. Workshop 3	14
4.2. Workshop 1	15
4.3. Workshop 2	16
4.4. Workshop 4	18
5. Newsflashes – Veränderungen?!.....	18
5.1. Veränderungen in Mediennetzwerken	19
5.2. Frauen und Medien – Ein Reality-Check	21
5.3. Newsverarbeitung	23
5.4. Corporate Poetry.....	24
5.5. Fort- und Weiterbildung.....	25
5.6. Masterstudium Journalismus & Neue Medien.....	26
6. Verleihung der Medienlöwin.....	26
7. Keynote.....	29
8. Podiumsdiskussion	31

1. Begrüßung und Eröffnung

- *BM a. D. Maria Rauch-Kallat (Kongressinitiatorin)*
- *Ing. Mag. Peter Koren (IV Vize-Generalsekretär)*
- *Mag. Bettina Glatz-Kremsner (Vorstandsdirektorin der Österreichischen Lotterien)*
- *Mag. Ines Stilling (Bundesministerium für Frauen)*

Monika Posch

Ich darf Sie alle ganz herzlich zum *14. Österreichischen Journalistinnenkongress* begrüßen. Mein Name ist Monika Posch und ich werde Sie heute durch den Nachmittag führen. Dass ich hier stehe, werden Sie nicht erwartet haben, denn Sie haben bestimmt mit Petra Falk gerechnet – wie im Programm angekündigt. Aber Petra Falk ist krank.

42% der Beschäftigten in der Medienbranche sind Frauen. Eigentlich eine Quote, die sehr zufriedenstellend sein sollte. In anderen Berufsfeldern ist sie noch niedriger. Aber bei den wichtigen Ressorts wie Politik und Wirtschaft sind nur knapp ein Viertel der Beschäftigten Frauen. Diese Zahlen verbessern sich im Laufe der Zeit leider kaum. Das war auch Anlass, dass 1998 der Österreichische Journalistinnenkongress ins Leben gerufen wurde und seither jedes Jahr – bis auf eine Unterbrechung – immer wieder stattfindet. Auch heuer werden Sie wieder sehr interessante Vorträge hören, interessante Seminare und Workshops konnten Sie bereits am Vormittag besuchen. Wir werden die Ergebnisse der Workshops dann vorgetragen bekommen.

Eines der Highlights im Laufe des Abends wird die Verleihung der *Medienlöwin* sein. Heuer sogar in dreifacher Ausführung: Die *Medienlöwin* für einen Beitrag, die *Medienlöwin* für das Lebenswerk und die *Nachwuchslöwin*. Alle diese organisatorischen Aufwände brauchen natürlich sehr viel Initiative und Förderung. Darum lassen Sie mich gleich zu Beginn die Initiatoren und Förderer, die schon am Podium Platz genommen haben, begrüßen.

Beginnen möchte ich mit der Initiatorin. Bundesministerin a.D. Maria Rauch-Kallat. Ich glaube zu ihrer Person muss ich nicht viel sagen. Ministerin für Umwelt, Familie und Jugend, dann für Gesundheit und Frauen, Gründerin des *Club Alpha* (der Organisator des heutigen Tages) und Initiatorin des Journalistinnenkongresses. Herzlich willkommen!

Was wäre der Journalistinnenkongress, wenn er nicht immer in diesen wunderschönen Räumen seit Jahren beheimatet wäre? Für die Zurverfügungstellung der Räumlichkeiten danken wir der Industriellenvereinigung sehr herzlich! Heute vertreten durch Herrn Ing. Mag. Peter Koren, Vizeregensekretär der *Industriellenvereinigung*. Herzlich willkommen!

Und auch die Sponsoren sind sehr wichtig für das Zustandekommen eines solchen Kongresses. Unser Hauptsponsor ist heuer wieder die *Österreichischen Lotterien*, vertreten durch Vorstandsdirektorin Mag. Bettina Glatz-Kremsner. Herzlich willkommen!

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

Auch das Bundesministerium für Frauen unterstützt uns großartig. Leider konnte die Frau Ministerin heuer nicht kommen. In Vertretung von Frau Gabriele Heinisch-Hosek, Frau Mag. Ines Stilling. Herzlich Willkommen!

Ich darf nun um ein paar einführende Worte bitten.

BM a. D. Maria Rauch-Kallat

Auch von meiner Seite herzlich willkommen beim 14. *Österreichischen Journalistinnenkongress* in den wunderschönen Räumen des *Hauses der Industrie*. Zu diesen Räumen gibt es eine Anekdote: Bei der allerersten Veranstaltung – als nur Frauen am Podium saßen – hat der damalige Generalsekretär Haral Kretschi als einziger männlicher Eröffnungsredner gesagt: „Dieses Haus hat schon so vieles ausgehalten, es wird auch das überleben.“ Seither hat sich vieles verändert, auch im Haus der Industrie. Damals gab es ganz wenige Frauen im Vorstand der *Industriellenvereinigung* und Maria Schaumayer, die Mitinitiatorin des Kongresses, die sich heute leider entschuldigen lassen muss, weil auch bei ihr die Grippe zugeschlagen hat, war viele Jahre als einzige Frau hier im Haus vertreten. Herr Peter Koren wird uns sicher sagen können, dass es in der Zwischenzeit doch ein wenig mehr an Frauenpower in diesen heiligen Hallen gibt. Zum Thema „Frauen in Spitzenpositionen“ werden wir heute noch eine ganze Menge hören. Das Thema „*Mut zur Veränderung*“ ist auch das Jahresmotto des *Club Alpha*, der auch der Veranstalter dieses Kongresses seit 14 Jahren ist. Wir sind damit auf ein Thema gekommen, das für uns alle in Zeiten der Veränderung und großen Herausforderungen, ja, auch in Zeiten der Krise, ein ganz wichtiges Thema ist.

Heuer gibt es nicht nur eine Auszeichnung journalistischer Arbeit von Frauen, sondern gleich drei. Aber dazu wird unsere Hauptsponsorin mehr sagen.

Ich möchte mich bedanken. Vor allem, dass es diesen Kongress immer noch gibt. Wir verdanken das unseren beiden Hauptsponsoren. Selbstverständlich bedanken wir uns bei allen Medien die mitmachen. Sie finden sie alle im Programm angeführt, ich möchte sie jetzt nicht einzeln aufzählen, aber auch sie unterstützen unsere Arbeit.

Ing. Mag. Peter Koren

Geschätzte Damen am Podium, werte TeilnehmerInnen. Ich bin sehr dankbar, dass Sie zum 14. Mal dieses Haus besetzen. Der Journalistinnenkongress überdauert schon länger als eine Dekade und das heurige Motto „*Mut zur Verantwortung*“ passt ganz perfekt zum Haus der Industrie. „*Mut zur Veränderung und Mut zur Verantwortung*“, so habe ich es verstanden. Denn in Zeiten der Staatskrise, der Schuldenkrise sind verschiedene Dinge notwendig. Das eine ist die Stabilität, das Kurs-halten, das andere ist ganz klar auch die Frage des Mutes zur Veränderung. Kurs halten kann man nur dann, wenn man klare Grundprinzipien und Werte vermittelt, die man sich selber auferlegt. Wir haben unter der neuen Präsidentschaft von Herrn Georg Kapsch in den letzten Monaten sehr offen und sehr partizipativ einen wirtschaftspolitischen Diskurs geführt, der uns am Ende zu drei gesellschaftspolitischen Visionen gebracht hat, wie wir bei unserer Arbeit anlegen wollen.

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

Erster Punkt: Wir brauchen ein Maximum an Freiheit und Lebensqualität. Das setzt natürlich im Umkehrschluss ein hohes Maß an Eigenverantwortung voraus.

Zweiter Punkt: Wir wollen für möglichst alle Personen die Möglichkeit schaffen, am Gemeinwohl teilhaben zu können. Dies braucht umgekehrt einen hohen persönlichen Einsatz und gesellschaftliche Teilhabe.

Dritter Punkt: Gesellschaftliche Teilhabe. Wir wollen nämlich Wohlstand, aber nicht nur im materiellen Sinn, sondern auch Zugang zu Bildung, Zugang zu sozialer Sicherheit, Zugang zur politischen Partizipation.

Abgeleitet von diesen Grundprinzipien verstehen wir auch unser Initiativen *Frauen fördern* und *Zukunft Frauen*, die wir gemeinsam mit dem *Wirtschaftsministerium* und der *Wirtschaftskammer Österreich* ins Feld geführt haben. Wir unterscheiden uns nicht durch die Zielsetzungen von vielen anderen Initiativen, beispielsweise auch jener der Frauenministerin.

Ich danke nochmal Frau Maria Rauch-Kallat und auch Frau Kommerzialrat Schwarz für den Mut diesen Veranstaltungsort beizubehalten und das Motto „Mut zur Veränderung“.

Mag. Bettina Glatz-Kremsner

Meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Journalistinnen. Auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen seitens der *Österreichischen Lotterien*, hier im *Haus der Industrie*. Ich freue mich sehr, dass dieser Journalistinnenkongress und die Verleihung der Medienlöwin bereits zu längst etablierten Institutionen in diesem Land geworden sind und ich denke auch, dass sie aus der Medienszene nicht mehr wegzudenken sind. Die Qualität des Journalismus und der Medien, vor allem aber die Unabhängigkeit der Medien, ist ein ganz essentieller und wesentlicher Teil für dieses Land und unsere Gesellschaft.

„Mut zur Veränderung“, der Titel des heutigen Kongresses hat auch einige Veränderungen bezüglich der Preisverleihung gebracht. Wir haben zwei zusätzliche Preise ins Leben gerufen. Einerseits die „Nachwuchslöwin“ und andererseits die Auszeichnung für ein journalistisches Lebenswerk. Ich kann Ihnen schon jetzt vor der Preisverleihung verraten, dass die Bewertung noch nie so schwierig war, wie im heurigen Jahr. Alle Einreichungen waren von einer ganz besonderen Qualität, sehr gut recherchiert und entsprechend verfasst. Schlussendlich haben wir die Auswahl nach subjektiven Empfindungen getroffen. Die Themen waren heuer sehr breit gefächert. Es waren viele Reportagen und Interviews zu finden, die auch thematisch den ganzen Globus umspannt haben. Zumindest aus meiner Sicht gab es auch keine Themenverfehlungen und daher waren auch alle Einreichungen für die Bewertung relevant. Alles Gute für den heutigen Tag und ich freue mich bereits auf die Preisverleihung am späteren Nachmittag. Dankeschön!

Mag. Ines Stilling

Im Namen der Bundesministerin darf ich Sie heute sehr herzliche Begrüßen. Sie bedauert heute nicht hier sein zu können. Ich darf Ihnen die besten und herzlichsten Wünsche übermitteln. Sie tourt heute

durch Niederösterreich und die Steiermark, unter anderem um sich auch dem Thema „Gleichstellung“ aus Männerperspektive zu widmen.

Das Thema „Mut“ und „Veränderung“ ist etwas, das Frauen tagtäglich beschäftigt. Ich denke hier beispielsweise an den Mut von Frauen über bestimmte Themen zu berichten - denn wenn es Frauen nicht tun, dann tut es niemand. Das wissen wir aus der Beobachtung. Ich aus meinem spezifischen Bereich heraus weiß, dass über Frauenthemen berichtet wird, und zwar das, was Frauen bewegt und interessiert. Denn nur dann kann man auch etwas im Bewusstsein und der Wahrnehmung verändern und auf die Herausforderungen, vor denen wir jeden Tag stehen, aufmerksam machen. Sonst sind wir oft versucht zu glauben, man selbst sei die einzig und müsse das alleine lösen. Erst durch die mediale Berichterstattung stellt man fest, dass es auch anderen so geht. Auch das kann zu spannenden Diskussionen führen und die Anliegen der Gleichstellung vorantreiben und so schließlich zu einer gerechteren Gesellschaft führen! Es ist wichtig auf den Einsatz von Frauen aufmerksam zu machen, denn wenn wir es nicht tun, tut es niemand! Danke!

2. Kurzvorträge und Präsentationen

- *Kathrin Buchner (Teamchefin bei on3)*
- *BM a.D. Maria Rauch-Kallat (vertritt Marianne Heiß)*
- *Prof. Dr. Gottfried Korn (Rechtsanwalt)*
- *Antonia Gössinger (Kleine Zeitung Kärnten)*

2.1. Pro Quote – Kathrin Buchner

Kathrin Buchner (per Skyp – krankheitshalber)

Meine Person

- Kathrin Buchner, engagierte Journalistin seit über 20 Jahre, leite den Onlinebereich *on3*, trimediales Jugendangebot des *Bayerischen Rundfunks*
- Letzte Station davor: Ressortleiterin Kultur und Lifestyle bei *stern.de* in Hamburg -> daher die Erfahrung, im Führungskreis nur Männer um sich zu haben und wenig Verständnis für weiblichen Blickwinkel („verstehe ich nicht“)
- Seit Juni 2012 Vorständin *ProQuote*
- Ausgangslage 2011
- 360 deutsche Tages- und Wochenzeitungen -> davon zwei Prozent weibliche Chefredakteure
- *Spiegel, Stern, Zeit, Focus, ADAC Magazin* etc. nur männliche Führungen
- zwölf öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten -> davon drei weibliche Intendanten

Wie ging's los?

- April 2011: Treffen von 30 Frauen der *Henri-Nannen-Schule* -> „wir müssen was tun“
- Februar 2012: Guerilla-Aktion mit Brief an Chefredakteure, Unterschriftenliste mit Anne Will, Antonia Rados, Ines Pohl, Gabi Bauer...

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

- März 2012: *ProQuote* feiert mit über 100 JournalistInnen, Grußwort von Arbeitsministerin Ursula von der Leyen
- Juni 2012: 58 Journalistinnen gründen Verein
- Forderungen von *ProQuote*
- Mindestens 30 Prozent der Führungspositionen in den Redaktionen müssen weiblich besetzt sein
- Und zwar auf allen Hierarchieebenen
- Bis 2017
- Unterschrieben von 350 Erstunterzeichnerinnen, mittlerweile über 4000 auf Proquote.de
- Reaktionen auf Guerilla-Aktion
- 28 Antworten von ca. 200 angeschriebenen Chefredakteuren, Intendanten und Verleger
- Antwort: meist von Medien, die die Quote erfüllen, z.B. *Geo*, *WDR*, *Südthüringer Zeitung*, *WirtschaftsWoche*
- Keine Antwort: z.B. von *FAZ*, *Süddeutsche Zeitung*, *Welt*, *Bild*, rund 120 Regionalzeitungen, den meisten Magazinen und 10 Sendern
- Mediale Welle: *ZEIT* Leitartikel, alle großen Online-Portale + Zeitungen, Mediendienste, *Guardian*

Der Verein

- Von der Aktion zur Institution mit Ziel der Förderung
- Arbeitsgruppen
- Mitgliedsbeiträge (7,50 Solibetrag, 12,50 Normalbeitrag, 25 Euro und mehr Fördererbeitrag)
- Besetzung von Podien und Foren
- Öffentliche Diskussionen anstoßen über Facebook, Twitter, Pressemitteilungen, Forum

Giovanni di Lorenzo in der *ZEIT*:

„Namens der Chefredaktion der *ZEIT* erkläre ich: Wir nehmen den Ball auf und werden alles in unserer Macht Stehende tun, dieser Forderung auch gerecht zu werden.“

-> Ergebnis 02.11.2012: Drei neue Frauen in Führung bei der *ZEIT*. Chefredakteurin Sabine Rückert, Berliner Büroleiterin Tina Hildebrandt, Feuilletonchefin Iris Radisch -> *ZEIT* erreicht knapp 30 Prozent

Was ist und wird passieren?

- Pressemitteilungen *SWR* wegen Besetzung, *NDR* wegen Quote, *Medium Magazin* wegen Verlagsfrauen-Berichterstattung
- Diskussionen und Infoaustausch auf *Facebook*, *Twitter*, *Forum*, *pro-quote.de*
- Forenbesetzungen
- *Zeit* lenkt ein
- *ProQuote* kapert die *taz* am 17.11.

Wie agieren wir

- ständige Präsenz und Glaubwürdigkeit
- Fragen stellen nach den Mechanismen der Stellenvergaben (Leistung zählt, aber Frauen werden weniger wahrgenommen)
- Nachhaken, kritisch, kompetent und konstruktiv: damit die Boygrups nicht mehr durchkommen

Für was das alles???

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

- Weiblicher Blickwinkel ist wichtig und findet zu wenig Gehör in den etablierten Medien
- Netzwerken, solidarisieren, gegenseitig stärken macht Spaß und bringt einem auch individuell etwas
- Auch Männer bringen einem Akzeptanz entgegen
- Entflechtet des männlichen Medienmonopols tut Themen, Akzeptanz und Verkaufszahlen gut
- Vernetzen und teilen!
- Sie erreichen mich unter kathrin.buchner@br.de oder kontakt@pro-quote.de
- Verfolgen Sie Infos und Diskussionen unter <http://www.facebook.com/pro.quote.de> oder http://twitter.com/quote_pro
- Wir helfen Ihnen gerne mit Infos für solch eine Aktion!

2.2. Yes, she can – Maria Rauch-Kallat an Stelle von Marianne Heiß

Maria Rauch-Kallat

Herzlichen Dank! Ich bringe den Vortrag von Frau Marianne Heiß. Sie war nämlich so nett und hat uns ihre Präsentation übermittelt.

Demografischer Wandel und die Frauenquote.

- Demografie ist keine Konstante!
- Die Staatsschulden von heute sind die Steuererhöhungen von morgen.
- Der demografische Wandel ist in vollem Gange!

Und die Zukunft sieht nicht besser aus!

- 2015 fehlen in Deutschland fast 3 Millionen Erwerbstätige
- 2030 kommen auf 100 Erwerbstätige 60 Personen im Rentenalter
- 2030 werden die geburtenstarken Jahrgänge, aus den fünfziger und sechziger Jahren, in den Ruhestand gehen
- Bis zum Jahr 2050 verlieren wir 15 Mio. Menschen
- 2050 wird die Bevölkerungszahl auf dem Niveau von 1950 sein

Deshalb ergeben sich folgende zentrale Kernaufgaben:

- Entwicklung einer langfristigen, nachhaltigen Strategie durch die Politik
- Wertediskussion in der Gesellschaft
- Verbesserte Kommunikation
- Nachhaltige Bildungsoffensiven
- Verkürzung von Ausbildungszeiten, Verlängerung der Arbeitszeiten
- Berufliche Weiterbildung
- Betriebliche Gesundheitsprävention
- Neudefinition des Altersbegriffs
- Anpassung der Infrastruktur/Gestaltung der Arbeitsplätze
-

Unternehmen benötigen ein Demografie-Management!

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

Bewusst agierende Unternehmen können ihre Situation mit zwei wesentlichen Indikatoren auf den Prüfstand stellen:

1. Wie entwickelt sich das Durchschnittsalter der Belegschaft?
2. Hat die Anzahl der Bewerbungen zu- oder abgenommen?

Die Wahrnehmung verändert sich:

- Zeit für die Wahrheit!
- Je höher der Frauenanteil, desto besser die Bilanz.
- Hätte Lehman Sisters überlebt?
- Mehr Frauen in Führungspositionen verbessern das Ergebnis!

Warum Frauen oft im Abseits stehen.

Die Position des Managers ist ein stark männlich geprägtes Rollenbild.

- Härte in der Durchsetzung und Konsequenz von Entscheidungen
- Klarheit der Sprache
- Geringes Interesse an individuellen persönlichen Umständen

Und die gläserne Decke ist dreifach gesichert!

Probleme auf dem Weg nach oben und wie man sie umgeht.

Eine männerdominierte Kultur verlangt Anpassungsleistung, ...die nicht automatisch zur Selbstentfremdung führen muss.

Zur Karriere gehört weit mehr als gute Leistung und Fleiß!

Frauen engen sich ein!

Wer nicht lernt zu delegieren und loszulassen, wird für Top-Management Positionen nicht ausgewählt werden, weil sie den Eindruck erwecken, dass sie im operativen Geschäft fleißig, wertvoll und unabkömmlich sind.

Das müssen Frauen lernen!

- Konkurrenz aushalten können
- Kritik nicht persönlich nehmen
- Strategisches und politisches Kalkül entwickeln
- Entschlossenheit
- Netzwerke knüpfen
- Machtstreben entwickeln
- Aufmerksamkeit auf Stärken, nicht auf Schwächen lenken
- Mit Neid und Missgunst umzugehen lernen
- Sich dabei selbst treu zu bleiben und die eigene Persönlichkeit bewahren
-

„The surest path to success is to surround yourself with brilliant women.“

Barack Obama

Stellen Sie sich den Herausforderungen!

Glauben Sie an sich selbst!

Knüpfen Sie Kontakte

2.3. Ethische Grenzen im Journalismus – Gottfried Korn

Grüß Gott meine Damen, meine Herren!

Sie alle werden sich erinnern: Vor ein paar Monaten hat ein Busen Europa bewegt und erregt. Der Busen der Frau von Prinz William – Kate Middleton. Fotografen haben sie in ihrem Urlaubsdomizil mit dem Teleobjektiv oben-ohne fotografiert. Das Bild ging um die Welt. Eine Zeitung, die diese Bilder veröffentlicht hat, wurde von einer Frau als Verlegerin geleitet, der Tochter eines Herren namens Berlusconi. Dies ist Fallbeispiel 1.

Fall 2: Die Gratis-Zeitung *Heute* vom 18.11.2011 mit dem Titelblatt „Meine Frau betrog mich mit meinem Sohn“, ein Zitat des Ernst Fuchs im Anschluss an eine Scheidung. Ein elektronisches Qualitätsmedium hat diesen Aufmacher zum Anlass genommen, um in einer Sendung, die nach den Jahreszeiten benannt ist, eine Gesellschaftskolumnistin einzuladen und darüber zu sprechen.

Fall 3: Im Oktober 2009, gerade zum Jahrestag des Todestages des ehemaligen Landeshauptmannes von Kärnten erschien in der *Bild* Zeitung in Deutschland ein Outing des angeblichen Lovers des Dr. Jörg Haider. Die österreichischen Zeitungen übernehmen das und outeten Jörg Haider: „Jörg Haider: Jetzt packt sein Geliebter aus“. Sein Liebhaber erzählt in der *Bild* Zeitung seine ganze Story.

Drei Fälle, wo ich persönlich glaube, dass das mit ethischem Umgang überhaupt nichts zu tun hat. Sie alle werden wissen, es hat in Österreich einen Bundeskanzler gegeben, von dem alle gewusst haben, dass er jahrzehntelang neben seiner Frau eine Freundin hatte, niemand hat es geschrieben. Das war damals in der späteren Nachkriegszeit ein Ehrenkodex. Gibt es diesen Ehrenkodex nicht mehr? Zunächst einmal die rechtliche Betrachtung. Alle diese drei Fälle sind unzulässig und verstoßen gegen den §7 des Mediengesetzes, der Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereiches. Gesetze halten offensichtlich nicht davon ab, dass Rechtsverletzungen begangen werden. Nach §7 des Mediengesetzes, hat man Anspruch auf eine Geldentschädigung, die mit 20.000€ begrenzt ist. Wenn der höchstpersönliche Lebensbereich eines Menschen in einer Art und Weise erörtert und dargestellt wird, der den Betreffenden bloßstellt. Bei unserer Herzogin ist das ganz eindeutig: Die Veröffentlichung von Nacktfotos ist wohl der klassische Fall einer Bloßstellung. Das Paparazzi-Unwesen ist aber so alt wie die Fotografie selbst. Sie werden vielleicht die alte Geschichte kennen, die den Ursprung des Bilderschutzes markiert. Hier haben sich zwei Fotografen in die Villa des Otto von Bismarck eingeschlichen und seine Leiche – aufgebahrt in seinem Haus - fotografiert. Die Bilder

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

haben sie um teures Geld veräußert. Ein solches Verhalten ist offensichtlich unausrottbar. Die Paparazzi wird es immer geben und es wird immer Zeitungen geben, die deren Bilder veröffentlichen.

Fall 2: „Meine Frau betrog mich mit meinem Sohn“ ist auch ein klassischer Fall der Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereiches. Denn hier kommt es gar nicht darauf an, ob die Geschichte wahr ist oder nicht. Eine einzige Ausnahme gibt es: Wenn die Geschichte wahr ist und in einem unmittelbaren Zusammenhang mit dem öffentlichen Leben steht, darf sie auch vom Gesetz her veröffentlicht werden.

Warum macht man das? Warum kommt es zu einer derartigen Schlagzeile? Warum greift ein öffentlich-rechtliches Medium diesen Fall auf und berichtet darüber? Fall 3 wurde vom OGH entschieden und es wurde über Klage der Witwe des Jörg Haider verboten, sein Foto zu veröffentlichen. Es gibt eine Zeitung, nach der unser Land benannt ist, die nach dem Verlieren des Rechtsstreites die Schlagzeile veröffentlichte „Toter Haider gewinnt Sexprozess“.

Geben wir uns keinen Illusionen hin – Ethik im Journalismus wird es nicht durchgängig geben. Es wird immer JournalistInnen geben, die jegliche ethische Grenze überschreiten.

Ein, leider Gottes, völliger zahnloser Presserat hilft hier auch nicht weiter. Ich pflege immer zu sagen: Ein Fußballer der einem anderen das Bein stellt, bekommt für die nächsten Spiele Spielverbot. Ein Journalist, der Existenzen vernichtet, darf weiterschreiben. Ein Grund dafür ist beispielsweise auch, dass die Geldstrafen von den Verlegern bezahlt werden.

2.4. Frauenpower im Süden – Antonia Gössinger

Wir sehen aus wie Sie, wir sprechen wie Sie, wir leben auf demselben Staatsgebiet wie Sie, und trotzdem sind wir Exoten. Wir Kärntner. Wir Kärntner werden vom restlichen Österreich recht misstrauisch beäugt. Das war nicht immer so. Den Kärntnern wurde immer große Sympathie entgegengebracht. Kärnten ist auch nach wie vor das beliebteste Urlaubsland in Österreich, aber seit alle Österreicher die Haftung für die Fast-Pleite der *Hypo-Alpe-Adria Bank* übernehmen mussten und ein Korruptionsskandal nach dem anderen – von „part of the game“ bis zu Birnbachers Millionenhonoraren – aufbricht, seitdem leidet das Image der Kärntner beträchtlich. Veränderung ist Thema dieses Journalistinnenkongresses. Gerade haben wir von der Ethik im Journalismus gehört. Ich will nun in meinem Beitrag am Beispiel Kärntens darstellen, welche Folgen politische Veränderungen nach sich ziehen und was das für die einzelne Journalistin bedeutet.

In Kärnten hat vor einigen Jahrzehnten ein herausragender Populist sein Biotop gefunden. Ein strukturschwaches Grenzland mit einer belasteten Geschichte und einer Bevölkerung, die sich gegenüber dem Zentralraum immer benachteiligt gefühlt hat und die auch von einer besonderen Mentalität geprägt ist. Sie ergibt sich aus dem Schnittpunkt der drei Kulturkreise, an denen Kärnten liegt. Und diese Kärntner Mentalität war empfänglich für eine Politik, die den Schein zur Realität erhob und das Sein ausgeblendet hat. Diese Kärntner Mentalität war empfänglich für eine „Brot und Spiele“-Politik, die von den wahren Problemen für einen sehr langen Zeitraum ablenkte. Zum Teil auch die Journalisten und den Journalismus. Kärnten sollte das Musterland werden, doch Musterland

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

ist abgebrannt. Heute kennt jeder das Ergebnis, was die Verführung großer Teile der Bevölkerung nach sich gezogen hat. Kärnten ist heute – wie auch früher – bei nahezu allen relevanten Kenndaten das Schlusslicht in Österreich. Das Land steht finanziell am Rande des Ruins. Ein Korruptionsskandal nach dem anderen bricht auf, und auch das ist eine Folge des ethisch-moralischen Verfalls über einen sehr langen Zeitraum hinweg, der sich in der Verhöhnung des Rechtsstaates, der Unterminierung der Demokratie und der Verletzung der Menschenrechte gezeigt hat. Besonders fatal ist auch die demographische Entwicklung in Kärnten. Wir haben heute schon gehört, welche Zahlen für Deutschland gelten. Aber in Österreich ist Kärnten das einzige Bundesland mit einer rapid schrumpfenden Bevölkerung. Die jungen Menschen gehen weg zum Studieren und kehren nicht wieder zurück, weil sie in ihrer Heimat wenig bis keine Perspektiven haben. Auch das ist ein Ergebnis dieser jahrelangen „Brot und Spiele“-Politik, die Geld verbrannt, aber nichts Nachhaltiges geschaffen hat. Und all das ist nicht über Nacht über Kärnten hereingebrochen. Die Veränderung hat sich abgezeichnet und sie wurde beschrieben. Und ja, es gibt den kritischen Journalismus in Kärnten, es hat ihn immer gegeben. Und ohne selbstgefällig sein zu wollen: Er war in Kärnten immer in der *Kleinen Zeitung* beheimatet. Ressortbedingt war das die Politikredaktion. Die Politikredaktion besteht aus zwei Frauen. Das ist für Kärnten auch atypisch. In der Kärntner Landesregierung gibt es sieben Regierungsmitglieder und nur eine einzige Frau darunter. Aber alle Politikjournalisten in Kärnten sind Frauen. Da stimmt die Quote. Wie gesagt, die Politikredaktion der Kleinen Zeitung besteht aus zwei Frauen – meiner Kollegin Andrea Bergmann und mir. Weil dieses Ressort von Frauen besetzt ist, wurden wir zur Hexenküche des Landes ernannt. Die Redaktion der Kleinen Zeitung wurde zum „Zentrum für seelische Gesundheit“ umbenannt. Wir wurden und werden auch heute noch - zum Teil persönlich - attackiert. Wir werden auf Wahlveranstaltungen sexistisch herabgewürdigt. Und wir wurden auch von Machthabern – und auch DEM Machthaber – zum Schuldigen erklärt, wenn der Zeitung die Presseförderung vorbehalten wurde, wenn Abbestellungskampagnen gegen unsere Zeitung initiiert wurden, wenn ein Anzeigenboykott verhängt wurde. Der bis heute übrigens hält. Und das alles, weil wir einen ungeheuerlichen Parteienförderungsskandal aufgedeckt haben. In diesen Skandal waren im Übrigen alle Kärntner Landtagsparteien verwickelt. Die Feindbildrolle, in die wir gedrängt wurden, hat sich auch im Verhältnis zu unserer Leserschaft niedergeschlagen.

Wir haben aufgezeigt, dass das Land über die Jahre hinweg an die Wand gefahren und nur mit Budgettricks regiert wurde. Wir haben aufgezeigt, dass demokratische Grundsätze missachtet wurden, und Gesetze als Notverordnungen durchgekommen sind. Ohne jede Begutachtung. Wir haben aufgezeigt, dass drei Jahre lang kein Rechnungsabschluss des Landes vorgelegt worden ist, aber trotzdem munter neue Budgets mit noch höheren Schulden beschlossen wurden. Wir haben aufgezeigt und im Detail beschrieben, dass es nicht mit rechten Dingen zugehen kann, wenn ein Machthaber über Millionenbeträge aus nicht genannten Quellen verfügt. Wir haben das Ignorieren von Höchstgerichtsurteilen, wie im Fall der zweisprachigen Ortstafeln, angeprangert. Wir haben dagegen angeschrieben, dass Ausländer und Asylwerber unter einem Generalverdacht der Kriminalität gestellt werden und ein Quasi-Inhaftierungslager auf der Saualm errichtet worden ist. Dieses Lager wurde inzwischen geschlossen und dies nicht zuletzt aufgrund des medialen Druckes. Im Moment prangern wir massiv dieses Auszieh-Theater aus dem Landtag an. Vielleicht wissen Sie, dass die Mehrheit der Kärntner Parteien einen möglichst raschen Neuwahlbeschluss herbeiführen möchte. Die stärkste Partei will das nicht und ist in den letzten drei Monaten zehn Mal aus dem Kärntner Landtag ausgezogen, um einen Beschluss zu verhindern. Wir zeigen auch auf, welcher Widerspruch es ist, dass die Republik Österreich Haftungen für das Land Kärnten oder die *Hypo Alpe Adria Bank* im Wert von 20 Milliarden Euro übernehmen hat müssen. Das sind höhere Haftungen, als

die Haftungen Österreichs im Rahmen des *ESM* für Griechenland. Diese Widersprüche zeigen wir auf und das verstehen wir als unser journalistisches Selbstverständnis: Aufzuzeigen, anzuprangern. Mehr können wir als Medium nicht.

Nachdem die Götterdämmerung ins Land gezogen ist, verändert sich langsam etwas. Mut- und Wutbürger erwachen, vor allem sind sie auch im Internet sehr aktiv. Die Justiz geht ihrer Arbeit nach und wird, unserer Einschätzung zur Folge, für eine Erneuerung des politischen Personals sorgen, für die die Parteien nicht sorgen. Wir als Journalistinnen in der Politikredaktion bekommen auch kaum noch negative Kritik von den Lesern.

So sehr man als Journalistin das Ignorieren von 20 Höchstgerichtsurteilen im Fall der zweisprachigen Ortstafeln ablehnen muss, so sehr muss man aber auch den geschichtlichen Hintergrund in die Betrachtung miteinbeziehen. Dass es so etwas, wie die „Kärntner Urangst“ tatsächlich gibt, gründet in zwei Überfällen auf das Land. Und Partisanengräueln, die in den Familien heute noch nachwirken. Daher kann man nur behutsam versuchen an einer Lösung mitzuwirken und das ist uns im vergangenen Jahr zum Glück gelungen.

3. Statements der Kongresspartnerinnen

- *Petra Gregorits (Vorsitzende Frau in der Wirtschaft Wien)*
- *Dr. Kristin Hanusch-Linser (ÖBB Holding AG, Konzernkommunikation)*
- *Mag. Waltraud Kaserer (BM für Wirtschaft, Familie und Jugend)*

Petra Gregorits

Herzlichen Dank! Zumindest nach meinem Empfinden war die öffentliche Diskussion zum Thema „Frauen“, „Unternehmerinnen“, „Darstellung von Frauen in Wirtschaft und Gesellschaft“ noch nie so vielschichtig wie heute. Wir befinden uns in einer Diskussion, die uns von einem Backlash „Feminismus“, „Emanzipation“ hin zu einer Blütephase der Frauen in der Wirtschaft, die „sheconomy“ genannt wird. Da kann man ermessen wie wesentlich die Zusammenarbeit von Institutionen und Netzwerken, die Frauen vertreten und den Medien ist. Wir haben bei *Frau in der Wirtschaft* dieses Jahr drei Säulen: Bildung in allen Lebenslagen, Eigenverantwortung und Selbstbestimmung, sowie Lebensphasenorientierung. Diese Säulen sind eng verbunden mit dem Motto des Journalistinnenkongresses „Mut zur Veränderung“. Veränderung braucht einfach viel Selbstbewusstsein, viel Selbstbestimmung. Wir haben eine ähnliche Frauenquote in der Wirtschaft, wie im Journalismus. Es sind derzeit 42% Gründerinnen und ungefähr 38% - 40% Unternehmerinnen in der Gesamtwirtschaft. Wobei die Tendenz zu männlichen Gründern eine stärker ist. Es sind nach wie vor die Rahmenbedingungen im Bereich der sozialen und wirtschaftlichen Absicherung, weil viele Frauen „klein“ gründen. Wir ermutigen auch diesen Schritt zur Veränderung im Sinne von positivem Wachstum, Stärkung und Stabilität in der Unternehmensgründung. Es gibt sehr viele Programme im Bereich der Sozialversicherung und der Förderung von Angeboten zu Seminaren. Auch die Kooperation mit Veranstaltungen wie diesen ist förderlich. Daher nochmal einen herzlichen Dank für die Kooperation, die wir auch diesmal wieder sehr gerne angenommen haben.

Dr. Kristin Hanusch-Linser

Journalistinnen sind sehr tapfer, weil sie könnten schon seit 20min in der Pause sein, müssen sich aber nun die Ansprache der Sponsoren anhören. Brav!

Warum ist die ÖBB dabei? Die Bahn lässt niemanden kalt. Ich kann nur die Frage stellen: Was wäre die Bahn ohne die Medien? Was wären die Medien ohne die Bahn? Mit 25.000 Medienberichten über die ÖBB sind wir mit Abstand das öffentlichste Unternehmen in diesem Land und liefern auch genügend Futter für die Medien. Dass Journalisten uns besonders wichtig sind, zeigt sich hoffentlich auch in unserer stark veränderten Beziehung zu den Medien, die sich in den letzten Jahren aufgebaut hat. Eine Beziehung, die wir neu suchen mussten und die wir Gott sei Dank neu gefunden haben. Und das liegt auch daran, dass sich in der Medienbranche einiges getan hat. Dass sich in den letzten Jahren insbesondere auch wesentlich mehr Frauen an die Front der Medienbranche gewagt haben. Das sehen wir als sehr positive Entwicklung. Wir tun uns, offen gestanden, hier auch immer am leichtesten, weil Frauen im Journalismus doch einen anderen Zugang haben zu Medienarbeit. Sie sind präziser, sie recherchieren besser, sie sind fairer und lassen manchmal auch eine Geschichte fallen, frei nach dem Motto „good research kills a good story“. Das merken wir sehr stark und daher sind uns Frauen in den Medien auch besonders wichtig und sind für uns auch besonders zukunftssträchtige Partner. Journalisten sind nicht nur wichtig, weil sie Dinge aufdecken und eine andere Sicht auf die Dinge haben, sondern auch weil sie das Bild präsentieren, dass ein Unternehmen in der Öffentlichkeit hat. Dieses Bild zu steuern ist heute nicht mehr möglich. Man kann dieses Bild nur noch richtigstellen und im Dialog offensiv angehen. Dies gelingt uns mit Frauen besser. So etwas kann man nur hier und heute ansprechen, in einem anderen Rahmen kann man das so nicht laut sagen. Das freut uns, und daher unterstützen wir auch diesen Kongress und hoffen, dass es auch immer mehr Frauen in den Medien gibt. Bei der Bahn sind wir nicht ganz so gut aufgestellt. Wir haben nur eine Frauenquote von 8,5%, der Rest sind Männer. Angesichts der Tatsache, dass es sich bei den Kunden ganz anders verhält – die Mehrheit der Bahnfahrer sind Frauen, nämlich 56% - müssen wir als Unternehmen sehr viel tun und hart daran arbeiten, dass mehr Frauen im Unternehmen unterkommen.

Mag. Waltraud Kaserer

Schönen guten Tag, meine sehr verehrten Damen und Herren! Ich freue mich sehr, dass ich auch dieses Jahr wieder da bin. Das *Wirtschafts-, Familien- und Jugendministerium* unterstützt den Journalistinnenkongress sehr gerne. Auch im nächsten Jahr werden wir uns darum bemühen. „Mut zur Veränderung“ finde ich einen topaktuellen Claim der Veranstaltung, denn der Medienbranche stehen große Veränderungen bevor. Einen Teil der Veränderungen kann man derzeit schon absehen. Veränderung hat auch meinen Lebensweg gekennzeichnet. Ich war auch schon als Besucherin auf diesem Kongress, dann war ich als Vortragende hier, als ich *Spiegel Online* und *Financial Times Deutschland.de* aufgebaut habe und seit letzten Jahr bin ich als Vertreterin des Sponsors *Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend* hier.

Wir haben in unserem Ministerium sehr viele Anknüpfungen zum aktuellen Thema. Wir fördern Familien, wir fördern Frauen. Familienförderung bedeutet für uns, dass wir auf Wahlfreiheit setzen,

zwischen Geld-, Sach- und Steuerleistungen. Wir kümmern uns sehr stark um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in den Unternehmen und wir haben auch zahlreiche Initiativen hierzu, zum Beispiel den Familienindex, die Charta zu Beruf und Familie, auch die Audits, bei denen wir Unternehmen aus ganz Österreich auditieren. Dies ist ein sehr aufwendiger Prozess, aber damit können wir auch potentielle Unternehmen herausfinden, die sich auch diesem Thema widmen. Gendergerechtigkeit etc. wird hierbei auch immer wichtiger.

4. Präsentation der Workshop-Ergebnisse

- *Ingrid Turkovic-Wendl*
- *Mag. Meral Akin-Hecke*
- *Elisabeth Pechmann, BA (Ogilvy)*
- *Mag. Eleonore Gudmundsson (Corpetry)*

4.1. Workshop 3

Ingrid Turkovic-Wendl

Meine sehr geehrten Damen, ich sehe auch 2 Herren. Sie sind auch begrüßt. Der Workshop Nummer drei „Interviewtechnik“ wurde von Conny Bischofberger geleitet. Sie ist eine der herausragenden Printmedien Journalisten und hat daher auch sehr genau erläutert, wie ein Interview gut werden könnte. Es war sicher für alle beteiligten Damen eine sehr gute Richtlinie, wie man etwas aufbaut, kontrolliert und wo die wichtigsten Punkte eines Interviews liegen können. Was mir besonders aufgefallen ist nach der Basis, also was alles dabei sein soll (die Grundpfeiler, die Recherche, das Setting, die Atmosphäre) sind vor allem die gezielten Fragen, die nicht immer ein gleiches Schema haben müssen. Sie hat ein Beispiel gebracht. Sie hat den armen Menschen, der sich ein Bein abgesägt hat, interviewed- und ist natürlich nicht mit dem obligaten „Highlight“ in diesen Fragenkomplex hineingegangen, sondern sanft, dass er auch Vertrauen gefasst hat. Diese Nuancen hat sie uns dargelegt. Doris Stoisser, die große Dame des Interviews im Hörfunk, hat uns natürlich auch Hinweise gegeben, wie so etwas im Hörfunk passieren kann. Es sind ungefähr ähnliche Einstiegsversionen wie bei Conny Bischofberger, wobei beim Hörfunk auch ein großer Teil auch auf der Stimme liegt, auch auf der Stimmlage – und was mir besonders aufgefallen ist – auch auf Pausen, die man dem Interviewpartner ruhig zutrauen kann. Dadurch bekommt man einen Effekt, der ein Interview umdrehen kann.

Beide Damen haben gesagt, dass man bei einer solchen Tätigkeit eine Distanz wahren muss. Man hat persönliche Emotionen, man will gefühlsmäßig vielleicht irgendwo anders hin und das darf man nicht. Man muss hier Disziplin wahren und seine Neigungen nicht verraten. Bei unserem Workshop war auch eine sehr junge Videoproduzentin, Jessie Emkic, sie hat auch schon am Nachmittag wieder einen wichtigen Termin. Sie war sehr interessant für alle Teilnehmerinnen, die sich in diese Richtung

orientieren wollen und hat dahingehend sehr viele Hinweise gegeben. Ich konnte hier weniger gut folgen, weil ich mit Videoproduktion nichts am Hut habe.

Ich habe über das Wissen und das Interesse der Teilnehmerinnen des Workshops drei gestaunt. Vor allem aber auch über die sehr unterschiedlichen Fragen, die gekommen sind. Das zeigt, dass Sie sehr, sehr gut unterwegs sind, schon Profis sind, bzw. das Zeug dazu haben, den richtigen Weg als Interviewerin einzuschlagen. Ich wünsche Ihnen auf diesem Weg viel Erfolg und viel Freude! Und vor allem auch, dass Sie immer bei sich bleiben können, auf diesem Weg! Das ist ganz wichtig. Danke!

4.2. Workshop 1

Mag. Meral Akin-Hecke

Vielen Dank! Dies ist schon unser dritter Workshop am Journalistinnenkongress. Wir haben einen Twitter „hash-tag“? für diesen Kongress ausgerufen. Und der Twitter-hash-tag, den wir immer hatten „JK12“ war genau heute mit einem anderen Event in Schweden kollidiert. Alles was wir heute mit Twitter mitteilen wollten, wurde dann mit dem Event in Schweden verbunden. Dann haben wir uns kurzfristig auf „Jour12“ geeinigt. Aber diese Veranstaltung in Schweden hat auch „Jour12“ verwendet. Somit waren wir mit unserer hash-tag-Suche am Ende bei „Journalistinnenkongress“ angekommen. Sie sehen, man lernt nie aus und erfährt Social Media täglich neu. Wir haben drei Vortragende gehabt.

Das erste Thema war „Trends und Tipps zum Video“, vorgetragen von Richard Gutjahr. Er ist TV-Journalist und Blogger und wurde per Skype aus Washington zugeschaltet. Skype ging ganz gut. Es ging in dem kleinen Raum auch leichter. Zum Teil mussten wir aber das Video ausschalten, damit die Tonqualität besser ist. Das sind die Probleme, die bei einer Live-Veranstaltung auftreten, und die man dann entsprechend adaptieren muss. Oft hilft es auch, Skype auszuschalten und wieder anzurufen.

Gutjahr macht hier eine ganz neue Art von Journalismus. Er taucht mit seinem Equipment irgendwo auf – zum Beispiel in einem Wahlkampfbüro in Washington – und geht mit einem Smartphone und einem Mikrofon direkt auf die Personen zu und befragt sie direkt. Auf diese Art ist er näher an den Interviewten und bekommt auch direktere und ungeschöntere Auskunft. Wenn er mit einem professionellen Team mit Kameras und Mikrofonen dort auftauchen würde, dann würden sich die Menschen auch eher verstellen, bzw. würde die offiziellen Sprecher kommen und das Interview beherrschen. Auf die Art, wie Gutjahr das macht, ist er viel näher am Geschehen dran. Eines hat er noch dazugesagt: Er kann mit seinem jetzigen Equipment in 10 Minuten auf Sendung gehen. Wenn irgendwo etwas passiert, kann er hinfahren, mit seinem Smartphone aufnehmen und online wiedergeben. Da ist dann die unter Umständen schlechte Bild- und Tonqualität nicht ausschlaggebend. Ausschlaggebend ist, dass er sehr schnell vor Ort ist und das Geschehen vermitteln kann. Sein Fazit war: 1.) Experimentieren Sie mit den neuen Medien, bleiben Sie dran. 2.) Videos sind die Zukunft. 3.) Ob eine Teilnahme an den Social Media stattfinden soll, oder nicht, steht nicht mehr zur Debatte, das ist für alle Voraussetzung.

Die zweite Vortragende ist Lisa Stadler. Sie ist Social Managerin beim Online *Standard*. Sie hat aus ihrem Redaktionsalltag berichtet und Tipps gegeben. Sie teilt sich ihre Aufgabe mit einer zweiten Kollegin beim *Standard*. Es wird unterteilt in Technik- und Redaktionsbelange. Ihre Aufgabe besteht hauptsächlich in der Koordination der Social Media-Aktivität der einzelnen Redaktionen. Die Redaktionen im Online *Standard* betreuen ihre eigenen Social Media-Accounts auch selber. Die Arbeit an sich besteht vor allem daraus, vor dem Bildschirm an den Social Media-Kanälen zu hängen, die Redaktionsplanung der Social Media Aktivität auf täglicher, wöchentlicher und monatlicher Basis zu machen. Eine Hauptaktivität basiert auf der Recherche im Bereich der Social Media. Hier neue Entwicklungen zu finden und diese auch weiterzugeben. Geschichten durch neue Möglichkeiten auch anders zu erzählen. Zum Beispiel mit Hilfe von „Storify“, einer Möglichkeit mehrere Social Media-Kanäle miteinander zu verbinden. Geschichten können hier auch gemeinsam mit dem Social Media-Publikum durch Einbindung geschaffen werden. Zuletzt haben wir eine kurze *Twitter*-Schulung von A-Z vorgenommen. Die Vortragenden haben uns die Basics und die professionellen Tools vorgestellt, mit denen man *Twitter* auch leichter in den Alltag integrieren kann. Unsere Präsentationen und Links kommen auf die Kongressseite.

4.3. Workshop 2

Elisabeth Pechmann, BA

Unser Workshop war im Gegensatz zu den bisher genannten eine kleine, feine Teilnehmerinnenrunde. Das hat allerdings den Vorteil, dass wir dieses Frontalunterrichts-Setting gut auflösen konnten. Wir haben uns sehr gut miteinander ausgetauscht und es ist uns sehr schnell klar geworden, dass wir einen sehr bunten Strauß an Spezialisierungen in unserer Runde hatten. Das reicht von Livia Klingl (spezialisiert auf die Kriegs- und Krisenschauplätze dieser Welt) über die noch sehr junge Emily Walton, die aus einem vermeintlich sehr gut gemachten Karrieresetting beim *Kurier* sich entschlossen hat Ihre Lebenswegspezialisierung weiter zu verfolgen und aus dem *Kurier* auszusteigen. Über Eva Maria Bachinger, die mit ihren bisherigen zwei Vita-Schwerpunkten Alpinistin und Fachfrau für Rassismus, Migration und Integration ihre journalistische Arbeit und Spezialisierung weiter betreibt. Über – hier im Publikum sitzend – Daniela Soykan vom *ORF Sport*, eine Kolleginnen mit Spezialisierungen auf Wissenschaftsjournalismus über Spezialisierungen auf Jus bis hin zur Kommunikationsberatung. Also quer durch den Gemüsegarten der möglichen Spezialisierungen. Eine Kernfrage, auf die wir sehr bald gestoßen sind, ist: Wie viel Breite braucht es zu wie viel Tiefe? Conclusio war, dass auch in der Tiefe einer Spezialisierung Kompetenz nicht ohne breites Wissen möglich ist. Wie in jeder guten journalistischen Tätigkeit macht das das Ausbalancieren und vor allem auch das eigene Zeitmanagement ein bisschen schwieriger. Die nächste Erkenntnis im Workshop war, dass im allgemeinen auf dem Weg zur Spezialisierung oder auf dem Weg von der Spezialisierung in eine breite Generalisierung der Aufgabenbereiche oder auch in eine Führungsposition hinein, immer wieder kleine Weggabelungen auftauchen an denen die richtigen Entscheidungen zu treffen sind. Praxisbeispiel war eine Kollegin, die im Wissenschafts- und Kommunikationsbranchenjournalismus tätig ist. Sie hat erzählt, dass sie sich entschieden hat ihre eigene Website zu bauen. Liegt ihr nicht wirklich nahe, aber sie hat dann diese Tortur dann auf sich genommen und hat sich bei der Gestaltung ihrer Website und ihres Contents gefragt, was sie anbieten kann, was ihr

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

Profil ist. Sie wusste was sie gut weiß und besser kann als andere, aber wie vermarktet man das? Das hat sich als guter Selbsttest für alle Teilnehmerinnen in der Runde bewährt. Wie kann ich darstellen was ich kann?

Ein anderes Beispiel dafür, wie man mit Spezialisierung umgehen kann, hat Emily Walton geliefert. Sie machte sehr deutlich, dass sie aus ihrem gut gemachten Karrierebett im Karriere-Teil in das literarische Schreiben abgewandert ist und dort Erfolg hatte. Dies war aber ein steiniger Weg. Sie hat zum Beispiel noch während ihrer Tätigkeit im *Kurier* begonnen Verlegerinnen und Verleger zu interviewen. Zwar unter dem Motto „Ich schreibe im Karriere-Teil“, aber sie wollte sich dort bekannt machen, wo sie in Zukunft hinwollte. Sie hat auch zunehmend versucht Buchkritiken zu schreiben, um im Literaturbetrieb ein bisschen Fuß zu fassen. Sie hat Germanistik studiert, sie hat den Kontakt zur Literaturszene gesucht und so ist es ihr deutlich leichter gefallen mit dem ersten eigenen Buch in der Literaturszene wahrgenommen und bis zu einem gewissen Grad auch ernst genommen zu werden.

Bezeichnend fand ich, dass uns Livia Klingl, die sich mittlerweile als „fröhliche facebookende Pensionistin“ bezeichnet, ein bisschen zurechtgestutzt hat, indem sie uns gefragt hat, ob wir wissen, was der „Tschihad“ ist. Den Tschihad kennen alle nur in einer Bedeutung, aber dieses Wort hat elf Bedeutungen. Den „heiligen Krieg“ kennen nahezu alle, aber die anderen zehn Bedeutungen zu diesen elf haben alle damit zu tun, dass jemand seinen inneren Schweinehund überwindet. Und sie hat uns eigentlich aufgefordert unseren inneren Schweinehund zu überwinden. Auf dem Weg zur, oder auf dem Weg von Spezialisierung zu schauen, wie man sich in diesem Feld am besten aufstellt, damit man erfolgreich wird. Wir haben dann auch noch festgestellt, dass Spezialisierung nicht nur Fachspezialisierung bedeutet. Spezialisierung kann, wie im Fall der Emily Walton, auch eine Art Lebenswegspezialisierung werden.

Der Interview-Workshop gab auch eine Indikation dafür, dass das interviewen als Subkategorie des journalistischen Arbeitens so eine Werkzeugspezialisierung sein kann. Aus dieser Diskussion heraus fanden wir in eine Schlussrunde, die ein bisschen deprimierend wurde. Wir sind nämlich draufgekommen, dass in der Runde fast alle freiberuflich tätig sind. Deshalb ist auch eine ganz wichtige Frage der Spezialisierung kaum behandelt worden. Nämlich die Frage: Was bedeutet Spezialisierung vor einem Redaktionshintergrund?

Gelandet sind wir bei der deprimierenden Feststellung, dass das herkömmliche Berufsbild der angestellten Journalistin sich ohnehin langsam in einem trüben, stinkenden Nebel auflöst. Es ist kein Wunder, dass so viele über freiberufliches arbeiten, Spezialisierung und Vermarktung nachdenken. Livia Klingl hat dazu ein Schlusswort geliefert, indem sie die Chancen aufgezeigt hat: „Der Nachteil der aktuellen Situation ist, dass alles irgendwie flexibel ist. Aber der Vorteil der Situation ist, dass alles irgendwie flexibel ist.“ Das würde ich Ihnen gerne auf den Weg mitgeben, um Ihren Weg und Ihre Zukunft richtig anzugehen!

4.4. Workshop 4

Mag. Eleonore Gudmundsson

„Strategische Karrierplanung“ waren die Worte, die Elfriede Gerdenits uns gleich hat angedeihen lassen. Das ist auch der große Lichtkegel gewesen, dem wir in unserem Workshop gefolgt sind, weil es bei der strategischen Karriereplanung darum geht ein Ziel nicht aus den Augen zu verlieren. Unser Workshop war sehr gut besetzt, wir hatten eine sehr komplettierende Runde von Vortragenden. Ich selbst beschäftige mich mit der Sprache. Eva Maria Köck-Eripek hat sich mit dem Image auseinandergesetzt. Sie ist die Präsidentin des wichtigsten Dachverbandes diesbezüglich und sie hat eindrucksvoll gezeigt, dass es ein Gesamtpaket ergeben muss, wie man heute so schön sagt. Nicht nur die Stimme oder das Auftreten, die Persönlichkeit oder die Sprache macht es aus. Es geht vielmehr darum sich zu positionieren, sich zu vermarkten. Das fällt sehr vielen schwer. Wir haben heute auch schon in dem *Yes, she can*-Vortrag gehört, dass Frauen oft in die Bescheidenheits-Falle geraten. Das haben wir auch Vormittags erörtert, hatten allerdings auch das Vergnügen uns durch Wortmeldungen der Damen im Raum mit konkreten Situationen der Karriereplanung befassen zu können. Eine Dame hat uns erzählt, dass sie vor der Entscheidung steht, einer Leidenschaft nachzugeben, die sich allerdings für den Lebenslauf nicht allzu gut auswirkt, aber ihr sehr viel Spaß macht. Und die andere Möglichkeit wäre, einen gut bezahlten Job anzunehmen, der im Lebenslauf ein Glanzlicht wäre. Wir sind dann alle zu dem Schluss gekommen, dass es sich mit dem folgenden Zitat gut erklären lässt: „Work like you don't need the money, love like you've never been hurt and dance like nobody is watching.“ Die Grundfrage jeder Karriereplanung muss lauten: „Wer will ich sein? Was brauche ich? Was tue ich? Was kann ich der Masse geben?“, wie der Schauspieler sich auch fragen würde.

Wir hatten ein sehr schönes Zitat, das unseren Workshop eingerahmt hat: Nämlich was die Karriereplanung betrifft, soll es sich am Ende so verhalten, wie es der wunderschöne Robert Redford in „Out of Africa“ sagt: „Ich möchte am Ende meines Lebens nicht draufkommen, dass ich das eines anderen gelebt habe.“ Es soll uns allen gelingen, dass wir unser eigenes Leben gelebt haben, denn nur so waren wir authentisch und richtig gut. Danke!

5. Newsflashes – Veränderungen?!

- *Mag. Romy Seidl (Frauen-Netzwerk Medien in Salzburg)*
- *Heidi Vitéz (Frauennetzwerk im OÖ Presseclub)*
- *Mag. Brigitte Handlos (medienfrauen Wien)*
- *Mag. Maria Pernegger (Media Affairs)*
- *Karin Thiller (Geschäftsführerin APA-OTS)*
- *Mag. Eleonore Gudmundsson (Corptetry)*
- *Dr. Daniela Kraus (fjum)*
- *Mag. Sandra Sonnleitner (FH Wien)*

5.1. Veränderungen in Mediennetzwerken

Mag. Romy Seidl

Wir haben uns in der Pause auch schon ganz kurz ausgetauscht. Uns gibt es jetzt schon seit neun Jahren. Wir sind das Schwesternnetzwerk der Wienerinnen. Haben auch ganz ähnliche Statuten, sind auch durch die Initiative der Wienerinnen entstanden, weil zwei von uns nach Salzburg zurück sind. Es hat sehr erfolgreich und sehr erfolgversprechend begonnen. Wir haben wirklich sehr viel Angeboten und die Frauen haben das in jeder Hinsicht angenommen. Wir hatten allerdings nie einen regelmäßigen Jour fixe oder einen Stammtisch wie die Wienerinnen, sondern unser Schwerpunkt lag auf Fort- und Weiterbildung. Es war uns immer wichtig Schreibwerkstätten zu machen, Workshops anzubieten, sodass jede Frau davon profitieren kann.

Wir merken jetzt diesen Druck in der Branche. Das ändert zwei Bereiche massiv. Das eine ist, dass die Frauen sich wirklich sehr genau überlegen, was sie wollen. Jetzt sind Journalistinnen und PR-Frauen ohnehin schon durch ihre Arbeit verwöhnt, bei der sie viele spannende Menschen kennenlernen dürfen. Sich zusätzlich noch in der Freizeit Abende frei zu nehmen und sich einen Vortrag anzuhören ist nicht mehr so leicht. Wir spüren, dass zu einigen Veranstaltungen weniger Frauen kommen. Wenn wir jetzt eine spannende Referentin anbieten, die beispielsweise aus Wien kommt, dann sind wir leider nicht mehr 70 Frauen, sondern dann sind wir nur noch 15 oder 20 Frauen.

Der zweite Punkt dieser Veränderung, was diesen Druck in der Branche betrifft, bemerkt man auch am Journalistinnenkongress. Viele Frauen fahren mehrgleisig. Sprich sie arbeiten journalistisch und auch im PR-Bereich. Das hat sich deswegen verlagert, weil die Angestellten-Jobs rar sind. Die Situation ist sehr schwierig geworden. Es gibt mehr PR-Frauen als Journalistinnen. Wir haben bei uns im Vorstand immer darauf geachtet, dass die Verteilung ausgewogen ist, dass der Austausch, das Geben und das Nehmen ausgeglichen ist. Nun werden es Zusehens immer mehr PR-Frauen. Diese waren früher durchaus Journalistinnen, die in den PR-Bereich gewechselt sind, oder die eben nun beides machen.

Das sind die massivsten Auswirkungen, die wir bei unseren Treffen feststellen können. Wir arbeiten natürlich nach wie vor mit unseren Newslettern, mit der Jobbörse, mit Informationen, die wir weitergeben, und klarerweise viel mehr auch mit den Social Media. Wir gehen diese Entwicklung auch mit und versuchen diesen veränderten Rahmen auch Frau zu werden. Wir versuchen auch möglichst alle eineinhalb Jahre mit den Linzerinnen und den *Münchner Medienfrauen* eine Veranstaltung zu machen. Dies wird sehr gut angenommen. Hierbei geht es nicht nur ums Vernetzen, sondern ich betone bewusst auch das Austauschen. Dies ist – trotz des Drucks, trotz der verstärkten Konkurrenzsituation – in einem gewissen Maß schon wieder gefragt.

Heuer machen wir zum zweiten Mal wieder ein Mentoring-Projekt. Wir waren uns nicht ganz sicher, ob es wieder so angenommen wird. Aber zum Glück ist dies der Fall. Etliche junge Kolleginnen haben sich gemeldet. Es treten neue Journalistinnen bei, vergangenen Montag beispielsweise wieder zwei. Unsere Mitgliedszahl hält sich ungefähr bei 150. Wir haben dann auch Mentorinnen für die Mentees gesucht, was auch gut geklappt hat.

Wir versuchen auch einmal im Jahr – da wir keine klassischen Treffen abhalten – eine Veranstaltung zum Thema „Genuss“ zu machen. Einmal waren wir bei Johanna Maier eingeladen zum Kochen und

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

ähnliches. Wir versuchen also auch etwas persönliches hier einfließen zu lassen. Das ist unsere Situation in Salzburg.

Heidi Vitéz

In Oberösterreich ist die Situation ein bisschen anders. Das Frauennetzwerk in Oberösterreich ist Teil des *Oberösterreichischen Presseclubs*. Gegründet wurde es im Prinzip am Küchentisch von zwei engagierten Journalistinnen. Beide waren selbstständig und meinten: „So geht es nicht weiter mit uns Medienfrauen! Wir müssen präsenter sein, wir müssen etwas tun.“ Resultat war das Frauennetzwerk im *OÖ Presseclub*. Die Herren waren zu Beginn nicht begeistert von uns. Wir hatten einen netten Fürsprecher, den Intendanten vom *Landesstudio Oberösterreich*, den Herrn Leopoldseder. Der hat zwar auch nicht „juhu“ gerufen, aber er meinte, wir können es ja mal versuchen. Das war vor 10 Jahren – so lange gibt es uns schon. Zu Beginn war es noch still um uns, aber mittlerweile ist schon einiges vorwärts gegangen.

Parallel zu dieser offiziellen Schiene als Frauennetzwerk im Presseclub haben wir von Beginn an einen Newsletter gehabt. In diesem Verteiler sind rund 600 Frauen aus Oberösterreich oder in Oberösterreich lebend, die im journalistischen Bereich tätig sind. Oft fragt man uns: „Wo sind denn die ganzen Frauen? Habt ihr überhaupt so viele?“. Ja, wir haben so viele. Wir haben Frauen bei uns, die bei der University of London arbeiten, Kolleginnen in Wien, die ursprünglich aus Oberösterreich sind etc. Wie im Newsletter der Salzburger Medienfrauen sind auch allgemeine Infos, Veranstaltungsinfos und Infos von Kolleginnen enthalten. Wir haben ein großes Angebot gemeinsam mit den Salzburger Medienfrauen. Ich will hier aber nicht alles nochmal wiederholen.

Dadurch, dass wir so eine lockere Schiene gefahren sind, sind auch so viele Oberöreicherinnen, die nicht in Oberösterreich tätig sind dabei. Plötzlich wollten dann auch andere Frauen dazukommen. Diese mussten wir leider ablehnen. Auch Männer wollten mitmachen. Dann habe ich „Medienmenschen“ gegründet. Hier tut sich auch einiges. Jeder kann aktiv daran teilhaben und auch Informationen aus dem Medienbereich bereitstellen. Zum Beispiel Jobangebote und vieles mehr.

Eine Kollegin, die heute hier im Publikum sitzt, hat gesagt, dass Frauennetzwerk ist so etwas ähnliches wie ein Schrittmacher. Ja, das sind wir! Im Presseclub bereiten wir Themen auf, die andere nicht ansprechen. Eine Kollegin war beispielsweise in der Veranstaltung „Social Media Newsroom“, die ich initiiert habe. Was ist das? Was bringt das Journalistinnen und Journalisten? Was bringt es PR-Leuten? Sehr viele Veranstaltungen, die über das Frauennetzwerk organisiert werden, werden kaum von Männern besucht. Aber sie können gerne kommen und uns kennenlernen. Mittlerweile haben wir auch viele männliche Förderer bzw. Kollegen.

Mag. Brigitte Handlos

Also das *Mediennetzwerk Frauen*, ist ja eines der ersten Mediennetzwerke, wenn nicht überhaupt das erste in Österreich. Im Juni 1999 gegründet war es noch sehr innovativ. Der Grund, warum wir dieses Netzwerk damals gegründet haben, war dass wir als weibliche Pressure-Group auftreten wollten, weil in der Journalistengesellschaft – die stark männlich dominiert ist – einfach nichts weitergeht für Frauen. Da gibt es auch keine Vernetzungsmöglichkeit. Die Gewerkschafterinnen, die

bei Druck- und Papier organisiert waren, hatten viele Möglichkeiten, sich beispielsweise mit dem *Deutschen Journalistinnenbund* oder Schweizer Kolleginnen zu vernetzen etc. Diese Mitteilungen sind gar nicht durchgedrungen. Also haben wir gesagt: Dem wollen wir etwas entgegensetzen. Und einer der Hauptgründe war, Informationen auszutauschen und eine Plattform zu gründen, bei der man sich zusammenschließt um Druck zu erzeugen in der Branche. Für die Frauen, die für und in Medien arbeiten. Das ist nach wie vor eine Maxime und es ist nach wie vor sehr wichtig. Das *Frauennetzwerk Medien* hat eine eigene Website gehabt. Wir haben uns via E-Mail immer Informationen zukommen lassen, damit wir alle auf demselben Wissenstand sind – auch ein sehr wichtiger Punkt. Wir haben ein Mentoring-Programm ins Leben gerufen, dass ich nach wie vor für ein sehr wichtiges Programm halte. Jede junge Journalistin sollte einen Mentor, einen Mentorin suchen und diese Person auch aktiv „absaugen“.

Eine Jobbörse gibt es bei uns auch, dazu komme ich ein bisschen später. Sich über Jobs auszutauschen ist wichtig, aber den wichtigsten Schritt muss jede Frau selbst machen. Wir können zwar eine Informationsplattform sein und die Infos, die an uns herangetragen werden, weitergeben, aber die nächsten Schritte müssen von den Frauen selbst kommen. Ich bin ganz fest der Meinung, dass Netzwerke, wie das Mediennetzwerk Frauen, dass ja 1999 gegründet wurde, sich ein bisschen überlebt haben. Ich sage jetzt mal zu 50%. Warum? Ich glaube, dass die Gefahr besteht, dass es zu einer „Kuschelecke“ verkommt, wo man seinen Frust ablädt. Sich in einem vertrauten Zirkel von Journalistinnen und Medienfrauen zu treffen und auch mal seine Sorgen abladen zu können, halte ich für wichtig, aber nur zu 50%. Die anderen 50% sollte es um Pressure-Group, um politische Fragen, um Aufzeigen von Missständen, oder auch um politisch-strategische Ausrichtungen handelt.

Zum Schluss möchte ich noch zwei Dinge sagen. Wir sehen einem Ende von Branchen-internen Netzwerken zu und ich glaube, in Zukunft geht der Trend mehr zu Branchen-übergreifenden Netzwerken. Ich glaube auch – mit viel Vorsicht – aber punktuell müssen wir die männlichen Komponenten unserer Branche miteinbeziehen und sie dazu benützen, dass sie gemeinsam mit uns die Leiter für die vielen fähigen Frauen machen, die es in der Branche gibt. Es bricht ein bisschen was auf, es ist noch nicht genug. Aber wir brauchen hier ein paar männliche Proponenten, die diesen Weg mit uns gemeinsam gehen. Danke!

5.2. Frauen und Medien – Ein Reality-Check

Mag. Maria Pernegger

Herzlichen Dank für die Einladung. Ich habe die vorigen Vorträge mit Spannung verfolgt. Ich komme von der ganz genau anderen Seite, nämlich nicht von der Journalistinnen-Seite, sondern wir von Media Affairs sind darauf spezialisiert Medienmärkte in Österreich zu beobachten. Mein spezielles Aufgabengebiet ist die Beobachtung der frauenrelevanten Berichterstattung in den österreichischen Medien. Wir schauen: Wie werden Frauen in den Medien dargestellt? Frauenberichterstattung umfasst ein ganz breites Themenspektrum. Beginnt mit Kinderbetreuung, Frauenportraits, Prostitution, Schönheitsidealen etc. Es werden aber auch Themen behandelt, die sonst nicht so oft in den Medien vorkommen. Geschlechtsstereotypen etwa, oder Gewalt gegen Frauen, Frauen in Kirche

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

usw. Ich kann jetzt nicht sehr detailliert auf unsere Studien eingehen und daher beschränke ich mich auf drei Kernaussagen. Ich versuche diese drei Aussagen mit unseren Analyseergebnissen zu belegen. Die erste These lautet, dass die Frauenberichterstattung eine Debatte am Abstellgleis ist. Frauen sind eine typische mediale Querschnittsmaterie. Umso bemerkenswerter ist, dass Frauen in den Medien nur sehr wenig Platz finden. Zur Veranschaulichung habe ich ihnen andere Bereiche, die wir auch analysieren zum Vergleich dargestellt. Etwa im Bereich Finanzen-Banken. Oder der Bereich Integration-Migration. Beides sehr heiß diskutierte Themen. Sie erfahren in den Medien etwa 3Mal so viel Aufmerksamkeit wie Frauenpolitik oder frauenrelevante Berichterstattung. Das zeigt, dass Frauen in den Medien eher – ich sage es sehr provokant – nebensächlich dargestellt werden. Wir untersuchen fünf verschiedene Medien in diesem Zusammenhang: *Kurier*, *Standard* und *Presse* bei den Qualitätsmedien und *Krone* und *Österreich* von den Boulevardblättern. Bemerkenswert ist hier, dass gerade die reichweitenstarken Blätter *Österreich* und *Krone* nur in etwa 20% frauenrelevant berichten.

Die nächste These beschäftigt sich mit Rollenklischees und althergebrachten Rollenbildern in den Medien. Ich sage es so: Wenn Sie auf der Suche nach Rollenklischees sind, dann werden Sie im Boulevard fündig. Wir haben uns zwei Bereiche angesehen. Zum einen die Bildanalyse und zum anderen welche Themen von den Medien aufgegriffen werden. Die obere Darstellung rechts zeigt die *Kronen Zeitung*. Wir haben für den Zeitraum Oktober untersucht in welchem Kontext Frauen bzw. Männer abgebildet werden. Das Ergebnis ist so markant, dass es selbst uns überrascht hat. In den großen Bereichen Politik und Wirtschaft werden zu 80-90% Männer dargestellt und Frauen „punkten“ in anderen Bereichen, wie Schönheit, Gesundheit und Familie. Das sind so typisch weiblich besetzte Felder. In der *Krone* ist der Bereich Promotion interessant. Hier geht es vor allem darum, dass Frauen als optischer Aufputz für ein bestimmtes Produkt eingesetzt werden. Dies gilt alles für die Darstellungen in der Kronenzeitung.

Zweitens haben wir uns angesehen, welches Themenspektrum die Boulevard- und Qualitätsmedien aufgreifen. Die grauen Balken stellen die Qualitätsmedien dar und man sieht auf den ersten Blick, dass sie ein wesentlich breiteres Themenspektrum aufgreifen mit ihrer Berichterstattung. Die Boulevardmedien hingegen greifen zu einigen wenigen Themen. Das sind vor allem solche, die man dem traditionellen Frauenbild zuordnen kann. Beispielsweise die Mutterrolle. Das ist das absolute Top-Thema bei den Boulevardmedien. Oder auch Frauen in der Opferrolle oder Gewalt gegen Frauen.

In den Qualitätsmedien wird einerseits ausgeglichener berichtet, wie unsere Darstellung zeigt. Andererseits wird aber auch von den Qualitätsmedien der Bereich des Gender-Gap aufgegriffen. Hier wird sehr viel damit gearbeitet, Unterschiede zwischen den Geschlechtern darzustellen. Beispielsweise bei Löhnen und Gehältern, bei Chancen am Arbeitsmarkt, Sexismus in der Werbung, Auflehnung gegen das typische Schönheitsideal. Die Berichterstattung in den Qualitätsmedien geht eher in Richtung des emanzipierten Frauenbildes.

Damit komme ich nun zur dritten These. Sie beschäftigt sich mit der Frauenpolitik, weil wir auch die österreichische Innenpolitik relativ genau beobachten. Die Frauenpolitik ist – obwohl die Hälfte der Bevölkerung davon betroffen ist, ein politischer Nebenschauplatz. Und wenn man sich die Berichterstattung über Frauenpolitik ansieht, dann ist sie sehr SPÖ-dominiert. Ich habe die These formuliert, dass die Frauenpolitik in den Medien ein rotes Mascherl trägt. Die ÖVP ist bezüglich Frauenpolitik medial eher im Hintergrund. Wobei sich da auch schon mehr getan hat. Das heißt nicht,

dass die ÖVP keine frauenpolitischen Themen aufgreift, aber es ist einfach derzeit so, dass die Durchdringung in den Medien nicht so gut gelingt. Die FPÖ hat eher andere Schwerpunkte und der Zugang zur Frauenpolitik ist relativ einseitig, der beschränkt sich nämlich nur auf die Mutterrolle und die Familienförderung. Das BZÖ ist frauenpolitisch unsichtbar.

5.3. Newsverarbeitung

Karin Thiller

Schönen Nachmittag! Mein Name ist Karin Thiller, ich bin Geschäftsführerin des *APA OTS*. Ich denke die meisten hier im Saal können mit diesem Begriff etwas anfangen. Für die, die es nicht kennen: *APA OTS* ist ein Unternehmen für Presseaussendungen im Auftrag von Unternehmen, Organisationen etc. an die Medien und interessierte Öffentlichkeit verbreitet. Wir sind ein Unternehmen der Österreichischen Presseagentur. *APA OTS* hat einen sehr starken Fokus auf das Thema Politik und auf das Thema Medien. Eine *OTS* ist in Österreich so etwas wie ein Synonym für eine politische Presseaussendung könnte man sagen. *OTS* hat eine wichtige Bedeutung in der politischen Kommunikation und auch Medien nutzen diesen Dienst zunehmend nicht nur, um zu verwerthen und zu empfangen, sondern um auch selbst weitere Themen in die Medien zu bringen. Es ist mittlerweile auch ein klassisches Agenda-Setting-Tool geworden. Wir haben hier Nutzer wie *Profil*, *News*, der *Kronen Zeitung* usw., die alle auch ihre Geschichten über *OTS* verbreiten und damit ihr eigenes Thema in die anderen Medien bringen können.

Ich habe leider nur fünf bis sieben Minuten um ihnen dieses große Thema näher zu bringen. Das ist sehr wenig, aber ich werde versuchen ein paar Dinge herauszustreichen, ein paar Nachrichten aus der Welt der Nachrichtenagenturen bringen. Ich beginne damit zu sagen: Der Medienwandel ist angekommen in den Nachrichtenagenturen. Soll heißen: Auch Nachrichtenagenturen erleben wie ihre größten Kunden, die klassischen, traditionellen Medien, eine Wirtschafts-, Medien- und Werbekrise. Sie sind einem Nutzerwandel ausgesetzt – je jünger die Nutzer sind, desto mehr wenden sie sich von den traditionellen Medien ab und zu den digitalen Medien hin. Und natürlich kämpfen die traditionellen Medien auch mit den sozialen Medien um die Zeit und Aufmerksamkeit der Nutzer. Auch das ist ein großes Thema. Der größte PR-Coup der letzten Jahre ist *Red Bull* mit dem Stratosphärensprung gelungen. Alleine der ganz normale *Red Bull Youtube* Chanel hat 497 Millionen Videoaufrufe. Hier geht es um 900.000 Abonnenten, damit müssen die klassischen Medien erst mithalten können. Auch das ist ein Thema in den Nachrichtenagenturen. 3:09:30 Das zeigt sich auch daran, dass sich die Agenturen nicht ganz leicht tun im Wirtschaftsleben. In Deutschland hat vor einigen Wochen die Nachrichtenagentur *DABD* Insolvenz angemeldet – völlig überraschend. Sie ist erst vor drei Jahren angetreten, um die traditionelle Nachrichtenagentur *DPA* in Deutschland verzichtbar zu machen. Jetzt haben die Eigentümer dort ihre Finanzierung ohne Vorwarnung eingestellt. Das zeigt, dass das Nachrichtenagenturgeschäft kein leichtes ist. Eng verknüpft mit diesem Geschäft ist das *OTS*-Geschäft. *OTS* bieten internationale Unternehmen, wie *News-Wire*, *Business-Wire* dieses. In Deutschland heißt es *News Aktuell*, bei uns *OTS*. Das sind eine ganze Reihe von erfolgreichen Unternehmen, die in diesem Geschäftszweig tätig sind. Eng verknüpft sind diese auch mit dem Schicksal der Nachrichtenagenturen. Wenn man die Nachrichtenagenturen noch

braucht, dann ist das auch gut für die *OTS*-Geschäfte. In diesem Zusammenhang stellen sich auch viele Fragen für uns, zum Beispiel: Ist das Instrument der Presseaussendung noch tauglich für die Kommunikation zwischen Organisation und Medien? Die klassische Presseaussendung ist ein bisschen in Verfall geraten bei den JournalistInnen. Für die Unternehmen ist es noch ein wichtiges Instrument und aus meiner Sicht eine Möglichkeit, wie man authentisch nachrecherchierbar, verlässlich kommunizieren kann.

Wir verknüpfen konsequent mit sozialen Medien, *OTS*-Inhalte werden in alle sozialen Kanäle eingespielt (*Facebook, Twitter, Flickr, Youtube*). Das ist eine der Konsequenzen, eine weitere heißt „mobil, mobil, mobil“. Immer mehr Menschen konsumieren mobil mit Smartphones und auf mobilen Endgeräten. Nicht ganz so einfach für jene, die technisch damit umgehen müssen. Wir passen alle unsere Plattformen an mobile Nutzungsgewohnheiten an, wir machen Touch-Versionen von unseren Webseiten, wir haben eine *i-Phone*-App und eine Android-App, die schon viele Nutzer haben. Es ist eine kostenlose App und wenn Sie am Medien- und Politikgeschehen interessiert sind, dann laden Sie sich eine dieser beiden Apps herunter.

Das dritte Thema heißt „Suchmaschinenoptimierung“. Für viele unserer Kunden ist es beinahe wichtiger in Suchmaschinen gefunden zu werden, als in einem klassischen Medium. Wir investieren sehr viel in das Thema Suchmaschinenoptimierung. Eine Aussendung, die sie über über *OTS* verbreiten, hat sehr gute Chancen, auch in einer Suchmaschine gefunden zu werden, wir haben nämlich ein sehr gutes *Google*-Ranking.

5.4. Corporate Poetry

Mag. Eleonore Gudmundsson

Mut zur Veränderung. Ich habe mich im Laufe meines Lebens mit Sprache auseinandergesetzt und habe an der Schlüsselstelle zu einem neuen beruflichen Tun mich damit auseinandergesetzt was ich kann. Ich habe gemerkt, dass ich Inhalte von Unternehmen gleich klingen. Ich habe eine Analyse gemacht. Geben Sie zum Beispiel das Wort „Erlebnisbad“ in Google ein. Sie werden nicht glauben, wie das alles gleich klingt. Da ist vom „Spaßbad“ die Rede, dass „für Alt und Jung Spaß macht“. Denn „es kommen die Erholungssuchenden genauso auf ihre Rechnung, wie junge aktive Sportliche“. Was für die einen eine Drohung ist, ist für andere auch ein Schlag ins Wasser. Erlebnis ist alles. Im nächsten Schritt habe ich mich damit auseinandergesetzt, was Erlebnis bedeutet. Ist eine Wanderung, die nicht „Erlebniswanderung“ heißt, ein Erlebnis? Sie sehen, es wird immer wilder. Daraus habe ich ein Produkt gemacht, weil „Corporate Language“ etwas ist, das Marken hilft, authentisch zu sein. Dass Marken hilft, eine sympathische Anmutung zu gestalten, die beim Konsumenten das Wohlbefinden hervorruft, das es braucht, dass er wieder zum Konsumenten wird oder sogar ein Konsument bleibt. Wir entscheiden sehr viel über sprachliche Eindrücke, das ist uns nur nicht klar.

Das, was dieses Corporate Poetry leisten will ist, die selben Impulse freizusetzen, wenn ein Konsument einem Text ausgeliefert ist, die ein lyrischer, oder ein belletristischer Text mit sich führt. Das kennen wir aus der Schule. Die Schule hat ja die Aufgabe uns Texte vorzulegen, bei denen wir uns

schwer tun, sie uns zu merken. Bis zu 12 mal müssen wir einen Text wiederholen, damit ihn wir uns merken. In dem Augenblick, wo wir Freude haben, merken wir uns alles. Da gestalten wir Bilder. Umberto Eco sagt, ein Text ist ein Lückentext. In einem Text ist nicht alles drin. Der Leser schafft das Kunstwerk. Ich kann, wenn ich diesen Raum beschreibe, nicht jedes Detail beschreiben. In dem Augenblick, wo Sie eine Beschreibung dieses Raumes lesen, entsteht er vor Ihrem geistigen Auge. Das ist, was Sprache zu leisten vermag.

Kommen wir zurück zu dem Produkt. Was kann es? Corporate Language: Ein Unternehmen braucht eine identische Sprache, die das Produkt des Unternehmens von denen der Mitbewerber unterscheidet. Das andere, das es leistet, ist Corporate Storytelling. Eines meiner schönsten Projekte bisher war es, einem Reisimporteur, eines Risoliers, das ist jemand, der die feinsten Reissorten in Asien aufspürt und nach Europa bringt, für jede dieser Reissorten eine Geschichte zu erzählen. Da mussten Geschichten erfunden werden. Was ist es noch? Es ist auch das einfließen lassen von Geschichten in einen Kommunikationsprozess. Wenn ein Unternehmen etwas braucht in kommunikativer Hinsicht, weil es vielleicht ein Jubiläum hat, oder weil es vor sich hinarbeitet und nichts Großartiges passiert, dann ist oft die Außensicht sinnvoll. Das sind die Dinge, die Corporate Poetry macht. Mut zur Veränderung habe ich in einem Anfall von Größenwahn auch auf mich bezogen. Als ich meine letzten Arbeitgeber verlassen habe, wäre es naheliegend gewesen, eine PR-Agentur zu gründen. Ich wollte aber nicht die 150. PR-Agentur sein und habe dann beschlossen, habe mich getraut etwas zu machen, was es noch nicht gibt.

5.5. Fort- und Weiterbildung

Mag. Meral Akin-Hecke

Ja, ich komme nochmal aufs Podium in Vertretung von Daniela Kraus. Ich will nur schnell die Webseite aufrufen. Daniela Kraus ist die Geschäftsführerin von *fjum Wien* (Forum Journalismus und Medien in Wien). Vor einigen Jahren gegründet, ist ein nicht-gewinnorientierter Verein. Sie bieten Ausbildung, Training und Workshops speziell für Journalistinnen und Journalisten. Ihr Angebot basiert auf zwei Schienen. Das postgraduale Masterprogramm mit Media Innovation Management. Bewerbungen für September 2013 sind jetzt offen. Es ist postgradual und berufsbegleitend für jene Menschen, die ins mittlere Management aufsteigen. Sechs Anwesenheitsmodule in Wien, Berlin, Spanien, USA. Englischsprachig. Im derzeitigen Lehrgang sind TeilnehmerInnen aus acht Ländern. Daneben sind Kurse, Ausbildungen und Vorträge bei freiem Eintritt im Kalender auf der Homepage auch zu finden. Thematisch geht es um Innovation (Was wird es Neues geben?) über traditionelle handwerkliche journalistische Themen. Auch Sachthemen, wie das politische System in Österreich werden behandelt. Die nächsten Termine sind „Diversity im Journalismus“, „Interviewtraining“, „Bewegtbild im Netz. Fernsehen der Zukunft“, „Textcoaching“ und ein Twitter Crashkurs. Ein Journalistinnenkongress-Goodie haben wir auch für alle, die hier anwesend sind. Zweimal zwei Plätze um 50% verbilligt bei den Kursen „Interviewtraining“ für JournalistInnen mit schwierigen Interviewpartnern. Der zweite Kurs ist „Textcoaching. Selbst Profis können noch besser werden“ mit Christian Sauer.

5.6. Masterstudium Journalismus & Neue Medien

Mag. Sandra Sonnleitner

Ich mache es jetzt ganz kurz und stelle Ihnen nur unser Masterstudium Journalismus und Neue Medien der FH Wien vor. Es ist berufsbegleitend. Ich mache Öffentlichkeitsarbeit am Institut für Journalismus und Medienmanagement der FH Wien. Wir richten uns mit unserem Studiengang an zwei Zielgruppen. Zum einen an FH- und Uni- Absolventinnen. Wobei es gut ist von Ressorts wie der Politikwissenschaft oder der WU zu kommen. Zum anderen an aktive JournalistInnen. Das besondere an unserem Angebot ist, dass wir in gewissen Bereichen journalistische Erfahrung anrechnen. Das heißt eine erfahrene TV-Journalistin wird bei uns kein TV-Lehrveranstaltungen mehr machen müssen. Eine erfahrene Print-Journalistin keine Print-Lehrveranstaltungen. Unsere Schwerpunkte: Wir vermitteln einerseits Basics für Print, TV, Radio und Online und setzen zum anderen auf die Vernetzung dieser Basics für multimediales Arbeiten, d.h. wie bereitet man ein Thema für mehrere Kanäle auf? In dem Bereich Social Media und New Media Trends orientieren wir uns an Entwicklungen in den USA. Vor allem hinsichtlich entrepreneurial Journalism und neuer Geschäftsmodelle. Wir haben einige Vortragende vom *Pointer Institute* von Florida und der *New York City University*, die sich mit diesen Themen auseinandersetzen. Noch kurz zu den Zahlen und Fakten: Das Studium ist berufsbegleitend, dauert vier Semester, Bewerbungen sind ab Dezember möglich. Wir starten jeweils im Wintersemester, das heißt ab 2013/2014 und wir erheben pro Semester einen Studienbeitrag von 336,63 € ein. Sie haben alle Informationen in der Kongressmappe. In diesem Sinne: Mut zur Veränderung! Dankeschön!

6. Verleihung der Medienlöwin

- *Elisabeth Pechmann, BA (Ogilvy)*
- *BM a. D. Maria Rauch-Kallat*
- *Mag. Bettina Glatz-Kremsner (Vorstandsdirektorin Österr. Lotterien)*
- *Verena Kainrath (Medienlöwin)*
- *Rainer Nowak (Chefredakteur Die Presse) und*
- *Anna Maria Wallner (Die Presse) in Vertretung von Anneliese Rohrer (Lebenswerklöwin)*
- *Herr Schöndorfer in Vertretung seiner Tochter Sabine Schöndorfer (Nachwuchslöwin)*

BM a.D. Maria Rauch-Kallat

Der Beweggrund des Journalistinnenkongresses und des Journalistinnenpreises ist es, Frauen sichtbar zu machen. Oft stehen fast ausschließlich Männer in der ersten Reihe und Frauen begnügten sich sehr oft mit der zweiten und dritten Reihe. Der *Club Alpha* als Veranstalterin des Kongresses hat sich vor 25 Jahren zum Ziel gesetzt, Frauen in der Öffentlichkeit präsenter zu machen, Frauen eine

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

Plattform zu bieten. Ein Ergebnis des *Club Alpha* und der Schaumayerstiftung ist der Journalistinnenkongress, der ausgezeichnete Frauen sichtbar machen soll. Die Vertreterin und Unterstützerin dieses Kongresses ist eine Frau, die selbst in der Öffentlichkeit steht. Bettina Glatz-Kremsner wird mit mir und der Juryvorsitzenden den Preis überreichen. Sie und ihre MitarbeiterInnen waren es auch, die heuer diesen Preis zur Veränderung angesprochen haben und gefragt haben: Warum nur eine Frau auszeichnen? Es ist doch besser drei Frauen auszuzeichnen. Sie hatten die Idee eine Nachwuchsjournalistin auszuzeichnen. Wir alle wissen, wie gut es ist, Frauen bereits in jungen Jahren zu fördern. Mit der *Dr. Maria Schaumayer Stiftung* tun wir das zweimal jährlich.

Mag. Glatz-Kremsner

Vielen herzlichen Dank! Es ist den *Österreichischen Lotterien* eine ganz große Freude, diesen Preis zu unterstützen. An dieser Stelle auch einen ganz herzlichen Dank für diese Initiative. Warum ist es uns wichtig diesen Preis zu unterstützen? Weil wir, weil ich der Meinung bin Qualitätsjournalismus zu unterstützen – gerade in Zeiten wie diesen. Das hat einen ganz besonderen Stellenwert für dieses Land und diese Gesellschaft. Und andererseits ist es ein Journalistinnenpreis. Das bedeutet Frauen nicht nur sichtbar zu machen, sondern auch vor den Vorhang zu bitten.

Elisabeth Pechmann

Kommen wir zum Allerwichtigsten, kommen wir zu den Preisträgerinnen. Lassen Sie mich mit der Nachwuchslöwin beginnen. Dieser Preis richtet sich an Frauen in Ausbildung für die Medienbranche, die sich für Ihre Abschlussarbeiten entschieden haben ein frauenrelevantes Thema zu wählen. Da steckt, wie im Fall unserer Preisträgerin, wie sie auch selbst sagt, das persönliche Interesse am Aufdecken sozialer Ungleichheiten dahinter. Speziell der Ungleichheiten zwischen Frauen und Männern. Dafür hat sich unsere Preisträgerin, die ihre Master-Thesis an der Universität Salzburg am Institut für Kommunikationswissenschaften verfasst hat, in ein Feld begeben, dass sie selbst als „Arena der Männlichkeit“ bezeichnet. Das Feld ist ein Spielfeld. Es war die Frauenfußballweltmeisterschaft 2011 und ihre mediale Rezeption. Wir in der Jury fanden, dass es ein sehr gutes und fundiert behandeltes Thema war. Und daher geben wir heute die Nachwuchslöwin nicht an Sabine Schöndorfer, Bakk selbst, weil sie nicht da sein kann, sondern stellvertretend an den Herrn Papa, der hoffentlich richtig stolz ist.

Wir haben gerade gehört, Simone Schöndorfer ist derzeit in Ghana in einer Fußballakademie. Sie bleibt dran. Wunderbar! Danke vielmals und herzliche Gratulation.

Herr Schöndorfer

Die Tochter, Simone, hat zwar mit Fußball nicht wirklich was am Hut, aber sie ist derzeit in Ghana. Ihr Freund ist nämlich dort Fußballtrainer in einer Fußballakademie. Sie hat ihn jetzt besucht. Nach langem Büffeln möchte ich jetzt einmal ausschalten. Sie ist sehr zerknirscht heute nicht hier sein zu dürfen, aber sie freut sich sehr und lässt die besten Grüße übermitteln.

Elisabeth Pechmann

Die Kategorie der *Medienlöwin* kennen diejenigen von Ihnen, die den Journalistinnenkongress schon seit Jahren begleiten ein bisschen besser. Was wir besonders schön fanden in der Jury war, dass die Einreichungen von Jahr zu Jahr steigen. Macht aber auch die Entscheidung schwieriger. Wir hatten eine sehr klare Vorgabe heuer: Es ging um Beiträge in denen Frauen porträtiert werden, die persönlich Mut zur Veränderung bewiesen haben, die eine Funktion oder Position erobert haben, die als Ausdruck strukturellen Wandels verstanden werden kann. Ein Großteil der Beiträge hat sich haargenau an diesen Ausschreibungstext gehalten. Die Breite der Beispiele und extrem klar konturierten Rollenauffassungen, die dabei herausgekommen ist, ist beeindruckend. Wir haben es letztendlich geschafft eine Preisträgerin zu küren. Wir haben sie gekürt, weil sie in ihren Beiträgen immer wieder konkrete Beispiele dafür zeigt, wie Frauen verändern. Weil sie außerdem in ihren Beiträgen klar macht, was es zu verändern gilt. Und weil sie ihre eigene Funktion und Position als Journalistin immer wieder subtil nützt um Gender-Klischees zu demaskieren. Dafür gratulieren wir sehr herzlich Mag. Verena Kainrath aus der Wirtschaftsredaktion des *Standard*.

Zum Abschluss: Wir werden auch diesen Preis einem Mann überreichen – aber wieder nur stellvertretend. Man kann die Preisübergabe natürlich an seinen Chefredakteur delegieren, das ist durchaus in Ordnung. Das Lebenswerk: Nochmal zurückkommend auf die Ausschreibung „Funktion und Position erobern und damit Ausdruck eines Strukturwandels sein“. Die Frau, die wir heute für Ihr Lebenswerk würdigen, war 1987 Ressortleiterin Innenpolitik in einer österreichischen Tageszeitung. Da war sie unter den ersten. Und das in einer der Tageszeitungen, die man getrost als „traditionell“ bezeichnen kann, nämlich in der *Presse*. Sie ist heute immer noch dort, schreibt Kommentare, bloggt, lehrt, reist und schreibt Bücher. Förderung kommt bei ihr immer zusammen mit Forderung. Sie macht es nicht bequem, sie gibt keinen Vorschuss, sie gibt keinen Bonus. Und wenn sie schreibt, sagt die Rezension mit hoher Wahrscheinlichkeit über ihren Text, dass er erwartungsgemäß streng wäre – aber treffend. Abschließend im Sinne unserer Ausschreibung. Ein Rollenvorbild sein, das kann diese Preisträgerin: Dr. Anneliese Rohrer. Sie ist übrigens nicht da, weil der Flieger aus New York nicht rechtzeitig angekommen ist.

Anna Maria Wallner

Danke vielmals. Ich freue mich sehr, dass ich als eine der jungen Vertreterinnen der *Presse* den Preis für Frau Dr. Rohrer entgegennehmen darf. Sie hat mir auch ein paar Worte übermittelt. Sie sagt prinzipiell ein großes Dankeschön für den Preis und kann es doch nicht lassen einen kleinen Seitenhieb auszuteilen. Denn schließlich würden Lebenswerk-Preise immer nach Aufhören klingen. Und da sagt sie ganz klar drauf: „Da stell ich mich taub“. Wie wenig sie ans Aufhören denkt, zeigt auch der Grund, warum sie heute nicht da ist. Sie hängt in New York fest, von wo aus sie seit einigen Wochen aus am Ort des Geschehens ist und vom großen Sturm „Sandy“ berichtet. Der nachfolgende Sturm ist jetzt daran schuld, dass sie den Flieger nicht nehmen konnte und jetzt nicht bei uns sein kann. Sie sagt auch „Ohnehin ist der Preis den jungen Journalistinnen und Journalisten gewidmet, die nicht aus den Augen verlieren sollen, dass eine Demokratie ohne unabhängige Medien nicht möglich ist und dass ihr Beruf der spannendste überhaupt sein kann und sie wie eine Löwin um die Verbesserung des selbigen kämpfen sollten. Ein kleiner Nachsatz von mir, es ist wirklich nett und aufbauend wenn man eine Ratgeberin wie Anneliese Rohrer als Ratgeberin in greifweite hat. Danke!

7. Keynote

Univ. Prof. Dr. Renée Schröder

Vielen Dank! Ich möchte mich für die Einladung bedanken und den Preisträgerinnen gratulieren. Ich weiß, wie nett es ist, wenn die Leistung, die man erbracht hat, auch gewürdigt wird. Das sind sehr schöne und nette Momente im Leben und etwas, das enorm wichtig ist für uns, vor allem auch für uns Frauen. Worüber ich Ihnen heute etwas erzählen möchte, ist, was momentan in meinem Kopf vorgeht. Es ist eine Zeit der Veränderung, das spüren ja alle.

Wir sind in einer Zeit, in der alles wachsen muss. Ich bin dabei ein zweites Buch zu schreiben. Das Thema, das ich mich ausgesucht habe, ist kontrolliertes Wachstum. Ich schaue mir von meiner Naturwissenschaft ab, wie es in der Natur kontrolliert wird. Wird Wachstum in der Natur kontrolliert? Und wenn ja, wie? Ich habe mir die demographische Wachstumskurve der Menschheit angesehen und hatte ein aha-Erlebnis, das mich an meine Kulturen im Labor erinnert. Im Jahre 400 v. Chr. gab es auf der Erde ungefähr 300 Millionen Menschen. Im Jahre 0 gab es ungefähr 300 Millionen Menschen. Im Jahre 1000 gab es ungefähr 310 Millionen Menschen und im 18. Jhd beginnt die Bevölkerung zuzunehmen. Die erste Milliarde war 1850, die zweite war 1950 und jetzt sind wir bei sieben Milliarden. Das heißt 2000 Jahre lang tut sich nichts und dann geht die Zahl exponentiell in die Höhe. Dann frage ich mich: Was ist im 18. Jhd. passiert, dass die Bevölkerung so zugenommen hat? Ich fragte Historiker, Demographen und alle die mir untergekommen sind. Was war so wichtig in diesem Jahrhundert, dass auf einmal so ein Wachstum möglich war. Die einen sagen, es haben sich nationale Staaten entwickelt, die strategisch organisiert waren und sauberes Wasser, Nahrungsmittel etc. zur Verfügung gestellt haben. Aufklärung und Wissenschaft beginnt. Man weiß plötzlich was Bakterien sind. Die meisten Todesfälle waren durch Infektionen verursacht. Auf einmal beginnen die Menschen unkontrolliert zu wachsen und jetzt flacht diese Kurve schön langsam ab. Einige sagen, dass wir maximal neun Milliarden sein können. Dann flacht das wieder ab. Wo sind die Grenzen? Die Grenzen liegen meiner Meinung nach ganz einfach in der Energie und den Ressourcen.

Zum Thema heute: Mut. Wenn von dieser Krise gesprochen wird, höre ich immer: Die Wirtschaft muss wachsen! Immer muss alles wachsen! Mitte 2014 werden wir uns erholt haben, dann werden wir wieder wachsen! Ich denke, wir sind dermaßen konzentriert auf diese Größe „Wachstum“. Sind das eigentlich Werte, die uns Frauen gefallen? Die Qualität ist keine Quantität und das wird generell verwechselt. Bei all unseren Evaluierungen, bei denen wir Exzellenz oder Qualität bewerten, wollen wir metrische Quantitätsangaben für die Qualität. Das kann nicht funktionieren. Gerade in der Wissenschaft. Jemand der produktiv ist und viel macht, macht der etwas besser, als jemand der qualitativ besseres und dafür aber weniger macht? Was mich so fasziniert ist: Europa ist der erste Kontinent, der in die Regression, in die stationäre Phase übergeht. Die stationäre Phase muss ja nichts Schlechtes gibt. Wir haben in Europa die Verantwortung eine Gesellschaftsform zu finden, in der nicht-Wachstum das wichtigste ist. Eine stationäre Phase in einer bakteriellen Kultur oder in unserem Körper: Die meiste Zeit in unserem Leben wachsen wir nicht. Wachstum und Abnahme ist in einer Balance. Das heißt aber nicht, dass sich nichts tut. Die Dynamik ist da, aber sie ist in einem anderen Gleichgewicht. Ich mache Workshops wo ich junge Menschen fragen: Was wollen Sie? In

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

welcher Welt wollen Sie in Zukunft leben? Da kommen oft fragende Gesichter. Das ist eine Frage, die wir uns oft nicht stellen. Wir glauben immer, wir müssen weiter wachsen, es muss besser werden, aber wir müssen rein mathematischen Gründen erkennen, dass wir nicht weiter wachsen können, denn es gibt eine Grenze. Und das muss auch keine Katastrophe sein. Wir müssen nur eine neue Kontrolle finden und uns umorganisieren. Dazu gehört sehr viel Mut. Es ist an der Zeit für uns Frauen, dass wenn die Phase des Wachstums vorbei ist, das wir überlegen sollen, in welcher Welt wir leben wollen. Wir sollen den Mut haben, uns zu fragen, welche Welt wir unseren Kindern überlassen sollen. Da geht es nicht um schnellere Handys oder noch mehr Mode. Was sind die Werte, die für den Menschen wirklich wichtig sind? Ich glaube, das wichtigste ist Bildung. Wir lernen kritisch die Dinge, die in der Werbung gesagt werden zu hinterfragen und mit der Flut der Information umzugehen. Das ist schwierig, weil wir oft gar nicht wissen, wie wir uns orientieren sollen. Vaclav Havel hat einen Vortrag gehalten, indem er gesagt hat: Wir befinden uns am Ende der Moderne. Und diese Phase wird schmerzlich sein – da bin ich nicht unbedingt seiner Meinung – aber es ist ungewiss. Wie soll diese neue Welt sein? Sollen wir warten, um zu sehen oder wollen wir sie aktiv gestalten? Haben wir überhaupt die Möglichkeit sie frei zu gestalten, oder ist sie außer Kontrolle? Ich bin sehr optimistisch und glaube, dass wir sehr viel gestalten können.

Europa sollte eine Vorreiterrolle annehmen. Lassen wir das Wachstum explodieren oder kontrollieren wir es? Wie funktioniert eine Körperzelle, beispielsweise eine Leberzelle? Kann sie einfach wachsen wie sie will? Nein! Wenn sie unkontrolliert wächst, ist es Krebs. Jede Körperzelle, die unkontrolliert ist eine Krebszelle. Viele davon haben zur Folge, dass der ganze Organismus zu Schaden kommt.

Gestern in der Diskussion kam die Wortmeldung: „Ich möchte zurück zur Natur“. Ich glaube das wird nicht gehen. Weil jede technische Errungenschaft, die wir Menschen haben, die uns geholfen hat, uns zu vermehren, hat auch unsere genetische und physiologische Fitness vermindert. Wir haben kein Fell, wir brauchen Kleider. Wir brauchen Strom, wir kochen unser Essen, für Geburten brauchen wir Hilfe etc. Ich glaube nicht, dass wir physiologisch fit sind, um zurück zur Natur zu gehen. Und wollen wir das überhaupt? Ich glaube nicht, denn, wir haben so viele kulturelle Errungenschaften, die uns sehr viel Qualität bringen, die wir nur richtig einsetzen müssen. Zurück zur Natur ist nicht unbedingt das Beste. Wir sollen ja vorwärts denken. Welche Technologie wollen wir wirklich?

Was ist eigentlich Evolution? Evolution besagt, dass es Veränderungen gibt, Wachstum, aber auch Selektion. Es gibt immer einen Selektionsdruck, die die sich anpassen können, können sich weiter vermehren. Über 2000 Jahre war der Selektionsdruck so stark, dass die Menschen zwar überlebt haben, aber sie hatten keine Amplifikationsphase. In den letzten 200 Jahren haben wir eine Vermehrungsphase mit sehr wenig Selektionsdruck. Weil sehr viele unserer Errungenschaften den Selektionsdruck erleichtert haben. Vor allem Nahrung und medizinische Hilfe. Und was wird der Selektionsdruck sein, wenn Nahrung nicht limitierend ist, Ressourcen nicht limitierend sind? Welchen Selektionsdruck suchen wir uns dann aus? Können wir uns den Selektionsdruck überhaupt selber aussuchen? Ich weiß es nicht zu beantworten.

Ich möchte mit diesem Gedanken aufhören. Ich finde es sehr spannend zu überlegen: Was wollen wir. Ich merke, das ist eine Frage, die uns selten gestellt wurde. Das wir auch dieses kreative Denken, diese Utopie nicht mehr haben. Früher hat es das mehr gegeben. Wir müssen aufpassen, dass wir nicht in utopische Fallen fallen, die dann auch zu nichts führen. Ideologie darf auch nicht so eng sein, dass man intolerant wird. Aber in welcher Welt sollen wir eigentlich leben, die nicht mehr so stark

auf Konkurrenz ausgerichtet ist? Wo nicht mehr Größe, Schnelligkeit und Quantität das Wichtigste ist und wo eigentlich auch eine soziale Balance möglich ist. Es gibt heute nicht weniger Geld, es ist nur anders verteilt. Wie muss es verteilt sein, dass für jeden Menschen genug da ist, ohne dass wir die Erde zu sehr ausbeuten. Ich habe keine Antwort, aber genau darüber würde ich gerne die Vorstellungen anderer hören, wie sie sich eine Gesellschaft vorstellen.

8. Podiumsdiskussion

- *Mag. Brigitte Handlos (ORF)*
- *Prof. Dr. Renée Schröder (RNA-Biochemie Uni Wien)*
- *Prof. DI. Dr. Sabine Seidler (Rektorin TU Wien)*
- *Eva Weissenberger (CR Kleine Zeitung Kärnten)*
- *Dr. Gisela Hopfmüller (freie Journalistin und Moderatorin)*

Dr. Gisela Hopfmüller

Ich möchte gleich an das andocken, was uns die Frau Professorin Schröder gesagt hat. Mit einem Gedanken, der auch untrennbar mit der Frage verbunden ist, was wir für unsere Gesellschaft wollen, wenn wir definieren, weg zu wollen von „immer größer, mehr und schneller“. Erstens ist mir der Satz eingefallen: Eine Veränderung zieht immer viele andere nach sich. Diese Veränderungen sind nicht immer etwas, was man selber aktiv betreiben kann oder will. Sie passieren einem ja auch. Man wird ja auch verändert. Da möchte ich andocken. Ich möchte gern ein paar Sätze über den Werdegang der Diskussionsteilnehmerinnen sagen, weil da schon viel davon herauskommt, was jede einzelne für sich selbst verändert hat. Ich fange an mit Frau Weissenberger neben mir. Sie hatte jetzt erst eine große Veränderung indem sie die Chefredaktion der *Kleinen Zeitung* in Kärnten nun fest in den Händen. Zwar noch nicht lange, aber es ist eine spannende Herausforderung. Sie hat als Reporterin und Moderatorin beim Fernsehen begonnen...

Eva Weissenberger

Nein, ich habe bei der Presse angefangen. Aber ich kann ja selbst ein paar Worte dazu sagen. Ich habe angefangen bei der Presse in der Innenpolitik. Daneben habe ich als Hobby ein bisschen Fernsehen gemacht, aber das werden Sie nicht in Erinnerung haben. Das haben nicht viele gesehen damals. Dann war ich beim Falter, danach beim *ORF* beim Report und nun bin ich seit 5 Jahren bei der *Kleinen Zeitung*. Vor fünf Monaten bin ich nach Kärnten gezogen und seit Oktober habe ich den Job auch offiziell.

Eva Weissenberger

Ich werde oft gefragt, was die Unterschiede sind zwischen *ORF* und Print? Ich finde journalistisch ist der Unterschied nicht sehr groß, denn Geschichten erzählen ist Geschichten erzählen. Und das Handwerk kann man lernen. Ich weiß nicht, wie es jetzt ist, aber als ich vor sieben Jahren beim *ORF* war, hatte die Human Resources Abteilung noch viel Geld und ich habe viele Kurse besucht, viel gelernt und hatte tolle KollegInnen, die mir viel beigebracht haben. Dadurch fand ich den Umstieg nicht sehr schwer.

Eva Weissenberger

Ja, aber unsere Print-KollegInnen müssen das nicht alle, aber viele machen das. Stellen Videos online. Unsere Kollegin Antonia Gössinger erstellt alle zwei Wochen mindestens eine Analyse für unsere Homepage. Eine junge Kollegin ist auch da, die das Büro in Wolfstal leitet. Im Lavantal war jetzt ein schlimmes Hochwasser diese Woche und sie hat mit ihren zwei jungen Mitarbeiterinnen Videos gemacht, Fotoserien und O-Töne geliefert für die Antenne Kärnten, also fürs Radio.

Mag. Brigitte Handlos

Also es war für mich eine Umstellung von Print zu elektronischen Medien zu wechseln, weil es diese Trimedialität damals noch nicht gab. Und dann ist es auch etwas von einer freien Zeitung zu kommen, die einem Herausgeber gehört, zu einem öffentlich-rechtlichen Medium zu wechseln, das einen politischen Gesetzgeber hat, war ein starker Wechsel.

Dr. Gisela Hopfmüller

Gut, ich wende mich an die erste Rektorin der *TU Wien*, die auch einen spannenden Werdegang hat. Nicht nur aufgrund der Tatsache, dass sie als erste Frau der *TU Wien* vorsteht. Erzählen Sie uns ein bisschen was, wie es dazu kam.

Prof. DI. Dr. Sabine Seidler

Meine wissenschaftliche Karriere war eigentlich weniger aufregend. Ich habe studiert, promoviert, habilitiert, habe den Ruf nach Wien erhalten und von da an ging es bergauf. Vorher dümpelte es so dahin.

Dr. Gisela Hopfmüller

Das heißt die große Veränderung war der Wechsel nach Wien?

Prof. DI. Dr. Sabine Seidler

Ja, weil hier viele Incentives waren, die auch meine persönliche Entwicklung extrem beeinflusst haben. Ich bin 1996 an die Fakultät gekommen – als Professorin für Maschinenbau. Ich war damals 35 Jahre alt. Das Durchschnittsalter der anderen Professoren war etwa Anfang 60. Die waren ungefähr im Alter meiner Eltern. In so einem Umfeld lernt man sich zu behaupten. Das formt.

Prof. Dr. Renée Schröder

Ich habe auch kämpfen müssen und mich auch sehr oft gestoßen. Vor allem in jungen Jahren hatte ich sehr viel Widerstand und auf einmal war der weg. 1992 war eine Evaluierung von Biochemikerinnen. Damals gab es sehr wenige Biochemikerinnen. Herausgekommen ist, dass ich da ganz vorne dabei war und ich musste dann zu Minister Scholten gehen und sozusagen als Beispiel eines Nachwuchssternchens in der Wissenschaft. Dann hat sich sehr viel geändert. Auf einmal. Man muss schon kämpfen. Zum Beispiel wurde ich 2003 in die Akademie gewählt. Das war eine Wette von einigen Männern mich da hineinzubringen. Und sie dachten, dann ändert sich alles. Und es hat sich 10 Jahre nichts getan. Ich habe mir dann gedacht, es ist mir nicht möglich die ÖAW zu verändern, und daher gehe ich weg. Und seit ich weg bin, gehen die Veränderungen extrem schnell.

Dr. Gisela Hopfmüller

Das heißt, Sie könnten wieder beitreten?

Prof. Dr. Renée Schröder

Das wollen einige, sie sagen: „Komm doch wieder zu uns!“ Aber ich weiß gar nicht, ob ich noch offiziell dabei bin. Denn ich habe einen Brief geschrieben, dass ich austreten möchte, aber ich habe nie eine Antwort bekommen. Ich weiß nicht, ob es wie in der Kirche ist, dass es zuerst der Papst annehmen muss. Ich weiß es nicht. Veränderungen passieren dann, wenn das Umfeld reif ist. Und dann braucht es oft nur noch eine Kleinigkeit und es geht. Man darf nicht locker lassen.

Dr. Gisela Hopfmüller

Ich würde gerne an dieser Stelle noch zwei Sätze zu meiner Veränderung, die ich in den vergangenen Jahren vorgenommen habe, sagen. Ich war ja insgesamt 26 Jahre lang beim ORF. Wie vielleicht einige von Ihnen wissen, hat der ORF in der zweiten Hälfte des Jahres 2009 seine Bestrebungen intensiviert Mitarbeiter abzubauen, vorzugsweise die Dienstältesten. Da haben sich zwei Interessen getroffen. Die Interessen des ORF und die verschiedener Dienstnehmer, wie auch mich. Mein Interesse daran war, meine grauen Zellen nach all dem Management wieder anders zu aktivieren. Ich habe gedacht, es kann nicht sein, dass ich bis zum Pensionsalter in einer Hierarchie nur auf das managen konzentriere. Ich wollte wieder etwas Kreatives machen und schreiben und so. Diese Interessen haben sich getroffen und ich bin mit Ende 2009 aus dem ORF ausgeschieden und habe ein zweites

Leben angefangen. Das spielt sich zu einer Hälfte in Wien und zur anderen Hälfte im Friaul. Weil zur anderen Hälfte auch gehört, dass mein Mann und ich unseren Weingarten dort unten zu bearbeiten. Wir haben gelernt Wein zu machen. Auf der anderen Seite sind wir gerne in Wien, weil hier nach wie vor Arbeit vorhanden ist. Ich mache viele Projekte und Veranstaltungsmoderationen und ich habe eigentlich nicht eine Sekunde weniger zu arbeiten als vorher, aber mein jetziger Vorteil ist, dass ich mir die Arbeit aussuchen kann und nur mehr für die Dummheiten zuständig, die ich selber mache. Es war ein Aufbruch in etwas ganz Neues. Wenn man nur das Angestelltenverhältnis kennt, ist selbstständig und freie Journalistin zu sein etwas ganz anderes und spannendes.

Dr. Gisela Hopfmüller

Ich glaube, es war wichtig, dass wir hier auch unsere persönlichen Ebenen miteinbezogen haben, aber ich möchte jetzt wieder auf die gesellschaftspolitische Eben kommen. Frau Professorin Schröder hat uns dazu angeregt, darüber nachzudenken wie so eine Veränderung möglich ist. Ich würde gerne auch fragen: Ist so eine Veränderung möglich, oder sind wir zu abhängig in diesem globalen Netzwerk, dass selbst wenn eine Veränderung fallen, dies nicht funktionieren würde?

Eva Weissenberger

Ich sehe es nicht kommen. Sie sind in der Mitte einer tollen Karriere, steigen jetzt aus und träumen von Kühen. Das ist eine sehr individuelle Entscheidung von einer erfolgreichen Frau, die lange Zeit gut verdient hat. Das kann man nicht auf die ganze Gesellschaft umlegen. Ich habe den gegenteiligen Schritt gemacht. Von sehr viel Arbeit, den Schritt zu noch mehr, hektischere und konfusere Arbeit. Also einen Schritt zurück kann ich mir jetzt gar nicht denken. Und wenn man es auf die höhere Ebene hebt, dann ist das für eine Gruppe von Leuten, die sich das leisten können, oder überhaupt die Zeit haben, über so etwas nachzudenken. Für die meisten anderen kommt das nicht in Frage, denn sie müssen einfach „41hackeln, damit sie Geld verdienen. Daher sehe ich nicht diesen Zeitgeist kommen, dass wir gemeinsam als Europa sagen: „Wir treten jetzt einen Schritt zurück.“ Denn aus der Sicht der anderen, beispielsweise der Tigerstaaten sind wir sowieso langsam. Wir sind hier eher die, die hinterherhecheln. Deswegen glaube ich nicht, dass es ein kollektives Bewusstsein gibt, das sagt: „Wir steigen hier aus.“

Prof. DI. Dr. Sabine Seidler

Ich hätte das jetzt gar nicht als Gegensatz von „schnell“ und „langsam“ interpretiert sondern ich hätte es eher als Unterschied von Qualität und Quantität gesehen. Gerade die Beschreibung des Hinterherhechelns zeigt uns, dass wir neue Qualitäten brauchen. Und da, glaube ich, gibt es schon Chancen. Auch im Bereich der Technologieentwicklung. Wenn wir die Ressourcen, die wir haben vernünftig nützen. Die größte Ressource, die wir haben, sind die Menschen in Europa mit ihren extrem hohen Bildungsstandards. Die Frage, wie man das zu Stande bringt, kann ich auch nicht beantworten, aber ich glaube, dass zumindest das Potential dazu da wäre neue Qualitäten zu entwickeln. Und die würden uns dabei helfen, in dem Wettbewerb, in dem wir uns befinden, zu bestehen.

Mag. Brigitte Handlos

Ich bin mehr auf der Seite der Qualität, weil es immer auf die Menschen ankommt. Ob es um die wirtschaftliche Entwicklung, natürliche Ressourcen oder das, was man in unserem Bereich macht. Für mich ist die höchste Qualität, dass ich mir zwischendurch Zeit nehme darüber nachzudenken, ob das, was ich mache, richtig ist. Und ob ich auch die richtige Art hab, mit den Menschen mit denen ich arbeite, umzugehen. Ob ich die richtige Art habe, ob die überhaupt noch mit mir arbeiten wollen, ob wir die richtige Blattlinie wir haben, welche Qualitäten wir unserem Publikum vorsetzen. Und das sind Fragen von Qualität und nicht von Quantität. Manchmal kommt man der Quantität nicht aus, aber wenn man sich nicht der Reflexion widmet, wird die Quantität leider nicht besser. Dann hat man zwar mehr, aber mehr was nicht so gut ist. Darin liegt auch im medialen und persönlichen Arbeiten die große Möglichkeit, die jeder nur für sich selbst entscheiden kann. Ich finde, es muss möglich sein. Wenn ich diese Möglichkeit in einem Unternehmen nicht mehr bekomme, sollte man darüber nachdenken, was man hier noch tut.

Eva Weissenberger

Jetzt einmal ehrlich. Die Sendungen, die du verantwortest werden mit „mehr aktueller Information täglich aus Österreich“ beworben. Sie wurden nicht beworben mit „bessere“, sondern mit „mehr“. So weit ich das mitbekommen hab, ging es um täglich mehr Sendungen, mehr Stunden Programm. Sie sind gut gemacht, aber besser? Es ist jetzt mehr vom Selben, aber es ist die Qualität nicht unbedingt gestiegen. Insofern: Wie passt es mit dem zusammen, was du soeben gesagt hast?

Mag. Brigitte Handlos

Es kommt darauf an, aus welchem Blickwinkel man es sieht. Ich bin verantwortlich im Vorabend für eine Chronik-Sendung, ich bin für eine Feel-Good-Sendung verantwortlich, die ich mit versuche mit richtigen Inhalten zu füllen. Und ich bin für eine Mittagssendung verantwortlich, die einen Mix aus Informationen bietet. Persönlich bin ich hier irrsinnig selbstbewusst und die Kleine Zeitung schreibt auch nicht jeden Tage wahnsinnig gescheite Sachen und hat ein Horoskop und ein Kreuzworträtsel. Ich habe da eine relativ gestandene normale Haltung zu den Dingen. Ich halte es mit Marlene Streeruwitz, die gesagt hat: Lieber in einer intelligenten, breitenwirksamen Sendung zu sitzen, als im *Club 2*. Denn der *Club 2* wird gesehen von Menschen, die ihre Bücher unter Umständen zumindest bis zur Seite 10 schon gelesen haben. Wenn sie aber ihre Botschaften unter die Menschen bringen will, dann ist es ihr aber lieber, sie erreicht Menschen, die sie sonst über ihre intellektuellen Bücher nicht erreicht. Aber besser kann man immer etwas machen, das ist keine Frage.

Dr. Gisela Hopfmüller

Was werden Sie denn an der *Kleinen Zeitung* verändern?

Eva Weissenberger

Gleich von außen werden Sie gar nichts ändern, denn eine erfolgreiche, gut gemachte Zeitung darf man nicht von heute auf morgen verändern, sonst verschreckt man die Leute. 4:39:04 Insofern merkt man noch gar nichts, außer vielleicht Kleinigkeiten. Das wird sich Zug um Zug ändern. Wir haben ein großes Projekt vor, in den nächsten ein, zwei, drei Jahren. Das Verwachsen, wie es heute viele müssen. Wir sind derzeit noch zwei getrennte Firmen: Die *Kleine Zeitung* Print und die *Kleine Zeitung* Digital. Die werden zusammengelegt werden. Gleichzeitig machen wir einen Relaunch von allen Plattformen. In zwei Jahren wird man viel davon merken, derzeit am besten noch gar nichts. Wenn wir die Qualität halten können, die wir jetzt bei Print haben, auf alle anderen Plattformen übertragen können, wäre ich schon glücklich. Ich traue mich nicht zu sagen, dass wir die Qualität steigern, sie zu halten ist in diese schwierigen Zeiten schwer genug.

Dr. Gisela Hopfmüller

Ihrer Einschätzung nach: Inwieweit ist die Politik überhaupt noch zu visionärer Veränderung fähig?

Eva Weissenberger

Ich sehe keine Visionen.

Prof. Dr. Renée Schröder

Ich kenne zwar nur die steirische Version der *Kleinen Zeitung*, aber ich liebe die *Kleine Zeitung*. Es ist nicht die Zeitung, wo ich große philosophische Dinge sehe, aber sie ist so divers. Da gibt es kulturelles, Sport, Politik. Ich habe eine emotionale Bindung dazu. Ich lese sie seit 30, 40 Jahren und es ändert sich nicht sehr viel.

Eva Weissenberger

Aber zur Frage: „Wo sind die Visionen?“. Sie meinten ja, es ändert sich nicht so viel, als wir meinen Vorgänger verabschiedet haben, haben wir ein paar Geschenke übergeben und ich durfte ihm die erste Ausgabe überreichen, die er verantwortet hat. Die war dann etwa 22 Jahre alt und schaut komplett anders aus. Optisch und auch inhaltlich. Die einzige Gemeinsamkeit ist, dass die Antonia Gössinger damals schon ein Kommentar geschrieben hat. Sonst hat es nicht mehr viel miteinander zu tun. Außer dem Format.

Prof. Dr. Renée Schröder

Ich glaube, was Politik und Veränderung betrifft, dass nicht die Politiker sie herbeiführen. Ich glaube, dass sehr viele Mikro-Environments entstehen werden, in denen es sich die Menschen selbst

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

einrichten, sie selbst gestalten werden. Das ist auch der Mut zur Eigenständigkeit. Ich finde auch in der Schule sollte man schauen: Was sind die Stärken des Kindes? Nicht nur den Fehlern herumreiten. Je mehr unterschiedliches es geben wird, umso mehr positive Dinge und Lösungsansätze werden entstehen.

Mag. Brigitte Handlos

Und außerdem warten wir alle ja nicht auf einen Politiker, der irgendeine Vision entwickelt. Wichtiger ist, dass ich selber eine Vision habe. Ob der Bundespräsident eine Vision hat, weiß ich nicht. Aber er ist ja auch ein Gefangener von realen Verfassungen oder Zuständen und muss irgendwelche Lobbys bedienen etc.

Prof. Dr. Renée Schröder

Es geht darum, ob wir Journalisten und auch Bürger den Anspruch an die Politik erheben. Auch wenn das Wort „Visionär“ auf Ablehnung stößt. Ich formuliere es anders: Zukunftsorientierte Veränderungen auf die Beine zu stellen. Haben wir den Anspruch, oder denken wir....

Mag. Brigitte Handlos

Den Luxus sollte man sich schon gönnen, dass man den Anspruch hat, dass die Politikerinnen und Politiker eine Vision haben, der sie auch folgen. Herr Stronach beispielsweise hat auch eine Vision.

Prof. Dr. Renée Schröder

Ich glaube, es ist an uns BürgerInnen, zu sagen, was wir wollen. Ich glaube, ein Politiker kann nur dann etwas, machen wenn jemand Ideen bringt und er auch Leute findet, die die Ideen umsetzen. Vor allem in der Wissenschaft ist es oft so. Wenn man eine Idee hat, geht man zum entsprechenden Minister und sagt: Wäre das nicht super? Dann dauert das vielleicht ein bisschen bis es machbar wird, aber dann setzt man es um. Der Politiker muss den Weg ebnen, dass es machbar wird. Er muss es nicht machen. Ich glaube, es sind die Bürgerinnen und Bürger, die Ideen haben sollten und diese auch umsetzen. Die Politiker schaffen nur die Rahmenbedingungen, dass man sie umsetzen kann. Ich glaube, das sind die falschen Vorstellungen, dass der Herr XY, das Alphatierchen das alles machen soll. Das ist mein Verständnis davon.

Eva Weissenberger

Meinem Verständnis nach werden Politiker auch dazu gewählt etwas umzusetzen.

Prof. Dr. Renée Schröder

Die Rahmenbedingungen zu machen, ist etwas anderes, als etwas umsetzen können. Wenn man zum Beispiel in Schulen etwas ändern will, neue Lehrpläne zum Beispiel, wird nicht die Frau Ministerin die Lehrpläne machen. Es müssen die Ideen von den Pädagogen kommen und die Rahmenbedingungen, dass sie umgesetzt werden können. Also die Rahmenbedingungen schaffen, dass es machbar ist.

Mag. Brigitte Handlos

Ich möchte gerne ein Beispiel bringen aus dem *ORF*. Ich habe jetzt eine neue Fernsehdirektorin, die zum ersten Mal auch Programm und Information verantwortet. Also Information und Unterhaltung. Und ich sehe hier eine Person, die sich sehr genau damit beschäftigt hat und eine Vision hat, wie ihrer Meinung nach modernes zweikanaliges Fernsehen aussehen soll. Und das in einer Zeit wo ein hoher Spardruck herrscht. Trotzdem erlebe ich hier eine hohe Motivation, die Frau Maria Zechner an ihre MitarbeiterInnen weitergibt. Sie sagt auch selber, nicht alles ist richtig, aber dafür hat sie ja Fachpersonen, die einschätzen: Geht das, geht das nicht. Aber das hier jemand antritt mit einem Wurf im Kopf – das finde ich wunderbar und erwarte ich mir auch von Politik. Ich erwarte von einer Bildungsministerin, dass sie einen Wurf hat, wie das Bildungssystem, in das wir viel Geld zahlen, in 10 Jahren, in 20 Jahren oder auch in 5 Jahren aussehen soll. Interessanterweise finde ich, dass Frau Ministerin Schmid mehr im Kopf gehabt hat, aber dann ist sie auf die Hürden der Realität gestoßen. Übrigens: Wie immer im Leben. Weil die Ressourcen von Frau Prof. Schröder sind ja auch nicht endlos, oder?

Prof. Dr. Renée Schröder

Der erste Hauptsatz der Thermodynamik gilt: Von nichts kommt nichts!

Prof. DI. Dr. Sabine Seidler

Dem habe ich nichts hinzuzufügen. Aber zu der Frage, die sie jetzt angesprochen haben: „Können wir noch Visionen erwarten von der Politik?“ Von den derzeit real existierenden Politikern erwarte ich derzeit keine Visionen mehr. Das kann viele verschiedene Gründe haben, dass sie über die realen Gegebenheiten stolpern. Zu viel Wissen über die Realität schadet vielleicht auch, um Visionen zu entwickeln. Grundsätzlich wäre es vielleicht notwendig, denn wenn keine Visionen da sind, kann niemand auch die Gegebenheiten entwickeln, die die Möglichkeit bieten, selber was zu tun.

Dr. Gisela Hopfmüller

Apropos selber was tun: Ich würde jetzt gerne eine Fragerunde mit Ihnen einschieben. Gibt es Fragen aus dem Publikum? Bitte!

Publikum, Dorothea Patzl

Guten Abend, mein Name ist Dorothea Patzl. Ich habe eine persönliche Frage an die Frau Rektorin. Sie erwarten keine Visionen oder großen Würfe. Wünschen Sie sich welche? Ich denke, Wünsche sind ganz wichtig – mit oder ohne Erwartung auf Erfüllung.

Prof. DI. Dr. Sabine Seidler

Selbstverständlich! Weil wir brauchen letztendlich das Potential um Handeln zu können, dazu braucht es die großen Würfe. Ja!

Eva Weissenberger

Wir haben jetzt eine Serie im Moment laufen, die sich „Mein Traum für Kärnten“ nennt. Wir haben die LeserInnen dazu aufgefordert eine kleine Vision für ihren Ort oder das ganze Land einzuschicken. Es ist nicht so, dass wir überschwemmt werden, aber es kommt etwas herein. Anfangs meinten wir, dass es eine tolle Idee ist und die Menschen nur darauf warten. Dass sie so danach dürsten kann man leider nicht sagen. Ein Drittel schafft es auch nicht positiv zu schreiben. Es wird nur über den Ist-Zustand gejammert. Man schickt es ihnen dann zurück und bittet sie, ein wenig konkreter zu werden. Das dauert dann oft auch drei, vier Durchgänge, bis die Vision positiv und in die Zukunft gerichtet ist. Wir bemühen uns, aber es ist ein Spagat. Wir müssen den Menschen den Raum geben, darüber zu reflektieren, andererseits gibt es halt genug Missstände, über die man auch berichten muss. In diesem Spagat lebt man auch die ganze Zeit und natürlich überwiegen dann die schlechten Nachrichten. Aber ansonsten kommt man zu leicht in die unkritische Jubel-Schiene. Mit diesem Widerspruch versuchen wir uns durchzuschlagen.

Mag. Brigitte Handlos

Ich differenziere hier zwei Dinge. In den Medien sind wir dazu da zu kontrollieren, ob etwas eingehalten wurde, ob sich eine Verhaltung verändert hat oder ähnliches. Der Griff ins Archiv ist hier oft sehr hilfreich. Wenn man die Aussagen aneinanderschneidet, kann man sehr schön sehen, wie sich hier Positionen verändert haben. Wir sind angewiesen darauf, dass wir Informationen von außen bekommen oder dass jemand seine Akten öffnet. Das ist das ein. Sichtbar machen, wie sich Haltungen entwickeln. Das andere ist Role-Models zu zeigen. Ich denke hier an das Thema Behinderung oder Migranten. Diese haben es sehr oft sehr schwer und etliche schaffen es trotzdem. Andere könnten es schaffen, wenn sie nur ein bisschen Zuwendung bekommen würden. Sei es sprachlich oder andere Unterstützung. Wie wir das präsentieren unterliegt auch unserer Verantwortung. Dass Medien sozusagen die Weltveränderer sind, glaube ich nicht, aber sie können Dinge aufzeigen und Ideen und Haltungen transportieren. Das glaube ich schon. Aber wir schaffen keine Meinung, wo keine Meinung ist.

Prof. Dr. Renée Schröder

Die Kraft ist schon wichtig. Man muss kraftsparend mit seinen Ressourcen umgehen. Das ist wie mit der Thermodynamik: Es gibt eine bestimmte Menge an Energie, man kann sie in eine andere Form bringen, aber dadurch wird sie nicht mehr und auch nicht weniger. Man hat eine Menge an Energie mit der man haushalten muss.

Ich hatte die Aufgabe das Studium der Biochemie zu verändern und da merkt man: Es geht nicht, weil ein Widerstand da ist. Und dann lässt man es und macht etwas ganz Neues. Und sobald etwas Neues kommt, kommt kein Widerstand mehr. Widerstand ist ein Trägheitsmoment. Das ist alles Thermodynamik. Es gibt ein Trägheitsgesetz und man will, dass alles so bleibt, wie es ist. Es ist auch ein physikalisches Gesetz. Um etwas in Bewegung zu setzen, braucht man Kraft. Wenn man im gemütlichen Minimumzustand ist, ist man stabil. Da braucht man viel Energie, um in den aktivierten Zustand zu gehen, wo sich dann die Dinge leicht verändern. Es ist interessant, wenn man in Bewegung ist, ist alles leichter, als wie wenn man in Bewegung ist. Das ist auch das Problem von Menschen mit Depressionen. Sie befinden sich in einem kraftlosen Zustand und brauchen viel Energie um überhaupt eine Kleinigkeit zu tun. Kraft ist wichtig. Wie kommt man sie? Ich habe etwas erlebt: Im Jägerhaus ist ein alter Mann gestürzt und hat geblutet. Man hat ihn gebeten sich hinzusetzen und er wollte sich nicht hinsetzen. Und er meinte: „So lange ich stehe, bin ich nicht tot.“ Ich war sehr gerührt, weil er so gekämpft hat. Das ist genau das. Der Wille, die Motivation Dinge zu machen. Da muss man aber auch überzeugt sein, von dem was man tut. Es ist natürlich schwierig etwas zu tun, wenn man dann nur dafür 200€ bekommt.

Prof. DI. Dr. Sabine Seidler

Was die Kraft betrifft, kann ich nur zustimmen. Aber wenn man etwas ändern möchte, kann man es nicht immer neu machen. Bei einem Studienplan geht das. Aber ich kann nicht die TU neu erfinden. Ich muss verändern. Da ist es schon richtig, dass es so viel negative Energie gibt. Die Kraft, die man verwendet, um die negative Energie abzuarbeiten, ist im Endeffekt oft größer, als die Kraft, die man braucht um die tatsächliche Veränderung vorwärtszutreiben. Es ist ein weiter weg. Es wäre schön, wenn man einiges ignorieren und sagen könnte: Ok, machen wir es neu. Bei Veränderungen sind es immer nur Schritte. Wenn man etwas ganz neu aufsetzen kann, hat man andere Entwicklungsmöglichkeiten.

Publikum

Eine kurze Frage zum Journalismus. Es verschwinden Zeitungen von einem Tag auf den anderen. In den USA sparen Redaktionen 30-40% der Leute ein. Es wird auch in Österreich massiv gespart. Wie kann man unter diesen Bedingungen noch Kraft und Mut aufbringen?

Publikum

An die sehr verehrte Direktorin der TU. Es gibt interessante zukunftsweisende Technologien. Wie sehen Sie da die Möglichkeit aus der Atomenergie auszusteigen? Beispielsweise durch Solaranlagen in der Wüste ersetzt. Gibt es nicht schon genügend Entwicklungen auf diesem Gebiet?

Publikum

Im Bundeshaushaltsgesetz wird die Genderngerechtigkeit geregelt. Glauben Sie, dass das tatsächlich gemacht wird? Und zweitens: Wenn wir von der Frauenquote reden – wäre es nicht besser von der Männerquote zu sprechen und so leichter zum Ziel zu kommen?

Publikum

Ich bin Sozialwissenschaftlerin. Eine bekannte Biologin hat gesagt: Wenn die Hummel wüsste, dass er nicht fliegen kann, wäre er nicht geflogen. Ich glaube, dass die Gesetze der Natur immer wieder Ausnahmen machen. Wir reden sehr viel von Kraft, Energie und Ressourcen. Vielleicht haben Sie Ideen, woher man das alles nehmen kann. Was sind ihre Vorschläge, wie man Energie und Kraft gewinnen kann um Batterien aufzuladen?

Mag. Brigitte Handlos

Woher nehme ich die Kraft als Journalistin in Zeiten, wo prekäre Verhältnisse herrschen? Das ist sehr schwierig und versuche nicht zynisch zu klingen. Das Ende der Drucker stand auch schon bevor. Mein Vater hat in der VOEST in der Gießerei gearbeitet und diese Abteilung gibt es so nicht mehr. Frau Kainrath lese ich jeden Tag in der Zeitung. Sie haben heute einen Preis bekommen und ich glaube, Sie brauchen sich in Ihrer Branche keine Sorgen zu machen. Sie haben bewiesen, dass Sie eine ausgezeichnete Journalistin sind, Sie haben eine fundierte Ausbildung. Sie werden eventuell auch Fotos machen, oder Interviews mitfilmen. Diese Weiterbildungssache in dieser sehr schnellen Technologiewelt wird auch den Printmedien nicht erspart bleiben. Dem Fernsehen schon gar nicht. Aber es ist wahr. Es trennt sich schneller die Spreu vom Weizen. Ich fordere immer das Recht auf kompetente Führungspersönlichkeiten. Ich würde immer raten: Bleiben Sie nicht in diesem Beruf, denn Sie sind dafür nicht gut genug. Oder: Geh doch bitte, schauen wir, dass wir für dich ein Stipendium bekommen, denn du musst noch ins Ausland und dich dort weiterentwickeln. Das wäre mein dringender Wunsch. Die Medienbranche würde nicht aussterben. Sie verändert sich nur in einer Rasananz, die uns oft überfährt. Das nimmt uns oft die Kraft. Aber aus ist es ja nicht. Die große Reportage, das hervorragende Interview, die große Naturdoku etc. sterben nicht aus. Denn die Menschen konsumieren mehr Medien denn je. Ich versuche hier ein bisschen die Meta-Ebene zu erreichen um aus dem Jammertal herauszukommen. Es werden mehr Medien konsumiert denn je und deshalb werden auch Leute, die diese Medien gut bespielen können, mehr denn je gebraucht. Allerdings in einem breit gefächerten Format.

Prof. DI. Dr. Sabine Seidler

Zur Frage Atomenergie. Im Grunde genommen ist es so, dass die Technologie weit genug entwickelt ist, um auf Atomenergie verzichten zu können. Das ist ein Thema des Willens und den politischen Rahmenbedingungen um diesen Ausstieg durchzusetzen. Mit großem Erstaunen habe ich beobachtet, wie in Deutschland auf einmal nach dem Unglück in Japan sich der politische Wille gedreht hat. Auch politische Meinungen eröffnen Handlungsspielräume. Für Deutschland ist der Ausstieg aus der Kernenergie geplant. Dies wird technisch auch möglich sein. Ob es politische Realität wird, ist eine andere Geschichte. Bei der Energie ist das große Problem die Energiespeicherung. Und dieses Problem ist bis heute noch nicht gelöst.

Eva Weissenberger

Ich kann mich nur der Frau Handlos anschließen. Ich sehe es auch so. Es verändert sich schnell. Journalismus und Medien wird es in irgendeiner Form weitergeben. Wir wissen noch nicht, wie wir damit weiter Geld verdienen, aber es wird uns irgendwie gelingen. Positives Beispiel von heute Morgen: Da hat Lisa Stadler, die Social Media Beauftragte bei Standard.at von ihrer Arbeit erzählt. Das ist ein ganz ein neuer Job. Es ist zwar auch Journalismus, aber auf eine ganz neue Art. Sie war vorher bei einer Werbeagentur, die sich für Social Media engagiert hat, dann hat der Kurier eine Stelle ausgeschrieben, sie wurde dann schon nach einem Jahr vom *Standard* abgeworben. Sie wirkt sehr kompetent und kann sich gut präsentieren. Wenn ihre anderen Qualitäten dem entsprechen, dann ist sie in 5 bis 10 Jahren Media-Managerin oder Chefredakteurin von irgendeiner Art von Plattform. Weil Sie vorher so nett von der Kleinen Zeitung gesprochen haben. Mein Traum wäre dann in 20 Jahren, wenn jemand die erste Zeitung, die ich verantwortet hab, hervorzieht und sagt: „Schau, das war ja noch auf Papier.“ Aber die Marke soll es dann noch geben und man liest es noch gern. Wenn es das noch gibt – und daran arbeiten wir – wird es auch Arbeitsfelder in irgendeiner Form geben. Leider geht manchen am Weg die Kraft aus, da mit zu surfen. Es ist kein einfacher Weg, sondern ein Wellenritt. Traurig, aber im Alltag ist eines der größten Herausforderungen sich zu verändern, bzw. verändert werden und gleichzeitig in Zeiten des Sparens trotzdem Menschen zu motivieren und denen, die motiviert sind, auch weiterhin etwas bieten zu können, um sich weiterzuentwickeln. Damit beschäftige ich mich Tag und Nacht. Ich bemühe mich.

Prof. Dr. Renée Schröder

Es geht um die Frage Kraft und Motivation. Was Wissenschaftlerinnen und Journalistinnen gemeinsam haben, ist, dass sich die Instrumente sehr schnell ändern. Die Technologien, die uns zur Verfügung stehen ist nur die Form. Aber die Fragestellungen und Inhalte ändern sich nicht so schnell. Was mir Sorgen macht: Sie kennen alle Platons Höhlengleichnis. Es geht darum, dass Menschen in einer Höhle sitzen, mit dem Rücken zur Wand, sie sehen nur Schattenbilder, projiziert an die Höhlenwand. Aber sie sehen die Objekte nie selbst. Einer dieser Höhlenmenschen verlässt die Höhle und sieht die Gegenstände in Wirklichkeit. Er ist ganz begeistert und erzählt den anderen Menschen in der Höhle davon. Die wollten das aber nicht hören und haben ihn umgebracht. Ich habe bedenken, dass die digitale Welt, die wir derzeit haben, vor allem unsere Jugendlichen die Welt nur zweidimensional zeigt. Jede technische Errungenschaft, die uns das Leben leichter macht, macht uns weniger fit. Beispielsweise GPS. Wenn wir uns im Raum nicht mehr orientieren müssen, dann

14. Österreichischer Journalistinnenkongress

verlieren wir das Raumgefühl. Wir werden vielleicht auch durch die digitalen Bilder vergessen wie die Realität aussieht. Das macht mir Sorgen.

Dr. Gisela Hopfmüller

Recht herzlichen Dank Frau Professorin für das Schlusswort. Ich bedanke mich für die Diskussionsteilnehmerinnen und auch dem Publikum für die rege Beteiligung. Ich bin sicher, dass wir alle noch viel Kraft haben, die wir mobilisieren können und viel Mut zur Veränderung. Das war zweifellos erkennbar. Dankeschön!