

**Zeitschrift:** FemInfo / Verein Feministische Wissenschaft Schweiz = Association suisse femmes, féminisme, recherche  
**Herausgeber:** Verein Feministische Wissenschaft Schweiz  
**Band:** - (2013)  
**Heft:** 31

**Artikel:** Sexismus am Fernsehen : mal offensichtlich, meist subtil!  
**Autor:** Leonarz, Martina  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1098671>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 10.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

gehört zu meinem Selbstverständnis als politische Person und Wissenschaftlerin. Feminismus als Theorie und politische Praxis gehen dabei Hand in Hand.

Leena Schmitter, Universität Bern,  
leena.schmitter@hist.unibe.ch

*FemWiss ist... das feministische Gewissen der Schweizer Forschung.*

.....  
**MARTINA LEONARZ**  
.....

## **Sexismus am Fernsehen: Mal offensichtlich, meist subtil!**

Das Fernsehen ist als Bildmedium geradezu prädestiniert, auf die offensichtlichste Art sexistisch zu sein. Die feministische Medien- und Kommunikationsforschung hat sich darum auch schon ab Mitte der 1970er Jahren den Inhalten des Fernsehens gewidmet. Impulse für die Untersuchung von Massenmedien kamen von der zweiten Frauenbewegung. Sie vermutete in der geschlechtsfixierten Darstellung der Frau ein grosses Hindernis für die gesellschaftliche Gleichstellung. Eine Hauptkritik, die auch heute noch formuliert wird, ist die sexuelle

„Versachlichung“, die Reduktion der Person auf den Körper, unter welcher vor allem die Frauen leiden. Insbesondere der Tatbestand, dass Medien als Co-Produzenten von Geschlechterkonstruktionen eine zentrale Rolle einnehmen und somit mitverantwortlich sind für gängige geschlechtsstereotype Bilder, hat viele Forscherinnen und Forscher bereits sehr früh auf den Plan gerufen. Die Forschungsergebnisse dazu offenbaren nichts Erbauliches. Frauen kommen in den Medien erstens viel seltener vor als Männer und werden zweitens stärker stereotypisiert und aufs Äussere reduziert. Aktuelle Forschungsergebnisse sind allerdings spärlich. Das ist umso bedauerlicher, weil das Fernsehen nach wie vor als Leitmedium der breiten Masse gilt und uns normative Vorstellungen von weiblich und männlich vermitteln. Da lohnt es sich wieder einmal genauer hinzuschauen. Wie sollen wir gemäss den Medien aussehen, sein, uns verhalten? Und: Ist alles tatsächlich immer noch wie vor 30 Jahren?

Nein. Es ist vieles besser geworden – wenigstens auf den ersten Blick. Das Ansagefräulein ist Makulatur. Frauen moderieren Nachrichten, politische Magazine, Gesprächsrunden und Quizsendungen. Oft in paritätischer Besetzung teilen sich eine Frau und ein Mann die Bildschirmpräsenz. Diese Konstellation ist nicht nur „politisch“ korrekt, sondern auch spannend und attraktiv.

Auch im fiktionalen Bereich hat sich die Situation verbessert. In TV-Serien sind Frauen und Männer immer öfters in gleichen

hierarchischen Positionen zu sehen. Es gibt Ärztinnen, Anwältinnen, Managerinnen. Sie sind gebildet, unabhängig und sexuell aktiv und offensiv. In Krimis sind sie längst nicht mehr nur Opfer – sie morden und lösen als Kommissarinnen Verbrechen auf.

Und dennoch behaupte ich: Sexismus ist am Fernsehen nach wie vor ein bestens verankertes Phänomen. Ein Widerspruch? Nein, denn Sexismus bedeutet nicht nur nackte Brüste oder stereotype Rollenzuschreibungen, sondern schlicht Unterdrückung, Ausgrenzung und Diskriminierung von Menschen aufgrund ihrer Geschlechtszugehörigkeit. Sexismus geschieht immer seltener offensichtlich, viel häufiger aber versteckt und subtil und hält sich auch darum so hartnäckig. Und noch viel schlimmer: Wir stören uns kaum daran!

Beispiele dafür gibt es genügend. Besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten setzen Medienunternehmen auf kommerziell erfolgreiche Rezepte, die auf Kosten der Frauen gehen. Der altbewährte Slogan Sex sells ist aktueller als zuvor, das Angebot von sexistischen Formaten – insbesondere bei den kommerziellen Fernsehsendern – ist riesig und nimmt zu. Sogar die vermeintlich emanzipierten Sendungen mit den „vorbildlichen“ Geschlechterrollen hinterlassen einen bitteren Nachgeschmack. Die Frauen in Sex and the City – als Beispiel – sind vordergründig selbstsicher, solvent und sexuell offensiv. Die Serie bedient aber dennoch alte Klischees, sind die New Yorkerinnen letztlich auf der Suche nach dem Mr. Right, welcher

sie zum Altar führt. Zum Glück lassen sich Beziehungsrückschläge im Shopping Paradies Big Apple bestens kompensieren. Auch hier ein Déjà Vu: Die Damen sind ausgesprochen konsumorientiert. Zelebriert wird eine weitere Unart von Frauen, nämlich ihre Schwäche für teure Handtaschen und Schuhe mit horrend hohen Absätzen. Es gäbe noch viele Beispiele, so etwa die Tatsache, dass die Königsdisziplin, die politische Satire, fest in männlicher Hand ist, dass gewisse Quizsendungen nach wie vor nicht auf die stumme Glücksfee verzichten oder dass Frauen als Expertinnen kaum in den Medien vorkommen.

Die auf den ersten Blick vielfältigen Geschlechterrollen offenbaren beim genaueren Hinsehen also immer noch altbekannte Muster. Letztlich sind Frauen nach wie vor stärker fürs Optische zuständig und werden öfters als Konsumentinnen definiert. Die paritätischen Situationen im non-fiktionalen Bereiche werden immer wieder gebrochen. Sei es, dass Frauen in Männerrunden als Farbtupfer eingesetzt werden (und dann tatsächlich nicht viel zum Thema beizutragen haben) oder das besonders erfolgreiche Unterhaltungssendungen auf ihrer paternalistisch-patriarchalen Konstellationen beharren.

Neu ist, im Vergleich mit der Situation vor 30 Jahren, dass auch Männer zuweilen Diskriminierung und Gleichmachung erleben. Die Mister-Wahlen, vom Fernsehen übertragen, hinken in Nichts den Miss-Wahlen nach: Gleichmachung und Fokus aufs Äussere. Nivellierung nach unten? Nicht ganz. Die Männer nehmen sich

ein Feld, das sie bislang gemieden haben, öffnen aber gleichzeitig ihre angestammten Plätze für Frauen nur widerwillig.

Es zeigt sich also, dass vieles noch im Argen liegt und dass sich zuweilen alte sexistische Tendenzen wieder neu einschleichen. Wer kann zur Verantwortung gezogen werden? Die Medien, die Programmverantwortlichen, welche auf der Jagd nach Quoten gerne die Vorsätze und Leitbilder bezüglich Gleichstellung und Gleichbehandlung mit windigen Gründen umschiffen? Ein Fernsehen, das sich vor allem nach der kommerziellen Logik der werbetreibenden Wirtschaft richtet? Tatsächlich spielen Frauen nach wie vor als Konsumentinnen und als Blickfang eine wichtige Rolle, und die Programme werden entsprechend gestaltet.

Gleichwohl wäre es zu einfach, alle Verantwortung auf das Fernsehen, auf die Medien abzuschieben. Obwohl das Fernsehen die gesellschaftliche Situation verzerrt wiedergibt, richtet es sich nach der Realität und nach den gesellschaftlichen Strukturen, wenn auch ab und zu in einer eigennützigen Interpretation. So betrachtet, muss auch in der Gesellschaft angesetzt werden. Der Vorwurf der reduzierten Rollenbilder im Fernsehen, welche insbesondere Frauen widerfahren, ist nur partiell ein Problem der Medien. Ungeachtet der vielfältigen weiblichen Persönlichkeiten muss ernüchternd festgestellt werden, dass auch in modernen Gesellschaften die Möglichkeiten weiblicher Lebensgestaltungen beschränkt sind.

Der geringe Anteil von Frauen in Nachrichten, die marginale Beteiligung von Frauen in politischen Talksendungen hat auch damit zu tun, dass tatsächlich weniger Frauen zur Verfügung stehen. Dass Frauen nach wie vor in Entscheidungspositionen Mangelware sind, geht nicht nur auf Kappe der Medien, sondern ist ein gesellschaftliches Problem. Die Medien täten jedoch gut daran, wenn sie dieses Gefälle nicht noch zusätzlich unterstützen würden.

Gefordert ist auch die feministische Forschung: Es braucht nach wie vor unbequeme Stimmen, die es wagen, Kritik auch an erfolgreichen und populären Sendeformaten zu üben.

Martina Leonarz ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin und Lehrbeauftragte am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich und Geschäftsführerin des Swiss Centre for Studies on the Global Information Society.