

Zeitschrift: Rosa : die Zeitschrift für Geschlechterforschung
Herausgeber: Rosa
Band: - (2003)
Heft: 27

Artikel: "Hauptsache politisch korrekt?"
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-631781>

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: 07.02.2026

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

«Hauptsache politisch korrekt?»

von S.

Am 19. Oktober 2003 fanden die eidgenössischen National- und Ständeratswahlen statt. Im Hinblick darauf organisierten die Mediengewerkschaften SSM und comedia, zusammen mit der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen, am 7. März dieses Jahres in Bern eine Impulstagung für Medienschaffende. Thema war die Darstellung von Frauen und Männern in den Medien, vor allem in der politischen Berichterstattung.

Stellung und Darstellung der Geschlechter in den Medien wurden in fünf Referaten aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet: Roger Blum, Professor für Medienwissenschaft an der Universität Bern, referierte über «Medien – Politik – Geschlecht». Bettina Nyffeler, Sozialwissenschaftlerin beim BAKOM im Bereich Informationsgesellschaft, stellte ihre Studie zur Medienpräsenz der Kandidatinnen und Kandidaten vor den eidgenössischen Parlamentswahlen 1999 vor.¹ Dagmar Skopalik, Leiterin Allgemeine Auslandsbeziehungen im ZDF, präsentierte das Schulungspaket «Screening Gender». Sylvie Durrer, Assistenzprofessorin für Linguistik an der Universität Lausanne, beleuchtete unter dem Titel «Micheline, Jean und die anderen» die Berichterstattung vor der Bundesratswahl 2002 in den Printmedien der Romandie. Chiara Simoneschi-Cortesi, Präsidentin der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen, stellte das Impulsprogramm «Blickfeld Gender» mit 13 Empfehlungen an Medienschaffende für eine geschlechtergerechte Wahlberichterstattung vor.² Die Referate zeigten Unterschiede in der medialen Darstellung und Präsenz von Frauen und Männern, entsprechender Handlungsbedarf und mögliche Massnahmen auf. Abgerundet wurde die Tagung durch eine Podiumsdiskussion mit Medienschaffenden.

Frauen in der eidgenössischen Politik heute

Chiara Simoneschi-Cortesi hielt fest, dass die Frauen mit einem Anteil von 23,8 Prozent im Nationalrat und knapp 20 Prozent im Ständerat auch nach den Wahlen von 1999 auf eidgenössischer Ebene in der Politik deutlich untervertreten sind und Kommunalwahlen seither eher einen Rückwärtstrend indizieren. Sie führte dies darauf

zurück, dass Politik nach wie vor eine Männerdomäne sei; Frauen haben, laut Untersuchungen der Frauenkommission, weniger Wahlchancen. Die Hürden sind für sie immer noch sehr hoch, da sie über weniger Seilschaften verfügen, mehr familiäre Pflichten übernehmen und höheren Ansprüchen genügen müssen. Aber auch die Medien spielen hier eine entscheidende Rolle, so Simoneschi-Cortesi, denn Medienpräsenz ist essenziell für die Wahlchancen der Kandidierenden. Bettina Nyffeler bestätigte, Wählerinnen und Wähler bezeichneten in repräsentativen Befragungen 1999 Wahlbeiträge in Fernsehen, Radio und Printmedien als die wichtigsten Instrumente ihrer Meinungsbildung.

Frauen in der schweizerischen Medienlandschaft

Roger Blum wies darauf hin, dass sich die strukturellen Bedingungen für die Frauen seit Erlangung des Stimm- und Wahlrechts 1971 verbessert haben. Rahmenbedingungen und inhaltliche Veränderungen zugunsten der Frauen hinken jedoch dieser Entwicklung hinterher. Ein Grund dafür sei, dass medienwissenschaftliche Genderforschung in der Schweiz bisher nur sehr spärlich betrieben wird, da zumeist Frauen diesen Themenbereich bearbeiten und in der Schweiz sehr wenig Lehrstühle weiblich besetzt sind. Auch im Journalismus sind die Frauen auf den oberen Hierarchiestufen stark untervertreten. Blum äusserte jedoch in Anbetracht der grossen Anzahl Frauen an Universitäten und in journalistischen Schulen die Hoffnung auf eine Trendwende.

Bettina Nyffeler betonte, dass Gleichberechtigung nicht Sache der Journalistinnen ist, sondern aller Medienschaffenden. Ihre Studie belegt, dass die Redezeit der Journalistinnen in Wahlsendungen im Herbst 1999 vor allem bei TSR1, DRS1 und RSI1, aber auch bei SF1, RSR1 und TV3 in etwa ihrem Anteil im Journalismus, je nach Sprachregion zwischen 23 und 36 Prozent, entspricht. Tele 24, TSI und TeleTicino gewähren den Journalistinnen hingegen deutlich zuwenig Redezeit. Ausser TSR1 folgen alle Fernsehstationen zudem einer geschlechts-spezifischen Arbeitsteilung: Gesprächsorientierte Sendungen werden mehrheitlich von Journalisten geleitet, bei Berichten und inhaltlichen Moderationen dominieren die Journalistinnen. Bei den Radiostationen sind die Medienschaffenden gleichmässig über die verschiedenen Sendeformate verteilt.

Ein ähnliches Ungleichgewicht bestätigte Dagmar Skopalik mit Erkenntnissen der an «Screening

Gender» beteiligten öffentlich-rechtlichen Senderketten³: Obwohl der Anteil der Journalistinnen von zwölf Prozent Mitte der 1980er-Jahre bis heute auf 42 Prozent angewachsen ist, wird den Frauen in der Prime Time bloss ein Drittel der Sendezeit eingeräumt. Sie sind vor allem als Nachrichtensprecherinnen und in fiktionalen Programmen präsent, jedoch bedeutend seltener als Politikerinnen und noch weniger als Expertinnen zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen.

Im Einklang mit der mangelnden Präsenz von Frauen in der Hauptsendezeit des Fernsehens stehen die Resultate von Nyffelers Studie über die Wahlberichterstattung 1999. Sie geht von der Annahme aus, dass den Kandidatinnen Redezeit entsprechend ihres prozentualen Anteils an den Kandidierenden zusteht. Eine angemessene Medienpräsenz der Frauen wäre also bei 35 Prozent der Redezeit erreicht. Die Untersuchung von knapp 130 Stunden Fernsehprogramm mit Wahlbezug⁴ bei allen untersuchten Kanälen ergibt total einen Redeanteil von 18 Prozent für die Kandidatinnen, was nicht der politischen Wirklichkeit entspricht. Eine Aufschlüsselung des Resultats nach Sprachregion ergibt vor allem für die Deutschschweizer Fernsehstationen eine deutliche Untervertretung der Frauen. Die Radiostationen schneiden besser ab: In den untersuchten 16 Stunden beträgt die Redezeit der Kandidatinnen total 31 Prozent. Am besten schneiden auch hier die Sender der lateinischen Schweiz ab. Ein Grund für dieses Resultat ist, dass sich die Stationen der Westschweiz und des Tessins einen angemessenen Frauenanteil in der Wahlberichterstattung explizit zum Ziel gesetzt haben.

Darstellung und Inhalte in den Medien: Gleichstellung der Geschlechter?

Übereinstimmung herrschte bei den Referierenden in der Kritik an der medialen Darstellung der Frauen. Roger Blum bemängelte, Frauen würden immer noch häufig als jung, schön und in Beziehung zum Mann dargestellt, womit das klassische Rollenbild bestätigt und das Publikum entsprechend beeinflusst wird. Skopalik schloss sich dieser Analyse an und erklärte, das Fernsehen sei erheblich stereotyper als die Wirklichkeit: Die Prime Time der an «Screening Gender» beteiligten Sender zeigt zu 51 Prozent Frauen bis 19-jährig und nur zu 20 Prozent über 50-jährige. Frauen werden zudem häufig weniger differenziert dargestellt als Männer und anders ins Bild gesetzt. Dazu zeigte sie unter anderem Bildsequenzen von Kandidierenden

der Bundestagswahl 1998. Ein signifikanter Unterschied der Kameraperspektive wurde deutlich: Die Kandidatinnen wurden fast ausnahmslos von oben, die Kandidaten aber geradeaus oder von unten aufgenommen.

Sylvie Durrer belegte mit zahlreichen Beispielen aus den Printmedien der Romandie die Tendenz der Medienschaffenden, Frauen auf einfache Muster wie «Jugendlichkeit», «Frische» und «Naivität» zu reduzieren und Männer viel nuancierter darzustellen. In der Analyse von Artikeln unter anderem zu Bundesratskandidatin Micheline Calmy-Rey und ihrem anfänglichen Gegenspieler Jean Studer im Spätherbst 2002 zeigt sich, dass Frauen als fleissig beschrieben werden, ihre Kleidung thematisiert, ihre Aura gelobt wird und man sie mit Comicfiguren (Calmy-Rey als Cruella) vergleicht. Männer hingegen werden als talentiert beschrieben, ihre Statur wird thematisiert, ihr Charisma gelobt und man vergleicht sie beispielsweise mit renommierten Schriftstellern (Studer als wahrer Flaubert). Diese unterschiedlichen Taxierungen beweisen, so Durrer, dass das Bewusstsein vieler Medienschaffender für geschlechterabhängige Stereotypen sehr klein ist.

Die Forderung nach mehr weiblichen Inhalten und Perspektiven wurde ebenfalls in allen Referaten erhoben. Politik, Wirtschaft und Sport, so Blum, werden immer noch als Männerdomänen betrachtet, während frauenspezifische Sichtweisen und Themen oft unberücksichtigt bleiben. Nyffeler hielt fest, dass die Kandidierenden 1999 im Hinblick auf Redezeit und Wahlkampfrelevanz der Fragen gleich behandelt worden sind. Das Privatleben ist weder bei Frauen noch bei Männern ein Thema gewesen. Aber auch sie fordert, im Einklang mit Skopalik und Simoneschi-Cortesi, dass die Redaktionen ihre Karteien mit Expertinnen zu allen gesellschaftlich und politisch relevanten Fragen ergänzen sollen. Skopalik wies darauf hin, dass weibliche Sichtweisen ins Fernsehen gehören, um ein immer anspruchsvoller und breiter gefächertes Publikum zufrieden zu stellen.

Schlussfolgerung

Die fünf Referate machten deutlich, dass bezüglich der Gleichstellung der Geschlechter gerade in der medialen Darstellung weiterhin Handlungsbedarf besteht, auch wenn einige der alten Fehler ausgeräumt scheinen. Viele Medienschaffende tragen offenbar noch immer traditionelle Rollenbilder im Hinterkopf, welche die Darstellung der

Geschlechter prägen. Übereinstimmend vertraten die fünf Referierenden die Ansicht, dass die Medien die Realität nicht nur abbildeten, sondern mitgestalteten, womit den Medienschaffenden eine besondere Verantwortung zukommt. Die Gleichstellung der Geschlechter müsse thematisiert werden, forderte Chiara Simoneschi-Cortesi, und Roger Blum meinte, mehr Genderforschung könnte helfen, das Bewusstsein der Akteurinnen und Akteure zu schärfen. Eine entsprechende Sensibilisierung der Medienschaffenden wurde von allen Seiten gefordert und könnte mit Weiterbildungskräften wie «Screening Gender» und Anregungen wie «Blickfeld Gender» angegangen werden. Ob sich in der Zwischenzeit etwas an der Medienpräsenz der Kandidatinnen vor National- und Ständeratswahlen geändert hat, wird die neue Studie von Bettina Nyffeler über die Wahlberichterstattung 2003 zeigen.

Ernüchternde Podiumsdiskussion

Unter der Leitung von Sabine Bitter, Radio DRS, diskutierten Ueli Haldimann, Chefredaktor SF DRS, Peter Haerle, Ressortleiter Tages-Anzeiger, Cristina Savi, Bundeshausredaktorin RSI und Agnes Wüthrich, Redaktorin *Le Temps*, über Ideen und Konzepte ihrer Medien für eine geschlechtergerechte Wahlberichterstattung 2003. Es wurde deutlich, dass ein entsprechendes Bewusstsein nur in Ansätzen vorhanden ist. Peter Haerle bezeichnete eine ausgewogene Vertretung der Geschlechter als «Grundsatz des Tages-Anzeigers». Sowohl Agnes Wüthrich als auch Cristina Savi erklärten, es gebe in ihren Medien kein spezifisches Konzept; jedoch betonten beide, dass sie in Zukunft besser darauf achten und das Thema auch in ihren Redaktionen besprechen wollten. Ueli Haldimann bemerkte, er fühle sich an die Diskussionen der 1970er-Jahre erinnert. Es sei nicht Aufgabe der Medien, die Parteien zu beeinflussen oder dafür zu sorgen, dass der Frauenanteil im Parlament grösser werde. Das widerspreche der «Sachgerechtigkeit» und dem Auftrag, der laut Bundesverfassung erfüllt werden müsse. Die Gleichbehandlung der Geschlechter hält Haldimann für selbstverständlich: «Es ist schlechter Journalismus, wenn man nur Männer fragt.» Aber die Zeit der «Stoppuhren und Zählrahmen» sei vorbei. Aufgabe der Medien sei es, die Wirklichkeit abzubilden, und nicht, sie zu verändern. Dies provozierte eine scharfe Replik von Chiara Simoneschi-Cortesi: Es handle sich bei den diskutierten Mankos um Fakten, nicht um Fantasien. Frauen sollten in den Medien so vertreten sein wie in der Politik. Nationalrätin Cécile Bühlmann, im

Publikum, merkte an, dass auch die Gleichstellung in der Bundesverfassung verankert sei.

Verschiedentlich wurde im Publikum Unmut über den destruktiven Verlauf des Podiums laut. Dagmar Skopalik hielt noch einmal in klaren Worten fest, dass es Teil der Verantwortung der Medien ist, ob und wie Frauen dargestellt werden. Sie krönte Haldimanns theoretische Aussage, nur Männer zu befragen sei schlechter Journalismus, mit der direkten Aufforderung an die Medien, ein vielfältigeres Bild der Gesellschaft wiederzugeben – schliesslich beeinflusst jedes politische Thema auch das Leben der Frauen.

ANMERKUNGEN

¹ Nyffeler, Bettina. «Eidgenössische Wahlen 1999: Medien, Politik und Geschlecht. Geschlechterspezifische Analyse des Informationsangebots von schweizerischen Fernseh- und Radiostationen mit nationaler Ausstrahlung am Beispiel der Vorwahlsendungen zu den eidgenössischen Wahlen 1999.» Bern 2001. Nyffeler untersuchte 130 Stunden Sendezzeit mit Wahlbezug auf Schweizer Fernsehern DRS (SF1), Télévision Suisse Romande (TSR1) und Televisione della Svizzera Italiana (TSI1), und die Programme der Privatsender Tele24, TV3 und TeleTicino. Beim Radio analysierte sie 16 Stunden Wahl-Sondersendungen oder -beiträge der SRG-Radiostationen Schweizer Radio DRS (DRS1), Radio Suisse Romande (RSR1) und Radio svizzera di lingua italiana (RSI1). Die Studie ist als Kurz- oder Integralfassung erhältlich auf dem Internet unter www.frauenkommission.ch/publikation_d.htm.

² www.frauenkommission.ch (Rubrik Publikationen).

³ YLE/Finnland, SVT/Schweden, NOS/Niederlande, DR/Dänemark, NRK/Norwegen und ZDF/Deutschland. Zum Projekt «Screening Gender» siehe auch www.yle.fi/gender.

⁴ Damit sind ordentliche Sendungen mit Wahlbezug und Wahl-Sondersendungen gemeint.

AUTORIN

S. studierte in Zürich.