

Zeitschrift: FemInfo / Verein Feministische Wissenschaft Schweiz = Association suisse femmes, féminisme, recherche

Herausgeber: Verein Feministische Wissenschaft Schweiz

Band: - (2023)

Heft: 64

Artikel: Gender Gap in Schweizer Medien : Frauen sind nach wie vor deutlich unterrepräsentiert = Gender gap dans les médias suisses : les femmes sont toujours largement sous-représentées

Autor: Fürst, Silke / Schwaiger, Lisa

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1098506>

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: 19.04.2026

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

Gender Gap in Schweizer Medien

Frauen sind nach wie vor deutlich unterrepräsentiert

TEXT: SILKE FÜRST UND LISA SCHWAIGER

Frauen sind in der Berichterstattung von Schweizer Nachrichtenmedien deutlich weniger sichtbar als Männer. Nur knapp jede vierte Person, über die berichtet wird, ist weiblich. Gemäss unserer Erhebung blieb der Gender Gap zwischen 2015 und 2020 über alle Sprachregionen und Medientypen hinweg weitgehend unverändert. Medienhäuser wollen den Missstand mit Gender-Monitoring bekämpfen.

2019 haben zwei Schweizer Medienhäuser damit begonnen, die Frauen und Männer in ihrer Berichterstattung zu zählen. Ringier initiierte dafür das Projekt EqualVoice; Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) übernahm das Projekt Chance 50:50 der British Broadcasting Corporation (BBC). Dies, nachdem die Kritik wegen fehlenden Frauen immer lauter geworden war.

2021 erschien auch unsere wissenschaftliche Studie zur Darstellung von Frauen und Männern in Schweizer Nachrichtenmedien. Daran waren wir beide und fünf weitere Mitarbeitende des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) und des Instituts für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich beteiligt.¹ Die Ergebnisse unserer Studie wurden durch Nachrichtenmedien aufgegriffen und diskutiert.²

Quantitative und qualitative Analyse

Die Resultate der automatisierten Inhaltsanalyse auf Basis von 106'706 Medienbeiträgen zeigen: Zwischen 2015 und 2020 stagniert die Anzahl an Beiträgen, in denen Frauen erwähnt werden, auf tiefem Niveau (durchschnittlicher Frauenanteil von 23%). Ein leicht höherer Wert von 25% wurde lediglich im Jahr 2019 gemessen, als der Frauenstreik und eidgenös-

Gender Gap in Schweizer Medien

Dr. rer. soc. **Silke Fürst** ist Kommunikationswissenschaftlerin und als Oberassistentin am IKMZ der Universität Zürich tätig. Sie promovierte an der Universität Freiburg und fokussiert in ihrer Forschung u. a. auf journalistische Arbeitsbedingungen, Medienqualität, Wissenschaftskommunikation und Geschlechterrepräsentationen.

Dr. phil. **Lisa Schwaiger** ist Medienspezialistin beim Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) mit Schwerpunkt Service Public und digitaler Journalismus. Sie promovierte an der Universität Zürich und veröffentlichte Studien zu alternativen Nachrichtenmedien, Mediennutzung, Medienqualität und Geschlechterrepräsentationen.

sische Wahlen stattfanden. Der Effekt war jedoch nicht nachhaltig und verflüchtigte sich 2020 wieder. Die aktuelle Repräsentation von Frauen in Schweizer Nachrichtenmedien ist also klar ungenügend.

Die automatisch erhobenen Daten erlauben es auch, zwischen Sprachregionen, Themen, Medientiteln und Beitragsarten zu vergleichen. Eine vertiefte, manuelle Analyse zur Berichterstattung im Jahr 2020 zeigte zudem, in welchen Rollen Frauen und Männer üblicherweise vorkommen (siehe Box auf Seite 6f.). In diesem Teil konnten wir auch auf non-binäre Geschlechterrollen achten, die jedoch nicht vorkamen.

Ungleichheiten minimieren

In einer Demokratie ist es wichtig, dass alle gesellschaftlichen Gruppen mit ihren verschiedenen Stimmen am öffentlichen Diskurs teilnehmen. Grund für die starke Unterrepräsentation von Frauen in den Medien sind nicht nur bestehende gesellschaftliche Strukturen, sondern auch journalistische Routinen. Denn selbst dort, wo der Frauenanteil zunimmt – zum

Beispiel in der Politik –, nimmt der Gender Gap in den Medien nicht im gleichen Mass ab.

Schweizer Medien sind gefordert, künftig für eine ausbalanciertere Berichterstattung zu sorgen, Frauen vermehrt als Expertinnen, Sprecherinnen und Füh-

- 1 Schwaiger, Lisa; Vogler, Daniel; Fürst, Silke; Kessler, Sabrina Heike; Humprecht, Edda; Schweizer, Corinne; Rivière, Maude: Darstellung von Frauen in der Berichterstattung Schweizer Medien. In: fög (Hg.): Jahrbuch Qualität der Medien 2021. Basel: Schwabe, 2021, S. 51-62. doi.org/10.5167/uzh-205043.
- 2 SRF: Frauen kommen in den Medien selten zu Wort. Tagesschau vom 1.7.2021. www.foeg.uzh.ch/de/Medienecho/medienecho/Beitrag_SRF.html; SRF: Medientalk: Frauen in Medien deutlich unterrepräsentiert. Medientalk vom 24.7.2021. www.srf.ch/audio/medientalk/medientalk-frauen-in-medien-deutlich-unterrepraesentiert?id=12020955.

Gender Gap in Schweizer Medien

rungspersonen zu Wort kommen zu lassen und damit zu einem Abbau gesellschaftlicher Ungleichheiten beizutragen. Unsere Daten legen nahe, dass es dafür eine Stärkung journalistischer Recherche durch zusätzliche Ressourcen braucht. Angesichts der Sparmassnahmen der letzten Jahre ist dies jedoch kaum zu erwarten.³ Das Gender-Monitoring wird voraussichtlich die Hauptmassnahme der Medienhäuser bleiben, um journalistische Routinen zu erkennen, die Frauen benachteiligen.⁴

3 Puppis, Manuel; Schönhagen, Philomen; Fürst, Silke; Hofstetter, Brigitte; Meissner, Mike: Arbeitsbedingungen und Berichterstattungsfreiheit in journalistischen Organisationen. Beiträge und Studien Medienforschung 2014, BAKOM. tinyurl.com/5n6w2vs2; Bühler, Dennis; Moser, Christof: Chronologie der Schweizer Medienkonzentration. In: Republik, 18.4.2023. www.republik.ch/2022/09/27/chronologie-der-schweizer-medienkonzentration.

4 Häusermann, Thomas: «Es geht nicht nur darum, einfach mehr über Frauen zu schreiben». In: Medienwoche, 9.7.2021. [medienwoche.ch/2021/07/09/es-geht-nicht-nur-darum-einfach-mehr-ueber-frauen-zu-schreiben/](https://www.medienwoche.ch/2021/07/09/es-geht-nicht-nur-darum-einfach-mehr-ueber-frauen-zu-schreiben/).

Kaum Unterschiede bei Sprachregionen und Medientypen

In den grossen Sprachregionen zeigen sich nur geringfügige Unterschiede. In Deutschschweizer Medien beträgt der Frauenanteil in der Berichterstattung 23%, in den Medien der Suisse romande und der Svizzera italiana jeweils 24%. Ebenfalls nur sehr geringe Unterschiede bestehen zwischen den Medientypen. Der Frauenanteil bewegt sich zwischen 22% bei den gedruckten Abonnementszeitungen und 26% bei den Online-Portalen der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG).

Repräsentation von Frauen stark themenabhängig

Der Frauenanteil hängt stark vom Beitragsthema ab. Die geringsten Frauenanteile bestehen in Sport- und Wirtschaftsnachrichten (13% resp. 17% Frauenanteil). Am höchsten ist ihr Anteil bei Human-Interest-Themen (31%) und in der Kulturberichterstattung (27%). Die Politikberichterstattung liegt mit einem Frauenanteil von 23% im Durchschnitt. Es sind also die eher mit Männern assoziierten Themenbereiche Sport und Wirtschaft, die besonders tiefe Frauenanteile aufwei-

Ergebnisse der Studie im Überblick

sen. Im Kulturbereich oder in Soft-News aus dem Human-Interest-Bereich ist das Verhältnis etwas ausgeglichener, obschon Männer auch hier dominieren.

Grössere Differenzen zwischen einzelnen Medientiteln

Deutliche Unterschiede zeigen sich auf Ebene der einzelnen Medientitel, auch wenn der Gender Gap in allen untersuchten Medien besteht. Der Frauenanteil beträgt je nach Medium zwischen 19% und rund 29%. Die höchsten Frauenanteile weisen Die Wochenzeitung (WOZ) (29%), rts.ch (27%) und blick.ch (26%) auf. In der Neuen Zürcher Zeitung (NZZ) (19%), bei watson.ch (20%) und Der Bund (20%) sind Frauen am wenigsten präsent. Das thematische Profil der Medien bestimmt mit, wie ausgeprägt der Gender Gap ausfällt. Ein starker Fokus auf Wirtschaft oder Sport erhöht diesen, eine grössere Gewichtung von Kultur oder Human-Interest-Themen hat einen weniger ausgeprägten Gender Gap zur Folge.

Höhere Frauenpräsenz in ressourcenintensiven Beiträgen

Auch das Beitragsformat spielt eine Rolle: Die Präsenz von Frauen fällt bei der redaktionellen Bericht-

erstattung doppelt so hoch aus wie bei Medienbeiträgen, die auf Agenturmeldungen basieren. Wenn also Journalist*innen Beiträge selbst schreiben, wird die Medienpräsenz von Frauen positiv beeinflusst. Vermutlich können in der redaktionellen Berichterstattung die Wahl von Quellen oder die Thematisierung von Akteur*innen eher gesteuert werden als bei der Verarbeitung von Agenturmeldungen. Das deckt sich mit dem Befund, dass Frauen bei personenzentrierten Formaten präsenter sind als in Berichten und Meldungen.

Frauen weniger in professionellen Rollen dargestellt

Frauen werden im Vergleich zu Männern seltener in beruflichen und öffentlichen Rollen dargestellt (24% Frauenanteil). In privaten Kontexten ist der Gender Gap weniger ausgeprägt (33% Frauenanteil). Nur rund 21% aller sichtbaren Sprecher*innen von Organisationen und 23% aller Expert*innen in der Medienberichterstattung sind weiblich. Bei Personen, die Führungsverantwortung tragen und in ihrer Leitungsfunktion sprechen, sind Frauen also besonders stark unterrepräsentiert.

Gender gap dans les médias suisses

Les femmes sont toujours largement sous-représentées

TEXTE : SILKE FÜRST ET LISA SCHWAIGER

TRADUCTION : CORINNE SCHWEIZER ET MAUDE RIVIÈRE

Les femmes sont clairement moins visibles que les hommes dans les reportages des médias suisses. Elles ne représentent que 23% des personnes citées. Selon notre enquête, l'écart entre les hommes et les femmes est globalement inchangé depuis 2015, quels que soient la région linguistique et le type de média. Les médias veulent traiter le problème avec un monitoring des genres.

En 2019, deux entreprises de médias suisses ont commencé à compter le nombre de femmes et d'hommes représentés dans leurs reportages. Pour cela, Ringier a lancé le projet *EqualVoice* ; Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) a repris le projet *Chance 50:50* de la British Broadcasting Corporation (BBC). Ceci après que les critiques sur le manque de femmes se sont faites de plus en plus insistantes.

En 2021, notre étude scientifique sur la représentation des genres dans les médias suisses a aussi été publiée. Nous y avons participé toutes les deux, ainsi que cinq autres collaborateur·rice·s du Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) et de l'Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) de l'Université de Zurich.¹ Les résultats ont été repris et discutés par les médias.²

Analyse quantitative et qualitative

Les résultats de l'analyse automatisée basée sur 106'706 articles montrent qu'entre 2015 et 2020, la proportion de contenus citant des femmes a stagné à un niveau très bas (à 23% en moyenne). Une valeur légèrement plus élevée de 25% a été mesurée uniquement en 2019, année de la grève des femmes et des élections fédérales. L'effet n'a toutefois pas été durable et s'est dissipé en 2020. La représentation

Gender gap dans les médias suisses

Dr. rer. soc. **Silke Fürst** est chercheuse en communication et maître-assistante à l'IKMZ de l'Université de Zurich. Elle a obtenu son doctorat à l'Université de Fribourg. Ses recherches se concentrent sur les conditions de travail des journalistes, la qualité des médias, la communication scientifique et la représentation des genres.

Dr. phil. **Lisa Schwaiger** est spécialiste des médias à l'Office fédéral de la communication (OFCOM) en particulier le service public et le journalisme numérique. Titulaire d'un doctorat de l'Université de Zurich, elle a publié des études sur les médias d'information alternatifs, l'utilisation et la qualité des médias et la représentation des genres.

actuelle des femmes dans les médias d'information suisses est donc clairement insuffisante.

Les données collectées de manière automatisée permettent aussi de comparer les régions linguistiques, les thèmes, les titres de médias et le type d'articles. Une analyse manuelle approfondie sur les reportages en 2020 a montré par ailleurs dans quels rôles les femmes et les hommes apparaissent habituellement dans les médias (voir encadré p. 10 et s.). Cette partie de l'analyse nous a permis d'être attentives aux rôles de genre non binaires, qui ne se sont cependant pas manifestés.

Limiter les inégalités

Dans une démocratie, il est important que tous les groupes sociaux participent au débat public avec leurs voix diverses. La forte sous-représentation des femmes dans les médias n'est pas seulement due aux structures sociales existantes mais aussi aux routines journalistiques. Même là où la proportion de femmes augmente – p. ex. en politique – l'écart entre les sexes ne se réduit pas dans la même mesure dans les médias.

Les médias suisses doivent rééquilibrer à l'avenir la représentation des genres en donnant davantage la parole aux femmes en tant qu'expertes, porte-paroles et dirigeantes et contribuer ainsi à la réduction des inégalités sociales. Nos données suggèrent qu'il faut

- 1 Schwaiger, Lisa ; Vogler, Daniel ; Fürst, Silke ; Kessler, Sabrina Heike ; Humprrecht, Edda ; Schweizer, Corinne ; Rivière, Maude : Darstellung von Frauen in der Berichterstattung Schweizer Medien. Dans : fög (éd.) : Jahrbuch Qualität der Medien 2021. Basel : Schwabe, 2021, p. 51-62. doi.org/10.5167/uzh-205043.
- 2 SRF : «Frauen kommen in den Medien selten zu Wort». Tagesschau du 1.7.2021. www.foeg.uzh.ch/de/Medienecho/medienecho/Beitrag_SRF.html ; SRF : Medientalk: Frauen in Medien deutlich unterrepräsentiert. Medientalk du 24.07.2021. www.srf.ch/audio/medientalk/medientalk-frauen-in-medien-deutlich-unterrepraesentiert?id=12020955.

Gender gap dans les médias suisses

pour cela renforcer la recherche par des ressources supplémentaires. Mais vu les mesures d'économie de ces dernières années, il est peu probable que cela arrive.³ Le gender monitoring restera vraisemblablement la principale mesure des médias pour identifier les routines journalistiques qui désavantagent les femmes.⁴

3 Puppis, Manuel ; Schönhagen, Philomen ; Fürst, Silke ; Hofstetter, Brigitte ; Meissner, Mike : Arbeitsbedingungen und Berichterstattungsfreiheit in journalistischen Organisationen. Beiträge und Studien Medienforschung 2014, BAKOM. tinyurl.com/5n6w2vs2 ; Bühler, Dennis ; Moser, Christof : Chronologie der Schweizer Medienkonzentration. Dans : Republik, 18.04.2023. www.republik.ch/2022/09/27/chronologie-der-schweizer-medienkonzentration.

4 Häusermann, Thomas : «Es geht nicht nur darum, einfach mehr über Frauen zu schreiben». Dans : Medienwoche, 9.7.2021. medienwoche.ch/2021/07/09/es-geht-nicht-nur-darum-einfach-mehr-ueber-frauen-zu-schreiben/.

Très peu de différences selon les régions linguistiques et les types de médias

Les différences entre les grandes régions linguistiques sont minimales. La part de femmes citées dans les médias était de 23% en Suisse alémanique et de 24% en Suisse romande et en Suisse italienne. Les différences entre les types de médias sont également très faibles. La représentation des femmes varie de 22% dans les journaux imprimés par abonnement à 26% sur les sites internet de la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR).

La représentation des femmes dépend fortement du sujet abordé

Les femmes sont plus ou moins représentées selon les thématiques abordées. Leur visibilité est la plus faible dans les domaines du sport (13%) et de l'actualité économique (17%) et la plus élevée dans les thèmes de société (31%) et la culture (27%). Leur part dans les sujets politiques se situe dans la moyenne, à 23%. Les femmes sont donc particulièrement sous-représentées dans les thématiques plutôt associées aux hommes telles que le sport et l'économie. Dans

Résultats de l'enquête en bref

les reportages plus légers et dans la culture, le rapport est un peu plus équilibré, bien que les hommes soient toujours surreprésentés.

Des différences notables entre les titres de presse

Si l'écart entre les hommes et les femmes existe dans tous les médias étudiés, il varie considérablement selon la publication. La visibilité des femmes oscille entre 19% et 29% selon les titres. Les publications qui accordent le plus de place aux femmes sont *Die Wochenzeitung WOZ* (29%), *rts.ch* (27%) et *blick.ch* (26%). Celles qui citent le moins les femmes sont la *Neue Zürcher Zeitung (NZZ)* (19%), *watson.ch* (20%) et *Der Bund* (20%). Le profil thématique de la publication détermine la place faite aux femmes. Les médias qui se focalisent sur l'économie ou le sport affichent un écart plus important entre les sexes que ceux qui s'orientent plus vers la culture ou les thèmes de société.

Les femmes mieux représentées dans les articles de fond

Le format des articles joue également un rôle : les femmes sont deux fois plus représentées dans les

articles rédigés directement par les journalistes que dans les articles qui se basent sur les dépêches d'agences de presse. Les journalistes ont probablement plus de choix dans les sources et les personnes à mettre en avant lorsqu'ils-elles rédigent leurs propres articles que lorsqu'ils-elles s'appuient sur des dépêches. Ce constat confirme le fait que les femmes sont plus présentes dans les formats centrés sur les personnes que dans les rapports et les nouvelles.

Les femmes sous-représentées dans les contextes professionnels

Les femmes sont moins représentées que les hommes dans les contextes professionnels et publics (24% femmes). L'écart est moins marqué dans le contexte privé (33% femmes). Seuls 21% des porte-paroles des organisations et 23% des spécialistes interrogés dans les médias sont des femmes. Les femmes sont particulièrement sous-représentées lorsque sont citées des personnes ayant des responsabilités de direction et s'exprimant dans le cadre de leur fonction directoriale.