



BACHELORARBEIT

Lisa Hennig

**Die Gipfelstürmerinnen -
Braucht die Medienbranche
eine Frauenquote?**

2012

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Die Gipfelstürmerinnen - Braucht die Medienbranche eine Frauenquote?

Autor/in:

Lisa Hennig

Studiengang:

Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:

AM09wT1-B

Erstprüfer:

Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:

Dipl.-Journ. Katrin Kramer

Einreichung:

Berlin, 04.08.2012

Faculty of Media

BACHELOR THESIS

The female high flyers - do we need a quota for women in the media field?

author:

Lisa Hennig

course of studies:

Angewandte Medienwirtschaft

seminar group:

AM09wT1-B

first examiner:

Prof. Dr. Detlef Gwosc

second examiner:

Dipl.-Journ. Katrin Kramer

submission:

Berlin, August 4th, 2012

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Hennig, Lisa

Thema der Bachelorarbeit: Die Gipfelstürmerinnen – Braucht die Medienbranche eine Frauenquote?

Topic of thesis: The female high flyers – do we need a women quota in the media field?

78 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

Abstract

In dieser Bachelorarbeit geht es um den Sinn einer Frauenquote in der Medienbranche. Es gibt einige wenige Beispiele für Frauen in ranghohen Positionen, Statistiken zeigen insgesamt große Lücken in den Chefetagen auf. Woran liegt es, dass Frauen in oberen Positionen kaum vorkommen? In welche Richtung gehen die Meinungen in einer öffentlichen Diskussion? Welche Möglichkeiten und Netzwerke bietet die Branche, um zu verhindern, dass der Nachwuchs ebenfalls an die gläserne Decke stößt? Die vorliegende Bachelorarbeit beantwortet diese und weitere Fragen rund um das Für und Wider einer Frauenquote in den Medien.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	VI
1 Einleitung.....	1
2 Der Status Quo in Statistiken	2
2.1 Der Women-on-Board-Index	2
2.2 The Global Media Monitoring Project Report 2010	7
2.3 Die Rolle der Frauen im journalistischen Berufsfeld	15
3 Die Gründe für den Frauenmangel in der Chefetage	20
3.1 Die männliche Unternehmenskultur.....	20
3.2 Das Lohngefüge.....	22
3.3 Die Vereinbarkeit von Karriere und Familie	24
3.4 Die Selbstbehinderung und der Verzicht auf die Karriere	30
4 Frauen in der Chefetage	34
4.1 Dagmar Reim - rbb.....	34
4.2 Monika Piel - WDR.....	38
4.3 Karola Wille - MDR.....	42
4.4 Anke Schäferkordt - RTL.....	48
5 Beispiele für ein Umdenken	52
5.1 Ein Tag ohne Frauen in der Bild-Redaktion.....	52
5.2 Eine Studie über die Notwendigkeit von Frauen im Vorstand	55
5.3 Stimmt die Quote im Verlagswesen bereits?	57
6 Offizielle Förderung und Initiativen	61
6.1 Der Verein ProQuote Medien	62
6.2 Der Journalistinnenbund	65
6.3 Das Medienfrauentreffen.....	68
6.4 Der Deutsche Journalistenverband und die Gewerkschaft Ver.di Medien	70
7 Der Mainzer-Medien-Disput in Kooperation mit ProQuote	73
8 Fazit.....	78
Literaturverzeichnis	VII
Eigenständigkeitserklärung	XV

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 – Prozentanteil der Nennungen nach Geschlecht und Medium 2010	9
Abbildung 2 – Frauenanteil bei Beiträgen nach Jahr und Region	14
Abbildung 3 – Frauenanteil bei Beiträgen nach Medium und Region 2010	15
Abbildung 4 – Frauenanteil in Medienbetrieben nach Position und Jahr in Prozent	17
Abbildung 5 – Frauenanteil nach Jahr und Medium in Prozent	18
Abbildung 6 – Anzahl der Journalisten nach Geschlecht und Alter in Prozent 2005	25

1 Einleitung

Noch bis in die 1920er Jahre hinein wurde von einigen Männern, so zum Beispiel vom deutschen Autor Max Funke, infrage gestellt, ob Frauen überhaupt Menschen seien. Im Jahre 2012 wird diskutiert, ob Frauen stärker in den Führungsetagen des Landes vertreten sein sollten. Ebenso eine wichtige Frage: Sollten Frauen verstärkt in elementare Entscheidungen einbezogen werden? Schließlich sind gerade die Medien ein Spiegel der Gesellschaft. Dieses Thema sorgt in vielerlei Hinsicht für zahlreiche Debatten. Sollte es die Frauenquote geben? Ist sie sinnvoll? Demokratisch? Zeitgemäß? Antidiskriminierend oder diskriminierend? Zu jeder Frage gibt es mehr als eine Antwort. Die Argumente dieser Diskussion sind in der folgenden Arbeit zusammengeführt worden. Statistiken zum Beginn der Arbeit zeigen die aktuelle Situation der Frauen in den Medien. Hierzu zählt ein genereller Blick auf die Branche sowie spezifische Studien zur Verteilung des Frauenanteils im Medienbereich. Nach dieser Bestandsaufnahme sollen die Gründe für den Frauenmangel genauer erörtert werden. Elementare Gründe sind beispielsweise die männliche Unternehmenskultur und die mit vielen Hindernissen verbundene Vereinbarkeit von Karriere und Familie. Danach geht es um vier Frauen, die es in die Chefetage von deutschen Medienkonzernen geschafft haben. Hier wird ihr Werdegang beschrieben, außerdem lohnt sich ein Blick auf die Herausforderungen, mit denen sie umzugehen haben und wie sie diese meistern. Eine Studie, die die Notwendigkeit von Frauen in Vorständen beweist und ein Magazinartikel über die frauenstarke Verlagsbranche markieren ein Umdenken in der Branche. Im Anschluss soll es um Förderungen und Initiativen gehen, die sich an den Nachwuchs richten, aber auch an alle anderen Interessierten. Die Verfasserin des Textes hatte zudem die Möglichkeit, am Mainzer Medien Disput in Berlin teilzunehmen. Das Motto der Veranstaltung: „30 Prozent Frauen an den Schalthebeln der Medien-Macht – Ändert sich der Journalismus, wenn Chefinnen entscheiden?“ Das Ziel ist dann die Zusammenfassung und die Reflexion der Ergebnisse aus der vorliegenden Arbeit sowie ein kurzer Ausblick auf zukünftige mögliche Arbeitsfelder für Frauen.

2 Der Status Quo in Statistiken

Eine Quote zu fordern ist das eine, auf der anderen Seite gilt es vorab den Stand der Dinge darzustellen, um zu analysieren, in wieweit eine Quote überhaupt erforderlich sein könnte. Zunächst geht die Autorin in diesem Kapitel auf den Women-on-Board-Index ein, der sich mit der Zusammensetzung der Aufsichtsräte und Vorstände der 160 DAX-Unternehmen im Jahre 2011 beschäftigt. Der dazu gegründete Verein setzt sich für mehr Frauen in den Aufsichtsräten ein und untersucht die Chefetagen nach ihrem Frauenanteil. In dieser Liste sind u.a. auch drei Medienunternehmen enthalten.

Das Global Media Monitoring Project beleuchtet gezielt die Medienbranche zum Zeitpunkt der Studie im Jahre 2009. Hier wird die Präsenz von Frauen in Presse, Hörfunk und Fernsehen untersucht. Dabei werden Frauen als Multiplikatoren sowie auch als Nachrichtensubjekte betrachtet. Hierzu untersuchten die Journalisten verschiedene Medien an einem Stichtag, bei der letzten Studie wurde der 10. November auserkoren. Für die deutschen Ergebnisse zeichnet sich der Journalistinnenbund verantwortlich. Die Studie ist international angelegt und ermöglicht so einen Vergleich auf länder- und Kontinent übergreifender Ebene.

Die letzte Studie zeigt die Verhältnisse im Journalismus im Jahre 2005. Weischenberg, Malik und Scholl gaben im Jahr 2006 den „Report über die Journalisten in Deutschland“ heraus. Alle Ergebnisse erschienen im Werk „Die Souffleure der Mediengesellschaft“. Ein Kapitel beschäftigt sich gezielt mit der Verteilung von Frauen im Journalismus. Die Autoren stellen den Anteil der Journalistinnen in den einzelnen Ressorts da und gehen auch auf den Frauenanteil in den Chefetagen der Medienbetriebe ein.

2.1 Der Women-on-Board-Index

Der Verein FidAR steht für Frauen in die Aufsichtsräte e.V. und wurde Ende des Jahres 2006 von Frauen in Führungspositionen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik gegründet. Ziel des Vereins ist es, den Frauenanteil in den deutschen Aufsichtsräten nachwirkend und messbar zu erhöhen. Bei FidAR vereinen sich inzwischen über 320 männliche und weibliche Mitglieder.¹

Der von FidAR herausgegebene Women-on-Board-Index verdeutlicht die Entwicklung des Frauenanteils in Aufsichtsräten und Vorständen der 160 DAX, MDAX, SDAX und

¹ Vgl. o. Verf.: FidAR – Frauen in die Aufsichtsräte
<http://www.fidar.de/ueber-fidar.html>, Zugriff am 15.07.2012

TecDAX-Unternehmen im Jahr 2011. Das Ergebnis ist nicht unbedingt zufriedenstellend: Der Anteil von Frauen liegt bei gerade einmal 8 Prozent, es lässt sich ein minimaler Zuwachs von 1,5 Prozentpunkten im Vergleich zum Jahre 2010 verzeichnen. Dieses Ergebnis liest sich im Zusammenhang mit der vor 11 Jahren publik gemachten freiwilligen Selbstverpflichtungserklärung der deutschen Wirtschaft - die beinhaltet den Frauenanteil in Führungspositionen zu erhöhen - ziemlich ernüchternd.² Es sind nur leichte Ansteige der Frauenanteile zu verzeichnen, so z.B. in den Aufsichtsräten - hier liegt der Anteil bei 12,8 Prozent, im Vorjahr lag er bei 10 Prozent, in den Vorständen liegt er bei nur 3,4 Prozent, im Vorjahr bei 3 Prozent. Immerhin übersteigt die Anzahl der Unternehmen mit einer Frau die Anzahl der Unternehmen ohne eine einzige Frau auf höherer Ebene, 56 der 160 Leitungsebenen sind frauenlos. Im vorigen Jahr gab es noch 74 frauenfreie Führungsetagen. Lässt man allerdings die Arbeitnehmervertreterinnen außen vor, sind mit 84 noch über die Hälfte der Führungsetagen ohne Frauen.³

Durch den langjährigen Druck haben 23 der 160 DAX, MDAX, SDAX und TecDAX-Unternehmen im Jahr 2011 erstmals in ihrer Geschichte eine Frau in die obersten Gremien berufen. Die vier Medienunternehmen Axel Springer AG, Constantin Medien AG, Highlight Communications AG sowie die ProSiebenSat1 Media AG befinden sich nicht unter diesen Vorreiterunternehmen und rangieren insgesamt nach ihrem jeweiligen Indexwert auf den hinteren Rängen.

Einige Unternehmen können sich durchaus als „Aufsteiger“ bezeichnen. Sie haben einen deutlichen Sprung nach vorn gemacht. So gehören u.a. Kabel Deutschland und Henkel (beide +8,33) und die Deutsche Telekom (+7,14) zur oberen Riege.⁴ Diese Unternehmen haben sich auf die Fahnen geschrieben, geeignete sowie qualifizierte Kandidatinnen im eigenen Unternehmen für Chefpositionen zu gewinnen. Mit der Telekom ist unter den Top 20 ein Unternehmen vertreten, das als erster Dax-Konzern in Deutschland die Frauenquote in der Chefetage forderte. Bis 2015 sollen bei der Telekom 30 Prozent der Führungspositionen mit weiblichen Managern besetzt werden. Vorstandschef René Obermann nannte das schon 2010 „gesellschaftliche Fairness“.⁵

² Vgl. o. Verf.: FidAR zieht Bilanz
<http://www.fidar.de/wob-index.html>, Zugriff am 15.07.2012

³ Vgl. o. Verf.: Pressemitteilung
http://www.fidar.de/uploads/media/PM_120216_WoB-Index_end.pdf, S. 1, Zugriff am 15.07.2012

⁴ Vgl. o. Verf.: Women-on-Board-Index
http://www.fidar.de/webmedia/documents/wob-index/120530_Studie_WoB-Index_VI_end.pdf, S. 5, Zugriff am 15.07.2012

⁵ Ddp (2010): Frauenquote Gebot gesellschaftlicher Fairness
http://www.business-on.de/duesseldorf/fairness-bonner-unternehmen-frauen-fuehrungsetagen-notwendigkeit-_id16706.html, Zugriff am 15.07.2012

Weitere positive Veränderungen: Mit 20 oder mehr Prozent Frauenanteil können sich insgesamt 10 Unternehmen schmücken.⁶ Auch die Zahl der weiblichen Arbeitnehmervertreter in den Aufsichtsräten ist gestiegen, so kommt Bewegung in die Gewerkschaften.⁷ Trotzdem bleibt der statistisch messbare Fortschritt gering und die Chancengleichheit in den Führungsetagen auf der Strecke. Einige Unternehmen versuchen mit nur einer weiblichen Person den Anforderungen des Rankings gerecht zu werden. Eine Frau im Aufsichtsrat oder Vorstand beschleunigt jedoch schnell ein Abrutschen im Ranking – beispielsweise im Falle eines Rücktritts. So geschehen bei Drägerwerk, Puma und SAP.⁸ Dennoch erhöht sich der Druck auf die Unternehmen, viele verweisen darauf, in anderen Positionen einen hohen Frauenanteil zu haben. Auch geben nur noch wenige Unternehmen fehlende oder zu wenig geeignete Kandidatinnen als Grund für den Frauenmangel in der Chefetage an. Jedoch gibt es in vielen anderen europäischen Ländern längst verbindliche Quoten, die dafür gesorgt haben, dass Frauen in den Aufsichtsräten und Vorständen ausreichend vertreten sind.⁹

Der Druck wird durch Medien und Politik stetig weiter erhöht, so verkündete EU-Justizkommissarin Viviane Reding Ende 2011: „Im März 2012 werde ich Bilanz ziehen. Gibt es keine konkreten Erfolge, dann kommt die gesetzliche Quote.“¹⁰ Bundeskanzlerin Angela Merkel zeigte sich bereits Anfang 2011 enttäuscht von den Entwicklungen in Bezug auf den Frauenanteil in Toppositionen: „Dass der Frauenanteil in den Vorständen der 200 größten deutschen Unternehmen bei drei, vier Prozent liegt, ist für mich nicht akzeptabel. Vor zehn Jahren hat die Wirtschaft eine Selbstverpflichtung abgegeben, und seitdem ist herzlich wenig geschehen. Ich [erwarte] Fortschritte [...]. Noch einmal zehn Jahre Geduld habe ich nicht [...].“¹¹ Frauenministerin Ursula von der Leyen, eine bekennende Verfechterin der Frauenquote, verweist auf den internationalen Vergleich und Deutschlands rückschrittliches Denken: „Die Gretchenfrage bleibt, wie es die großen börsennotierten Unternehmen mit ihren Vorständen und Aufsichtsräten halten. Aktuell haben wir trotz aller Fortschritte in der jüngsten Zeit 3,7 Prozent Frauen in den Vorständen und 15 Prozent in Aufsichtsräten. Damit liegen wir im internationalen Vergleich weit abgeschlagen noch hinter China und Russland, gleichauf mit Indien. [...] wenn sich in den Dax-Konzernen auf den Top-Ebenen weiter nichts tut,

⁶ Vgl. o. Verf.: Pressemitteilung

http://www.fidar.de/uploads/media/PM_120216_WoB-Index_end.pdf, S. 1, Zugriff am 15.07.2012

⁷ Vgl. o. Verf.: Women-on-Board-Index

http://www.fidar.de/webmedia/documents/wob-index/120530_Studie_WoB-Index_VI_end.pdf, S. 5 Zugriff am 15.07.2012

⁸ Vgl. ebd., S. 5

⁹ Vgl. ebd.

¹⁰ Ebd., S. 6

¹¹ Ebd.

brauchen wir ein Gesetz, das ist meine feste Überzeugung.“¹² Viele Diskussionen um ein Thema, das eigentlich unmissverständlich im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland im Artikel 3, Absatz 2 verankert ist: „Männer und Frauen sind gleichberechtigt. Der Staat fördert die tatsächliche Durchsetzung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern und wirkt auf die Beseitigung bestehender Nachteile hin.“¹³

Die Datenerhebung für den Women-on-Board-Index erfolgte mittels einer schriftlichen Befragung im Januar 2012, auf persönliche Nachfrage sowie Internetrecherche und auf der Grundlage veröffentlichter Informationen der Unternehmen. Insgesamt prüften und bestätigten 63 Unternehmen die ermittelten Daten. Der Anteil von Frauen in den Aufsichtsräten ergibt sich prozentual aus dem Frauenanteil der Mitglieder am Gesamtaufsichtsrat und der im Aufsichtsrat auftretenden Frauen. Der Anteil von Frauen in den Vorständen ergibt sich aus dem Frauenanteil der Mitglieder am Gesamtvorstand und der im Vorstand auftretenden Frauen.¹⁴

Im Women-on-Board-Index sind vier Medienunternehmen festgehalten. Der Medienkonzern, der am besten abschneidet, ist die Axel Springer AG auf Rang 43.¹⁵ Axel Springer ist ein multimedial agierendes Medienunternehmen mit einer Vielzahl an gedruckten und digitalen Angeboten. Das Medienportfolio umfasst Markenfamilien wie die der Bild- und der Welt-Gruppe. Unter dem Dach der Axel Springer AG befinden sich mehr als 230 Zeitungen und Zeitschriften und über 160 Online-Angebote sowie mehr als 120 Apps.¹⁶ Außerdem ist die Axel Springer AG an der ProSiebenSat1 Media AG beteiligt und Mutterkonzern der Schwarzkopff TV-Productions GmbH & Co. KG.¹⁷ Im Axel Springer Konzern gibt es 5 Vorstandsmitglieder, wovon keines weiblich ist. Im Aufsichtsrat befinden sich 9 Mitglieder, davon sind zwei weiblich, was einem Frauenanteil von 22 Prozent entspricht.¹⁸ Im Aufsichtsrat sitzen Nicola Leibinger-Kammüller und Friede Springer. Erstere ist ebenso im Aufsichtsrat der Deutschen Lufthansa AG sowie der Siemens AG vertreten. Letztere ist die Witwe Axel Springers.¹⁹ Der ermittelte Women-on-Board-Index beläuft sich auf 11,11 Prozent und bleibt damit unverändert zum

¹² Ebd.

¹³ Ebd., S. 7

¹⁴ Vgl. Ebd., S. 8

¹⁵ Vgl. Ebd., S. 10

¹⁶ Vgl. o. Verf.: Unternehmensporträt

http://www.axelspringer.de/artikel/Unternehmensportraet_40170.html, Zugriff am 15.07.2012

¹⁷ Vgl. o. Verf.: Axel Springer AG

http://de.wikipedia.org/wiki/Axel_Springer_AG, Zugriff am 15.07.2012

¹⁸ Vgl. o. Verf.: Women-on-Board-Index

http://www.fidar.de/webmedia/documents/wob-index/120530_Studie_WoB-Index_VI_end.pdf, S. 10, Zugriff am 15.07.2012

¹⁹ Vgl. o. Verf.: Axel Springer AG

http://de.wikipedia.org/wiki/Axel_Springer_AG, Zugriff am 15.07.2012

Vorjahr. Zum Vergleich: Das Unternehmen auf Platz 1 ist das große deutsche Meinungsforschungsinstitut GfK mit einem Indexwert von 40 Prozent.²⁰

Die Constantin Medien AG befindet sich auf Rang 104. Die Constantin Medien AG ist ein auf die Bereiche Sport, Film sowie Sport- und Event-Marketing ausgerichtetes mittelständisches Medienunternehmen. Auch die Highlight Communications AG ist in die Constantin Medien AG eingegliedert.²¹ Die Constantin Medien AG hat weder weibliche Mitglieder im Aufsichtsrat noch im Vorstand und damit einen gleich bleibenden Indexwert von 0 Prozent.²² So sieht es auch bei den verbleibenden Medienunternehmen aus, namentlich die Highlight Communications AG und die ProSiebenSat1 Media AG, beide jeweils ebenso auf Rang 104.²³ Die ProSiebenSat.1 Media AG vereint die deutschen Fernsehsender *ProSieben*, *SAT.1*, *kabel eins* und *sixx* seit Oktober 2000 unter einem Dach. Es ist damit das größte deutsche Fernsehunternehmen.²⁴ Aus dieser Senderreihe hat *sixx* als frauenaffiner Unterhaltungssender immerhin eine Geschäftsführerin - Katja Hofem-Best.²⁵

Der Rundfunk gilt laut den Autoren des Journalistenreports, Weischenberg, Malik und Scholl, in punkto Frauenanteil zwar mit durchschnittlichen 40 Prozent als Vorreiter.²⁶ Der Blick richtet sich hier jedoch insgesamt auf den Frauenanteil in der Branche, die Chefetage wird bei diesem Wert noch außen vorgelassen. Bei den Werten des Women-on-Board-Indexes ist schon eher zu erahnen, auf welchen geringen Wert sich der Frauenanteil in höheren Positionen beläuft und diese Situation ist branchenübergreifend anzutreffen.

²⁰ Vgl. o. Verf.: Women-on-Board-Index

http://www.fidar.de/webmedia/documents/wob-index/120530_Studie_WoB-Index_VI_end.pdf, S. 10, Zugriff am 15.07.2012

²¹ Vgl. o. Verf.: Profil

<http://www.constantin-medien.de/dasat/index.php?cid=100107&sid=4c99882df82bc083f4082d918a310b7d>, Zugriff am 15.07.2012

²² Vgl. o. Verf.: Women-on-Board-Index

http://www.fidar.de/webmedia/documents/wob-index/120530_Studie_WoB-Index_VI_end.pdf, S. 12, Zugriff am 15.07.2012

²³ Vgl. Ebd.

²⁴ Vgl. o. Verf.: Unternehmensporträt

<http://www.prosiebensat1.de/de/unternehmen/prosiebensat1-media-ag/unternehmensportraet>, Zugriff am 15.07.2012

²⁵ Vgl. o. Verf.: Frauenpower

<http://www.sixx.de/stars/id/sixx-senderchefin-katja-hofem-best-frauenpower-32751/>, Zugriff am 15.07.2012

²⁶ Vgl. Weischenberg; Malik; Scholl (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft, S. 47

2.2 The Global Media Monitoring Project Report 2010

Anlässlich des Global Media Monitoring Projects (GMMP) ist eine internationale Untersuchung ins Leben gerufen worden. In Deutschland untersucht der Journalistinnenbund die Präsenz von Frauen in Presse, Hörfunk und Fernsehen. Nach den Jahren 1995, 2000 und 2005 beteiligte sich der Journalistinnenbund auch an der Koordination des vierten Global Media Monitoring Projects 2009/2010 – und das 15 Jahre nach der Weltfrauenkonferenz in Peking, als die Sparte „Frauen und Medien“ als eine von 12 als kritisch erwähnten Feldern der Pekinger Aktionsplattform auffiel. Die Daten werden in über 100 Ländern der Welt erhoben. Sie finden Anklang in der Frauenrechtskonferenz des Wirtschafts- und Sozialrats der UNO.²⁷

Zu den Beteiligten zählen neben Mitgliedern aller Journalistinnenbund-Regionalgruppen erstmalig auch Mitglieder aus dem Deutschen Journalisten-Verband. Gefördert werden die wissenschaftlichen Erhebungen u.a. vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Die Untersuchungsmethode stammt von der World Association for Christian Communication (WACC) mit Sitz in Kanada. Die WACC ist eine nichtstaatliche Organisation, die die Ansicht vertritt, dass Kommunikation ein grundlegendes Recht eines jeden Menschen ist und die es sich zur Aufgabe gemacht hat, diese auch weitergehend zu untersuchen.

Der 10. November 2009 wurde als Stichtag ausgewählt. Wichtig bei der Untersuchung ist die Vermeidung von außergewöhnlichen Ereignissen, die die Studie verfälschen könnte. Man teilte Deutschland in Anlehnung an einen Länderschlüssel eine maximale bzw. minimale Zahl zu kodierender Nachrichtenmedien zu. Allerdings fanden zwei nicht vorhersehbare Ereignisse in Deutschland statt, die viel Medienaufmerksamkeit nach sich zogen. Dazu zählten die Antrittsrede Angela Merkels als im Amt bestätigte Bundeskanzlerin sowie das 20-jährige Jubiläum des Mauerfalls.²⁸

9 TV-Nachrichten-Sendungen von *ARD* und *ZDF* sowie die Hauptnachrichten von *RTL* wurden analysiert. 8 Hörfunknachrichten der öffentlich-rechtlichen Sender sowie der Radiosender „Radio Köln“ als privater Anbieter wurden in die Medienbeobachtung einbezogen. Hinzu kamen 12 nationale und regionale Tageszeitungen sowie vier führende Online-Dienste. Insgesamt fanden die vorgenommenen Kodierungen auf Basis von 153 Zeitungsberichten, 117 TV-Nachrichten, 50 Radio-Meldungen sowie 63 Online-

²⁷ Vgl. o. Verf. (2009): GMMP 2010: 15 Jahre nach Peking

<http://www.journalistinnen.de/aktuell/GMMP2010Auswertung.pdf>, S. 1, Zugriff am 15.07.2012

²⁸ Vgl. ebd.

Beiträgen statt. Zwei Faktoren wurden bei den aufgelisteten Medien analysiert: wie viele Frauen traten als Berichterstatter oder -innen bzw. als Gegenstand der Nachricht auf. Zusätzlich wurde vermerkt, ob Frauen verstärkt als Nachrichtensubjekt zitiert oder auf Fotos abgebildet wurden.²⁹

Außerdem wurde vermerkt, inwieweit die Nachricht von Bedeutung war - lokal, regional (bundesländerweit) oder überregional. Die Untersuchungen ergaben insgesamt 384 (2005 waren es 324) Beiträge, die über 839 (2005 waren es 524) männliche und 256 (2005 waren es 147) weibliche Personen Bericht erstatteten. Im Vergleich zum Jahre 2005 ließ das bei einer höheren Vergleichszahl auf eine minimale Steigerung des Frauenanteils von 22 Prozent auf 23 Prozent schließen. Die steigende Zahl der erwähnten Personen wurde durch die Tendenz zur Nachrichtenpersonalisierung begründet.³⁰

Frauen kamen in diesem wie im vorigen Jahr im Printbereich zu 20 Prozent als Nachrichtensubjekte vor. In den TV-Nachrichten stieg der Frauenanteil von 24 Prozent auf 27 Prozent. Überraschend war der Online-Anteil, der mit 29 Prozent etwas über den TV-Nachrichten lag. In der Datenaufbereitung wurde dieses Phänomen mit dem „Effekt der Boulevardisierung“³¹ begründet. Frauen werden hier besonders gern als Schmutzelemente benutzt. Bei den Radio-Meldungen fiel der Anteil der Frauen von 23 Prozent im Jahr 2005 auf 17 Prozent (Abbildung 1). Keine namentliche Nennung einer Frau wurde bei drei der kodierten Nachrichtensendungen beobachtet.

²⁹ Ebd., S. 2

³⁰ Vgl. ebd.

³¹ Ebd., S. 3

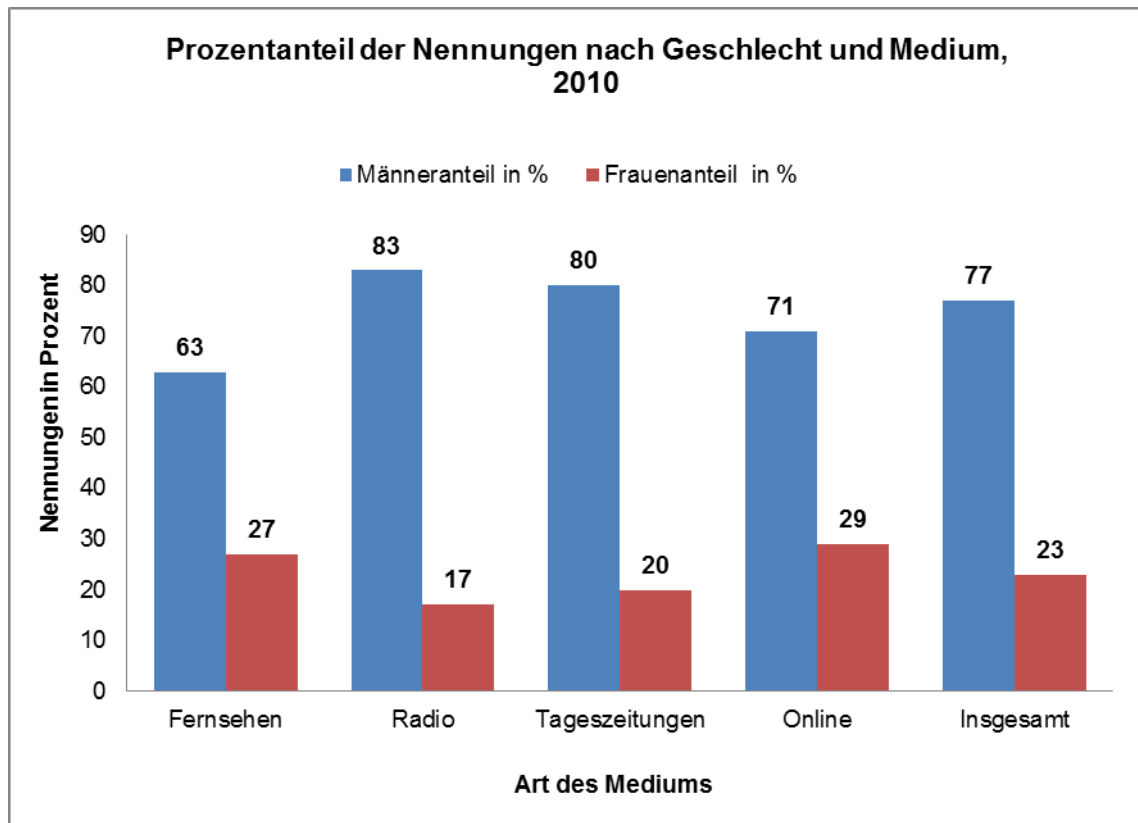


Abbildung 1 – Prozentanteil der Nennungen nach Geschlecht und Medium 2010³²

Einen besonderen Umfang hatten die Berichterstattungen zum 20. Jahrestag des Mauerfalls. Ausführlich wurden nationale und internationale Repräsentanten und – innen genannt. Trotz einer langen Liste männlicher Besucher, belegte Kanzlerin Angela Merkel Platz 1 bei den Erwähnungen. Im Hörfunk und Fernsehen herrschte die Antrittsrede von Angela Merkel als im Amt bestätigte Bundeskanzlerin als Hauptnachricht vor. Im Rundfunk wurde ihre Regierungserklärung 17 Mal, in den Online-Medien acht Mal gezählt. Damit wurde Angela Merkel auch in diesen Medien zu der mit Abstand am meisten genannten weiblichen Person, ihr folgte an zweiter Stelle Hillary Clinton mit insgesamt 11 Nennungen.³³

Die Politik nahm als wichtigster Nachrichtenbereich mit Regierungsmitgliedern, Politikern und Politikerinnen den Platz 1 auf der Positionsrangliste ein. Mit großem Abstand zu allen anderen erwähnten Berufen kam diese Zugehörigkeit auf eine 330 malige Nennung. Überraschenderweise lag der Frauenanteil mit 107 Nennungen bei 20 Prozent, was einer Steigerung von einem Prozent im Vergleich zum Jahr 2005 entspricht –

³² Selbst erstellt, vgl. o. Verf. (2009): GMMP 2010.

<http://www.journalistinnen.de/aktuell/GMMP2010Auswertung.pdf>, S. 3, Zugriff am 15.07.2012

³³ Vgl. ebd.

und das, obwohl die Bundeskanzlerin an diesem Tag auf die meisten Nennungen insgesamt kam.³⁴

Mehrfach genannt wurden im Politikbereich neben Angela Merkel und Hillary Clinton nur noch Renate Künast als Fraktionschefin der Grünen (5 Mal) und die Stasi-Bundesbeauftragte Marianne Birthler (3 Mal). Die FDP-Sprecherin Birgit Homburger, die Bund der Versicherten-Präsidentin Erika Steinbach sowie die Vorsitzende der Jüdischen Gemeinde Charlotte Knobloch kamen jeweils auf eine zweifache Nennung. Der Frauenanteil lag bei Frauen aus dem Politikbereich mit 63 Nennungen in den Zeitungen bei 19 Prozent und im Online-Bereich bei 17 Prozent. In den TV-Nachrichten kamen die Frauen mit 26 Prozent auf den höchsten Anteil. Dies geschah bei einer Nennung von 76 männlichen und 20 weiblichen Regierungsmitgliedern. Im Hörfunk kamen die Beobachter in der gleichen Kategorie auf sechs Frauen, das entspricht bei einem weiblichen Anteil von 12 Prozent dem niedrigsten Wert. Die Beobachter stellten fest, dass „ein einflussreiches Amt nicht aus[reicht], um als Frau von den Medien wahrgenommen zu werden. Ministerien sind erst dann nachrichtenswürdig, wenn sie von Männern besetzt sind. Angela Merkel wird erwähnt, weil sie das ranghöchste Amt innehat. Dieses Amt wird beachtet, unabhängig davon, ob es von einer Frau oder einem Mann ausgeübt wird.“³⁵

Der Journalismus gilt als Spiegel der Gesellschaft und sollte diese auch abbilden können. Kursierende Meinung in der Branche ist laut den deutschen Initiatoren der Untersuchung – „Frauen seien an der Spitze selten.“³⁶ Doch in dem Aufsatz zur Auswertung wird dies bestritten. Tatsächlich seien Frauen in Topmanagementpositionen rar gesät, allerdings liegt der Anteil doch bei 10 Prozent. Nur sind selbst diese 10 Prozent oft nicht zu sehen.³⁷

Am Stichtag blieben Kultur und selbst Sportnachrichten auffällig unterrepräsentiert. Im Boulevard führten Frauen wie Filmschauspielerin Jessica Schwarz in der Rolle der Romy Schneider, Paris Hilton oder Heidi Klum und weitere teils weniger bekannte Stars die Riege der Themen an. Auffällig war, dass die beiden Nobelpreisträgerinnen Hertha Müller und Elinor Ostrom jeweils nur auf eine Nennung im Zusammenhang mit der Preisverleihung in Stockholm kamen. Zudem wurde bei der Regierungsaufstellung im Saarland die neu ernannte Umweltministerin Simone Peter schlichtweg ignoriert.³⁸

³⁴ Vgl. ebd., S. 4

³⁵ Ebd., S. 5

³⁶ Ebd.

³⁷ Vgl. ebd.

³⁸ Vgl. ebd.

Ein Augenmerk wurde auch auf die genannten Verwandtschaftsbeziehungen in Bezug auf Frauen an den Seiten ihrer Männer gelegt. Denn dieses Phänomen war früher oft zu beobachten: „Eine Frau ist erst dann eine Nachricht, wenn sie die Tochter des ..., die Ehefrau des ..., die Mutter des ... ist.“³⁹ Heute tritt dieses Phänomen allerdings weniger auf. Zu sehen am Beispiel des Bundespräsidenten Horst Köhler sowie der beiden Regierungschefs Gordon Brown und Nicolas Sarkozy. Alle genannten Politiker wurden von ihren Ehefrauen nach Berlin begleitet, auch wurden diese explizit genannt. Verwandtschaftsbeziehungen wurden also nicht extra herausgestellt.⁴⁰

Oft werden Frauen in Opferrollen bestätigt, Männer als Opfer eher verleugnet. Jedoch konnte diese Beobachtung in der jetzigen Untersuchung nicht bestätigt werden. Straftaten und Wutausbrüche bei Ehestreitigkeiten kamen gleichermaßen vor. Zwar wurden vielfach „Morde, der Tod von Frauen und junger Mädchen sowie weiblicher Kranke“⁴¹ beklagt. Jedoch wurde auch über Männer berichtet, die schwierige Situationen teilweise nicht überlebten. Ebenso war bei unglücklichen Ereignissen, Naturkatastrophen oder bei der Berichterstattung über die Schweinegrippe das Verhältnis von Männern und Frauen als Opfer ausgeglichen. Abgesehen von einem generellen Anstieg der Opferzahl blieb das Verhältnis Mann-Frau im Vergleich zum Jahre 2005 gleich.⁴²

Frauen standen an dem Stichtag jedoch öfter als sonst im Mittelpunkt der Medien. Dieses Phänomen ließ sich durch die herausragende Präsenz von Angela Merkel erklären. Auf die Rede der Kanzlerin konzentrierten sich 10 von 38 Beiträgen. Eine dreifache Nennung kam dem Bund der Versicherten-Präsidentin Erika Steinbach zu. Die geplante Stiftung „Flucht, Vertreibung, Versöhnung“ wurde hier in den Mittelpunkt gerückt.⁴³

Eines der wenigen ausführlicheren Portraits an diesem Tag widmete sich der jungen Enkelin von Richard von Weizsäcker. *Bild.de* rückte sie angesichts ihrer Darstellung in der ZDF-Serie „Traumschiff“ als „Deutschlands schöner Promi-Nachwuchs“ ins Rampenlicht. Im Radio wurden bei *WDR* und *SWR* berichtet, dass die Insolvenz von Quelle und die Kürzungen bei Karstadt vorrangig Frauen arbeitslos werden ließ. Außerdem wurde sich bei den Zeitungen *SZ*, *FR* und *Tagesspiegel* mit den Folgen des Mordes an der Ägypterin Marwa El-Sherbini beschäftigt. Auch die Freilassung der drei im Iran der

³⁹ Ebd.

⁴⁰ Vgl. ebd.

⁴¹ Vgl. ebd.

⁴² Vgl. ebd., S. 6

Spionage verdächtigten amerikanischen Touristinnen war der *FAZ* und der *Welt* jeweils ein Beitrag wert.⁴⁴

Ein vorherrschendes Frauenfeld in den Medien ist die Moderatoren- und Sprechersparte. Hier gibt es deutlich mehr Frauen als Männer. Alle allabendlichen Nachrichtensendungen in *ARD* und *ZDF* wurden - mit einer Ausnahme - von einer Frau moderiert. Ansonsten fiel ein Mix von Männern und Frauen verstärkt im Fernsehen, aber auch im Hörfunk auf. *WDR*, *rbb* sowie *RTL* setzen auf zweigeschlechtliche Moderationen. Da vor allen Dingen junge Frauen in die Medien drängen, verändert sich langsam das Verhältnis zwischen Männern und Frauen. Auffallend war, dass keine Frauen über 50 auf dem Bildschirm als Moderatorinnen wirkten. Auch zwischen 35 und 49 Jahren waren 67 Prozent der Vertreter männlich. Bis zu einem Alter von circa 34 Jahren war das Verhältnis von zu sehenden Männern und Frauen ausgeglichen. Insgesamt kamen Fernsehreporterinnen und Korrespondentinnen unter den Medienschaffenden auf einen Frauenanteil von 64 Prozent. Im Radio herrschte ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Männern und Frauen vor. Auffällig war, dass nur 22 Zeitungsartikel von Frauen stammten. Somit kamen weniger Artikel als noch in den Vorjahren aus der Feder einer Frau. Ähnlich mau sah es auch bei den Online-Ausgaben der Tageszeitungen aus. Insgesamt gab es hier nur 5 namentlich nachvollziehbare Reportagen, Berichte oder Interviews von Journalistinnen. Zu beachten ist, dass es sich bei den Artikeln oftmals um weiterverarbeitetes Agenturmaterial handelte oder Kürzel verwendet wurden, die nicht immer und sofort eindeutig zu bestimmen waren.⁴⁵

Die Ergebnisse des zum vierten Mal durchgeführten GMMP zeigen, dass sich die Präsenz von Frauen in den deutschen Medien kaum verändert hat. Der Frauenanteil stieg im Vergleich zum Jahr 1995 von 15 auf 23 Prozent. So sind die Frauen in den deutschen Hauptnachrichten nach wie vor unterrepräsentiert.⁴⁶ Im internationalen Durchschnitt erreichen Frauen einen Reporterinnenanteil im Fernsehen, im Radio und in den Zeitungen von 37 Prozent, dieser Wert ist unverändert zum Jahre 2005. Außerdem werden 52 Prozent der Fernsehnachrichten von Frauen präsentiert, im Radio sind es 45 Prozent. Daraus ergibt sich für beide Medien ein Durchschnittswert von 49 Prozent. 1995 lag dieser Durchschnittswert jedoch bei 51 Prozent. Auch ältere Frauen können sich im Fernsehen sehen lassen. Die Nachrichten werden im internationalen Durchschnitt bei einem Alter zwischen 35 und 49 Jahren zu 42 Prozent von Frauen präsen-

⁴⁴ Vgl. ebd.

⁴⁵ Vgl. ebd., S. 7

⁴⁶ Vgl. ebd., S. 8

tiert. Bei den 50- bis 60-Jährigen stieg der Frauenanteil von 17 Prozent im Jahre 2005 auf 42 Prozent im Jahre 2010.⁴⁷

Bei der Themenverteilung zwischen Mann und Frau ist positiv herauszuheben, dass seit dem Jahr 2000 die Zahl der berichtenden Frauen im Vergleich zur Zahl der berichtenden Männern in allen Themenbereichen kontinuierlich gestiegen ist, nur ein Themenbereich bleibt statisch – Wissenschaft und Gesundheit. Auch stechen männliche Berichterstattungen im direkten Vergleich immer noch die weiblichen aus.⁴⁸

Zudem fällt auf, dass männliche Berichtersteller bei den Themengebieten Politik zu 67 Prozent, bei Kriminalität und Gewalt zu 65 Prozent sowie im Bereich Wirtschaft zu 60 Prozent die Nase vorn haben. Der Frauenanteil im Themenfeld Wissenschaft und Gesundheit sank zwischen den Jahren 2000 und 2005 von 46 Prozent auf 38 Prozent. Eine andere Beobachtung in der internationalen Studie: Nachrichten mit hohem Prioritätsfaktor werden von den Entscheidungsträgern in der Redaktion kaum an Frauen vergeben, bei niedriger Prioritätsrate gehen die Themen oft an Frauen. Die ausländische und nationale Berichterstattung hat nunmehr einen genau so hohen Frauenanteil wie die lokale Berichterstattung. In Zahlen heißt das – 40 Prozent der lokalen Berichterstattung, 38 Prozent der nationalen Berichterstattung und 37 Prozent der ausländischen Berichterstattung kommt von weiblichen Journalisten. Allerdings werden immer noch weniger Nachrichtenthemen an Frauen vergeben, so wird auch die Geschlechterlücke zwischen Frauen und Männern bei wichtigen Themen größer. Berichte von weiblichen Journalisten erhalten zudem mehr Frauen in der Rolle des Nachrichtensubjekts als das bei den Berichten der Männer der Fall ist - in Zahlen ausgedrückt entspricht das einem Anteil von 28 Prozent bei den Frauen und 22 Prozent bei den Männern.⁴⁹

Es gibt in Bezug auf ausgeglichenen Journalismus zwischen den Geschlechtern im Vergleich zu den Vorjahren wenig Fortschritt. Europa wirkt im internationalen Vergleich eher schwach. Asien, Lateinamerika, der Pazifik und ganz besonders die Karibik liegen beim Frauenanteil zahlenmäßig vor Europa. In der Karibik stammen 45 Prozent der Berichterstattung aus weiblicher Feder. In Lateinamerika sind es 41 Prozent, in Asien 40 Prozent und im Pazifik 39 Prozent. In Europa sind es dagegen gerade einmal 35 Prozent im Jahre 2010. Im Jahre 2005 waren es hier durchschnittlich 34 Prozent, genau wie im Jahr 2000. Der zahlenmäßige Fortschritt bleibt aus. Den größten Sprung machte Lateinamerika mit einem Frauenanteil bei der Berichterstattung von 27 Prozent

⁴⁷ Vgl. Macharia, O'Connor, Ndangam (2010): Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2010.

http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf, S. 27, Zugriff am 15.07.2012

⁴⁸ Vgl. ebd.

⁴⁹ Vgl. ebd.

im Jahre 2000 auf 41 Prozent im Jahre 2010 (Abbildung 2). Ein guter europäischer Durchschnitt wird vor allen Dingen vom Frauenanteil in den Zeitungsredaktionen gedrückt. Nur 31 Prozent der Zeitungsberichte werden in Europa von Frauen verfasst. Einen schlechteren Wert hat nur Afrika mit 24 Prozent. Den Spitzenwert hat auch hier wieder die Karibik mit 48 Prozent. Im Fernsehen gibt es in der Karibik eine ebenso starke Frauenpräsenz von 51 Prozent, Europa kommt im gleichen Feld auf 42 Prozent. Nur im Radio sieht es in der Karibik deutlich schlechter aus, 26 Prozent der Radiobeiträge stammen von einer Frau, in Europa sind es 40 Prozent (Abbildung 3).⁵⁰

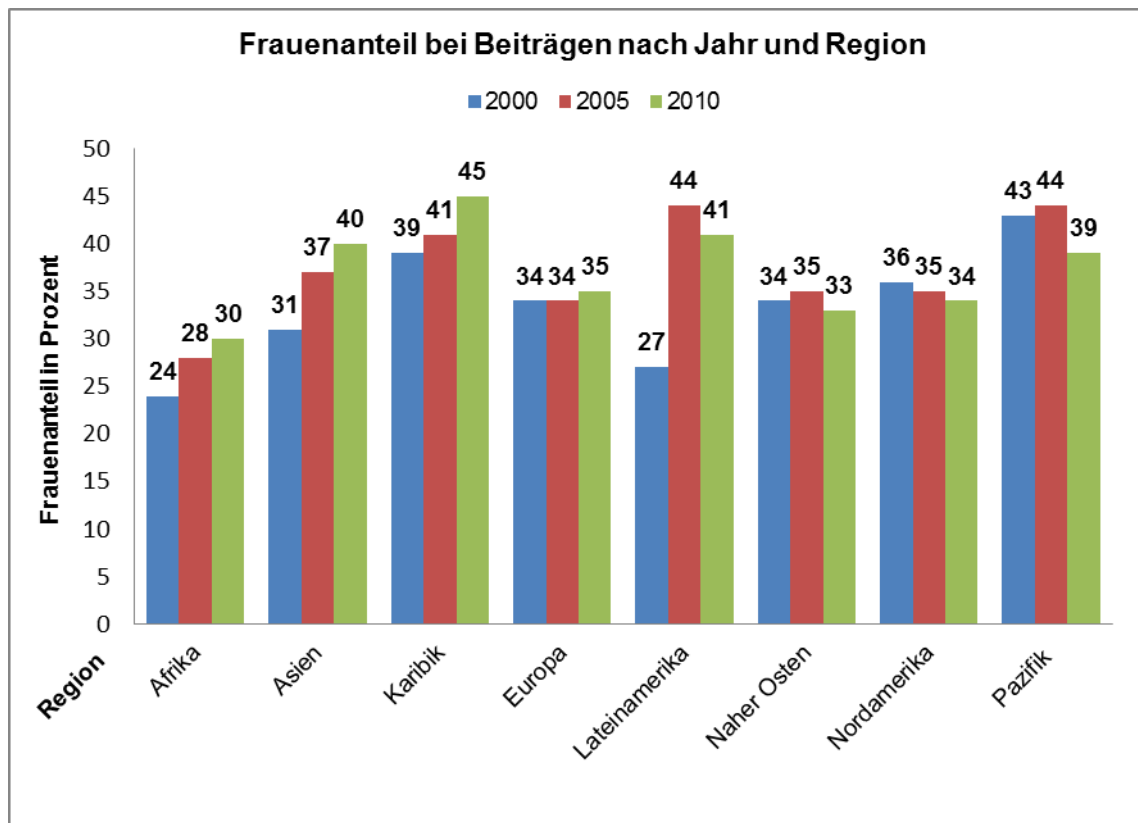


Abbildung 2 – Frauenanteil bei Beiträgen nach Jahr und Region⁵¹

⁵⁰ vgl. ebd. S. 23

⁵¹ Selbst erstellt, in Anlehnung an Macharia, O'Connor, Ndangam (2010): Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2010.

http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf, S. 23, , Zugriff am 15.07.2012

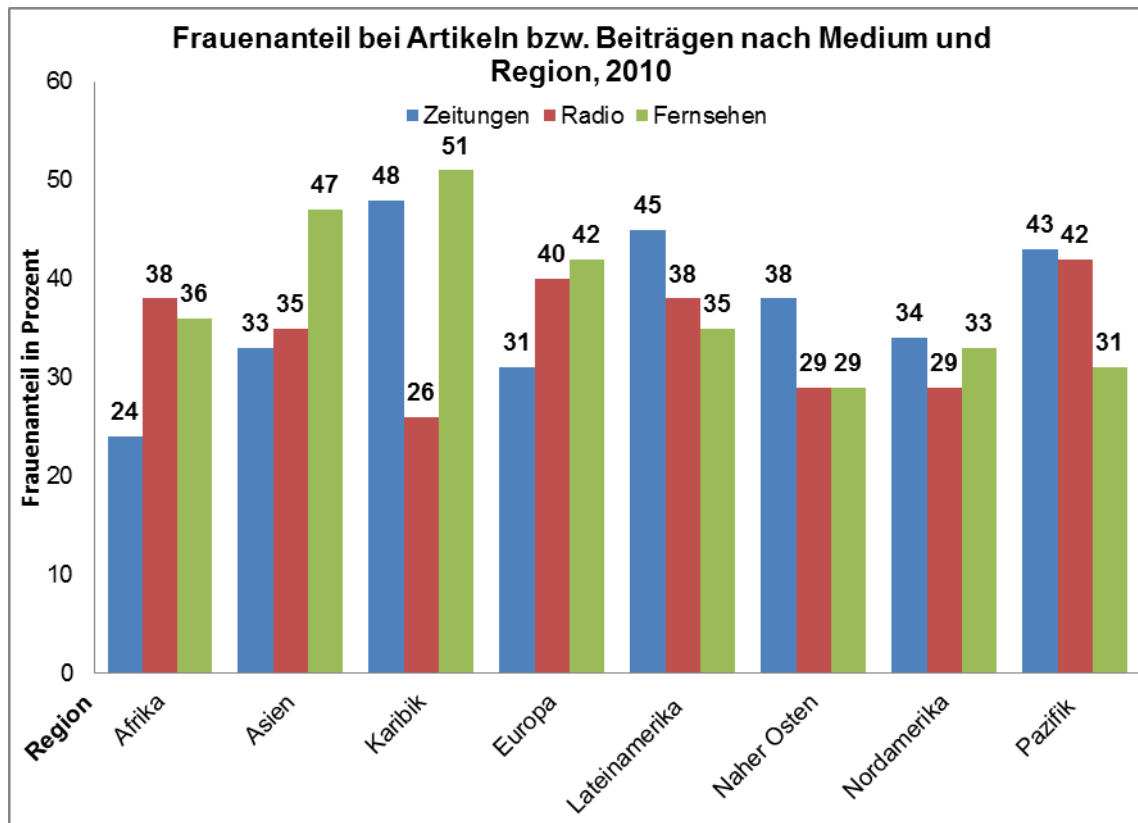


Abbildung 3 – Frauenanteil bei Beiträgen nach Medium und Region 2010⁵²

2.3 Die Rolle der Frauen im journalistischen Berufsfeld

Schon vor 10 Jahren proklamierte *FAZ*-Herausgeber Frank Schirrmacher, dass Frauen das Medienfeld erobern würden - die „Männerdämmerung“ hätte somit begonnen.⁵³ Tatsächlich gibt es einige weibliche Vorreiterinnen in der Medienbranche, so wie Anke Schäferkordt als *RTL*-Geschäftsführerin oder Dagmar Reim, Monika Piel und Karolla Wille, alle drei führende Frauen auf den Chefsesseln öffentlich-rechtlicher Sender. Doch die wenigen Journalistinnen, die in der Öffentlichkeit bekannt sind, entsprechen kaum dem Mainstream im Journalismus. Der Frauenanteil lag Ende der 70er noch bei 20 Prozent, 2005 sind immerhin 37 Prozent der Journalisten in Deutschland weiblich. Doch weder lässt sich bei einer solchen Zahl von einer „Männerdämmerung“ sprechen, noch sind Frauen in den oberen Hierarchiestufen ausreichend repräsentiert. Im Jahre 2006 waren vier von fünf Chefredakteuren Männer. Zudem veränderte sich der Anteil der Frauen in leitenden Positionen innerhalb der letzten Jahre kaum. 1993 hatten 19 Prozent der Journalistinnen Leitungspositionen inne, 2005 war nur ein leichter Anstieg dieser Zahl auf 22 Prozent erkennbar. Immerhin verschiebt sich in der hierarchischen

⁵² Vgl. ebd.

⁵³ Vgl. Weischenberg; Malik; Scholl (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. S. 45

Mitte so einiges. 2006 sind knapp 29 Prozent der Ressortleiter und Chefs vom Dienst weiblich, 1993 waren es nur 20 Prozent.⁵⁴ Auch sind die Aufstiegschancen der Frauen abhängig vom Medium. Im privaten Hörfunk und bei Anzeigebältern sind Frauen damals wie heute gut repräsentiert – mehr als 25 Prozent der Chefpositionen sind hier weiblich besetzt. Einen Frauenmangel gibt es allerdings bei Nachrichtenagenturen, hier befinden sich nur 5 Prozent in einer Leitungsposition. Bei den Zeitungen sind es immerhin noch 9 Prozent. Interessant ist dabei, dass die Hälfte der Berufsanfänger weiblich ist und Journalistinnen häufiger mit einem abgeschlossenen Studium auftrumpfen können.⁵⁵ Zudem ist aus keiner Quelle ablesbar, dass Frauen weniger professionelles Verständnis in den Beruf mitbringen als Männer, stellen die Frauen doch einen genauso hohen Anteil bei den Volontären. In der Gesamtleitung ist von diesem hohen Anteil der Frauen nur noch wenig zu sehen: 2005 kam eine Studie auf nur 22 Prozent Frauenanteil in der Chefetage. Die Teilleitungsebene besteht immerhin zu 29 Prozent aus Frauen. Auf Redakteursstellen kommen 39 Prozent der Journalistinnen (Abbildung 4).⁵⁶

⁵⁴ Vgl. ebd., S. 45

⁵⁵ Vgl. ebd., S. 47

⁵⁶ Vgl. ebd., S. 46

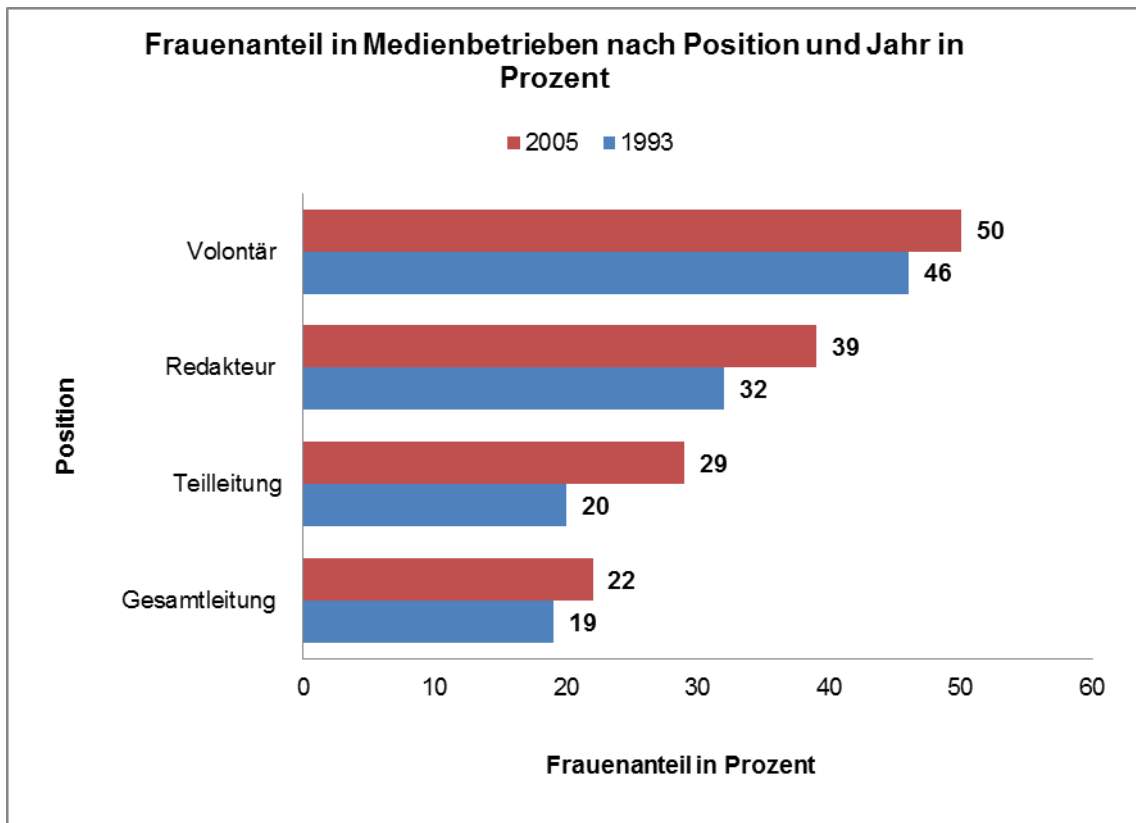


Abbildung 4 – Frauenanteil in Medienbetrieben nach Position und Jahr in Prozent⁵⁷

Im Rundfunk tasten sich die Frauen allerdings langsam an die 50-Prozent-Marke heran. 2005 konnten sich durchschnittlich 40 Prozent der Journalistinnen in Radio und TV behaupten (Abbildung 5). Den momentanen Spitzenschnitt gibt es aber immer noch beim Hörfunk mit durchschnittlich 44 Prozent Frauenanteil. Öffentlich-rechtliche Fernsehredaktionen bestehen zu 41 Prozent aus Journalistinnen.⁵⁸

⁵⁷ Selbst erstellt, in Anlehnung an Weischenberg; Malik; Scholl (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. S. 46

⁵⁸ Vgl. S. 47

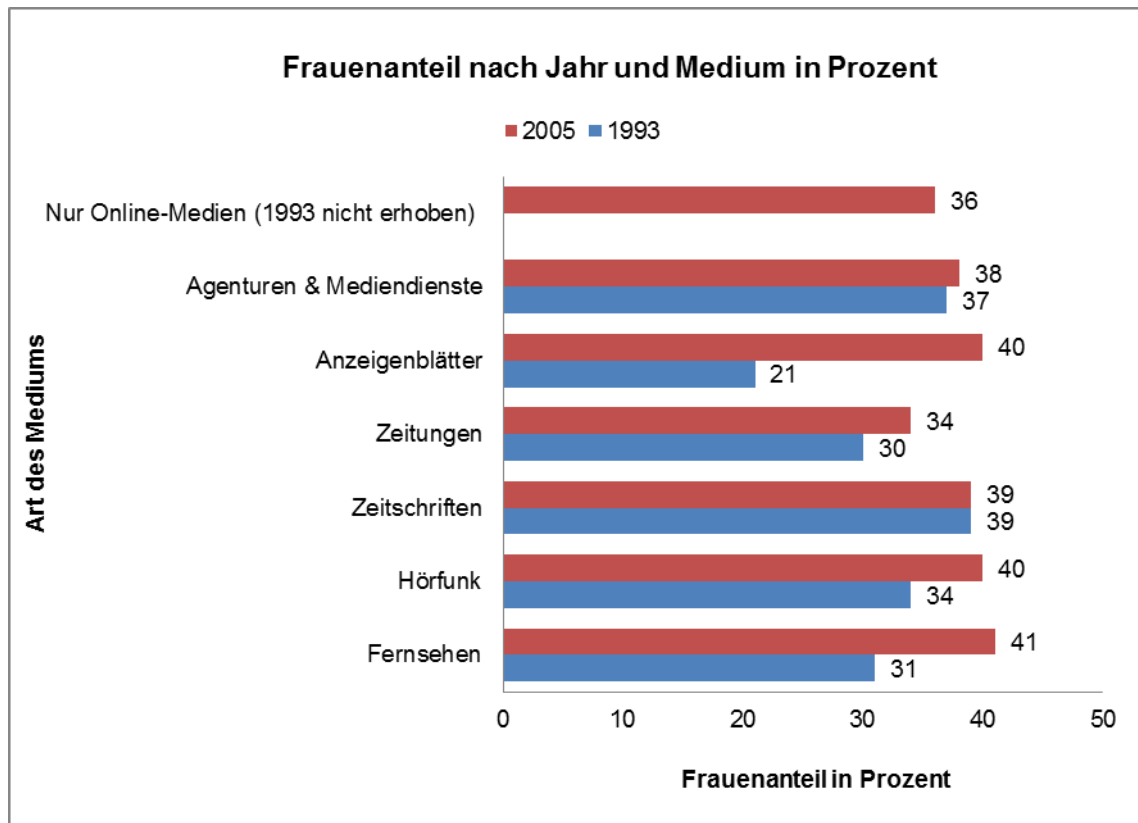


Abbildung 5 – Frauenanteil nach Jahr und Medium in Prozent⁵⁹

Vor allen Dingen dem Fernsehen entspringen viele prominente Gesichter, wie Christensen, Illner, Maiaschberger, Will, Slomka und Gerster. Diese Anzahl an prominenten Vorbildern sucht man allerdings in Zeitungsredaktionen vergeblich.⁶⁰ Außerdem kommt hinzu, dass diese Prominenten in der Fernsehbranche Formate und Themen besetzen, die sonst weniger in Frauenhand sind, dazu zählen die Bereiche Politik-Talk oder die einflussreiche Nachrichtensendung. Mit Monika Lierhaus gab es sogar ein bekanntes weibliches Gesicht im Sportjournalismus. Frauen finden sich eher bei Kategorien wie Lifestyle/Mode/Beauty/Trends mit 76 Prozent, Soziales/Kirche/Jugend/Familie mit 62 Prozent und Medizin/Gesundheit mit 72 Prozent wieder. In den Bereichen Sport (17 Prozent) und Technik/Computer/Motor (22 Prozent) sind sie sonst stark unterrepräsentiert. Etwas über dem allgemeinen Durchschnitt sind Frauen nur noch in den Feldern Kultur/Feuilleton mit 45 Prozent, Lokales/Regionales mit 40 Prozent und Aktuelles/Nachrichten mit 43 Prozent vertreten. Eine dem Frauendurchschnitt entsprechende Verteilung gibt es im Themenfeld Wirtschaft mit 37 Prozent Frauenanteil und schon leicht unter dem Durchschnitt gelegen im Ressort Politik mit 34 Prozent.⁶¹ Entspre-

⁵⁹ Selbst erstellt, in Anlehnung an Weischenberg; Malik; Scholl (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. S. 48

⁶⁰ Vgl. ebd. S. 47

⁶¹ Vgl. ebd., S. 48

chend altbekannter Geschlechtermuster kommen die Frauen also bei den frauentypischen Themen, wie Mode und Familie und die Männer bei den „Männerthemen“, wie Sport und Technik, unter. Allerdings weichen sich im klassischen journalistischen Feld, sprich: im Aktuellen, in der Wirtschaft und in der Politik - die Geschlechtergrenzen auf. Vor 12 Jahren lag der Frauenanteil im Ressort Aktuelles und Politik noch bei 25 Prozent, heute liegt der Anteil über dem Frauendurchschnitt im gesamten Journalismus, nämlich bei 43 Prozent.⁶² Zahlenmäßig steigt der Anteil der weiblichen Journalisten, aber der Kern der Branche ist noch nicht erreicht. Es herrscht eine vertikalen Segregation von Journalistinnen und Journalisten. Chefredaktion und Ressortleitung sind immer noch zu 75 Prozent in Männerhand. In den zentralen Medien Zeitungen und Nachrichtenagenturen ist nur etwas mehr als jede zehnte Führungsposition mit einer Frau besetzt. So bleiben weibliche Journalisten weiterhin dem Zentrum des journalistischen Entscheidens fern. Auf der anderen Seite hat zumindest die horizontale Segregation abgenommen. Frauen tauchen nicht mehr nur in den Randressorts auf. Ignoriert man einmal das Segment der Zeitungen, so sind Frauen in den zentralen journalistischen Feldern und Medien dem allgemeinen weiblichen Durchschnitt der Branche entsprechend vertreten.⁶³

⁶² Vgl. ebd.

⁶³ Vgl. ebd., S. 49

3 Die Gründe für den Frauenmangel in der Chefetage

Die Statistiken zeigen den Mangel an weiblichen Führungskräften. Zu den Gründen zählen die typische Rollenverteilung bei Mann und Frau. Frauen entscheiden sich bewusst für Kinder und mit stärkeren Konsequenzen. So investieren sie mehr Zeit in die Erziehung als Männer. Der Wiedereinstieg als Mutter gestaltet sich bei vielen Jobpositionen schwierig, jedoch ist es insbesondere in der Chefetage ungern gesehen, wenn eine Frau wegen des Nachwuchses für eine Weile aussteigt und bei dem gleichen Level wieder anknüpfen möchte. Oft verhindert aber auch eine männliche Unternehmenskultur das Vorankommen der Frauen. Sie stoßen an eine Gläserne Decke, die sich im Englischen Glass ceiling nennt und das Phänomen in einem eigenen Wort auf den Punkt bringt. Ebenso macht das Lohngefüge vielen Frauen zu schaffen. Es ist in keiner Branche ein Geheimnis, dass Frauen weniger Gehalt als Männer verdienen. Dieser Fakt trifft natürlich auch für Frauen in der Chefetage zu, die genau so viel Verantwortung wie die Männer tragen und ebenso viel Zeit und Nerven opfern. Dennoch kann es auch vorkommen, dass sich Frauen ganz bewusst gegen eine Karriere entscheiden, weil sie nicht Teil der männlichen Unternehmenskultur und der Konkurrenzkämpfe sein wollen und lieber auf den niedrigeren Positionen bleiben, um weniger administrative, sondern mehr journalistische Tätigkeiten auszuüben.

3.1 Die männliche Unternehmenskultur

Karriere wird an festen Kriterien wie Position, Einkommen und Macht gemessen. Kriterien, die – wie die Journalistin Tina Groll in ihrem Artikel beschreibt - von der Soziologin Elisabeth Beck-Gernsheim als „typisch männlich“⁶⁴ bezeichnet werden. Frauen hingegen scheinen ihre Karriere viel häufiger an subjektiven Kriterien zu messen: Selbstverwirklichung, Erfüllung und Verantwortung.⁶⁵ „Die neuesten Berufsfeldstudien für den Journalismus aus Deutschland und Österreich belegen: Journalistinnen kommen vor und auf der Karriereleiter weit(er) – aber nur wenige stoßen durch die ‚gläserne Decke‘“, sagt auch Tina Groll in ihrem Artikel.⁶⁶ Frauen haben immerhin eine Chance, wenn es um die Arbeit bei frauenaffinen Zeitschriften oder beim privaten Rundfunk geht, denn hier ist der Anteil der Journalistinnen höher als beispielsweise bei politischen Formaten. Die Kommunikationswissenschaftlerin Maja Malik bezeichnet diese

⁶⁴ Groll (2008): Können, Köpfchen oder Körper?

<http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=108>, Zugriff am 15.07.2012

⁶⁵ Vgl. ebd.

⁶⁶ Ebd.

Orte als „weibliche Spielwiesen“.⁶⁷ Wenig bis gar keine Chancen auf einen Aufstieg gibt es dagegen beispielsweise in Redaktionen, in denen „männliche Arbeits- und Umgangsformen herrschen - Ellenbogenmentalität, offener Konkurrenzkampf und Kumpanei – [...]“, so Groll in ihrem Artikel⁶⁸. Auch bezeichnet sie die allzu bekannte Redaktionskonferenz „als Bühne für den Hahnenkampf“⁶⁹. Auf solche Auseinandersetzungen verzichten Frauen lieber. Gerade in den Zeitungen dürften sich einige männerdominierte Redaktionen befinden. Hier gibt es viel Unruhe, Frauen kommen kaum zu Wort, wenn sie überhaupt in der Sitzung vertreten sind. Johanna Romberg, die als Geo-Redakteurin tätig ist und sich mit ihrem Gesicht für die ProQuote-Kampagne und damit für mehr Frauen in journalistische Führungspositionen einsetzt, sagt zum Thema Redaktionskonferenzen mit Männern: „Wer behauptet, nur Frauen führten Zickenkriege, hat noch nie eine Redaktionskonferenz erlebt, in der ausschließlich Männer das Wort führen.“⁷⁰ Auf der anderen Seite ist Kritik auch gefürchtet, „wenn Frauen in Männerdomänen nicht nach dem Weibchenmuster ticken: Eine Journalistin, die hart nachfragt, gilt als ‚eiskalt‘, ein Journalist hingegen als ‚harter Hund‘ oder gar ‚eloquent‘“.⁷¹

Ebenso befasst sich ein Artikel im Focus mit der Überschrift „Das dämliche Geschlecht“ mit dem Phänomen, dass Frauen zwar weiter aufsteigen möchten, aber an eine gläserne Decke stoßen. So stellt auch die Autorin Maria Hof-Glatz des Buches „Wie küsse ich einen Haifisch, wenn er bellt?“ klar: „[...] vor die Erringung dieses Ziels haben die Götter ein Hindernis gesetzt: das männliche Stammesverhalten, die Initiationsriten und die Ellbogen, mit denen Manager um die nächste Stufe auf der Karriereleiter kämpfen“.⁷² Auch Cornelia Topf und Rolf Gawrich machen auf den Glass-Ceiling-Effekt aufmerksam. „Noch immer verhalten sich ‚die Männer‘ genau so wenig souverän wie vor 30 Jahren. Die Glass Ceiling, die Glasdecke bei der Beförderung in Unternehmen, ist heute bei den meisten deutschen Unternehmen noch genau so undurchlässig wie vor 30 Jahren: Ab einer bestimmten Hierarchiestufe ist für Frauen einfach Schluss“, sagen die Verfasser von „Führungsbuch für freche Frauen.“⁷³

⁶⁷ Ebd.

⁶⁸ Ebd.

⁶⁹ Ebd.

⁷⁰ Romberg (2012): Johanna Romberg.

<http://www.pro-quote.de/unterzeichnerinnen/johanna-romberg/>, Zugriff am 15.07.2012

⁷¹ Groll (2008): Können, Köpfchen oder Körper?

<http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=108>, Zugriff am 15.07.2012

⁷² Hof-Glatz: Wie küsse ich einen Haifisch, wenn er bellt. In: Weingartner: Das dämliche Geschlecht. 2004 http://www.focus.de/finanzen/karriere/perspektiven/frauen/macht/good-old-boys-network_aid_6663.html, S. 3, Zugriff am 15.07.2012

⁷³ Topf; Gawrich: Das Führungsbuch für freche Frauen. In: Weingartner: Das dämliche Geschlecht. 2004, S. 3

So kommt auch die Literaturkritikerin Iris Radisch zu dem Schluss: „Die Frauen sind nicht da. Und es ist nicht ihre Schuld, dass sie nicht da sind. [...] Es ist die Schuld der Männer, die Frauen fördern, wenn sie jung sind (Kohls Mädchen) und bremsen, wenn sie erfahren und älter werden (gläserne Decke). Und das alles nicht etwa, weil sie sich in ihren jemenitischen Teehäusern so über alle Maßen geborgen und gut aufgehoben fühlen, sondern weil am Ende doch lieber wieder das an den Tisch kommt, was man schon kennt.“⁷⁴

3.2 Das Lohngefüge

Da Frauen eher auf den unteren Hierarchieebenen anzutreffen sind, verdienen sie seltener Spitzengehälter und auch im Schnitt weniger. Zwar hängt der Lohn von Faktoren wie Hierarchieebene, Medium, Ressort und Familienstand ab, allerdings kam bei einer „Varianzanalyse“ der ersten „Journalismus in Deutschland“-Studie heraus, dass die Geschlechterzuordnung ein wichtiger Faktor beim Einkommen ist: „Frauen werden (auch) deswegen schlechter bezahlt, weil sie Frauen sind“, so heißt es laut dem Kommunikationswissenschaftler und Soziologen Siegfried Weischenberg 1994 und in dem Werk „Beruf Journalistin: Von kalkulierten Karrieren und behinderten Berufsverläufen“ von Tina Groll.⁷⁵ Groll führt ebenso die Ergebnisse der Kommunikationswissenschaftlerin Margreth Lünenborg an, die in ihrer Studie über weibliche Journalisten aus Deutschland, Italien, Dänemark und Spanien zusammenfasste, dass das betreffende Gehalt der Journalistinnen immer unter dem der männlichen Kollegen blieb.⁷⁶ Laut einer Studie, die die Autorin Johanna Schwenk betreute, verdienen circa 50 Prozent der Journalistinnen monatlich weniger als 3000 Euro brutto, bei den Männern hingegen waren es nur circa 30 Prozent. In den oberen Gehaltsklassen sieht es wie folgt aus: 22 Prozent der Journalisten verdienen hier über 5000 Euro brutto, bei den Frauen sind es nur 8 Prozent.⁷⁷ Frauen sind gegenüber den Männern stärker bei einer Gehaltsstufe bis 2500 Euro netto vertreten, danach steigt der Männeranteil proportional mit der Hierarchieebene. 10 Prozent der Journalisten verdienen zwischen 3000 und 3500 netto, nur zwei Prozent der Frauen geht es in der Branche genauso.⁷⁸ Weischenberg hält 2006 zu diesen Unterschieden in der Einkommensverteilung fest, dass Frauen im

http://www.focus.de/finanzen/karriere/perspektiven/frauen/macht/good-old-boys-network_aid_6663.html, Zugriff am 15.07.2012

⁷⁴ Radisch (2012): Herrschaftszeiten.

<http://www.pro-quote.de/links/iris-radisch-herrschaftszeiten-hrsgs-von-friederike-girst-im-du-mont-verlag/>, Zugriff am 15.07.2012

⁷⁵ Weischenberg; Keunecke; Löffelholz: Frauen im Journalismus. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 35

⁷⁶ Vgl. Lünenborg: Journalistinnen in Europa. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 35 f.

⁷⁷ Vgl. Schwenk: Berufsfeld Journalismus. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 36

⁷⁸ Vgl. Weischenberg; Malik; Scholl (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft, S. 264

Journalismus weiterhin nur rund 75 Prozent des männlichen Einkommens verdienen. In den USA kommen die Frauen immerhin auf einen Wert von 80 Prozent.⁷⁹ Dieser Fakt ist kaum allein auf die wenigen weiblich besetzten Stellen im oberen Rang der Redaktionen zurückzuführen, sondern zieht sich durch alle Hierarchiestufen. Redakteure und freie Journalisten kommen immer noch auf einen Unterschied zwischen Mann und Frau von mehr als 500 Euro. Das Einkommen der Männer beläuft sich damit auf durchschnittlich etwas mehr als 2400 Euro, bei den Frauen sind es circa 1900 Euro. „Frauen werden also nach wie vor (auch) im Journalismus ökonomisch diskriminiert, weil sie für die gleiche Arbeit weniger Geld bekommen.“⁸⁰ Weischenberg redet hier vom „Mehr-Klassen-Journalismus“⁸¹, der sich auf die unterschiedlichen Medienarten bezieht, aber eben auch auf den Unterschied Mann-Frau, dies gilt für „Entscheidungspositionen“ und „Einkommen“.⁸² Die Schere geht laut Schwenk nochmal deutlich auseinander, wenn man das Einkommen der freiberuflich tätigen Journalisten betrachtet. Nach der Studie von Schwenk verdienen mehr als 50 Prozent der Journalistinnen unter 3000 Euro, bei den Männern hingegen kam sie auf 40 Prozent. Der Unterschied zwischen den Gehältern beträgt laut des Deutschen Journalistenverbandes 32 Prozent. Grundlage für dieses Ergebnis ist eine Umfrage unter mehr als 2000 freien Journalisten und –innen. Das Durchschnittseinkommen für Frauen liegt damit bei 1673 Euro pro Monat, bei den Männern bei 2429 Euro.⁸³

Auch im Nachbarbereich PR sieht es für die Frauen nicht besser aus. Männer verdienen in dieser Branche durchschnittlich 45300 Euro pro Jahr, Frauen nur 38500 Euro jährlich. Auch bei höheren Positionen wird der Geschlechterunterschied deutlich: Ein Chefredakteur kommt im Jahr auf 73700 Euro, eine Chefredakteurin auf nur 56700 Euro.⁸⁴

Die Zahlen sind erschreckend, gerade, wenn man noch einmal darauf hinweist, wie viele junge Frauen im Journalismus arbeiten und das diese meist besser ausgebildet sind als die Herren. Der Journalistenreport von Kaltenbrunner, Karmasin, Kraus und Zimmermann kommt auf eine Akademisierung der Journalistinnen in Österreich von 41 Prozent, bei den Männern sind es nur 29 Prozent.⁸⁵ Weischenberg kommt bei der Un-

⁷⁹ Vgl. ebd., S. 64

⁸⁰ Ebd.

⁸¹ Ebd.

⁸² Ebd.

⁸³ Vgl. o. Verf. (2012): Equal Pay Day

<http://journalistenakademie.blogspot.de/2012/03/equal-pay-day-journalistinnen-fordern.html>, Zugriff am 15.07.2012

⁸⁴ Vgl. Friedrichsen (2004): Gehaltsreport.

<http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/0,1518,321531,00.html>, Zugriff am 15.07.2012

⁸⁵ Vgl. o. Verf. (2012): Journalismus in Österreich

http://de.wikipedia.org/wiki/Journalismus_in_%C3%96sterreich, Zugriff am 15.07.2012

tersuchung auf einen Anteil von mehr als 70 Prozent bei den Journalistinnen, die ihr Studium abgeschlossen haben.⁸⁶ Zahlenmäßig gibt es mehr junge weibliche als junge männliche Journalisten. Der Anteil der Frauen liegt bei den Journalisten, die unter 25 Jahre alt sind bei 59 Prozent.⁸⁷

3.3 Die Vereinbarkeit von Karriere und Familie

Der Frauenmangel in der Medienbranche könnte ebenso an den immer noch verankerten Geschlechterrollen liegen.⁸⁸ Frauen übernehmen eher die Hausarbeit oder die Erziehung der Kinder, Männer gehen der Erwerbstätigkeit nach. Zudem gibt es, wenn Frauen in dem Beruf arbeiten, lange Arbeitszeiten, außerdem wird eine große Flexibilität erwartet. So kann immer wieder etwas Aktuelles hereinkommen, das gerade im Journalismus zügig verwertet werden muss, egal ob für den Radio-, Zeitungs-, Fernseh- oder Onlinejournalismus. Frauen tendieren eher zur Entscheidung zwischen Familie oder Karriere. So stehen sie weniger für höhere Posten in den Redaktionen zur Verfügung. Auf die These, dass Beruf und Familie gerade im Journalismus eher getrennt werden, geht auch der Report über die Journalisten in Deutschland ein, der im Buch „Die Souffleure der Mediengesellschaft“ vollständig festgehalten ist, Hier heißt es, dass 57 Prozent der Journalisten keine Kinder haben. Unterteilt nach Geschlechtern bedeutet das – 52 Prozent der Männer und schon 67 Prozent der Frauen haben keinen Nachwuchs. Die Geburtenrate der Journalistinnen liegt bei äußerst niedrigen 0,5 Kindern pro Person. Deutschland wird allgemein eine niedrige Geburtenrate nachgesagt, noch liegt diese aber immerhin bei 1,4 Kindern. Diese meist kinderlosen Frauen verbindet mit den von der *Bild*-Zeitung als „Deutschlands Super-Frauen“ betitelten Fernsehmoderatorinnen eine Gemeinsamkeit: „Sie sind schön, sie sind reich – und die meisten ohne Nachwuchs.“⁸⁹ Im Vergleich mit anderen Akademikern lässt sich feststellen, dass 67 Prozent der Journalistinnen kinderlos sind, bei den Akademikerinnen sind es 40 Prozent. Mehr als 70 Prozent der Journalistinnen haben ihr Studium beendet⁹⁰ und haben sicher noch in der Ausbildung den Blick auf höheren Positionen gerichtet. Der Kinderwunsch stellt jedoch ein großes Hindernis bei der beruflichen Weiterentwicklung dar, wie viele von ihnen später, wenn es einmal so weit ist, sicherlich merken müssen.

⁸⁶ Vgl. Weischenberg; Malik; Scholl (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. S. 47

⁸⁷ Vgl. ebd., S. 60

⁸⁸ Vgl. ebd., S. 47

⁸⁹ O. Verf.: Ohne Kinder mehr Erfolg? In: Weischenberg; Malik; Scholl: Die Souffleure der Mediengesellschaft. 2006

⁹⁰ Vgl. Weischenberg; Malik; Scholl (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. S. 47

Auch wird anhand von Altersuntersuchungen in der Branche deutlich, warum Kinder den Frauenmangel im Journalismus bedingen. Der Anteil der Frauen bei weiblichen Journalisten unter 30 geht über die 50-Prozent-Marke hinaus. Der Frauenanteil sinkt dann stetig, bei den 31- bis 35-Jährigen sind nur noch 40 Prozent weiblich, bei den 36- bis 45-Jährigen nur noch knapp 36 Prozent (Abbildung 6).⁹¹ Die Journalistinnen scheinen also gut vertreten, allerdings steigen sie, vermutlich, wenn Nachwuchs ins Haus steht, aus der Branche aus. Doch der Wert steigt auch später nicht mehr an, was wohl bedeutet, dass die Frauen entweder schwieriger wieder ins alte Berufsleben einsteigen oder es gar nicht wollen.

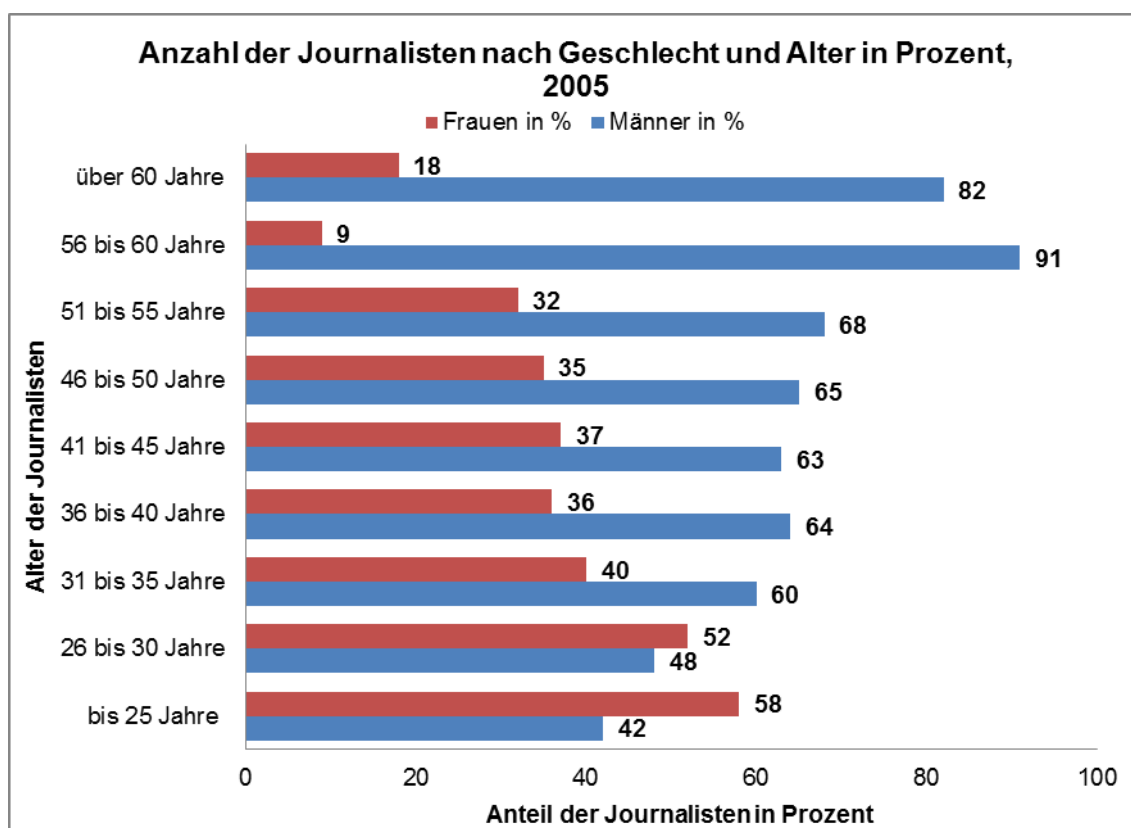


Abbildung 6 – Anzahl der Journalisten nach Geschlecht und Alter in Prozent 2005⁹²

Der Report zeigt außerdem einen weiteren interessanten und möglichen Grund für den Frauenmangel im Journalismus. Laut der Autoren bietet die Öffentlichkeitsarbeit ein deutlich angenehmes Arbeitsfeld. Mit 53 Prozent in der Branche ist hier der Frauenanteil verhältnismäßig hoch. Zudem beurteilen Frauen im PR-Bereich ihre Karrierechancen positiver als die männlichen Kollegen der Branche und sie sind zufrieden oder sogar sehr zufrieden mit ihrem Job. Außerdem ist die PR-Branche auch im Sinne einer

⁹¹ Vgl. ebd. S. 60

⁹² Selbst erstellt, in Anlehnung an Weischenberg; Malik; Scholl (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. S. 60

freien Tätigkeit ein äußerst attraktives Arbeitsumfeld. Die berufliche Sicherheit für Frauen im Journalismus scheint etwas niedriger zu liegen, auch im Vergleich zu den männlichen Kollegen der Branche: Auf der einen Seite sind 78 Prozent der Journalisten festangestellt, 70 Prozent der Journalistinnen sind es auf der anderen Seite. Der Frauenanteil bei den Festangestellten liegt also immer noch bei 35 Prozent, bei den freien Journalisten finden sich 45 Prozent.⁹³

Da wäre auch noch allgemein das Problem mit der Kinderbetreuung, Kinder unter drei Jahren sind schwer unterzubringen, Betreuungseinrichtungen gibt es hier kaum. Zudem wollen Frauen sich oft die Zeit mit ihren Kindern nicht nehmen lassen. Wenn sich Frauen erst einmal entschieden haben, kommen sie meist auch nicht in ihre vorherige Position zurück.⁹⁴

Überstunden, Wochenendarbeit und die Informantenpflege nagen an der Freizeit und erst recht an der Zeit mit dem Nachwuchs. Zeitlich, psychisch und physisch greift das, auf lange Zeit gesehen, die Ressourcen einer jeden Frau an. Kümmert sich der weibliche Part erst einmal um die Kinder, hat es sich mit einem Karriereaufstieg schnell erledigt.⁹⁵

Für den Großteil der Frauen ist es nach wie vor eine Unmöglichkeit Journalismus und Muttersein gleichberechtigt zusammenzubringen. Ein großes Problem sind auch mangelnde Teilzeitangebote im journalistischen Milieu sowie fehlende Betriebskindergärten.⁹⁶

2009 gab es eine Studie an der Universität Eichstätt-Ingolstadt, die ebenso die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Print- und Rundfunkredaktionen thematisiert. Kathrin Löther versammelte die Ergebnisse in ihrer Diplomarbeit im Diplom-Studiengang Journalistik und wertet sie in einem 2010 erschienen Artikel erneut aus. Diese Studie zeigt Ergebnisse, die für beide Seiten gelten und zeigt Probleme, die sowohl Männer als auch Frauen im journalistischen Berufsumfeld betreffen.⁹⁷ Die Befragung fand online im Jahre 2009 statt. Die wichtigsten Arbeitsplätze in der Medienbranche wurden hierfür ins Auge gefasst: Tageszeitungen, Publikums- und Fachzeitschriften, öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk. Die Befragten wurden entweder direkt über die Chefredaktionen kontaktiert oder über einen Link im Forum des Berufsverbandes Freischreiber zur Teilnahme gebeten.⁹⁸

⁹³ Vgl. ebd., S. 47

⁹⁴ Vgl. Groll (2008): Können, Köpfchen oder Körper?

<http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=108>, Zugriff am 15.07.2012

⁹⁵ Vgl. ebd.

⁹⁶ Vgl. ebd.

⁹⁷ Vgl. Löther (2010): Familie und Beruf – eine "Mission Impossible"?

<http://de.ejo-online.eu/2905/ressortjournalismus/mission-impossible>, Zugriff am 15.07.2012

⁹⁸ Vgl. ebd.

Im Rahmen der Umfrage wurden 1000 Journalisten in 25 Redaktionen kontaktiert. Letztendlich erklärten sich 287 Journalisten zur Teilnahme bereit. Die Geschlechterverteilung sah wie folgt aus: 52 Prozent der Antworten kam von weiblichen und 48 Prozent von männlichen Journalisten. Die Mehrheit (60 Prozent) gab an, verheiratet zu sein, ebenfalls 60 Prozent hatten Nachwuchs. Das Durchschnittsalter betrug knapp 40 Jahre. Eine Hälfte war beim Print tätig, die andere im Rundfunk.⁹⁹

Zwei Drittel der Journalisten finden, dass die Vereinbarkeit von Beruf und Familie „nur schwer bis sehr schwer möglich“¹⁰⁰ ist. Insbesondere fällt das den Journalisten der regionalen und lokalen Tageszeitungen als auch den Redakteuren der privaten Radiosender auf. Zeitungs- und Zeitschriftenjournalisten zweifeln ein mögliches Zusammenkommen von beruflichem und privatem Leben mehr an als die beim Rundfunk Beschäftigten, was interessanterweise auch zum Frauenvorkommen in den jeweiligen Redaktionen passt – in dem Bereich, wo mehr Frauen vorkommen, können sich die Beschäftigten immerhin eher die Vereinbarkeit von beidem vorstellen. Dabei gibt es keinen Unterschied zwischen privaten oder öffentlich-rechtlichen Redaktionen. Dies deutet darauf hin, dass die gesetzlich vorgeschriebene Frauenförderung oder auch die Gleichbehandlungsgesetze von Haus aus keine in der Branche auffallende Benachteiligung auf einfachstem Wege beseitigen können.

Ebenso bestätigt die vorangegangene Studie die schwere Planbarkeit der Arbeitszeiten im Beruf des Journalisten – dies sehen über 80 Prozent der Befragten so. Die Einsatzzeiten verhindern ein vollendetes und angenehmes Familienleben.

86 Prozent teilen außerdem die Ansicht, dass die Kinderbetreuung nicht für diese flexiblen Arbeitszeiten gemacht ist und damit selbst unflexibel daherkommt. Generell wird dieses Problem auch Arbeitende im Schichtdienst oder in sonstigen flexibler ausgelegten Arbeitszeiten betreffen.¹⁰¹

Gerade in der Medienbranche bleiben Fördermaßnahmen der Familie außen vor. Mehr als 50 Prozent der Befragten deuten in der Befragung darauf hin, dass es nicht möglich sei von zu Hause aus zu arbeiten, auch nicht in Ausnahmesituationen. Zwei Drittel geben an, man könne teilzeitbeschäftigt in dem jeweiligen Unternehmen, in dem sie wirken, arbeiten. Allerdings wird auch in der Befragung deutlich, wie anstrengend so ein Alltag der Teilzeitbeschäftigten aussieht: So gut wie alle Befragten arbeiten weniger als 5 Tage in der Woche, allerdings dann an den verbleibenden Tagen mit vollem Zeiteinsatz. So kommt der Verdacht auf, dass es gar keine Teilzeitstellen im herkömmlichen Sinne zu geben scheint. Beide Faktoren lassen in Bezug auf die Arbeitszeit und den Einsatzort erahnen, wie schwer ein Wiedereinstieg nach der Geburt eines oder mehre-

⁹⁹ Vgl. ebd.

¹⁰⁰ Ebd.

¹⁰¹ Vgl. ebd.

rer Kinder ist. Immerhin geben 40 Prozent der Journalisten an, dass es in ihrem Unternehmen einen Betriebskindergarten gibt. Je nach Unternehmensgröße und journalistischem Arbeitsfeld gibt es Unterschiede bei den Angaben. Einige Unternehmen in der Medienbranche gelten als kinderfreundlich. So bietet der Zeit-Verlag Tagesmüttervermittlung oder Auszeiten in der Familienphase. Auch kann bei pflegebedürftigen Angehörigen mit flexiblen Arbeitszeiten zusätzlich geholfen werden.¹⁰² Durch die rasch ansteigende Zahl älterer Menschen wird die unter dem Namen Eldercare bekannte spezifische Betreuung Pflegebedürftiger ein immer wichtigeres Thema.¹⁰³

Knapp über die Hälfte der Befragten ist unzufrieden, wenn es um die Kinderfreundlichkeit des Arbeitgebers geht. Immerhin sind 86 Prozent der Journalisten mit ihrem als familienfreundlich ausgewiesenen Betrieb sehr zufrieden. Die Wünsche der übrigen Journalisten gehen vor allen Dingen in Richtung Heimarbeit (über 50 Prozent Zustimmung), auch Teilzeitarbeit ist darunter sowie zusätzliche Betreuungsangebote für Kinder. Kinderlose wie auch Journalisten mit Nachwuchs teilen diese Meinung. Von Eltern wird oft betont, dass es „bei vielen (auch weiblichen) Vorgesetzten deutlich an Entgegenkommen und einem Grundverständnis für familiäre Erfordernisse mangle.“¹⁰⁴

Auch wird in dem Artikel 2010 erschienen Artikel, der die Studie nochmals auswertet, herausgehoben: „Viele Befragte scheinen selbst nicht genau zu wissen, wie man einen Beruf, der sich durch Abwechslung, Flexibilität und Spannung auszeichnet (und nicht zuletzt oft auch deswegen ergriffen wird), beständig mit Familienaufgaben vereinbaren kann.“¹⁰⁵

„Die äußeren Bedingungen am Arbeitsplatz sind wichtig für die grundsätzliche Entscheidung für Kinder, aber natürlich längst nicht die einzigen“, gibt die Autorin des Artikels die Ergebnisse der Studie wieder. Dabei führt sie an, wie Johanna Schwenk in ihrer Abschlussarbeit auf einen weiteren Grund für die Kinderlosigkeit im Berufsfeld Journalismus stößt: „Die Frage heiße dort sehr viel öfter als im Allgemeinen nicht ‚Wie Familie *und* Beruf vereinbaren?‘, sondern vielmehr ‚Familie *oder* Beruf?‘. Da viele Journalisten und Journalistinnen eine vergleichsweise hohe Berufsbindung hätten, entschieden sie sich wohl häufig für die Arbeit und gegen den Nachwuchs.“¹⁰⁶ So geben 90 Prozent der Befragten an, das ihnen ihr Beruf verglichen mit dem Privatleben wichtig ist. Auch hier unterscheiden sich kinderlose Journalisten in ihren Antworten nicht

¹⁰² Vgl. ebd.

¹⁰³ Vgl. o. Verf. (2010): Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

<http://www.arbeitsagentur.de/Dienststellen/RD-BY/Schweinfurt/AA/Buerger/Arbeit-und-Stellensuche/generische-Publikationen/ElderCare-Flyer.pdf>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁰⁴ Löther (2010): Familie und Beruf – eine „Mission Impossible“?

<http://de.ejo-online.eu/2905/ressortjournalismus/mission-impossible>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁰⁵ Ebd.

¹⁰⁶ Schwenk: Berufsfeld Journalismus. In: Löther: Familie und Beruf – eine „Mission Impossible“?

wesentlich von denen mit Nachwuchs. Interessanterweise geht die Tendenz der Kinderlosen sogar eher etwas weniger in Richtung des Berufes, sondern eher in Richtung Privatleben. Möglicherweise zeigt auch das eine Viertel der Journalisten, die es als Doppelbelastung empfinden, Mutterschaft und Berufstätigkeit unter einen Hut zu bringen, wie sehr sich der große Rest nach dem Ausgleich zur Nachwuchspflege - möglicherweise in Form des Journalistenberufes - sehnt. Auf der anderen Seite stehen zwei Drittel der Befragten, die angaben, sich gegen Kinder entschieden zu haben, weil sie ihren Journalistenberuf und die verbundenen Ansprüche u.a. für das Familienleben als hinderlich ansahen.¹⁰⁷

Viele in der Bevölkerung denken, der Journalistenberuf biete mit der durchaus üblichen Freiberuflichkeit (in vorübergehender oder dauerhafter Weise) gute Chancen, Familie und Karriere zu vereinbaren. Jedoch: „[...] [die] absolute Mehrheit der hier Befragten ist sich sicher: Eine, wenn auch vergleichsweise nur kurze Freiberuflichkeit beeinflusst das weitere Arbeitsleben in der Branche eher negativ. Mit jedem zusätzlichen Monat als Freiberufler sanken die Chancen, so einige der Befragten, je wieder eine (häufig erwünschte) Festanstellung zu bekommen: ‚Wer raus ist, ist raus‘, heiße das Motto sehr häufig. Es fehle generell völlig an Rücksichtnahme auf die Familiensituation der Freien, sagen manche, aus finanzieller Sicht sei das Ernähren einer Familie ohne feste Redakteursstelle ohnehin kaum möglich.“¹⁰⁸ Eine Frau beschreibt, wie schwierig es war, frei zu arbeiten – auch, weil nur Andere Zuspruch für ihre Arbeit bekamen: „Während ich zwei Kinder bekommen habe und trotzdem voll als Freie gearbeitet habe, wurden männliche Kollegen festangestellt. Begründung: Sie müssten eine Familie ernähren – dass das für mich auch galt (mein Mann war acht Jahre komplett zu Hause) hat im Haus nicht gezählt.“¹⁰⁹ Jedoch gaben diejenigen unter den Befragten an, die seit jeher freiberuflich tätig sind, dass Familie und Karriere im Journalismus gut kooperieren können.¹¹⁰

Auf der anderen Seite hat die Art der Ausübung des Berufs - ob freiberuflich oder nicht - keine Auswirkung auf das letztendliche Entscheiden pro oder kontra Nachwuchs. So bleibt weiter unbeantwortet, ob das Vereinbaren von Karriere und Familie für freiberufliche Journalisten besser möglich ist oder nicht bzw. ob das nur die Kinderlosen so annehmen. Dennoch wird der Journalistenberuf trotz dieser ganzen Konflikten natürlich weiterbestehen, nicht zuletzt wegen der außerordentlichen Begeisterung für eben diesen. Um es mit den Worten einer befragten Journalistin wiederzugeben: „Journalist

¹⁰⁷ Vgl. Löther (2010): Familie und Beruf – eine “Mission Impossible”?

<http://de.ejo-online.eu/2905/ressortjournalismus/mission-impossible>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁰⁸ Ebd.

¹⁰⁹ Ebd.

¹¹⁰ Vgl. ebd.

sein ist kein familienfreundlicher Beruf. Dennoch: Es können nicht alle Lehrer sein. Warum sollte man deswegen Lebenspläne nicht verwirklichen?“¹¹¹

Nichtsdestotrotz muss pro aktiv an der jetzigen Situation gearbeitet werden, denn die Studie zeigt viele Baustellen auf. Nicht nur für die Journalistenbranche gilt – mit mehr Motivation und Förderung lässt sich besser arbeiten.

3.4 Die Selbstbehinderung und der Verzicht auf die Karriere

Die aktuelle Studie *ARD-„Deutschlandtrend“* zum Thema Frauenquote vom April 2012 zeigt, dass nur 24 Prozent der Befragten für eine festgelegte Frauenquote von 30 Prozent in den Führungsetagen stimmen würden. So sprechen sich ein Drittel der Frauen und 17 Prozent der Männer für eine staatlich festgelegte Quote in Unternehmen aus. 61 Prozent sprechen sich für die flexible Quote aus. Im Auftrag der *ARD* wurden an zwei Tagen 1000 Bürger in Deutschland befragt.¹¹² Der Wunsch nach einer starren Quote existiert also weniger, doch woran liegt das und hat dieses Ergebnis mit einem generellen Desinteresse der Frauen an ranghohen Positionen zu tun?

Schwenk gibt an, dass Frauen auf niedrigen Hierarchiestufen bleiben, weil dies auf der einen Seite durch eine bewusste Entscheidung passiere oder aber mit der weiblichen Karrieredefinition zusammenhänge. Aber auch Pseudoargumente kämen vor, „die als subtile Diskriminierung bei dem Aufstieg in Top-Positionen wirken“.¹¹³ Frauen haben im Journalismus die gleichen Interessen wie Männer, wenn es um den Aufstieg geht, allerdings verläuft die Umsetzung bekanntlich ganz anders. Alle mit Journalistinnen unternommenen Studien zeigen, dass ein berufliches Weiterkommen von Frauen als eher gering eingeschätzt wird. Gründe dafür sind zum Beispiel, dass Männer eher unterstützt würden. Außerdem geben Frauen schneller auf und wissen um den hohen Preis, der von ihnen in ranghöheren Positionen gefordert wird. „Sie müssten mehr leisten, fleißiger, ehrgeiziger und zäher sein.“¹¹⁴ Frauen ziehen sich bei der Aussicht auf einen anstrengenden Konkurrenzkampf eher zurück, Probleme und Belastungen werden so gleich gemieden.¹¹⁵ Zudem mangelt es Frauen im Vergleich zu Männern an Durchsetzungsvermögen. Erfolg gewinnen ist für Männer ein Selbstzweck, Frauen allerdings

¹¹¹ Ebd.

¹¹² Vgl. mmq; rtr (2012): Umfrage. Nur jeder vierte Deutsche will die Quote.

<http://www.manager-magazin.de/politik/deutschland/0,2828,827425,00.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹¹³ Groll (2008): Beruf Journalistin, S. 54

¹¹⁴ Ebd.

¹¹⁵ Vgl. ebd.

sehen das anders. Sie vertrauen darauf, anderen gegenüber mit Leistungen aufzufallen.

Männer schätzen Risiko, es bedeutet für sie Sieg, Gewinn und Chancen. Frauen schätzen ein Risiko eher negativ ein. Für sie bedeutet Risiko Verlust, Gefahr und Schmerz.¹¹⁶ Dabei ließe sich die Risikovermeidung der Frauen durchaus positiv auslegen. Sie scheuen sich nicht, Fragen zu stellen und sind erwiesenermaßen weniger bereit, sich auf schwer kontrollierbare Risiken einzulassen. So fasst die Justizkommissarin Viviane Reding - ebenfalls Quotenbefürworterin - die Ergebnisse zahlreicher Studien zusammen, die Wirtschaftsbetriebe durchgeführt haben.¹¹⁷ Frauen versuchen eher ein Risiko zu meiden, als es Männer tun. Negativ ausgelegt bedeutet das jedoch: Die Frauen könnten jeder Zeit scheitern, Männer eigentlich nur gewinnen.¹¹⁸

Eine Studie der amerikanischen Autorinnen Duff und Cohen von 1993 zeigt – wenn Frauen sich einmal in einem Kompetenzbereich bewiesen haben, wollen sie in diesem Bereich bleiben und nicht mehr aufsteigen, da sie scheitern könnten. „Im Gegensatz zu Männern spielen Frauen im Beruf oft ein emotionales Nullspiel – ein Verlust gibt uns das Gefühl, alles verloren zu haben.“¹¹⁹ Die Autoren Freisinger, Ninz und Klinger hielten 1999 fest: „Selbstverhinderung tritt ein, wenn zwei widerstrebende Elemente durch eine Struktur miteinander verbunden werden sollen. Also wenn Frauen zwei Lebensziele (perfekte Hausfrau und Mutter einerseits und Karrierefrau andererseits) verfolgen. (...) Frauen scheuen die Konfrontation, wollen nicht mit jemandem zusammenarbeiten, den sie nicht mögen (...) Frauen neigen zu Anpassung und Unterwerfung. Sie halten den bei Männern beobachteten Führungsstil für die Norm, haben Hemmungen, ihn zu verändern. Deshalb verzichten sie, sich um den Führungsjob zu bewerben. Frauen verzichten auch dann auf den neuen Job, wenn der Konkurrenzkampf zu aufreibend wird. Sie trösten sich mit der Schutzbehauptung, dass sie ohnehin lieber mehr Zeit für die Familie haben. [...] Frauen verhindern sich selbst, indem sie die Fehler der männlichen Kollegen (oder Vorgesetzten) eifertig ausbessern, damit das Produkt nicht leidet. Sie eilen sofort zu Hilfe, statt einmal zurückgelehnt zuzuschauen, wenn ein Kollege (Mitbewerber) stolpert.“¹²⁰ Duff und Cohen lassen aus ihren Äußerungen vermuten, dass Frauen ihre Stellung als Frau verlieren, sollten sie karrierebewusst agieren. „Kompetent zu sein bedeutet, sich weniger weiblich zu geben, und manche Frauen empfinden es als wenig wünschenswert, männlich zu erscheinen. Diese Frauen über-

¹¹⁶ Vgl. ebd.

¹¹⁷ Vgl. Hanselmann (2012): „Die weiblichen Talente werden nicht genutzt“

<http://www.dradio.de/dkultur/sendungen/thema/1694341/>
<http://www.dradio.de/dkultur/sendungen/thema/1694341/>, Zugriff am 15.07.2012

¹¹⁸ Vgl. Groll (2008): Beruf Journalistin, S. 57

¹¹⁹ Duff; Cohen: Wenn Frauen zusammen arbeiten. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 58

¹²⁰ Ebd.

tragen ihre Ängste vor Erfolg und Kompetenz auf andere Frauen. [...] Sie können deren Errungenschaften und Fähigkeiten nicht angreifen, also attackieren sie ihre Weiblichkeit, um zu beweisen, dass Frauen nicht gleichzeitig erfolgreich und feminin sein können.“¹²¹

Allein der Begriff Karrierefrau lebt mit vielen Ambivalenzen, weil er die Ordnung Mann-Frau bricht. Männer sind nicht mehr nur Ernährer, Frauen nicht mehr nur rücksichtsvoll, angepasst und unterwürfig. Frauen sind erfolgreich, weil sie zum Aufstieg ihre weiblichen Fähigkeiten genutzt haben. Lünenborg stellt in einer ihrer Studien fest, dass einer Frau dadurch die intellektuelle Kompetenz abgesprochen wird. Denn dann ist sie immer noch abhängig von dem Mann, der ihr zu dieser Position verholfen hat.¹²²

Im Journalismus zählen für Frauen immer noch die originären journalistischen Tätigkeiten. In diesen Positionen sehen sie dann die gläserne Decke von unten. Dieser Situation sind sie sich durchaus bewusst. Eine Karrierekluft wird für Frauen zwischen dem fünften und siebten Arbeitsjahr erkennbar, bei Männern vollzieht sich hier der berufliche Aufstieg, bei Frauen stagniert der berufliche Weg. Journalistinnen sind sowohl flexibel als auch spezialisiert, sie besetzen Nischen im Journalismus. In diesen Bereichen werden meist keine Führungskräfte befördert. „Das ‚Beschreibliche am Weiblichen‘ ist genau das, was die Geschlechterhierarchie fundiert. Die vermeintliche Präferenz von Journalistinnen für die Sozialreportage, ihre selbstkritische Haltung gegenüber dem eigenen Arbeiten, ihre Vorliebe für ‚weiche‘ Interviewformen bringt vor allem jene Stereotype zum Ausdruck, mit denen Journalistinnen auf ihren zweiten Platz in der sozialen Ordnung des journalistischen Systems verwiesen werden.“¹²³

Ein Mangel an Aufstiegschancen kann zum wesentlichen Grund werden, warum Frauen weniger Interesse am Aufstieg haben. Frauen geben sich schneller mit dem Erreichten zufrieden und betonen für sich selbst die Vorteile der konstanten Arbeit.¹²⁴ In einer von den Autorinnen Schulz und Amend durchgeführten Studie gaben sechs Prozent der Männer und 22 Prozent der Frauen an, sich eine Führungsposition nicht zuzutrauen. Dies könnte auch ein Zeichen dafür sein, dass Frauen nicht stetig einen „männlichen Führungswillen“¹²⁵ demonstrieren wollen. Frauen lehnen die Tendenz zur beruflichen Macht ab, sie „fahren“ keine männlichen Karrierestrategien, wollen nicht Teil der männlichen Karrierekultur sein. Offenes Konkurrenzverhalten missfällt ihnen, da eindeutig das unbedingte Streben nach Karriere dahintersteht. Schulz und Ahmed

¹²¹ Duff; Cohen: Wenn Frauen zusammen arbeiten. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 59

¹²² Vgl. Lünenborg: Journalistinnen in Europa. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 59

¹²³ Klaus: Halbseidene Geschichten – Perspektiven von Frauen im Journalismus. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 60

¹²⁴ Vgl. Schulz; Amend: Gebremste Karrieren: In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 60 f.

¹²⁵ Ebd., S. 61

legten in ihrer Studie von 1993 offen, dass Journalistinnen sich eher auf mittleren Berufsebenen niederließen. Hier hielten sich journalistische Inhalte und der Einfluss auf diese Inhalte die Waage, im Gegensatz zu anderen Stufen, bei denen eher organisatorische oder administrative Belange im Vordergrund standen.¹²⁶

Im Konkurrenzkampf treten Frauen gegenüber Geschlechtsgenossinnen außerdem spitzer und zickiger auf. Sie konkurrieren oft auf gleicher Ebene miteinander.¹²⁷ Status- und Machtkämpfe bleiben deswegen auf der gleichen Hierarchiestufe, was insgesamt zu den Vermutungen passt, dass Frauen weniger ein Auge auf Karrierestreben und höhere Hierarchieebenen werfen. Sie missgönnen einer weiblichen Konkurrentin den Aufstieg und bringen dabei indirekte Machtstrategien zum Einsatz. Zwischen Männern und Frauen bleibt dem weiblichen Part oft die unterlegene hilflose Rolle. Hier können die eher versteckt ausgetragenen Konkurrenzkämpfe für Frauen karrierehemmend wirken. Frauen versuchen dann auszuweichen, sei es auf die mütterliche oder die kumpelhafte Rolle. Allerdings schadet auch dies den Frauen. Sie treten in den Hintergrund.¹²⁸ Kämpfen sich Frauen jedoch nach vorn, passiert es oft über das typisch männliche Machtverhalten, was ihnen andere Frauen wiederum als „burschikos und unweiblich“ auslegen.¹²⁹

¹²⁶ Vgl. ebd.

¹²⁷ Vgl. Weish: Konkurrenz in Kommunikationsberufen. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 62

¹²⁸ Vgl. ebd., S. 63

¹²⁹ Vgl. Krumpholz: Einsame Spitze. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 63

4 Frauen in der Chefetage

Es gibt sie, die Frauen in der Chefetage. Zu den bekanntesten zählen die drei Frauen, die jeweils an der Spitze eines öffentlich-rechtlichen Senders agieren - Dagmar Reim, Monika Piel und Karola Wille. In den öffentlich-rechtlichen Sendern gibt es Gleichstellungsbeauftragte, ebenso kommen beim Medienfrauentreffen jedes Jahr Frauen zusammen, die aktiv gegen den Frauenmangel in Chefetagen vorgehen. Bei den privaten Sendern bleibt der Aufstieg jedoch schwieriger. Der Markt ist voll von Konkurrenten. Hier kreist alles um das schnelllebige Alltagsgeschäft. Sich hier als Frau zu behaupten, ist nicht leicht. Trotzdem hat es Anke Schäferkordt geschafft. Sie steht an der Spitze der RTL Group und bekommt viel Rückendeckung von Kollegen und Kolleginnen. All diese Frauen haben, wie auch männliche Kollegen, mit Kritik und Skandalen im eigenen Sender zu kämpfen. Alle vier Führungspersönlichkeiten haben jahrelange Erfahrung im Fernsehgeschäft und hätten teilweise selbst nicht damit gerechnet jemals auf dem Chefsessel zu laden. Jede der Frauen hat ihre ganz eigene Art mit den Herausforderungen umzugehen.

4.1 Dagmar Reim - rbb

Dagmar Reim herrscht über sieben Radio- und einen Fernsehsender sowie über 1500 Mitarbeiter. Sie steht an der Spitze eines öffentlich-rechtlichen Senders und ist damit verantwortlich für das Programm des *Rundfunks Berlin-Brandenburg (rbb)*. Sie war und ist die erste Intendantin einer ARD-Anstalt. 2003 wurden *ORB (Ostdeutscher Rundfunk Brandenburgs)* und *SFB (Sender Freies Berlin)* zum *rbb* zusammengefasst. Seit der Fusion hat Dagmar Reim den Vorsitz inne. Auf den Chefsessel kam sie ohne eine Quotenregelung.¹³⁰

Dennoch spricht sich Dagmar Reim im Spiegel für die Frauenquote aus. „Wir haben in Deutschland 60 Jahre lang versucht, mehr Frauen in Führungspositionen zu etablieren. Passiert ist nichts.“¹³¹ Mit einer Quote kann noch etwas erreicht werden. Beim *rbb* müsse man sich allerdings keine Sorgen um den Frauenmangel machen. 40 Prozent der Führungspositionen sind in weiblicher Hand. Auch Dagmar Reim spricht sich für

¹³⁰ Vgl. Sallet (2011): Dagmar Reim, Intendantin des RBB. "Eine Art Trümmerfrauenmythos". <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/dagmar-reim-intendantin-des-rbb-eine-art-truemmerfrauenmythos-a-742882.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹³¹ Ebd.

einen Geschlechtermix aus, von ausschließlich männerdominierten Programminhalten halte sie nichts.¹³²

Seit der Fusion zum *rbb* musste auf Sparflamme gehaushaltet werden. Der *rbb* hat mit einer hohen Anzahl gebührenbefreiter Zuschauer zu leben, so ist der Sender seit seinen Anfängen unterfinanziert. 300 abgebaute Stellen gehen auf Dagmar Reims Konto. Für die Schließung des Senders Multikulti wurde sie von der Leserschaft des Berliner Stadtmagazins *Tip* 2008 auf die Liste der 100 peinlichsten Berliner gewählt.¹³³ Dagmar Reim hatte mit viel Gegenwind zu kämpfen. Es war schon damals kein Geheimnis – der neue Chef bzw. die neue Chefin des *rbb* musste zupacken können, es wartete eine einzige Baustelle beim Sender.¹³⁴

Reim arbeitet 60 Stunden pro Woche. Sie ist Mutter von vier Kindern. „Das klappt nur, wenn der Mann mitmacht“, verrät sie im Spiegel-Interview.¹³⁵ So führt Dagmar Reims Mann den Haushalt. Das Interessante an Dagmar Reim ist, dass sie gar nicht in die Chefetage wollte. Geboren wurde sie in Heidelberg. Sie studierte Publizistik in Mainz. Ab 1986 war sie beim *NDR* in Hamburg als Halbtagsredakteurin im Radio tätig. Anfang der neunziger Jahre stand sie kurz vor der Entscheidung, aus dem Beruf auszusteigen und sich ihren vier Kindern zu widmen. Der damalige *NDR*-Intendant Jobst Plog machte sie zu seiner Sprecherin, dann zur Chefredakteurin des Hörfunks. Dagmar Reim kennt sich mit Modernisierungsmaßnahmen aus: Beim *NDR* brachte sie die öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramme nach dem Aufstieg der Privatradios auf neuen Kurs. Einer ihrer größten Coups war der Erfolg des *NDR*-Landesradios *Hamburg-Welle*, heute *NDR 90,3*.¹³⁶

Als sie 1993 von Jobst Plog das Angebot bekam, die Redaktion beim Sender *NDR Info* zu leiten, „wollte sie ihrem Chef einen Zettel geben: ‚Ich habe 17 Gründe gegen mich und drei Gründe für mich gefunden.‘“¹³⁷ Der Intendant habe ihr dann geantwortet: „Den Zettel lese ich nicht. Geh nach Hause und überleg es dir.“¹³⁸ Dagmar Reim ist sich im Nachhinein sicher, dass eine solche Entscheidung für einen Mann gar nicht zur Debatte gestanden hätte: „Ein Mann hätte in dieser Situation sicherlich gleich ja gesagt“,

¹³² Vgl. ebd.

¹³³ Vgl. o. Verf. (2008): Die peinlichsten Berliner 2008

<http://www.tip-berlin.de/kultur-und-freizeit-stadtleben-und-leute/die-peinlichsten-berliner-2008>, Zugriff am 15.07.2012

¹³⁴ Vgl. Sallet (2011): Dagmar Reim, Intendantin des RBB. "Eine Art Trümmerfrauenmythos".

<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/dagmar-reim-intendantin-des-rbb-eine-art-truemmerfrauenmythos-a-742882.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹³⁵ Ebd.

¹³⁶ Vgl. ebd.

¹³⁷ Ebd.

¹³⁸ Ebd.

vermutet Reim heute. „Das Wort Selbstzweifel ist bei Männern nicht wirklich verbreitet.“¹³⁹ Dagmar Reim agiert eher bescheiden. Als ein Journalist sie schon zu früheren Zeiten interviewen wollte, sagte sie nur: „Ich weiß nicht, was an mir spannend sein soll. Ich bin nur eine deutsche Hausfrau, die ihrer Arbeit nachgeht.“¹⁴⁰

Reim übernahm schließlich die Leitung des *NDR-Landesrundfunkhauses*. Ihre weitere Laufbahn: Sie trat gegen Helmut Reitze an, der heute Intendant des *Hessischen Rundfunks* ist. Sie hatte zwar Interesse, *ZDF-Intendantin* zu werden, zog aber nach der zweiten Runde ihre Bewerbung zurück. Bei der Intendanten-Wahl im Jahre 2003 gewann sie gegen den deutlich bekannteren Leiter des *ARD-Hauptstadtstudios* Ulrich Deppendorf. In diesem Duell galt sie als Außenseiterin und rechnete selbst nicht damit, zu gewinnen.¹⁴¹ Die *Berliner Morgenpost* titelte damals zur Wahl: „Graue Maus mit Biss“¹⁴². Sie selbst sagt: „Vielleicht war es ja eine Art Trümmerfrauenmythos. Irgendein Mann hat damals gesagt: ‚Wenn die Aufgabe so gut wie aussichtslos ist, kann man sie einer Frau geben.‘“¹⁴³

Nun kandidierte Reim für ihre dritte Amtszeit beim *rbb*. Schon vorher war klar: Falls sie gewinnt, hätte sie das Amt bis 2018 inne und könnte es damit auf eine stattliche Amtszeit von insgesamt 15 Jahren bringen. Die *Märkische Oderzeitung* verkündete bereits Mitte Mai, dass die Konkurrenten chancenlos seien. Man verwies dabei auf sechs Männer und eine Frau, die alle, bis auf eine Person, nicht aus dem Umfeld des *rbb* kamen und keine Erfahrungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunkbereich mitbrachten. Damit stach Dagmar Reim als qualifizierte und erprobte Führungspersönlichkeit heraus.¹⁴⁴ Der Rundfunkratsvorsitzende Hans Helmut Prinzler sprach sich ebenfalls für ihre Wiederwahl aus: „Eine dritte Amtszeit von Dagmar Reim wäre ein Vorteil für den Sender.“¹⁴⁵ Prinzler bescheinigte ihr „hervorragende Arbeit“.¹⁴⁶ Am 21. Juni 2012 wurde

¹³⁹ Ebd.

¹⁴⁰ Ax (2011): Das stille Kalkül einer deutschen Hausfrau.

<http://m.welt.de/article.do?id=print-welt/article490752/Das-stille-Kalkuel-einer-deutschen-Hausfrau>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁴¹ Vgl. Sallet (2011): Dagmar Reim, Intendantin des RBB. "Eine Art Trümmerfrauenmythos".

<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/dagmar-reim-intendantin-des-rbb-eine-art-truemmerfrauenmythos-a-742882.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁴² Ax (2003): Graue Maus mit Biss.

<http://www.morgenpost.de/printarchiv/kultur/article443637/Graue-Maus-mit-Biss.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁴³ Sallet (2011): Dagmar Reim, Intendantin des RBB. "Eine Art Trümmerfrauenmythos".

<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/dagmar-reim-intendantin-des-rbb-eine-art-truemmerfrauenmythos-a-742882.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁴⁴ Vgl. o. Verf. (2012): Konkurrenten von RBB-Intendantin Dagmar Reim offenbar chancenlos.

<http://www.presseportal.de/pm/55506/2250736/maerkische-oderzeitung-konkurrenten-von-rbb-intendantin-dagmar-reim-offenbar-chancenlos>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁴⁵ Huber (2012): Dagmar Reim will RBB-Chefin bleiben.

Dagmar Reim wie erwartet mit großer Mehrheit im Amt bestätigt. Seit 2003 befindet sich Reim an der *rbb*-Spitze.¹⁴⁷

Der *rbb* schneidet quotentechnisch am schlechtesten unter den dritten Programmen der *ARD* ab. Nach wie vor hat Dagmar Reim an dem Ruf des Senders zu ackern, die Umstrukturierung taufte sie „Reförmchen“.¹⁴⁸ Zu dieser Reform gehört, verstärkt auf regionale Reportagen und Dokus zu setzen. Der Marktanteil sank im Jahre 2011 auf 6,1 Prozent. 2010 war er immerhin bei 6,8 Prozent. Dagmar Reim weiß, woran es auf dem Weg zu einem erfolgreichen Programm noch fehlt: „Wir haben Defizite bei dem, was man das Leichte nennt. Das Leichte, das Unterhaltsame, ist schwer zu machen. Da müssen wir nachlegen. Keinesfalls geben wir unsere Domäne – die regionale Information – auf. Im Gegenteil: Diese Stärke wollen wir besser ausspielen und klarer konturieren.“¹⁴⁹ Thematische Akzente gehören zum neuen Programmfahrplan. Die Talkrunde „Klipp & Klar“ verschwindet aus dem Sendeplan, dieser Schritt ist eine Reaktion auf das Überangebot der *ARD* auf dem Gebiet der Talkshows. Neue Sendungen können in den Dritten ausprobiert werden und bei Erfolg ins Hauptprogramm genommen werden: „Wir haben gute Sendungen entwickelt, zum Beispiel mit Kurt Krömer oder Michael Kessler. Das muss am Ende exportfähig sein ins Erste. [...]“¹⁵⁰ Castingshows und Schönheitswettbewerbe, so lässt Reim verlauten, wird es auch jetzt nicht geben: „Wir wollen Quote nicht um jeden Preis.“¹⁵¹ Im Sender kursierte Kritik an der Reform, da man befürchtete, dass die Hintergrundberichterstattung bei Politik, Wirtschaft und Regionalem in Mitleidenschaft gezogen werden könnte.¹⁵² Im Hörfunk ist der erste Schritt gemacht: Alle sechs Sender lassen die private Konkurrenz alt aussehen. *Antenne Brandenburg* behauptet sich als Radiosender an der Spitze der Region.¹⁵³

<http://www.tagesspiegel.de/medien/frauensender-ard-dagmar-reim-will-rbb-chefin-bleiben/6314488.html>,
Zugriff am 15.07.2012

¹⁴⁶ Ebd.

¹⁴⁷ Vgl. ebd.

¹⁴⁸ Bent (2012): Auf Mission. Dagmar Reim will erneut Intendantin des RBB werden.

<http://www.maerkischeallgemeine.de/cms/beitrag/12347873/63369/Dagmar-Reim-will-erneut-Intendantin-des-RBB-werden.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁴⁹ Meh (2012): RBB Intendantin: „Das Leichte ist schwer zu machen“

<http://www.tagesspiegel.de/medien/fernseh-programm-rbb-intendantin-das-leichte-ist-schwer-zu-machen-/6256576.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁵⁰ Ebd.

¹⁵¹ Ebd.

¹⁵² Vgl. ebd.

¹⁵³ Vgl. Huber (2012): Dagmar Reim will RBB-Chefin bleiben.

<http://www.tagesspiegel.de/medien/frauensender-ard-dagmar-reim-will-rbb-chefin-bleiben/6314488.html>,
Zugriff am 15.07.2012

4.2 Monika Piel - WDR

Monika Piel ist seit dem 1. April 2007 Intendantin des *Westdeutschen Rundfunks* (*WDR*) und damit neben Dagmar Reim eine der wenigen weibliche Intendantinnen im öffentlich-rechtlichen Sendekreis.¹⁵⁴ Eine weitere weibliche Besonderheit ist ihre Funktion als Vorsitzende der *ARD*, die sie seit Anfang 2011 innehat. Als erste Frau befindet sie sich in einer solchen Position. Monika Piel wurde am 9. April 1951 in Bensberg geboren. Sie studierte Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Köln. Es folgte ein nicht beendetes Jura- und Orientalistik-Studium an der Universität Köln. Schon während ihres Studiums war sie für den *WDR* tätig. So assistierte sie 1977 beim Internationalen Frühschoppen, der von Werner Höfer moderiert wurde. Internationale Journalisten kamen aus verschiedenen Ländern als Gäste in die Sendung, um aktuelle Belange der Politik und der Welt zu diskutieren. Zuschauer durften im Anschluss per Telefon Fragen an die Journalisten stellen. Die Sendung wurde für die Zuschauer zu einem morgendlichen Ritual in den 60er und 70er Jahren.¹⁵⁵ Zwischen 1979 und 1989 arbeitete sie als Redakteurin und Moderatorin für einige Radio-Magazine des *WDR 2*-Programms, so z.B. für das „Morgenmagazin“, „Mittagsmagazin“, „Zwischen Rhein und Weser“, „Berichte von heute“ und „Funkhaus Wallrafplatz“. Ab 1982 war sie zwei Jahre lang als freie Journalistin in Portugal tätig. Danach korrespondierte Monika Piel von 1989 bis 1993 für das Ressort Wirtschafts- und Finanzpolitik im Auftrag des *WDR* in Bonn. Schließlich wurde sie Leiterin der Hörfunk-Programmgruppe Wirtschaft, Landwirtschaft, Umwelt und Verkehr. 1994 machte sie der *WDR 2* erst zur Hörfunk-Chefredakteurin und 1995 zur Programmchefin. 1997 war Piel Chefredakteurin und stellvertretende Hörfunkdirektorin. 1997 stieg sie dann als voll verantwortliche Hörfunkdirektorin des *WDR* auf und blieb 10 Jahre auf diesem Posten. Danach leitete sie ab 2001 die *ARD*-Hörfunkkommission. Schließlich wurde sie die Nachfolgerin von Fritz Pleitgen und damit Intendantin des *WDR*. Piel hatte bei dieser Wahl keine Konkurrenten - der *ZDF*-Chefredakteur Nikolaus Breider und der *NDR*-Justiziar Werner Hahn zogen ihre Bewerbung zurück. Auch der *SR*-Intendant Fritz Raff verzichtete auf eine Kandidatur. In dieser Zeit wurde Piel wieder als Moderatorin aktiv. Sie präsentierte abwechselnd mit *ARD*-Programmchef Volker Herres den Presseclub und den auf *Phoenix* wiederbelebten Frühschoppen.¹⁵⁶

¹⁵⁴ Vgl. o. Verf. (2012): Monika Piel.

http://www.spiegel.de/wikipedia/Monika_Piel.html, Zugriff am 15.07.2012

¹⁵⁵ Vgl. o. Verf.: Der internationale Frühschoppen.

http://de.wikipedia.org/wiki/Internationaler_Fr%C3%BChschoppen, Zugriff am 15.07.2012

¹⁵⁶ Vgl. o. Verf.(2012): Monika Piel.

http://www.spiegel.de/wikipedia/Monika_Piel.html, Zugriff am 15.07.2012

Piel erhielt 2009 den Bröckemännche-Preis des Bonner Medienclubs, ihr Laudator war der ehemalige *WDR*-Intendant Friedrich Nowotny.¹⁵⁷ Seit 2000 wird die Nachbildung des Brückenmännchens an Bonner Persönlichkeiten verliehen, die „gegen den Stachel löcken“, sprich: sich sträuben und mutiges Verhalten zeigen. Die Eigenschaften werden durch die Figur selbst verbildlicht, diese streckt ihren Hintern dem Betrachter provokant entgegen.¹⁵⁸

Monika Piel heiratete den Hörfunkmoderator Roger Handt, der ebenfalls für den *WDR* 2 tätig ist. Beide haben zusammen eine Tochter. Seit Anfang 2011 ist Monika Piel *ARD*-Vorsitzende.¹⁵⁹

Auch um Monika Piel als weibliche Vorsitzende eines öffentlich-rechtlichen Senders ranken sich einige Kontroversen. So gab es im August 2010 viel Furore, als bekannt wurde, dass Monika Piel als *WDR*-Intendantin im Jahr 2009 352 000 Euro verdiente. Das Dubiose: Sie verdiente damit mehr als die Bundeskanzlerin Angela Merkel. Allerdings ist der *WDR* verpflichtet, die Gehälter zu veröffentlichen. Dies ist im *WDR*-Gesetz festgehalten, welches im Jahre 2009 vom nordrhein-westfälischen Landtag beschlossen wurde.¹⁶⁰ Die nächste Baustelle ist der Kultur-Radiosender *WDR* 3. Der Sender soll zum vierten Mal in zehn Jahren reformiert werden. Starke Proteste und ein offener Brief sind die Reaktion. Piel kommentiert die Vorwürfe auf *rp-online*: „[Es] soll nur ein ganz kleiner Teil des Programms geändert werden, betroffen sind zwei, drei Sendungen im Wortbereich. Da artikuliert sich mehr eine allgemeine Sorge um Kulturabbau – und natürlich nehmen wir auch das ernst. [...] *WDR* 3 hat 220 000 Hörer am Tag, *WDR* 2 mehr als drei Millionen, *1LIVE* rund 3,5 Millionen Hörer täglich. Wir geben aber über den Wellenetat von *WDR* 3 fast soviel Geld aus wie für *WDR* 2 und *1Live* zusammen; das ist ein niedriger, zweistelliger Millionenbetrag. Zu sagen, wir würden Kultur abbauen, ist schlicht falsch. Wir stehen zur Kultur – im Programm und auch darüber hinaus.“¹⁶¹ Auch droht die Schere zwischen Alt und Jung weiter auseinander zu gehen. Die Kritik laut *rp-online*: „Ihr Rundfunkrat sorgt sich, ob Sie genug fürs junge Publikum tun, gleichzeitig werfen Ihnen entlassene Moderatoren Alters-Diskriminierung vor.“¹⁶² Piel betont, man müsse sich selbstredend um junge Zuschauer und Moderatoren be-

¹⁵⁷ Vgl. ebd.

¹⁵⁸ Vgl. o. Verf. (2012): Brückenmännchen (Bonn)

http://www.spiegel.de/wikipedia/Br%C3%BCckenm%C3%A4nnchen_%28Bonn%29.html, Zugriff am 15.07.2012

¹⁵⁹ Vgl. o. Verf.: Monika Piel.

http://www.spiegel.de/wikipedia/Monika_Piel.html, Zugriff am 15.07.2012

¹⁶⁰ Vgl. ebd.

¹⁶¹ Brook; Gösmann; Tückmantel (2012): Interview mit *WDR*-Intendantin Monika Piel.

<http://www.rp-online.de/gesellschaft/fernsehen/gottschalk-war-ein-wichtiges-experiment-1.2815960>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁶² Ebd.

mühen. Dennoch nimmt sie eine falsch verstandene Diskussion wahr. „Wir wollen natürlich unser älteres Stamm-Publikum behalten, das langsam sauer auf die Debatte um die Jüngeren reagiert. Es gibt beim *WDR* keine Alters-Diskriminierung, die Debatte war absoluter Blödsinn. Es ist vollkommen normal, nach 15 Jahren eine Moderatorin auszutauschen.“¹⁶³

Als *ARD*-Chefin hat Monika Piel mittlerweile auch den hohen Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Sender zu verteidigen. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten beantragten im Jahre 2011 bei der zuständigen Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) 1,47 Milliarden Euro mehr. Allein die *ARD* wünscht sich von dieser Summe 900 Millionen Euro für den eigenen Senderhaushalt. Allerdings schob die KEF Anfang dieses Jahres der *ARD* und dem *ZDF* den Riegel vor. Die Rundfunkgebühren sollen nicht erhöht werden. Diese Empfehlung sprach die unabhängige Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) in ihrem Bericht aus. Die Empfehlungen sind die Basis für die mit der endgültigen Entscheidung betrauten Beschlüsse der Länderparlamente. Der Grund: Es wurde für die Jahre 2013 bis 2016 ein Minus von insgesamt 304 Millionen errechnet. Dieser Verlust sei relativ gering. Auch die monatliche Abgabe von 17,98 Euro bleibt damit stabil. Zudem erfolgt erst einmal ab 2013 die Umstellung des Beitragssystems, was zusätzlich Geld in die Kassen spülen soll, denn ab 2013 muss jeder Haushalt die GEZ abtreten, egal, ob Fernseh- bzw. Radiobesitzer oder nicht.¹⁶⁴ Ebenso müssen Unternehmen neu festgelegte Rundfunkbeiträge entrichten. Die zu zahlende Summe ergibt sich aus der Zahl der Betriebsstätten, der Arbeitnehmer sowie der Betriebsfahrzeuge.¹⁶⁵

Monika Piel als *ARD*-Vorsitzende ließ daraufhin verlauten, dass die Sparmaßnahmen der letzten Jahre fortgesetzt werden. Eine Notwendigkeit, denn die Kosten steigen bei gleich bleibenden Gebühreneinnahmen stetig an.¹⁶⁶ Weitere Kritikpunkte bei Monika Piel sind das gescheiterte Projekt mit Gottschalk im *ARD*-Programm und die von Verlegerseite nicht gern gesehene Tagesschau-App.¹⁶⁷

¹⁶³ Ebd.

¹⁶⁴ Hpi; dapd (2012): Rundfunkgebühren.

<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/rundfunkgebuehren-ard-und-zdf-kriegen-nicht-mehr-geld-a-809683.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁶⁵ Vgl. o. Verf. (2012): GEZ 2013.

http://finanzen.freenet.de/nachrichten/gez-2013-fuer-viele-wird-es-teurer_3292088_993562.html, Zugriff am 15.07.2012

¹⁶⁶ Vgl. Brook; Gösmann; Tückmantel (2012): Interview mit *WDR*-Intendantin Monika Piel.

<http://www.rp-online.de/gesellschaft/fernsehen/gottschalk-war-ein-wichtiges-experiment-1.2815960>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁶⁷ Vgl. ebd.

Zum ersteren verkündeten einige Kollegen im ARD-Umfeld, das Gottschalk das persönliche Projekt Monikas Piel sei. Woraufhin Monika Piel im Interview mit *rp-online* klarstellt: „Mein Eindruck ist eher, dass das eine Medien-Darstellung ist. Alle wichtigen Beschlüsse werden in diesem Kreis gemeinschaftlich gefällt. Sollte tatsächlich eine andere Darstellung aus dem Kreis der Intendanten kommen, dann würde ich sagen: Das ist nun mal menschlich. Erfolg hat immer viele Väter.“¹⁶⁸ Für Piel war die Sendung mit Gottschalk im Ersten „ein wichtiges Experiment“. Und weiter: „Ich kritisiere immer, dass beim Fernsehen generell wenig Mut da ist, etwas Neues zu machen. Wir haben etwas gewagt, es ist schief gegangen. An Gottschalk sieht man, dass wir in einer völlig anderen medialen Welt als noch vor 20 Jahren leben. Unser Publikum erwartet, dass die erste Sendung perfekt ist.“¹⁶⁹

Der nächste Streitpunkt – die Tagesschau-App. 1,7 Millionen Nutzer vertrauen auf die App. 2011 reichten acht deutsche Zeitungsverlage Klage ein. Wettbewerbsverzerrung sei ein Grund für die Anklage. Die kostenlose App konkurriere mit den teilweise jetzt schon kostenpflichtigen Zeitungs-Apps. Zudem sei das Angebot zu textlastig. Christian Nienhaus als Geschäftsführer der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung* lässt verlauten: „Es geht darum, dass jemand steuerfinanziert kostenlos Inhalte anbietet und damit unsere Märkte kaputt macht. Und das finden wir politisch skandalös und nicht gesetzeskonform. Das kann man auch illegal nennen.“¹⁷⁰ Piel hingegen betonte, dass das Angebot „nicht presseähnlich“ sei. Auch wird von einigen Verlegern gefordert, dass die öffentlich-rechtlichen Programme sich aus mobilen Internetanwendungen vollständig zurückziehen sollen. Außerdem dementiert Piel, dass die App kostenlos sei: „Die Gebührenzahler haben mit ihren Gebühren auch den Internetauftritt bezahlt.“¹⁷¹ Die Verleger berufen sich auf eine Festlegung im Rundfunkstaatsvertrag, hier ist juristisch festgehalten, dass es dem Rundfunk nicht erlaubt ist, Zeitungen herauszugeben, auch nicht webbasiert. Ebenso schaltet sich der ARD-Programmchef Volker Herres ein: „Auch wenn unser Kerngeschäft weiterhin Radio und Fernsehen bleibt, dann werden wir doch bei den programmbegleitenden Angeboten am Gebrauch von Buchstaben nicht völlig vorbeikommen können.“¹⁷² Auch in der ersten Hälfte des Jahres 2012 wurde noch keine Einigung auf dem Gebiet erzielt, es wird weitere Gespräche geben.¹⁷³

¹⁶⁸ Ebd.

¹⁶⁹ Ebd.

¹⁷⁰ Schlichting (2011): Vorwurf der Wettbewerbsverzerrung.

<http://www.tagesschau.de/inland/tagesschauapp102.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁷¹ Schlichting (2011): ARD-Vorsitzende Piel weist Verleger-Klage zurück.

<http://www.tagesschau.de/inland/tagesschauapp112.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁷² Ebd.

¹⁷³ Vgl. Mertens (2012): Noch keine Einigung im Streit um Tagesschau-App

Die *WDR*-Intendantin steht trotz aller Kritik als wiedergewählte nun fest. Die Rundfunkratsvorsitzende Ruth Hieronymi teilte vorab mit, dass der Rundfunkrat keine Ausschreibung herausgeben werde. Dabei blieb es – einen Gegenkandidaten gab es nicht. Piel's aktueller Vertrag geht noch bis zum 1. April 2013. Monika Piel wurde am 30. Mai mit 34 Ja-Stimmen, sieben Nein-Stimmen sowie zwei Enthaltungen im Amt bestätigt. Kritik kam von der Piratenpartei und der FDP. Beide Parteien bemängelten das Fehlen eines Gegenkandidaten.¹⁷⁴

4.3 Karola Wille - MDR

Karola Wille wurde am 22. März 1959 in Karl-Marx-Stadt, heute Chemnitz geboren. Sie studierte 1978 in Jena Rechtswissenschaften und promovierte 1986 zum Dr. jur. Im November 1991 arbeitete sie in der Juristischen Direktion des *MDR* an. 1993 war sie Stellvertreterin des Juristischen Direktors des *MDR*. Ab 1996 wurde sie Juristische Direktorin des *MDR*. Karola Wille leitete in dieser Position 1997 und 1998 die Juristische Kommission von *ARD* und *ZDF*. Im September 2010 trat sie ihre dritte Amtsperiode als Juristische Direktorin des *MDR* an. Seit 2011 ist Karola Wille nun Intendantin des *MDR*. Wille betätigt sich als Mitglied im Digital-Ausschuss der *ARD* und des *ZDF*, führt die Verhandlungsgruppe „KABEL/DSL“ für *ARD* und *ZDF* an und verhandelt für die *ARD* mit den Produzenten. Auch bei der Arbeitsgruppe „Digitale Zukunft“ des *MDR* agierte sie in der ersten Reihe.¹⁷⁵

Seit 1997 lehrt sie am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaften der Universität Leipzig das Fach Medienrecht. Ab 2003 war Wille Vertreterin des Intendanten des *MDR*. Am 23. Oktober wurde sie zur Intendantin des *Mitteldeutschen Rundfunks* gewählt. Sie trat ihr Amt zum 1. November 2011 an. Die Amtszeit beträgt sechs Jahre.¹⁷⁶ Ihre Wahl bei dem skandalumwitterten *MDR* zog große Kreise. Im Zuge der Skandale wurde der Unterhaltungschef Udo Foht fristlos entlassen. Er missbrauchte sein Amt und war in dubiose Finanztransaktionen verwickelt. Udo Foht soll dabei wiederholt Zuschüsse bzw. Darlehen für *MDR*-Produktionen eingetrieben haben. Vorfinanzierungen dieser Art werden vom Sender nicht gewünscht. Außerdem hat er mehrfach vertragliche Zusagen getroffen, obwohl er dafür keine Vollmachten besaß.

<http://gerichtsreporterin.wordpress.com/2012/05/03/tagesschau-app-ard-landgericht-koeln/>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁷⁴ Vgl. bos; dapd; dpa (2012): *WDR-Intendantin Monika Piel*.

<http://www.spiegel.de/kultur/tv/wdr-intendantin-monika-piel-bis-2019-bestaetigt-a-836056.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁷⁵ Vgl. o. Verf. (2012): *Biografie Prof. Dr. Karola Wille*

<http://www.mdr.de/unternehmen/organisation/struktur/artikel75358.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁷⁶ Vgl. ebd.

Udo Foht soll wiederholt TV-Produzenten und Musikmanager um Geldzahlungen gebeten haben. Diese wurden u.a. an andere Firmen weitergereicht. Der Prozess weitete sich aus und richtete sich auch gegen Beschuldigte aus TV-Produktionsfirmen sowie gegen den Herstellungsleiter für den Unterhaltungsbereich Norbert May.¹⁷⁷ Ein weiterer Betrug in Millionenhöhe riss den *Kinderkanal* und den *MDR* in Ungnade. Der Kindersender wird federführend vom *MDR* betrieben. Der Betrug konnte nur stattfinden, weil die Rechnungskontrollen beim *MDR* schlichtweg vernachlässigt wurden.¹⁷⁸ Ein ehemaliger Herstellungsleiter veruntreute in fast 10 Jahren insgesamt neun Millionen Euro. Die ungültigen Rechnungen ließ sich der Herstellungsleiter von Firmenchefs ausstellen, die mit dem *Kinderkanal* durch Geschäftsbeziehungen verbunden waren. Die in Rechnung gestellten Leistungen wurden nie erbracht. Marco K. wurde zu fünf Jahren Haft verurteilt. Das Geld floss in seine Spielsucht und ist nicht mehr rückholbar.¹⁷⁹

All das erlebte Wille teilweise in stellvertretender teilweise schon in ihrer vollen Funktion als Intendantin mit. Selbst, wenn einige ihr sicherlich gerne vorwerfen wollen, für die Skandale eine gewisse Mitschuld zu tragen – arbeitete sie doch schon seit 1991 beim *MDR* – nimmt der ehemalige *MDR*-Intendant Udo Reiter schon bei seinem Abschied den Kritikern den Wind aus den Segeln: Er übernehme die „politische Verantwortung für die Skandale in seinem Leipziger Sender, sieht aber keine persönliche Schuld“.¹⁸⁰ Karola Wille selbst meldete sich schon als Stellvertreterin mehrmals zu Wort, allerdings bekam sie oft wenig Gehör, gibt Reiter zu. „Ich war der Chef und habe die Richtlinien vorgegeben.“¹⁸¹

Zu ihrer Wahl als Intendantin schleppte sie selbst den nächsten Skandal in den Sender. Karola Wille hat eine kuriose SED-Vergangenheit. Als sie 18 Jahre alt wurde, trat sie in die Partei ein. Sie machte als Parteimitglied problemlos Karriere, so war es für sie ein Leichtes an einen Jura-Studienplatz heranzukommen. Auch war Karola Wille lange mit einem DDR-Militärstaatsanwalt verheiratet. 1985 verfasste sie ihre Doktorarbeit zum Thema Ausländerkriminalität im sozialistischen Staat und pries darin die DDR-Diktatur an. Als Wille fast 100 Tage im Amt ist, äußert sie sich zu den Vorwürfen:

¹⁷⁷ Vgl. Kohl (2011): MDR-Affäre geht weiter.

<http://www.sueddeutsche.de/medien/mdr-affaere-geht-weiter-wie-teuer-wird-es-diesmal-1.1183353>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁷⁸ Vgl. Mantel (2011): Kika-Skandal

http://www.dwdl.de/nachrichten/34226/kikaskandal_zdf_will_schadensersatz_vom_mdr/, Zugriff am 15.07.2012

¹⁷⁹ Vgl. Kohl (2011): Laut "SZ"-Bericht. Kika-Skandal

<http://www.sueddeutsche.de/medien/kika-skandal-zdf-prueft-klage-gegen-mdr-1.1246635>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁸⁰ O. Verf. (2011): Udo Reiter übernimmt politische Verantwortung für MDR-Skandale

<http://www.spiegel.de/spiegel/vorab/a-794750.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁸¹ Ebd.

„Ich komme aus einem Elternhaus, das dieses System mitgetragen hat. Ich habe wirklich geglaubt, die Ideale des Sozialismus seien die richtigen.“¹⁸²

Das Widersprüchlichste am *MDR*: Der Sender macht das erfolgreichste Programm aller dritten Fernsehprogramme und hat trotzdem den skandalösesten Ruf. Erfolg tragen vor allen Dingen die Heimatsendungen im Sendeprogramm. Karola Wille hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Schaden im Sender zu reparieren und die Erfolgsquote beizubehalten. Bei ihrer Wahl half der Juristin, dass sie ehrgeizig ein Ziel verfolgte – die Aufklärung rund um die Skandale beim *MDR* und beim *KiKA*. Nun zieht sie Bilanz: „Wir haben jetzt intensive Kontrollmechanismen, scharfe Antikorruptionsklauseln, wir haben entsprechende EDV und mehr Personal.“ Nach dem Skandal hat die alte Riege das *MDR*-Haus verlassen, es war Zeit für eine neue Ära. So gibt es einen neuen Justiziar, eine neue Verwaltungschefin, einen neuen Unternehmenssprecher, einen neuen Fernsehdirektor und Betriebsdirektor. Aus der alten Belegschaft blieb nur der Hörfunkdirektor Johann Michael Möller.¹⁸³

Die öffentlich-rechtliche Anstalt will ihre bisherige Strategie auf den Märkten Radio, Online und Fernsehen überarbeiten. Die fünf Radiosender *Info*, *Figaro*, *Klassik*, *Sputnik*, *Jump* gehören zum Repertoire sowie drei Landesprogramme. Das Motto für das Fernsehprogramm: „Keinen Zuschauer verlieren und neue gewinnen.“¹⁸⁴ Der *MDR* verlängerte seine Nachrichten um 18 Uhr von fünf auf 20 Minuten, laut Wille komme das „Gott sei Dank“¹⁸⁵ gut beim jüngeren Publikum an. Der *MDR* hat im direkten Vergleich mit den anderen dritten Programmen der *ARD* mit 61 Jahren den jüngsten Publikumsschnitt. Außerdem tut sich beim *MDR* auch etwas in der Unterhaltungssparte. Mit Madeleine Wehle, die die Sendung „Außenseiter – Spitzenreiter“ moderiert und Inka Bause kamen frische Gesichter ins *MDR*-Programm. Inka Bauses Sendung „Alles Gute“ war ein durchschlagender Erfolg, ein weiteres Format – allerdings mit einer geringeren Erfolgsbilanz - wurde etabliert. Zudem bekam Inka Bause beim *MDR* eine neue Musikshow.¹⁸⁶ Zusätzlich ist ein Jugendkanal für die *ARD* geplant. Der *MDR* gilt als besonders bieder in der Riege der öffentlich-rechtlichen Sender. In Planung ist angeblich ein Kanal, der über drei Medienkanäle laufen soll – Fernsehen, Radio und Internet. Karola Wille sagte hierzu: „Wir wollen den Privaten nicht das junge Publikum

¹⁸² O. Verf. (2012): MDR-Intendantin spricht über ihre SED-Vergangenheit.

<http://www.bild.de/regional/leipzig/karola-wille/mdr-intendantin-ich-habe-geglaubt-die-ideale-des-sozialismus-seien-die-richtigen-22780944.bild.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁸³ Vgl. Huber (2012): Neue Intendantin in Leipzig.

<http://www.tagesspiegel.de/medien/neue-intendantin-in-leipzig-wie-karola-wille-den-mdr-aufmoebeln-will/6276470.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁸⁴ Ebd.

¹⁸⁵ Ebd.

¹⁸⁶ Vgl. ebd.

überlassen. Ein Jugendkanal könnte ein Weg sein, die Lücke zwischen *Kinderkanal* und unseren anderen Kanälen zu schließen.¹⁸⁷ Zusätzliche Unterstützung soll vom *SWR* und *BR* kommen. „Dem *MDR*, aber auch der *ARD* droht ein Generationenabriss. Wir brauchen dringend mehr Innovation im Programm“, sagte Wille im *Handelsblatt*.¹⁸⁸ Gleichzeitig steht die sogenannte „Verspartung“ des öffentlich-rechtlichen Programms weiter in der Kritik. So forderte u.a. schon die sächsische Staatskanzlei, dass *ARD* und *ZDF* ihre sechs Digitalkanäle wieder einstellen sollten. Hannelore Kraft, Ministerpräsidentin Nordrhein-Westfalens (SPD), wünscht sich zumindest die Einstellung einiger Kanäle.¹⁸⁹

So verschwinden nach und nach die Urgesteine aus dem *MDR*-Programm, z.B. „Polizeiruf“-Akteure Jaeckel Schwarz, Wolfgang Winkler und Peter Sodann aus dem „Tatort“. Karola Wille geht es um die werberelevante Zielgruppe zwischen 14 und 49 Jahren. Ab sofort soll es einen neuen Thüringer Tatort geben, das Projekt wurde öffentlich ausgeschrieben, mehr als 80 Einsendungen fanden den Weg zum *MDR*. Das passt zum neuen Weg, den Wille einschlagen will und bei dem es vor allen Dingen um mehr Transparenz gehen soll.¹⁹⁰

Im *Zeit*-Interview antwortet sie auf die Frage, ob Ost-Frauen anders leiten: „Sie führen meist sachorientiert und pragmatisch. Die sind zupackend. Und vor allem: Sie denken wenig hierarchisch. Ich halte viel von natürlicher Autorität. Man muss die Leute durch die Sache mitnehmen – nicht durch das Amt. Frauen in der DDR mussten immer vieles vereinbaren, zum Beispiel Beruf und Familie. Wir reden nicht viel, wir tun. Genau so ist auch mein Weg verlaufen.“¹⁹¹

Karola Wille ist neben Monika Piel und Dagmar Reim die dritte *ARD*-Intendantin. Von allen dreien hat sie die Institution mit dem miesesten Ruf, aber mit dem noch größten Erfolg, zu retten.

Der Frauenmangel im Rundfunkrat

¹⁸⁷ Ebd.

¹⁸⁸ Ebd.

¹⁸⁹ Vgl. cbu; dapd (2012): Pläne für Jugendkanal

<http://www.spiegel.de/kultur/tv/mdr-will-jugendkanal-fuer-die-ard-entwickeln-a-840874.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁹⁰ Vgl. Kober (2012): Der Anfang vom Ende.

<http://www.maerkischeallgemeine.de/cms/beitrag/12329663/63369/Jaekel-Schwarz-und-Wolfgang-Winkler-starten-mit-dem.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁹¹ Machowecz; Schirmer (2012): *MDR*-Intendantin Karola Wille

<http://www.zeit.de/2012/09/S-Interview-Wille/seite-4>, Zugriff am 15.07.2012

Der Rundfunkrat ist das bei den öffentlich-rechtlichen Institutionen höchste Aufsichtsgremium, welches für die Kontrolle des Programms zuständig ist. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten haben einen gesetzlich geregelten Sendeauftrag, den sie erfüllen müssen. Auf die Einhaltung dieses Auftrages pocht der Rundfunkrat, der sich aus Mitgliedern verschiedener gesellschaftlicher Gruppen und Organisationen zusammensetzt. So senden auch Gewerkschaften, Frauenverbände, Kirchen und Fraktionen ihre „Beauftragten“ in den Rundfunkrat. Zusätzlich überwacht der Rat, ob die Vielfalt des öffentlich-rechtlichen Programms eingehalten wird und sichert damit den Zugang für alle relevanten Bevölkerungsgruppen. Eine beratende Rolle kommt dem Rundfunkrat bei der Programmgestaltung zu, der Intendant ist hier jedoch ausführendes Organ. Zudem wählt der Rundfunkrat den Intendanten und die Mitglieder des Verwaltungsrates. Weitere Aufgaben für den Rundfunkrat: Die Mitglieder genehmigen den Haushalt und den Jahresbericht.¹⁹² Die Zusammensetzung des Rundfunkrates steht in vielerlei Hinsicht in der Kritik. Die Grundlage für diese Kritik beruht auf der Annahme, dass der Rat den Querschnitt der Bevölkerung darstellen soll. Hier sind mindestens drei Kritikpunkte aufzuführen, die diese Annahme widerlegen. Zu allererst gibt es in einigen Anstalten einen Staatsvertreteranteil von 50 Prozent.¹⁹³ Nicht zuletzt das Bundesverfassungsgericht bestätigte, dass es rechtswidrig sei, wenn Staatsvertreter allein durch ihre überwältigende Anzahl einen beherrschenden Einfluss ausüben.¹⁹⁴ Eine weitere Kritik kommt von der Giordano Bruno Stiftung, die seit längerem fordert, auch Konfessionslose als größte weltanschauliche Gruppierung in den Rat mit einzubeziehen.¹⁹⁵ Das dritte Argument ist der Frauenmangel in den Rundfunkräten. Eine einfache Untersuchung, die einen Blick auf die Webseiten der Länderanstalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließt, verrät – dank Bildern und Namen, meist unter der Rubrik „Mitglieder“ einfach zu finden – dass unter den meist 30 - 50 Mitgliedern fassenden Räten äußerst wenige Frauen zu finden sind, dafür umso mehr Männer. Um nur einige Beispiele aufzuführen: Im *Bayrischen Rundfunk* befinden sich 47 Mitglieder, davon sind 12 Frauen.¹⁹⁶ Frauen nehmen hier einen Anteil von 25,5 Prozent ein. Beim *Hessischen Rundfunk* finden sich unter 30 Mitgliedern 5 weibliche Vertreterinnen.¹⁹⁷ Der *Mitteldeutsche Rundfunk* besteht aus 43 Mitgliedern, 5 davon sind weiblich¹⁹⁸, dies

¹⁹² Vgl. o. Verf.: Rundfunkrat.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Rundfunkrat>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁹³ Vgl. Schulz (2004): Die Rechte von Rundfunkaufsichtsgremien

http://www.dgb-nord.de/hintergrund/10/105/06.Wolfgang_Schulz.hh.pdf, S. 5, Zugriff am 15.07.2012

¹⁹⁴ Vgl. ebd., S. 6

¹⁹⁵ Vgl. o. Verf. (2006): „Muslime in den Rundfunkrat?“

www.giordano-bruno-stiftung.de/sites/default/files/download/brief061030.pdf, Zugriff am 15.07.2012

¹⁹⁶ Vgl. o. Verf. (2012): Der Rundfunkrat des Bayrischen Rundfunks

www.br.de/unternehmen/inhalt/rundfunkrat/index/html, Zugriff am 15.07.2012

¹⁹⁷ Vgl. o. Verf.: Rundfunkrat des Hessischen Rundfunks.

<http://www.hr-online.de/website/extern/rundfunkrat/index.jsp?rubrik=45250>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁹⁸ Vgl. o. Verf.: Die Mitglieder des MDR-Rundfunkrates.

sind gerade einmal 11,6 Prozent Frauenanteil. Beim *rbb* finden sich 30 Mitglieder, darunter 10 Frauen.¹⁹⁹ Im *WDR*-Rundfunkrat befinden sich laut sendereigener Homepage 15 Frauen von insgesamt 48 Mitgliedern und Stellvertretern bzw. –innen.²⁰⁰ Der *WDR* führt bei der Erklärung seines Rundfunkrates und dessen Zusammensetzung die Teilüberschrift „Frauen im Rundfunkrat“²⁰¹, dennoch gibt es auch in diesem Rat nur 31,3 Prozent Frauenanteil, was immerhin der geforderten gesetzlichen Frauenquote der Initiative ProQuote entspricht, jedoch nicht dem Querschnitt der Gesamtbevölkerung. Schon 2007 kritisierte die Präsidentin des Bayrischen Landesfrauenausschusses, dass die damaligen acht Frauen von insgesamt 47 Mitgliedern im *Bayrischen Rundfunk* zu wenig seien. Erklärtes Ziel der Sender sei der „Abbau der Geschlechterstereotypen“.²⁰² Die einseitige Darstellung von Frauen in den Medien begründete die Präsidentin schon damals mit dem Mangel an Frauen in Führungspositionen. Zudem verwies sie auf den Anspruch der Rundfunkräte, den Querschnitt der Bevölkerung abzubilden und dies „erforder[e] aber ganz logischerweise die Einbeziehung explizit frauenpolitischer Perspektiven.“²⁰³ Ebenso gab Hildegund Rüger zu bedenken, dass der weibliche Bevölkerungsanteil mehr als die Hälfte ausmacht.²⁰⁴ Viel hat sich auch im *Bayrischen Rundfunk*, an den die Präsidentin des Bayrischen Landesfrauenausschusses 2004 schrieb, nicht getan, heute sind es vier Mitglieder mehr als damals.²⁰⁵

Ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis kann *Radio Bremen* vorweisen. Hier geht die Tendenz sogar in Richtung der Frauen. Unter „Wahl und Amtszeit der Mitglieder des Rundfunkrates“ findet sich im *Radio Bremen*-Gesetz unter Absatz 3: „Frauen und Männer sollen bei der Wahl der Mitglieder jeweils zu fünfzig Prozent berücksichtigt werden. Sofern eine Stelle oder Organisation als ordentliches Mitglied einen Mann ent-

<http://www.mdr.de/mdr-rundfunkrat/mitglieder/index.html>, Zugriff am 15.07.2012

¹⁹⁹ Vgl. o. Verf.: Mitglieder des RBB-Rundfunkrates.

<http://www.rbb-online.de/rundfunkrat/mitglieder/2011-2014.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁰⁰ Vgl. o. Verf. (2012): Mitglieder des Rundfunkrates.

http://www.wdr.de/unternehmen/gremien/rundfunkrat/mitglieder_11_rr.jsp, Zugriff am 15.07.2012

²⁰¹ In diesem Teilabschnitt heißt es: Das *WDR*-Gesetz regelt, dass die gesellschaftlichen Gruppen und Institutionen mindestens für jede zweite Amtszeit des Rundfunkrates eine Frau entsenden. Andernfalls muss dies gegenüber dem Vorsitzenden des Rundfunkrates begründet werden. Sechs der vom Landtag zu wählenden Mitglieder müssen Frauen sein. Dem aktuellen 11. Rundfunkrat gehören 15 Frauen (von insgesamt 48 Mitgliedern) an.

<http://www.wdr.de/unternehmen/gremien/rundfunkrat/aufgaben/zusammensetzung.jsp>, Zugriff am 15.07.2012

²⁰² Rüger (2007): Bayrischer Landesfrauenausschuss.

http://www.stmas.bayern.de/imperia/md/content/stmas/stmas_internet/frauenrat/0712_pm-rundfunkrat.pdf, Zugriff am 15.07.2012

²⁰³ Ebd.

²⁰⁴ Vgl. ebd.

²⁰⁵ Vgl. o. Verf.: Mitglieder des Rundfunkrates.

<http://www.br.de/unternehmen/inhalt/rundfunkrat/mitglieder100.html>, Zugriff am 15.07.2012

sendet, hat sie als stellvertretendes Mitglied eine Frau zu entsenden und umgekehrt. Wurde ein Mann als ordentliches Mitglied entsandt, ist für die folgende Amtsperiode eine Frau als ordentliches Mitglied zu entsenden und umgekehrt, soweit keine Wiederberufung erfolgt [...]“.²⁰⁶ Zudem gibt es laut Homepage stetige Bemühungen, den weiblichen Arbeitnehmern von *Radio Bremen* unter die Arme zu greifen. Der Sender möchte in diesem Zuge die Frauenförderung weiter vorantreiben und hat der Geschäftsleitung sowie den Frauenbeauftragten Unterstützung zugesagt.²⁰⁷ Von 47 Mitgliedern inklusive Stellvertreter/-innen gibt es im Rundfunkrat von *Radio Bremen* dann auch 26 Frauen, wobei drei Mitglieder ohne Namensnennung vermerkt sind.²⁰⁸

4.4 Anke Schäferkordt - RTL

Anke Schäferkordt wurde 1962 geboren. Sie studierte Betriebswirtschaft. 1988 kam sie zur Bertelsmann AG. Sie leitete 1992 die Abteilung Controlling bei *RTL plus* in Köln, 1993 bis 1995 leitete sie den Bereich Unternehmensplanung und Controlling bei *RTL*. 1995 wechselte sie zu *VOX* und leitete die kaufmännische Abteilung, danach übernahm sie zusätzlich die Programmdirektion. 1999 wurde sie Geschäftsführerin des Senders *VOX*. 2003 war Anke Schäferkordt Chief Operating Officer und stellvertretende Geschäftsführerin bei *RTL*. Seit 2005 ist sie voll verantwortlich für die Mediengruppe *RTL Deutschland* und ist Geschäftsführerin des Senders *RTL*.²⁰⁹ Seit April 2012 leitet sie zusammen mit Guillaume de Posch, dem früheren Chef der Pro Sieben Sat1 Media AG, als Chief Executive Officer die *RTL Group*. Anke Schäferkordt ist dabei verantwortlich für das Deutschland-Geschäft, der Belgier de Posch kümmert sich von der Luxemburger Zentrale aus um den Rest. Zur *RTL Group* zählen auf zehn Länder verteilte 46 TV- und 29 Radiostationen.²¹⁰ Zudem ist Anke Schäferkordt Mitglied im Vorstand der Bertelsmann AG. Sie lebt mit ihrem Lebensgefährten, dem deutschen Historiker Harald Biermann, in Köln, ist weder verheiratet, noch hat sie Kinder.²¹¹

²⁰⁶ O. Verf. (2010): Das Radio Bremen-Gesetz

<http://www.radiobremen.de/unternehmen/organisation/gesetz100.pdf>, S. 6, Zugriff am 15.07.2012

²⁰⁷ Vgl. o. Verf. (2012): Rundfunkrat gratuliert Radio Bremen zur erfolgreichen MA Radio I

<http://www.radiobremen.de/unternehmen/presse/unternehmen/rr100.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁰⁸ Vgl. o. Verf.: Rundfunkrat

<http://www.radiobremen.de/unternehmen/gremien/rundfunkrat/mitglieder102.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁰⁹ Vgl. o. Verf. (2012): Management Anke Schäferkordt

http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i2522_1.cfm, Zugriff am 15.07.2012

²¹⁰ Vgl. o. Verf. (2012): RTL Gruppe.

<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/management/koepfe/rtl-gruppe-neue-doppelspitze-fuer-europas-groessten-fernsehkonzern/6531330.html>, Zugriff am 15.07.2012

²¹¹ Vgl. o. Verf. (2012): Anke Schäferkordt.

http://de.wikipedia.org/wiki/Anke_Sch%C3%A4ferkordt, Zugriff am 15.07.2012

Bei einem Interview im *Manager Magazin* Anfang des Jahres 2011 gibt Anke Schäferkordt zu, sie sei gelangweilt von den Frauenfragen: „Durchgängig gelangweilt sogar. Entschuldigen Sie, wenn ich das so sage. Es gab eine Zeit, da fing jedes Interview mit der Frage an: Wie ist es denn so als Frau? Was ist das für eine Frage? Wie ist es denn so als Mann?“²¹² Zudem hat sie bemerkt, dass „nicht jede Frau nach ganz oben“²¹³ möchte. Sie bewertet bei Mitarbeitern nur nach der Leistung, nicht nach dem Geschlecht.²¹⁴ 2010 konnte die RTL-Führung auf dem Markt mit einem Anteil von 13,6 Prozent zurückerobert werden und das zum ersten Mal seit 2003. Dabei wurden die Olympischen Winterspiele und die Fußball-Weltmeisterschaft in der *ARD* und im *ZDF* ausgestrahlt, beide Sportereignisse sind natürlich große Konkurrenz für das *RTL*-Programm. Zu Schäferkordts Jahresendplus zählten auch Ergebnisse der Sender *VOX*, *Super RTL*, *N-TV* und *RTL 2*, die ebenfalls zur Mediengruppe *RTL Deutschland* gehören. Im ersten Halbjahr 2010 erzielte die *RTL Group* ein Umsatzplus von 5 Prozent und damit 864 Millionen Euro.²¹⁵ Der Unternehmensvorstand Gerhard Zeiler, der den Weg für Schäferkordt als seine Nachfolgerin 2012 freimachte, hat größtes Lob für die Chefin übrig: „Anke Schäferkordt ist ein Glücksfall, wie er nur sehr selten in der europäischen TV-Landschaft vorkommt: Sie vereint extrem gutes Programmverständnis mit exzellenter Führungsqualität, und ihre wirtschaftlichen Ergebnisse sind einfach hervorragend.“²¹⁶ Zeilers Vertrag endet eigentlich erst Ende 2015. Er wechselt nun jedoch zum amerikanischen Fernsehkonzern *Turner Broadcasting* und verantwortet dort die Geschäfte außerhalb der Hauptgeschäftsregion Nordamerika.²¹⁷

Das Programmangebot wurde aufgestockt: „Deutschland sucht den Superstar“, „Wer wird Millionär“, „Das Supertalent“, „Bauer sucht Frau“, außerdem laufen *Boxen* und die *Formel 1*. In zuschauerarmen und werbeschwachen Zeiten setzte die Chefin auf Wiederholungen. Auch ihr Unterhaltungschef Tom Sängler lässt verlauten: „Sie macht mit Leidenschaft Programm und kann dennoch vom persönlichen Geschmack abstrahieren. Das macht uns in Programmfragen treffsicher.“²¹⁸ Als Anke Schäferkordt Ge-

²¹² Boldt (2011): *RTL-Chefin Anke Schäferkordt*.

<http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/0,2828,740742,00.html>, Zugriff am 15.07.2012

²¹³ Ebd.

²¹⁴ Vgl. Simon (2012): *Eine mächtige Frau*.

<http://www.berliner-zeitung.de/medien/eine-maechtige-frau-anke-schaeferkordt-an-der-spitze-der-rtl-group,10809188,11596606.html>, Zugriff am 15.07.2012

²¹⁵ Vgl. Boldt (2011): *RTL-Chefin Anke Schäferkordt*.

<http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/0,2828,740742,00.html>, Zugriff am 15.07.2012

²¹⁶ Ebd.

²¹⁷ Vgl. Ritter (2012)

<http://m.faz.net/aktuell/wirtschaft/menschen-wirtschaft/kuenftige-rtl-chefin-schaeferkordt-die-fleissige-fernsehfrau-11642628.html>, Zugriff am 15.07.2012

²¹⁸ Boldt (2011): *Künftige RTL-Chefin Schäferkordt*.

<http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/0,2828,740742,00.html>, Zugriff am 15.07.2012

schäftsführerin wurde, verliefen die Geschäfte bei RTL Deutschland noch im Sande. Das Programm war mau, Werbekunden waren nicht zufrieden und im Management herrschte kaum Einigkeit. Anke Schäferkordt packte also an: Sie veranlasste eine Kostensenkung, die Verwaltung wurde neu koordiniert und die Führung wurde verstärkt. Zudem wurden 300 Stellen gestrichen. Natürlich traf auch *RTL* die Finanzkrise. Allerdings hatte *RTL* den Kurswechsel schon vorher angestrengt, der Rest der Branche hatte deutlich mehr mit Verlusten und Umstrukturierungen zu kämpfen.²¹⁹

Trotzdem sorgte das Umdenken anfangs für Verwunderung: „Es gehört schon etwas dazu“, so ihre Referentin Maren Rolfes, „wenn man sagt ‚Wir können nicht einfach so weitermachen‘, ohne das Argument einer Wirtschaftskrise zu haben.“²²⁰ Finanzchef Ingbert Vöcker erklärt Schäferkordts harten, aber fairen Führungsstil folgendermaßen: „Sie schreckt vor Unpopulärem nicht zurück. Sie stellt hohe Anforderungen, an sich und das Management.“²²¹ Anke Schäferkordt lebt für das Fernsehen und gibt sich bescheiden bei ihrer Aufgabe im Konzern: „Fernsehen - und das ist wirklich schön und macht mir deswegen so viel Spaß - ist Teamarbeit. Den Programmerfolg würde ich nie für mich persönlich in Anspruch nehmen. Ich muss letztendlich nur alles zusammenhalten und ein wenig die Richtung weisen.“²²² Doch bemerkt sie an sich auch eine Stärke, die anderen schnell zu ungemütlich wird: „Ich bin sehr konsequent und auch sehr geradeaus [...] als Frau [haftet einem] dann schnell das Klischee der eisernen Lady an [...] - was ich schade finde“.²²³ Dabei ist es auch nicht ganz einfach, an der Spitze zu stehen: „Je höher man steigt in der Hierarchie, desto schwieriger ist es, eine Führungskultur zu bewahren, in der man Ihnen noch eine ehrliche Antwort gibt.“²²⁴ Für einen kurzen Moment überlegte sie auszusteigen: „Es gibt immer mal den Moment, in dem man denkt: Man müsste noch einmal etwas ganz anderes machen. Einfach, weil ich in dem, was ich tue, viel erreicht habe, und das Geschäft sehr gut kenne. Der Gedanke kommt - und dann vergeht er aber auch schnell wieder, denn Fernsehen ist schon meine Leidenschaft.“²²⁵

Anke Schäferkordt belegt Rang 5 auf der Liste der mächtigsten deutschen Frauen, herausgegeben von der WirtschaftsWoche im Jahre 2012.²²⁶ Sie ist verantwortlich für circa ein Drittel des Umsatzes der Bertelsmann AG sowie für 74 Prozent des Ge-

²¹⁹ Vgl. ebd.

²²⁰ Ebd.

²²¹ Ebd.

²²² Ebd.

²²³ Ebd.

²²⁴ Ebd.

²²⁵ Ebd.

²²⁶ Vgl. o. Verf. (2012): Top-Management.

<http://www.wiwo.de/politik/deutschland/top-management-die-maechtigsten-frauen-deutschlands/5997322.html>, Zugriff am 15.07.2012

winns.²²⁷ Ende Mai 2012 festigen sich die Gerüchte, dass Anke Schäferkordt Unterstützung bekommen soll. Ein Programmdirektor ist im Gespräch. Möglicherweise wird es Tom Sängler, der Unterhaltungschef und Leiter des Tagesprogrammes bei *RTL*. Er soll zur Entlastung Schäferkordts beitragen.²²⁸ Der Marktführer *RTL* versank in den letzten Monaten etwas im Quotentief. Am Montag klappte es mit „Rachs Restaurant-schule“ schlechter als im Vorjahr, dienstags brachten die Krimiserien keine Quoten, „Let’s Dance“ am Mittwoch war kaum mehr erfolgreich, Donnerstag lief die amerikanische Serie *Bones*, der es ebenso an Reichweite fehlt und freitags holte „DSDS Kids“ zuletzt eine Quote von etwas mehr als 12 Prozent. Insbesondere die EM im Sommer hat es *RTL* nicht leichter gemacht.²²⁹ Der Mai 2012 bescherte *RTL* nur 15,1 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe (14- bis 49-Jährige), ein äußerst schwacher Wert im Vergleich zu den letzten Jahren.²³⁰

²²⁷ Vgl. Simon (2012): Eine mächtige Frau.

<http://www.berliner-zeitung.de/medien/eine-maechtige-frau-anke-schaeferkordt-an-der-spitze-der-rtl-group,10809188,11596606.html>, Zugriff am 15.07.2012

²²⁸ Vgl. Weis (2012): *RTL-Spitze*.

<http://www.quotenmeter.de/cms/?p1=n&p2=56822&p3=>, Zugriff am 15.07.2012

²²⁹ Vgl. ebd.

²³⁰ Vgl. Krei (2012): *RTL denkt über Programmdirektor nach*.

http://www.dwdl.de/nachrichten/36032/spekulationen_unterstuetzung_fuer_schaeferkordt/, Zugriff am 15.07.2012

5 Beispiele für ein Umdenken

Die Beispiele für Frauen in ranghohen Positionen zeigen zumindest, dass Chefinnen keine Unmöglichkeit mehr sind. Drei weitere Ereignisse in dem aktuellen Kapitel bestätigen möglicherweise ein solches Umdenken. So gab es am Weltfrauentag im Jahre 2012 eine frauenfreie *Bild*-Redaktion. Die Männer waren gezwungen, den rasanten Redaktionsalltag alleine zu bewältigen.²³¹ Welche Herausforderungen das mit sich brachte, ist in diesem Kapitel nachzulesen. Außerdem gab Ernst & Young eine Studie zum Thema Frauen im Vorstand heraus. Sobald eine Frau das Team auf der obersten Etage bereicherte, verbesserte sich der Umsatz des Unternehmens. Zudem sind die sozialen Fähigkeiten des weiblichen Geschlechts im Team sehr gefragt. Nur kann sich Deutschland kaum mit dem Umsetzen dieser Erkenntnisse schmücken – nur 2 Prozent der Vorstandsmitglieder sind weiblich.²³² Mit diesem Ergebnis ist Deutschland Schlusslicht unter allen untersuchten Ländern. Das dritte Beispiel, welches ein Umdenken markieren könnte, findet sich im *Manager Magazin*. Die Überschrift mit Eyecatcher-Effekt, um die sich Diskussionen in der Branche nun drehen: „Im Verlagswesen stimmt die Quote.“²³³ Die Erkenntnisse sind im Medienumfeld umstritten und werden insbesondere von dem Verein ProQuote Medien stark angezweifelt.

5.1 Ein Tag ohne Frauen in der Bild-Redaktion

Am 8. März 2012 erschien die *Bild*-Ausgabe, ohne das nur eine einzige Frau an der Zeitung mitgewirkt hat. Die Männer waren an diesem Tag unter sich. Frauen in Leitungspositionen hatten frei, Layouterinnen, technische Spezialistinnen, Text- und Bildredakteurinnen und die Sekretärinnen. Insgesamt fehlten mehr als 300 Frauen bei *Bild* und *Bild.de*.²³⁴

Chefredakteur Kai Diekmann sagte vorab über das Experiment: „Es ist für die *Bild*-Redaktion vollkommen normal, dass Frauen und Männer gleichberechtigt zusammenarbeiten. Viel zu selten denken wir darüber nach, dass das auf unserer Welt – und selbst in unserem Land – keine Selbstverständlichkeit ist. Wir wollen die Redaktion mit

²³¹ Von Schönburg; Matzerath (2012): Richtig gelacht wurde nur beim Gruppenfoto.

<http://www.bild.de/news/inland/weltfrauentag/gruppenfoto-23059190.bild.html>, Zugriff am 15.07.2012

²³² Vgl. o. Verf. (2012): Mixed Leadership.

[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Mixed_Leadership/\\$FILE/Mixed%20Leadership%202012.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Mixed_Leadership/$FILE/Mixed%20Leadership%202012.pdf), S. 15, Zugriff am 15.07.2012

²³³ Vgl. Boldt (2012): Frauenwirtschaft.

²³⁴ Fröhlich (2012): BILD-Experiment am Weltfrauentag

http://www.axelspringer.de/presse/BILD-Experiment-am-Weltfrauentag-Die-Redaktion-versucht-einen-Tag-komplett-ohne-Frauen-auszukommen_2245034.html, Zugriff am 15.07.2012

diesem Experiment dafür sensibilisieren, dass Frauen und Männer gemeinsam kreativer und leistungsfähiger sind, folglich müssen sich die Männer an diesem Tag besonders anstrengen.“²³⁵ Ebenso pocht er auf die ständige Weiterentwicklung seiner Journalisten. Mit solchen besonderen Maßnahmen soll der Blick der Redakteure geschärft werden, „scheinbar Normales“ soll hinterfragt und es soll gelernt werden, die Welt aus unterschiedlichen Blickwinkeln wahrzunehmen. *Bild* und *Bild.de* haben die Ergebnisse des frauenfreien Tages in einem jeweiligen Live-Ticker verewigt, den sich sogar die an diesem Tag fehlenden *Bild*-Redakteurinnen verfolgten.²³⁶

Die stellvertretende Chefredakteurin von *Bild*, Marion Horn war im Vorfeld gespannt darauf, in welche Richtung sich *Bild* an diesem Tag entwickelt, „wenn von einem Tag auf den anderen die Kreativität und die Professionalität von Frauen fehlt. Oder anders ausgedrückt: wenn die weiblichen Profis fehlen; die, die mit Frauenaugen auf die Welt blicken.“²³⁷ Ebenso interessierte sie und andere *Bild*-Redakteurinnen, wie „kreativ 'unsere' Männer mit dieser Situation umgehen und wie viel Panik ausbricht, wenn ein wichtiger Teil der Belegschaft nicht da ist.“²³⁸

In der morgendlichen Konferenz um 10:30, bei der alle Ressortleiter zusammenkommen, war der Ton männlicher, das stellte auch der Autor Alexander von Schönburg fest: „typischer Dialog: ‚Vielleicht verzichten wir heut‘ mal auf Busen ...‘ – ‚... und bringen stattdessen Brüste!‘, Gelächter“.²³⁹ Kai Diekmann, Chefredakteur der *Bild*, sagte, es sei „viel zu ruhig“²⁴⁰, außerdem fehle die Lebendigkeit. Der kreative Part komme ebenfalls zu kurz, so ganz ohne Frauen, insbesondere, wenn es an das Aussuchen von Themen, Fotos und Überschriften geht. „Aber das gestehen wir uns natürlich nicht ein.“²⁴¹ Zunächst war geplant, eine richtige Männer-Ausgabe zu gestalten. Es sollte um Autos und „sexistische Witze“²⁴² gehen, der Hirnforscher, der 1970 der *Bild* die These „Frauen haben weniger im Kopf als Männer“ geliefert hatte, sollte besucht werden. „Bis uns (Männer sind spontan) einfiel, was für eine Absurdität es wäre, ausgerechnet am Weltfrauentag eine Macho-Zeitung zu machen.“²⁴³ Nun wird sogar dauerhaft auf

²³⁵ Ebd.

²³⁶ Vgl. ebd.

²³⁷ Ebd.

²³⁸ Ebd.

²³⁹ Von Schönburg; Matzerath (2012): Richtig gelacht wurde nur beim Gruppenfoto.

<http://www.bild.de/news/inland/weltfrauentag/gruppenfoto-23059190.bild.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁴⁰ O. Verf. (2012): Bild ohne Frauen.

<http://www.bild.de/video/clip/artikel-am-weltfrauentag/3-kai-diekmann-zum-bild-tag-ohne-frauen-23050238.bild.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁴¹ Ebd.

²⁴² Von Schönburg; Matzerath (2012): Richtig gelacht wurde nur beim Gruppenfoto.

<http://www.bild.de/news/inland/weltfrauentag/gruppenfoto-23059190.bild.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁴³ Ebd.

das „Seite-1-Girl“ verzichtet. So ordnete Chefredakteur Kai Diekmann die Kursänderung an. Es soll eine Ausgabe geschaffen werden, „die als Liebeserklärung an unsere Frauen zu verstehen sei.“²⁴⁴ Kommentar aus der Konferenz: Man wolle also eine „Frauerversteher-*Bild*“²⁴⁵ in Druck geben.

Das Fazit des Tages: Die Zeitung wird am Ende gedruckt. Aber: „[...] diese Erkenntnis wirkt nach – die Arbeit ist ohne Frauen um ein Vielfaches mühseliger, kopfloser, un kreativer. Unser Experiment hat uns vor Augen geführt, WIE SEHR wir die Frauen brauchen. Ohne FRAU Merkel wäre Europa längst bankrott, *Bild* wäre ohne Frauen – auf Dauer – unlesbar [...].“²⁴⁶

Die Chefredakteurin der *taz*, Ines Pohl, kommt zur Stippvisite in die *Bild*-Redaktion. „Das ist eine gute Aktion, ich denke mir, das würdigt auf eine Art schon, was Frauen täglich leisten.“²⁴⁷ Sie habe in der Redaktion auch herausgehört, dass es an der einen oder anderen Stelle schon hapert ohne die Frauen. Außerdem glaubt sie, dass bei einem längeren Experiment alle härter zu kämpfen hätten.²⁴⁸

Und was sagen die eigenen Frauen der *Bild*? Patricia Driese, *Bild*-Society-Expertin kritisiert den Frauenmangel: „Ich finde man merkt der *Bild* durchaus an, dass keine Frau da war. Ich finde, die Männer haben sich ganz wacker geschlagen, aber es ist keine Zeitung, die mich vom Hocker haut. Ich finde, es fehlt manchmal das Gefühl, es fehlt der Witz, die Selbstironie, all das, was ich uns Frauen besonders auf die Fahne schreib‘.“²⁴⁹

Brigitte Tomalik, *Bild.de*-Chefin vom Dienst hat dagegen nur Lob für die Männer übrig: „Ich fand das, was sie gemacht haben, war toll. Ich habe es auch nicht anders erwartet.“²⁵⁰ Trotz des freien Tages, blieb sie, wie viele andere Kolleginnen, beim Liveticker hängen „und fand den so gut, dass ich doch immer wieder reingeguckt habe.“²⁵¹

²⁴⁴ Ebd.

²⁴⁵ Ebd.

²⁴⁶ Ebd.

²⁴⁷ O. Verf. (2012): Bild heute ohne Frauen.

<http://www.bild.de/video/clip/weltfrauentag/ines-pohl-taz-zu-besuch-weltfrauentag-23055954.bild.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁴⁸ Vgl. ebd.

²⁴⁹ O. Verf. (2012): Experiment beendet.

<http://www.bild.de/video/clip/weltfrauentag/was-sagen-die-bildkolleginnen-zur-maennerbild-23071880.bild.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁵⁰ Ebd.

²⁵¹ Ebd.

Horizont.net lobte die Männerausgabe der *Bild* als eine gute PR-Idee, allerdings sei „[...] Springers unweiblich produzierte ‚Bild‘-Ausgabe [...] nur ein netter Farbtupfer in der ansonsten so verbissen geführten Diskussion um Frauenquoten auch in der Medienbranche.“²⁵²

Uli Schüler, Leiter des Ressorts Unterhaltung, stellt nach dem Experiment gelöst fest: „Wir haben schon mittags Bier getrunken. Schon vor ein Uhr. Wir haben die Pizza am Schreibtisch gegessen. Wir haben nicht EIN Wort über Heidi Klum verloren. Klingt herrlich, oder? Drei Männer und ein Show-Ressort. Das ist nicht cool. Das ist trist. Der große Blacky Fuchsberger hat recht: Ohne Frauen sind wir nichts! Um sie geht es im Leben. Um nichts anderes. Und ohne Show-Reporterinnen gibt es keinen Klatsch!“²⁵³

5.2 Eine Studie über die Notwendigkeit von Frauen im Vorstand

Laut einer Studie des Unternehmens Ernst & Young, welches in den Bereichen Wirtschaftsprüfung sowie Unternehmens- und Managementberatung tätig ist, tun sich Unternehmen mit Frauen an der Spitze einen großen Gefallen. Diese Unternehmen sollen dem Ergebnis der Studie nach wirtschaftlich erfolgreicher sein. Die Untersuchung nimmt sich die 300 größten börsennotierten Unternehmen Europas als Forschungsgegenstand vor. Ernst & Young kam zu dem Ergebnis, dass wichtige Indikatoren wie Umsatz, Gewinn, Mitarbeiterzahl und Börsenwert positiver ausfielen, wenn es wenigstens eine Frau in der Führungsetage gab. Verglichen wurden hier die Jahre 2005 und 2010. Gravierend war der Erfolg insbesondere bei den beiden Kennzahlen Umsatz und Gewinn. Kam selbst bis 2010 noch eine Frau in den Vorstand, war dies sofort positiv am Gewinn der Unternehmen sichtbar.²⁵⁴ Alle Kennzahlen kippten ins Negative, wenn an der Unternehmensspitze nur Männer saßen. Weder Beschäftigung, noch Umsatz, Gewinn oder Börsenwert erreichten dann auch nur annähernd den Durchschnitt.²⁵⁵

²⁵² Paperlein; Pimpl (2012): Streitschrift zum Weltfrauentag.

<http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/printall.php?id=106255>, Zugriff am 15.07.2012

²⁵³ Von Schönburg; Matzerath (2012): Richtig gelacht wurde nur beim Gruppenfoto.

<http://www.bild.de/news/inland/weltfrauentag/gruppenfoto-23059190.bild.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁵⁴ Vgl. o. Verf. (2012): Mixed Leadership.

[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Mixed_Leadership/\\$FILE/Mixed%20Leadership%202012.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Mixed_Leadership/$FILE/Mixed%20Leadership%202012.pdf), S. 22, Zugriff am 15.07.2012

²⁵⁵ Vgl. fro; DPA (2012): Studie von Ernst & Young.

<http://www.stern.de/wirtschaft/job/studie-von-ernstyoung-frauen-machen-firmen-erfolgreicher-1775302.html>, Zugriff am 15.07.2012

In einem Anfang des Jahres erschienenen *Zeit*-Artikel mit der Überschrift „Frauen im Vorstand versprechen Erfolg“ heißt es jedoch: „Allerdings hat die Studie methodisch gesehen das Problem mit der Henne und dem Ei. Fakt ist: Dort wo Frauen in den obersten Etagen sitzen, läuft es einfach besser. Ungeklärt bleibt aber, wie groß der Anteil der weiblichen Kompetenz an diesem Phänomen ist. Sorgen die Frauen für einen wirtschaftlichen Schub? Oder ist es vielmehr so, dass in wirtschaftlich ohnehin erfolgreichen Unternehmen ein moderneres Klima herrscht, das Personalentscheidungen auch an der Managementspitze nicht vom Geschlecht abhängig macht?“²⁵⁶

Die Personalchefin bei Ernst & Young, Ana-Cristina Grohnert betont, dass Frauen erst durch ein Umdenken in den Firmen an die Spitze kommen. Unternehmen, die nun Frauen in die Führungsetage holen, hätten früh begonnen, die Hindernisse zu erkennen, die das Vorankommen der Frauen verhinderten. Es sei allgemein bekannt, dass eine „modern[e], aufgeschlossen[e], flexibel[e], zukunftsorientiert[e], nachhaltig[e] und verantwortungsbewusst[e] Aufstellung eines Unternehmens einen höheren Gewinn begünstigt. Frauen an der Spitze seien nur ein Indiz des erfolgreichen Wandels“, so Grohnert.²⁵⁷ Wichtig sei der Geschlechtermix, Monokulturen hätten im 21. Jahrhundert nichts mehr zu suchen. So hofft Grohnert auch auf ein Umdenken in den Führungsetagen der Wirtschaft.²⁵⁸

Dennoch belegen Studien – Frauen beeinflussen ein Team positiv. US-Wissenschaftler präsentierten im Jahre 2011 das Ergebnis ihrer Studie, wonach Fortschritt und Intelligenzquotient in einer Gruppe nicht so nah beieinander liegen wie ursprünglich gedacht. Je mehr Frauen im Team, so die Forscher, desto erfolgreicher das Team. Wie so oft lässt sich das Ergebnis durch die soziale Ader der Frauen erklären, diese wirke sich positiv auf ein Voranschreiten der Gruppe aus.²⁵⁹

Am besten schneiden in der Studie irische Unternehmen ab. 28 Prozent der Vorstandsposten sind weiblich besetzt. 83 Prozent der untersuchten Firmen hatten mindestens eine Frau im Vorstand. In Finnland sind es 75 und in Schweden 71 Prozent. In Deutschland findet sich an gleicher Stelle bei nur acht Prozent der Unternehmen mindestens ein weibliches Vorstandsmitglied.²⁶⁰ Die Deutsche Telekom und Daimler gehö-

²⁵⁶ O. Verf. (2012): Frauen im Vorstand versprechen Erfolg.

<http://www.zeit.de/karriere/2012-01/frauen-wirtschaft-erfolg>, Zugriff am 15.07.2012

²⁵⁷ Ebd.

²⁵⁸ Vgl. ebd.

²⁵⁹ Vgl. ebd.

²⁶⁰ Vgl. o. Verf. (2012): Mixed Leadership.

[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Mixed_Leadership/\\$FILE/Mixed%20Leadership%202012.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Mixed_Leadership/$FILE/Mixed%20Leadership%202012.pdf), S. 14, Zugriff am 15.07.2012

ren zu den wenigen Firmen, die jeweils eine Frau auf Vorstandsebene haben.²⁶¹ In deutschen Aufsichtsräten gibt es laut DIW (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung) immerhin einen Frauenanteil von 12 Prozent. Jedoch kommen die weiblichen Aufsichtsratsmitglieder meist von der Arbeitnehmer- und nicht von der Kapitaleseite.²⁶² Diese Untersuchungen sind vergleichbar mit denen des FidAR-Vereins.

5.3 Stimmt die Quote im Verlagswesen bereits?

In der Ausgabe 7/2012 des *Manager Magazins* wird ein äußerst positives Bild von der Printbranche gezeigt - entgegen aller Zahlen, die Studien oder auch die ProQuote-Aktion an die Oberfläche befördert haben.²⁶³ In dem Artikel heißt es sogar, dass nun alle großen Verlagshäuser von einer Frau geführt werden. Namentlich vier der sechs Großverlagshäuser - mit Liz Mohn, Friede Springer, Yvonne Bauer und Petra Grotkamp an den Unternehmensspitzen. Die Rede ist sogar von feministischen Gruppierungen. Genannt werden in diesem Zusammenhang auch die frühere Chefin des S. Fischer Verlags und Mitgesellschafterin der Verlagsgruppe Holtzbrinck Monika Schoeller sowie Maria Furtwängler, Ehefrau des bekannten Verlegers Hubert Burda. Das Besondere – gerade die Verlagsriege galt als Männerdomäne und wurde vorrangig von mächtigen Männern geprägt, so z.B. von Reinhard Mohn, Axel Springer, Rudolf Augstein und Franz Burda. Aber wieso behaupten sich nun gerade Frauen in dem Bereich? Yvonne Bauer versucht sich an einer Erklärung: „Medien sind sehr emotionale Produkte [...] vielleicht ist dies der Grund, warum es gerade in diesem Bereich so viele starke Frauen gibt.“²⁶⁴ Yvonne Bauer ist eine von drei Töchtern, die in Leitungspositionen im Bauer-Verlag arbeiten. Ihnen diente die eigene Mutter Gudrun Bauer als Vorbild, diese war ebenfalls ausgesprochen aktiv im Verlagsgeschäft von Alfred Bauer und kommt auch heute noch gern zu Besuch.²⁶⁵ Alfred Bauer hatte ausschließlich weibliche Nachfahren, denen dann auch der Weg in die Chefetage offen stand. So fordert Yvonne Bauer heute als Ururenkelin und Generalbevollmächtigte nicht nur mehr Kita-Plätze, sondern auch „mehr Toleranz gegenüber anderen Lebensentwürfen.“²⁶⁶ Frauen gelten entweder als Rabenmütter oder sie sind Heimchen am Herd. Yvonne Bauer fordert

²⁶¹ Vgl. fro; DPA (2012): Studie von Ernst & Young.

<http://www.stern.de/wirtschaft/job/studie-von-ernstyoung-frauen-machen-firmen-erfolgreicher-1775302.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁶² Vgl. Meinert (2012): Mit Managerinnen deutlich erfolgreicher.

<http://m.ftd.de/artikel/60157515.xml?v=2.0>, Zugriff am 15.07.2012

²⁶³ Vgl. Boldt (2012): Frauenwirtschaft. S. 28

²⁶⁴ Ebd., S. 28

²⁶⁵ Vgl. ebd., S. 30

²⁶⁶ Ebd., S. 31

zum gegenseitigen Unterstützen auf, insbesondere unter den Frauen. Zur Bauer Media Group gehören 396 Zeitschriften in 15 Ländern.²⁶⁷

Liz Mohn schließt sich in punkto starke Frauen in der Medienbranche der Meinung von Yvonne Bauer an. Ihrer Meinung nach komme es im Medienbereich auf Intuition, Kreativität und Menschenkenntnis an, all diese Eigenschaften vereinen Frauen am besten. Liz Mohn sagt zur Quotendebatte: „Wenn wir alles dafür tun, um Frauen Führungsverantwortung zu ermöglichen, dann brauchen wir dafür auch keine starren Quotenvorgaben.“²⁶⁸ An Bertelsmann besitzt Mohn mit ihren Kindern 11,4 Prozent des Firmenkapitals. Zum Konzern gehört *RTL*, der Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr, die englischsprachige Verlagsgruppe Random House mit Sitz in Berlin, London und New York City sowie Dienstleister Arvato. Bertelsmann berief mit Anke Schäferkordt Anfang 2012 die erste Frau in den Vorstand. Liz Mohn spricht sich selbst für gemischte Teams aus.²⁶⁹

Auch Elfriede Springer hat sich ihren Stand hart erarbeitet. Das einst vom ihrem Mann Axel Springer geführte Unternehmen hat die Unternehmerwitwe so gut wie übernommen, sie wacht über die Gesellschaft für Publizistik, die über 51,5 Prozent am Springer-Kapital verfügt und die sie zu 90 Prozent ihr Eigen nennt. Außerdem ist sie zu 7 Prozent persönlich am Unternehmen beteiligt. Der Axel-Springer-Biograf Michael Jürgs sagt, sie habe die Männerriege gebrochen. „Ja, den [Männerbund] hat sie erledigt: phffff! Dass ein solcher vom Mann geprägter Verlag von einer Frau in die neue Zeit geführt wurde [...], das hätte Axel Springer gut gefunden.“²⁷⁰ Friede Springer selbst sagt: „Mir gehört das Unternehmen nicht, ich habe es nur von Axel Springer geliehen. [...] Ich bin nur Gast hier.“²⁷¹ Der Axel-Springer-Verlag ist der größte auf dem europäischen Markt und auch im digitalen Bereich äußerst stark aufgestellt. Der Jahresumsatz beträgt 3,2 Milliarden Euro. Petra Grotkamp als vierte Führungspersonlichkeit im Bunde erhöhte mit 68 Jahren ihren Anteil an der Firma ihres Vaters Jakob Funke auf 66,7 Prozent. Auch, wenn andere sich vom Zeitungsgeschäft abwenden, Grotkamp fühlte sich dem Erbe ihres Vaters gegenüber verpflichtet und nahm die Herausforderung an. Die WAZ-Verlagsgruppe wurde 1948 von Funke und Brost gegründet und ist heute einer der größten Regionalzeitungsverlage in Europa. Nun waren die Brost-Enkel endlich verhandlungsbereit und Grotkamp nutzte die Chance prompt – waren doch beide Familien seit je her zerstritten und Einigungen äußerst schwierig zu erzielen. In Sitzungen äußert sich Grotkamp wenig. Die Verlagsgeschäfte übernehmen Christian Nienhaus und Manfred Braun. Dennoch gilt sie als lebensschlau und sieht sich als Gralshüterin des eigenen Vaters. Die WAZ-Gruppe, zu der u.a. auch die *Westdeutsche*

²⁶⁷ Vgl. ebd.

²⁶⁸ Vgl. ebd., S. 34

²⁶⁹ Vgl. ebd.

²⁷⁰ Ebd., S. 32

²⁷¹ Ebd.

Allgemeine Zeitung, kurz *WAZ*, gehört, hat sich auf dem Markt der größten europäischen Regionalzeitungsverlage einen Namen gemacht. Das Essener Unternehmen hat einen Jahresumsatz von einer Milliarde Euro.²⁷²

Das *Manager Magazin* ließ in der Riege der einflussreichen Frauen im Verlagsgeschäft ebenso Maria Furtwängler zu Wort kommen. In einem nachfolgenden Interview äußert sich die Schauspielerin und Gattin von Hubert Burda positiv zur Verbindung Internet und Frauen. Sie ist davon überzeugt, „dass das Internet weiblich ist.“²⁷³ Ihrer Meinung nach werden die sozialen Medien mehr von Frauen genutzt und „sie sind für den größten Teil des E-Commerce verantwortlich.“²⁷⁴ Deswegen sollte mehr Frauen der Zugang zur Chefetage ermöglicht werden, da sie die Zielgruppe besser kennen. Auch, dass Frauen generell eher das Risiko scheuen, ist hier kein Hindernis. Mit wenig Geld lasse sich im Internet bereits eine gute Idee verwirklichen. Außerdem ist diese Arbeitsweise flexibler und offener und eignet sich auch für Frauen mit Kindern.²⁷⁵

Nach diesem Exkurs in die deutsche Verlagslandschaft, meldet sich eilig die ProQuote-Initiative zu Wort. Hier ist man enttäuscht von der reißerischen Überschrift des *Manager Magazins*, die ihr Versprechen nicht halten kann. „Man reduziere das komplette deutsche Verlagswesen (an die 7000 Unternehmen) auf die sechs größten Medienkonzerne. Dann betrachte man bei diesen sechs (mit weit über 150.000 Mitarbeitern) nur deren Eigentümer. Schließlich lasse man alle unter den Tisch fallen, die nicht Mehrheitseigner sind. Einmal schütteln und siehe da: In vier der sechs größten Verlage halten heute Frauen die Fäden in der Hand.“²⁷⁶ Zudem wird bemängelt, dass keine numerischen Belege für die These auftauchen. ProQuote kontert mit öffentlichen Zahlen, nach denen im Bertelsmann-Vorstand nur ein Frauenanteil von 17 Prozent vorherrscht, in der Axel Springer AG sind es 0 Prozent, ebenso an der Spitze der *WAZ*-Gruppe. Der letzte Hieb erfolgt in Richtung der Redaktion des *Manager Magazins*: „Wie viele Frauen sitzen in Verlagsleitung, Geschäftsführung, Chefredaktion? Richtig: keine.“²⁷⁷

Der Artikel im *Manager Magazin* scheint im Internet große Wellen zu schlagen. Ende Juni 2012 reagierte das Nachrichtenportal für Journalisten, *newsroom.de*, auf die ProQuote-Stellungnahme und auf den Artikel des *Manager Magazins*. Der Chefredakteur Bülend Ürük von *newsroom.de* ist der Meinung, dass guter Journalismus von den Kol-

²⁷² Vgl. ebd., S. 28

²⁷³ Ebd., S. 38

²⁷⁴ Ebd.

²⁷⁵ Vgl. ebd., S. 38

²⁷⁶ O. Verf. (2012): ProQuote wundert sich über die „Verlagsquote“ des *Manager Magazins*.

<http://www.pro-quote.de/proquote-wundert-sich-uber-die-verlagswesen-quote-des-manager-magazin/>, Zugriff am 15.07.2012

²⁷⁷ Ebd.

legen und insbesondere Kolleginnen der ProQuote-Initiative offenbar nicht erkannt wird: „Manche Journalisten fragen sich bereits, welche Bedeutung eigentlich ein Verein für Medienmacher beanspruchen kann, der guten Journalismus vor der eigenen Nase nicht erkennt.“²⁷⁸

Gegenüber *newsroom.de* äußert sich dann auch der Autor, Klaus Boldt, ziemlich ungezügelt zu seinem kontroversen Artikel: „Von den sechs größten Verlagshäusern in Deutschland stehen mindestens vier unter der Kontrolle von Frauen. Laut einer VDZ-Umfrage stellen Frauen die Mehrheit der Beschäftigten in den Verlagen und sie besetzen knapp die Hälfte aller Führungsjobs. Ist das gut für die Verlage? Keine Ahnung. Brauchen wir noch mehr Frauen? Warum nicht - der Ruf nach mehr Frauen erschallt ja, seit es Männer gibt.“²⁷⁹

²⁷⁸ Bülend (2012): Wegen Titelstory.

http://www.newsroom.de/news/detail/730469/wegen_titelstory_pro-quote-frauen_reiten_attacke_gegen_manager_magazin, Zugriff am 15.07.2012

²⁷⁹ Ebd.

6 Offizielle Förderung und Initiativen

Frauen sind bei all den Aussichten doch sehr auf sich allein gestellt. Dennoch gibt es Möglichkeiten, es gibt Netzwerke und Initiativen, denen sich angeschlossen werden kann. So erhöht sich die Chance, gut verankert in der Medienwelt zu sein und nicht als Einzelkämpferin agieren zu müssen. Dazu untersuchte Schwenk in der 2006 veröffentlichten Studie, die Einstellung von Frauen zum Thema Frauenförderung. Da sich viele Frauen im Journalismus benachteiligt fühlen, befürwortet der Großteil Frauenfördermaßnahmen. Rund die Hälfte bestätigt, dass es im eigenen Unternehmen, Frauenförderpläne gäbe. Insbesondere bei öffentlich-rechtlichen Sendern sind diese zu finden. Allein sieben Prozent und 21 Prozent der Männer sind gegen die Fördermaßnahmen. Dennoch bleibt ein Großteil der Männer hier unentschlossen. Bei den Frauen sind es nur 33 Prozent. Die Hoffnungen liegen vor allen Dingen in den Bereichen Vereinbarkeit Beruf und Familie sowie im Aufheben der stark männlich geprägten Netzwerke innerhalb der oberen Hierarchien in den Unternehmen. Letzteres versperrt Frauen weiterhin die Aussicht auf höhere Positionen. Immerhin 37 Prozent geben in Schwenks Studie an, Fördermaßnahmen im eigenen Unternehmen zu kennen. Die Chancengleichheit ist ein wichtiger Schlüssel zur Etablierung der Fördermaßnahmen.²⁸⁰ Die öffentlich-rechtlichen Anstalten sind nach wie vor Spitzenreiter. Seit den 80er Jahren gibt es hier Gleichstellungsbeauftragte und Gleichstellungsprogramme. Der Frauenanteil beläuft sich auf stolze 50 Prozent.²⁸¹ Private Rundfunkanstalten lassen schwer erkennen, wie die Zahlen hier aussehen. Auch bei den Zeitungen sieht es weiter mangelhaft aus. Nur die *taz* hat durch eine Frauenbewegung die 50-50 Quote eingeführt.²⁸² Tina Groll fasst jedoch in ihrem Werk „Beruf Journalistin: Von kalkulierten Karrieren und behinderten Berufsverläufen“ anhand von Beobachtungen durch Schulz zusammen: [...] die Top-Positionen besetzen sie [die Frauen] nicht. Quotierung stellt meist nur einen Zwischenschritt dar. Der Frauenanteil wird erhöht – es tritt ein ‚Gewöhnungseffekt‘ ein. Frauen sind nicht mehr undenkbar - aber das bedeutet nicht, dass sie durch das Vorhandensein einer Quote auch den Aufstieg schaffen.“²⁸³ So stellt auch Fröhlich schon 1995 fest, dass die Förderung der Frau eine logische Schlussfolgerung ist, aber die Frauen immer noch nicht auf Chefpositionen gehoben hat. Oft überholen die Männer sie dann doch. „Eine Untersuchung bei 25 europäischen Rundfunkanstalten hat 1989 ergeben,

²⁸⁰ Vgl. Schwenk: Berufsfeld Journalismus. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 71

²⁸¹ Vgl. Hoffmann: angekommen? In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 72

²⁸² Vgl. Schwenk: Berufsfeld Journalismus. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 72

²⁸³ Schulz: Journalistinnen im Schulterchluss? In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 72

dass die Wahrscheinlichkeit für Männer, direkt auf eine Führungsposition berufen zu werden fünfzehnmal größer ist als bei Frauen.“²⁸⁴

6.1 Der Verein ProQuote Medien

ProQuote ergreift das Wort für Journalistinnen. Anhand der Zahlen aus den Statistiken ist deutlich zu erkennen, dass es Handlungsbedarf auf der Chefetage gibt. Dafür setzt sich ProQuote ein. Alle hier versammelten Journalistinnen sind für eine Quote in den Chefredaktionen – dazu zählen Tageszeitungen, Wochen- und Monatszeitschriften, Online-Redaktionen, Hörfunk und Fernsehen. Am Sonntag, den 26. Februar diesen Jahres wurde den Chefredakteuren, Verlegern und Intendanten des Landes ein Brief zugeschickt, auf dem namentlich alle Unterstützerinnen unterzeichneten. Zitiert wird in dem Brief unter anderem der Chefredakteur des *Handelsblattes*, Gabor Steingart. Weibliche Mitarbeiter seien „nicht das Problem, sondern die Lösung“.²⁸⁵ Er kündigte eine Frauenquote für die Führungsetage in der eigenen Redaktion an. Er folge damit nicht nur der „Gerechtigkeit“, sondern auch der „ökonomischen Vernunft“.²⁸⁶ ProQuote erinnert an die zwei Prozent Frauen in der Chefetage „der rund 360 deutschen Tages- und Wochenzeitungen.“²⁸⁷ Von 12 Intendanten gibt es in Deutschland beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk nur drei weibliche. „Und auch in den Redaktionen der Nachrichtomagazine stehen fast ausschließlich Männer an der Spitze.“²⁸⁸ ProQuote fordert deswegen eine Veränderung auf allen Hierarchieebenen. Das Ziel: „mindestens 30 Prozent der Führungspositionen in den Redaktionen [sollen in den nächsten] fünf Jahren“²⁸⁹ mit Frauen besetzt werden. Antworten der angeschriebenen Kandidaten wurden auf der Website *www.pro-quote.de* veröffentlicht.²⁹⁰ Nicht nur in Deutschland gab es viel Medienecho, auch im Ausland nahm man die Aktion sehr wohl zur Kenntnis, so erschien u.a. im *The Guardian* ein Artikel über die Initiative.²⁹¹

ProQuote veröffentlichte u.a. das Antwortschreiben der Intendantin des *Westdeutschen Rundfunks*, Monika Piel, auf der Homepage der Initiative. Hier spricht Piel davon, lange

²⁸⁴ Fröhlich; Holtz-Bacha: Frauen und Medien. In: Groll: Beruf Journalistin. 2008, S. 72

²⁸⁵ O. Verf. (2012): Was wir wollen.

<http://www.pro-quote.de/was-wir-wollen/>, Zugriff am 15.07.2012

²⁸⁶ Ebd.

²⁸⁷ Ebd.

²⁸⁸ Ebd.

²⁸⁹ Ebd.

²⁹⁰ Vgl. o. Verf. (2012): Redaktionen: Chefredakteure.

<http://www.pro-quote.de/reaktionen/>, Zugriff am 15.07.2012

²⁹¹ Vgl. Pidd (2012): Germany's top female journalists call for women quotas in media.

<http://www.guardian.co.uk/world/2012/feb/27/germany-journalists-media-women-quota>, Zugriff am 15.07.2012

gegen eine gesetzliche Quote gewesen zu sein, sie spreche sich nun für eine flexible Quote, abhängig von der Branche, aus. Ihrer Meinung nach geht es mit der „Gleichstellung von Frau und Mann viel zu langsam voran.“²⁹² Für Monika Piel zählt laut Antwortschreiben die Qualifikation, nicht das Geschlecht. Allerdings sagt sie, dass sie sich vorstellen könne, mehr als die 30 Prozent der geforderten Quote umzusetzen, es gebe „jede Menge bestens qualifizierte Frauen“.²⁹³ Danach erläutert sie wie ihr eigenes Unternehmen, der *WDR*, die Forderungen einer Quote zufriedenstellend erfüllt. Der Anteil von Frauen an den redaktionellen Führungskräften (außertariflich und oberste Vergütungsgruppe) beträgt 36,6 Prozent. Im gesamten *WDR*, auch unter Einbeziehung der technischen Direktion, sind 31,1 Prozent der Top-Positionen mit Frauen besetzt, in der Geschäftsleitung ist mit drei Frauen und drei Männern sogar Geschlechterparität gegeben. Außerdem weist sie auf die hohe Anzahl der mit weiblichen Mitarbeitern besetzten Stellen hin, z.B. bei den Auslandskorrespondenten, bei den Volontären, bei den Direktorenpositionen, Chefredakteuren und Stellvertretern und bei der Leitung von Studios innerhalb des *WDR*. So lautet ihr Schlussplädoyer: „Zusammenfassend kann ich Ihre Frage ‚Schaffen Sie das[s]?’ also ohne weiteres mit ‚Ja‘ beantworten!“²⁹⁴ Der *WDR* bemüht sich laut Monika Piel weiter um Errungenschaften auf dem Gebiet und spricht sich für noch mehr Frauen in Führungspositionen aus.²⁹⁵

Interessanterweise zeigen die Antwortschreiben auch, wo die sonstigen Probleme zu finden sind, auf die man scheinbar bei der Erfüllung einer Quote treffen würde. So schreibt die Chefredakteurin von *Börse Online*, Stefanie Burgmaier, dass sie sehr gerne auf Frauen in den Führungspositionen zurückgreifen würde, allerdings sähe es im Sektor Finanzjournalismus etwas schwierig aus in Sachen Frauenrekrutierung. Von rund 50 Finanzjournalisten sind gerade mal 25 Prozent weiblich. „Damit sind Frauen hier im Vergleich zu anderen Journalismuszweigen immer noch unterrepräsentiert.“²⁹⁶

Von 250 angeschriebenen Chefredakteuren, Verlegern, Herausgeber und Intendanten antworteten übrigens nur 28 auf den Brief des Vereins.²⁹⁷ Ganz aktuell mischte ProQuote die Jury des Henry-Nannen-Preises zum Thema Geschlechterdiskussion auf. Vorrangiges Problem war laut ProQuote, dass sich „zu einem überwiegenden Teil

²⁹² Piel (2012): Monika Piel, *WDR*, Intendantin.

<http://www.pro-quote.de/?s=monika+piel>, Zugriff am 15.07.2012

²⁹³ Ebd.

²⁹⁴ Ebd.

²⁹⁵ Vgl. ebd.

²⁹⁶ Burgmaier (2012): Stefanie Burgmaier, Chefredakteurin, *Börse Online*.

<http://www.pro-quote.de/?s=b%C3%B6rse+online>, Zugriff am 15.07.2012

²⁹⁷ Vgl. Schütte (2012): „Die Männer ganz oben nicht allein lassen!“

<http://www.bremen.de/die-maenner-ganz-oben-nicht-allein-lassen-26249201>, Zugriff am 15.07.2012

männliche Kollegen gegenseitig auszeichneten.“²⁹⁸ Sogleich veröffentlichte die Initiative eine „Auflistung der Geschlechterverhältnisse in Vorjury, Jury, Nominierten und Preisträgern.“²⁹⁹ Aus dieser wurde dann deutlich, dass mehr als 70 Prozent der Veranstaltung von Männern getragen wird. Unter die Nominierten kamen immerhin vier Journalistinnen, von insgesamt 28. Bei den Gewinnern setzen sich dann zu 100 Prozent die Männer durch. ProQuote kritisierte daraufhin: „Überraschend auch, wie klar aus der Jury-Entscheidung hervorging: Qualität ist männlich.“³⁰⁰ ProQuote fordert eine 50 zu 50 Verteilung bei der Jury, die über einen der wichtigsten Preise in der Branche entscheidet. Sie versah die Veranstaltung ironisch mit dem Titel „Männer sind die Besten“.³⁰¹

Ines Pohl, Chefredakteurin der *taz*, lobt in einem Brief an die Unterstützer der Initiative, dass beispielsweise Giovanni di Lorenzo, Chefredakteur der *Zeit*, sich mit einem Beitrag auf der Seite 1 seiner Zeitung verbindlich dazu äußert, Frauen zu fördern. „Die Macher des *Spiegel*“ seien da „verhaltener“, trotzdem ist man bereit sich „an einen Tisch zu setzen, [und zu diskutieren] wie dieser sehr deutsche Missstand behoben werden kann.“³⁰² Ganz aus der Reihe tanzt aber der große Rest bei der Ehrlichkeit in punkto Frauenförderung in den eigenen Führungsetagen. Diese „rechnen sich indes ihre Wirklichkeit schön. Viele behaupten, die Quote sei in ihren Häusern erfüllt. Unterzieht man ihre Stellungnahmen allerdings einem sorgfältigen Faktencheck, kommt man auf die entlarvendsten Rechenricks, da werden Chefsekretärinnen mal schnell zur Führungskräften in den Redaktionen erhoben, um in der Öffentlichkeit gut dazustehen“, so Pohl.³⁰³

Ein Autor auf *www.carta.info*, ein Blog, der von *Zeit Online* betrieben wird, hat eine Erklärung für die schweigenden Chefredakteure parat und zeigt sich von diesen wenig überrascht: „Sprechen sie sich für die Quote aus, müssen sie für deren Erfüllung tatsächlich sorgen, sprechen sie sich gegen die Quote aus, gelten sie als reaktionär (oder bilden sich das wenigstens ein), versuchen sie aber, der Forderung mit besonderer Witzigkeit auszuweichen, könnte das auch nach hinten los gehen. Also schweigen sie.“³⁰⁴

²⁹⁸ Lobo (2012): „Vermännlichung“ der Medien.

<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/initiative-proquote-ruegt-henri-nannen-preis-a-832937.html>, Zugriff am 15.07.2012

²⁹⁹ Ebd.

³⁰⁰ Ebd.

³⁰¹ Ebd.

³⁰² Ebd.

³⁰³ Pohl (2012): *taz*-Chefredakteurin Ines Pohl.

<http://www.pro-quote.de/?s=ines+pohl>, Zugriff am 15.07.2012

³⁰⁴ O. Verf. (2012): Das Schweigen der Männer.

<http://carta.info/42516/das-schweigen-der-manner/>, Zugriff am 15.07.2012

Auch Bundearbeitsministerin Ursula von der Leyen unterstützt die Initiative.³⁰⁵ Andere prominente Unterstützerinnen sind, neben vielen anderen aus der Medienbranche, u.a. Anne Will, Alice Schwarzer, Luzia Braun, Birgit Schrowange und Sandra Maischberger. Männliche Stimmen finden sich genauso unter den Befürwortern, u.a. sagt der Moderator Ranga Yogeshwar: „Die Frauenquote ist ein trauriger Beleg unserer Unfairness. In einer aufgeklärten Gesellschaft sollte unser Handeln sie längst überflüssig gemacht machen!“³⁰⁶ Ebenso findet sich der Korrespondent für Politik und Gesellschaft aus der Welt-Gruppe, Alan Posener, unter den Unterstützern der Initiative: „Ich kann es nicht besser sagen als meine Heldin Margaret Thatcher: ‚If you want something said, ask a man. If you want something done, ask a woman.‘ Da wir in den Medien vor beispiellosen Herausforderungen stehen, brauchen wir sehr schnell mehr Leute, die etwas tun. Also mehr Frauen.“³⁰⁷ Henning Hönicke, Redakteur bei *Brigitte.de* verbildlicht die Thematik. Er bemerkt, dass „Journalismus [...] in Deutschland immer noch zu sehr wie eine Familie [ist], wo am Tisch der Vater die Gesprächsthemen vorgibt, die Söhne die Ideen begeistert weiterspinnen, Mutter und Töchter resigniert die Augen verdrehen und alle paar Tage jemand fragt, wieso eigentlich nur noch so selten Besuch vorbeikommt.“³⁰⁸ Es ist eine Revolution, die von oben anfängt. So hält es auch Wolfgang Höbel, Autor beim frauentechnisch deutlich unterbesetzten *Spiegel*, fest.³⁰⁹

6.2 Der Journalistinnenbund

Der Journalistinnenbund wurde 1987 gegründet. Heute besteht der Verein aus fast 500 Mitgliedern. Der Bund fungiert als deutschlandweites, mehrere Generation vereinendes und berufsspezifisches Netzwerk. Der Verein richtet sich vorrangig an Frauen, die im Berufsfeld Journalismus tätig sind. Den größten Mitgliederanteil bilden freiberuflich tätige Journalistinnen, die mit den schwierigen Rahmenbedingungen der Branche zu kämpfen haben. Mitglieder helfen sich hier gegenseitig, ob durch Erfahrung, intraspezifische Kommunikation oder das Zusammengehörigkeitsgefühl. Der Verein fördert das Vorankommen der Frauen in der Branche sowie eine gleichberechtigte Verteilung aller Positionen zwischen den Geschlechtern und unterstützt zum Beispiel offen die Initiative ProQuote. Der Verein ist in zehn Regionalgruppen organisiert, die sich regelmäßig zu

³⁰⁵ Vgl. o. Verf. (2012): Die Unterzeichnerinnen.

<http://www.pro-quote.de/unterzeichnerinnen/>, Zugriff am 15.07.2012

³⁰⁶ Yogeshwar (2012): Ranga Yogeshwar.

<http://www.pro-quote.de/unterzeichnerinnen/ranga-yogeshwar/>, Zugriff am 15.07.2012

³⁰⁷ Posener (2012): Alan Posener.

<http://www.pro-quote.de/unterzeichnerinnen/alan-posener/>, Zugriff am 15.07.2012

³⁰⁸ Hönicke (2012): Henning Hönicke.

<http://www.pro-quote.de/unterzeichnerinnen/henning-honicke/>, Zugriff am 15.07.2012

³⁰⁹ Höbel (2012): Wolfgang Höbel.

<http://www.pro-quote.de/unterzeichnerinnen/wolfgang-hobel/>, Zugriff am 15.07.2012

Fachvorträgen, zum „Netzwerken“ oder zu Diskussionen treffen. Auch der Journalistinnenbund sieht die steigende Anzahl der „Medienmacherinnen“ als positives Zeichen, trotzdem müsse noch einiges in die richtige Richtung geschoben werden. So sollen in den täglichen Nachrichten die Geschlechter gleich verteilt werden, Zudem beobachtet der Bund die Medien und ihre Macher stetig.³¹⁰ Der Journalistinnenbund verantwortet das Global Media Monitoring Project, welches international von einer kanadischen Organisation in Auftrag gegeben wird und das Vorkommen von Frauen in der Berichterstattung bzw. als Berichterstatteerinnen untersucht.³¹¹

Verschiedene Arbeitsgruppen und Projekte kommen unter dem Dach des Journalistinnenbundes zusammen. So ist zum Beispiel das „The Old Girls' Network“ ein solches Projekt.³¹² Dabei geht es um ein Miteinander von erfahrenen Journalistinnen und Um-, Neu-, Wieder- und Aufsteigerinnen. Als „Old Boys' Network“ werden sonst die männlich dominierten Netzwerke bezeichnet, die einen möglichen Karriereweg von Frauen oftmals ausbremsen.³¹³ Ältere fördern hier Jüngere und bieten Orientierung und Halt in einer sehr von Einzelkämpfern geprägten Journalistenlandschaft. Überhaupt ist das Programm als Netzwerk gedacht, das sich stetig potenzieren soll. Ebenso geht es um eine Vorbildfunktion von weiblichen Aufsteigerinnen im Fach Journalismus, die gerne ihre Erfahrungen mit dem Nachwuchs teilen möchten. Jedes Jahr können sich neue „Mentees“³¹⁴ und Mentorinnen bewerben. Das Mentoring-Programm stößt die Unterstützung vom journalistischen Nachwuchs für jeweils ein Jahr an und entfernt sich vom typisch statischen Untergebenen- und Chefverhältnis der Arbeitswelt. Zudem gibt der Journalistinnenbund freiwillige Richtlinien heraus, die sich mit der Gleichberechtigung der Geschlechter in journalistischen und PR-Texten befassen, auch Seminare und Unterlagen gibt es zu diesem Thema.³¹⁵

Jedes Jahr findet die Tagung „Macht.Weiter.Denken.“ statt. Bei dieser Jubiläumstagung des Journalistinnenbundes finden sich knapp 200 Journalistinnen aus ganz Deutschland zusammen, jedes Jahr werden zusätzlich Freitickets an 40 Nachwuchs-

³¹⁰ Vgl. o. Verf.: Der Journalistinnenbund.

<http://www.journalistinnen.de/verein/verein.html>, Zugriff am 15.07.2012

³¹¹ Vgl. o. Verf. (2010): Internationale Medienbeobachtung GMMP und Ergebnisse für Deutschland.

<http://www.journalistinnen.de/projekte/monitoring.html>, Zugriff am 15.07.2012

³¹² Vgl. o. Verf.: Das Mentoring-Programm des JB.

<http://www.journalistinnen.de/projekte/mentoring.html>, Zugriff am 15.07.2012

³¹³ Vgl. Stahl; Mühling (2010): Deutschlands Chefinnen.

http://www.odgersberndtson.de/fileadmin/uploads/germany/Documents/100322OBG_Frauenstudie_d.pdf, S. 25, Zugriff am 15.07.2012

³¹⁴ Vgl. o. Verf.: Das Mentoring-Programm des JB.

<http://www.journalistinnen.de/projekte/mentoring.html>, Zugriff am 15.07.2012

³¹⁵ Vgl. ebd.

journalistinnen vergeben. Hier wird das Thema „Frauen in Medien und Gesellschaft“ mit verschiedenen Schwerpunkten diskutiert. So wurde im Jahre 2012 ein spezifischer Blick auf Journalistinnen in der arabischen Welt oder auch die ProQuote-Aktion geworfen. Im gleichen Jahr wurde auch das 25-jährige Bestehen des Bundes gefeiert. Zudem werden Nachwuchspreise und Urkunden an Journalistinnen verliehen und das Knüpfen von Kontakten untereinander gefördert.³¹⁶

Zur Quotendiskussion äußert sich auch der Journalistinnenbund. So spricht sich der Vorstand, in Gestalt von Eva Kohlrusch, für eine Quote aus, wenn auch „zähneknirschend“.³¹⁷ Der Verein hält die Quote für eine Basis, damit die weibliche Seite mehr im gesellschaftlichen Leben vorkommt, dazu zählen dann auch die oberen Positionen. Überhaupt muss sich etwas verändern in den Köpfen der Gesellschaft. Auch der Bund bemerkt, dass freiwillige Abmachungen nichts gebracht haben. Dies alles hat mit der demokratischen Verteilung der Geschlechter zu tun. Eine große Zahl an Frauen würde außerdem symbolisieren, „was viele Frauen schon können und Männer noch selten erproben: sich auf den Job zu konzentrieren – und dennoch nicht den Rest der Welt aus den Augen verlieren.“³¹⁸ Außerdem sollte jeder sich an dem gesellschaftlichen Ziel beteiligen, Männer und Frauen die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu erleichtern. Weibliche und männliche Journalisten müssen „in ihren eigenen Arbeitsbereichen mit der Geschlechtergerechtigkeit beginnen – gleiche Aufstiegschancen für beide, gleicher Rang in der Berichterstattung.“³¹⁹ Frauen sollten am öffentlichen Leben teilhaben, ihre Themen sollten mehr Gehör bekommen, nicht nur bei Plattformen, die eh frauenaffin sind. Ungleiche Gehälter, die noch vorherrschende Unvereinbarkeit von Familie und Beruf, die „gläserne Decke“, alles Themen, die jeden irgendwann doch erreichen. Zu viele weibliche Opfer, zu wenige Expertinnen und auch zu wenige Beiträge von weiblichen Stimmen gibt es im deutschen Fernsehen und sonst in den Medien, egal ob bei Experten-Talkrunden oder Diskussionen zu wichtigen und aktuellen Themen. All dies war schon im Global Media Monitoring Project (GMMP) Thema. „Das unterstellt, dass Frauen nur Unspektakuläres tun – alles nicht erwähnenswert, nachrangig.“³²⁰ Doch der eigentliche Grund ist, „dass [...] ihre Standpunkte, ihr Handeln und Entscheiden selten einbezogen [werden].“³²¹ Der Journalistinnenbund führt hier an, dass dies völlig zu Un-

³¹⁶ Vgl. o. Verf. (2012): Pressemitteilung. Macht.Weiter.Denken.

http://www.journalistinnen.de/aktuell/pressemitteilungen/PM-JB-25-Jahre-Tagung_Juni2012.pdf, Zugriff am 15.07.2012

³¹⁷ Kohlrusch (2011): Statement des Journalistinnenbundes zur Quotendebatte.

http://www.journalistinnen.de/aktuell/pdf/Journalistinnenbund_zur_Quotendebatte_Feb2011.pdf, Zugriff am 15.07.2012

³¹⁸ Ebd.

³¹⁹ Ebd.

³²⁰ Ebd.

³²¹ Ebd.

recht geschieht. Frauen sind besser ausgebildet, faktisch orientiert und nicht auf Hierarchien aus, zudem zielstrebig. Es ist die Aufgabe der Journalisten und Journalistinnen, dies öffentlich zu machen. „Sichtbarkeit ist wichtig, gibt Orientierung, schafft Vorbilder.“³²² Das würde auch Frauen ermutigen, die sonst eher zurückhaltend agieren, was offen formulierte Chefpositionswünsche angeht, möglicherweise, weil ihnen der männliche Habitus auf den oberen Rängen nicht zusagt. Dabei könnten gerade Frauen dort oben einiges an der männlichen Arbeitskultur ändern – indem sie selbst mitmischen.³²³ „Männer hingegen sollten schweigen: Ihnen bleibt in den Top-Jobs ja vorerst noch eine Quote von 70 Prozent.“³²⁴ Vielleicht merken sie aber auch, dass es anders geht. „Auch sie könnten sich für die Organisation des Alltags, für Kinder und ein Gemenge aus Beruf und Familienleben entscheiden. Und erkennen, dass die bisherige Unvereinbarkeit von beidem nicht eine individuelle Schwäche der Frauen ist, sondern ein strukturelles Problem, das die Gesellschaft als Ganzes zu lösen hat.“³²⁵

Nun haben auch ProQuote und der Journalistinnenbund beschlossen, enger zusammenzuarbeiten. Beispielsweise soll eine Headhunter-Liste zusammengestellt werden. Hier sollen alle Frauen aufgelistet werden, die sich für eine Leitungsposition eignen, um es Firmen einfacher zu machen und zu beweisen, dass es genug qualifizierte Frauen gibt. Zudem ist eine Stellenbörse in Planung, gemeinsame Stellungnahmen und Messestände, ermäßigte Kombitickets und die gemeinsame Arbeit in Gremien sowie bei Mentoring-Programmen zur Unterstützung des Nachwuchses.³²⁶

6.3 Das Medienfrauentreffen

Unter dem Namen Medienfrauentreffen bzw. dem Herbsttreffen der Medienfrauen finden sich jährlich Frauen der Rundfunksender *ARD*, *ZDF* und des *Österreichischen Rundfunks ORF* zusammen. Jeweils eine Anstalt ist federführend für die jeweilige Veranstaltung und die Gleichstellungsbeauftragten übernehmen die Programmgestaltung des Treffens. Ein besonderer Preis entspringt dieser Zusammenkunft: Die Saure Gurke wird seit 1980 für besonders frauenverachtende Beiträge im öffentlich-rechtlichen Programm verliehen. Der Preis wurde ab dem zweiten Treffen im Jahre 1979 etabliert. Der Ärger über die Programminhalte gab damals den Impuls für die Preisverleihung.³²⁷

³²² Ebd.

³²³ Ebd.

³²⁴ Ebd.

³²⁵ Ebd.

³²⁶ Vgl. Mitschrift der Autorin auf der Jahrestagung 2012 des JB „Macht. Weiter. Denken.“ am 23.06.2012

³²⁷ o. Verf. (2010): 33. Herbsttreffen der Medienfrauen beim WDR. 30 Jahre Wanderpreis „Saure Gurke“. http://www.wdr.de/unternehmen/service/herbsttreffen/pdf/Saure_Gurke_Vortrag_Henriette_Wrege.pdf, S. 1, Zugriff am 15.07.2012

Schon 1979 thematisierte die Studie „Zur Darstellung der Frau und der Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen“ von Professor Küchenhoff das Problem. In dieser hieß es: „Das Muster: Männer handeln, Frauen kommen vor, wird vom Fernsehen entscheidend zementiert.“³²⁸ Das Medienfrauentreffen hat sich zum Ziel erklärt, die Gleichberechtigung der Frau im öffentlich-rechtlichen Programmumfeld zu unterstützen und voranzutreiben. Die Treffen behandeln jeweils ein besonderes Sujet. Hierzu finden Vorträge und Diskussionen im großen Kreis statt. Auch dieses Treffen sorgt für die Ausweitung eines Netzwerkes unter den Journalistinnen. Ebenso stehen Fortbildungen auf dem Programm.³²⁹ Nach wie vor wird auch beim Medienfrauentreffen die Position vertreten, dass mehr Geschlechterausgleich in den Führungsetagen der Rundfunkanstalten herrschen sollte. So wird u.a. auch mit dem Preis der Sauren Gurke auf sexistisch anmutende Inhalte im öffentlich-rechtlichen Umfeld aufmerksam gemacht und das Klischeebild der Frau im Fernsehen kritisiert.³³⁰ Jedes Jahr kommen fest angestellte und freiberufliche Journalistinnen, Kamerafrauen, Cutterinnen und Sekretärinnen zur Veranstaltung. Aber auch andere Interessierte sind willkommen.³³¹ Erstmals fand das Herbsttreffen der Medienfrauen im Jahre 1978 statt. So kamen in dem Jahr 130 Frauen aus *ARD* und *ZDF* zusammen. 1979 wuchs die Zahl auf 250 Frauen, die sich diesmal in Berlin trafen. 1980 schlossen sich Frauen des *Österreichischen Rundfunks* dem Treffen an. Schon zu dieser Zeit wurde über „Quotierung“ und „Frauenbeauftragte“ diskutiert.³³² Deshalb nahm 1985 die erste Frauenbeauftragte im *Hessischen Rundfunk* ihre Arbeit auf. Alle weiteren Rundfunkanstalten folgten.³³³ 2003 verfassten die „Medienfrauen“ einen Beschluss, der verlangte, die „Einstellung von Frauensendungen zurückzunehmen und dem Thema Geschlechtergerechtigkeit mehr Sendezeit einzuräumen.“³³⁴

Nun ist auch der *Schweizer Rundfunk* beim Medienfrauentreffen vertreten. Zum 33. Herbsttreffen der Medienfrauen kamen im Jahre 2010 350 Frauen zusammen. Im vergangenen Jahr wurde das Treffen vom *WDR* in Köln ausgerichtet. Der Titel der Veran-

³²⁸ Küchenhoff (Hrsg.): Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. In: o. Verf. (2010): 33. Herbsttreffen der Medienfrauen beim WDR. 30 Jahre Wanderpreis „Saure Gurke“. http://www.wdr.de/unternehmen/service/herbsttreffen/pdf/Saure_Gurke_Vortrag_Henriette_Wrege.pdf, S. 1, Zugriff am 15.07.2012

³²⁹ Vgl. o. Verf.: Medienfrauentreffen.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Medienfrauentreffen>, Zugriff am 15.07.2012

³³⁰ Vgl. ebd.

³³¹ O. Verf. (2009): Netzwerk. Das Herbsttreffen der Medienfrauen

<http://www.mediummagazin.de/archiv/journalistin/journalistin-2009/das-herbsttreffen-der-medienfrauen/>, Zugriff am 15.07.2012

³³² Vgl. o. Verf.: Medienfrauentreffen.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Medienfrauentreffen>, Zugriff am 15.07.2012

³³³ Vgl. ebd.

³³⁴ Vgl. ebd.

staltung war in diesem Jahr „Die Ausstrahlung macht's. Frauen in den Medien“. Dazu teilte man das Thema in vier verschiedene Blöcke, die die mediale, die gesellschaftliche, die persönliche und die zukünftige Ausstrahlung zum Schwerpunkt hatten. Seminare, Werkstätten und Foren wurden in jedem Block angeboten.³³⁵ Die „Saure Gurke“ wurde im Jahre 2010 an eine Sendung der ARD vergeben – „60 Jahre ARD – Die große Geburtstagsshow“. Die Begründung der Entscheidung las sich wie folgt: „60 Jahre ARD – die Show der ‚100.000 Höhepunkte‘ war ein getreues Abbild der Realität in der ARD, die ihre Zuschauer und Zuschauerinnen ungern durch zu viel kompetente Weiblichkeit verstört. [...] Eine zeitlos schöne Sendung, deren Scherzen das Entstehungsjahr 2010 nicht anzumerken war. Prädikat: ein langgezogener Altherrenwitz.“³³⁶

6.4 Der Deutsche Journalistenverband und die Gewerkschaft Ver.di Medien

Die Idee zur Einführung einer Frauenquote in den Medien wird vom Deutschen Journalisten-Verband (DJV) unterstützt. Der DJV äußert sich positiv zur Initiative, die von vielen bekannten Journalistinnen gestützt wird. Außerdem sagte der DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken: „Frauen sind nicht die schlechteren Journalisten. Auch an weiblichem Nachwuchs besteht im Journalismus kein Mangel. Deshalb gibt es keinen nachvollziehbaren Grund, weshalb in den redaktionellen Chefsesseln immer noch überwiegend Männer sitzen.“³³⁷ Zudem ist gerade in den Medien das Heranführen an Vorbilder wichtig: „Wer Gleichberechtigung in den Führungszirkeln von Wirtschaft und Politik fordert, kann die Medien davon nicht ausklammern.“³³⁸ Mechthild Mäsker ist Vorsitzende des DJV-Fachausschusses Chancengleichheit und sieht die Quote als letzte Möglichkeit: „Wenn Appelle an Verleger nichts nützen, bleibt auf Dauer nur die Quote.“³³⁹

Es gab zum aktuellen Streitpunkt Frauenquote auch eine Veranstaltung des DJV: „Frau Macht Medien“ fand am 10. und 11. März 2012 in Köln statt. An den Veranstaltungstagen standen „Journalistinnen zwischen Gläserner Decke, Opferrolle und Frauenquote“ im Mittelpunkt.³⁴⁰

³³⁵ O. Verf. (2010): 33. Herbsttreffen der Medienfrauen.

<http://www.wdr.de/unternehmen/service/herbsttreffen/rueckblick/index.jsp>, Zugriff am 15.07.2012

³³⁶ O. Verf. (2010): 33. Herbsttreffen der Medienfrauen. Verleihung des Wanderpreises Saure Gurke.

http://www.wdr.de/unternehmen/service/herbsttreffen/rueckblick/saure_gurke.jsp, Zugriff am 15.07.2012

³³⁷ Zörner (2012): Chancengleichheit.

<http://www.djv.de/SingleNews.20+M515fe90ca31.98.html>, Zugriff am 15.07.2012

³³⁸ Ebd.

³³⁹ Ebd.

³⁴⁰ Vgl. ebd.

Außerdem äußert sich der DJV ebenso positiv über die deutlichen Worte von Viviane Reding, EU-Justizministerin. Sie spricht sich für eine gesetzliche Vorgabe der Frauenquote aus, damit mehr Frauen eine Chance haben, in die Führungsetagen vorzudringen. Sie sieht das Programm als Konsequenz auf die kaum voranschreitende Entwicklung auf diesem Gebiet. Vorbild für ihre Idee sind andere Länder, in denen sich die eingeführte Frauenquote bezahlt gemacht habe. So stellt auch der DJV-Bundesvorsitzende Michael Konken fest: „Viviane Reding hat in Europa das festgestellt, was wir für den Medienbereich in Deutschland auch konstatieren: Vollmundige Erklärungen der Wirtschaft, Frauen fördern zu wollen, bleiben ohne Konsequenzen“. ³⁴¹ Auch Mechthild Mäsker bezweifelt, dass sich ohne „gesetzlichen Druck“ etwas ändern wird. ³⁴²

Viviane Reding war auch bei der DJV-Veranstaltung „Frau Macht Medien“ vor Ort.

Der Deutsche Journalisten Verband hat einen Fachausschuss, der sich mit den Interessen der Journalistinnen im Verein auseinandersetzt. Seit 1995 besteht dieser Ausschuss. Damals wurde in Hamburg die Forderung nach einer eigenen Lobby für die Frauen im Bunde laut. Er beschäftigt sich mit der jetzigen Lage der weiblichen Journalisten, spezifisch mit der Gleichberechtigung unter weiblichen und männlichen DJV-Mitgliedern und dem immer wieder thematisieren Zusammenkommen von Familie und Karriere auf der Basis von alternativen Arbeitszeiten. Diskutiert wird im Fachausschuss, aber auch allgemein im DJV, Männer und Frauen können sich daran beteiligen. Angekündigt wird der interne Verband mit dem Untertitel „Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten“, der den Einsatz für alle weiblichen Journalistinnen im Verband betont. Intern wird der Frauenanteil unter den Beauftragten des DJV-Verbandstags mit der weiblichen Mitgliederzahl abgegolten. Hier wird regelmäßig über bessere Arbeitszeiten für Mütter diskutiert, auch bei der Arbeitsbeschaffung bietet dieser Ausschuss Unterstützung. Der Fachausschusses ist federführend bei der Organisation der Veranstaltung „Frau Macht Medien“, die seit 1998 stattfindet. Die Landesverbände haben zum Teil ihre eigenen Diskussionsrunden, in denen die Thematik rund um die Chancengleichheit spezifisch erörtert wird. ³⁴³

Die Gewerkschaft ver.di setzt sich ebenfalls mit einem eigenen Bereich für die Frauenförderung ein und kann sich mit einer Million weiblicher Mitglieder schmücken. Der Anteil der Frauen übersteigt hier die 50 Prozent-Marke. Außerdem ist eine Frauenquote in der Satzung festgehalten – damit ist ver.di eine Ausnahme bei den deutschen Gewerkschaften. Laut ver.di handelt es sich hier um das spezifische Gebiet „Genderpolitik“:

³⁴¹ Zörner (2012): Frauenquote.

<http://www.djv.de/SingleNews.20+M55b2df06f52.98.html>, Zugriff am 15.07.2012

³⁴² Vgl. ebd.

³⁴³ O. Verf.: Fachausschuss Chancengleichheit.

<http://www.djv.de/Chancengleichheit.115.0.html>, Zugriff am 15.07.2012

„Der Bereich ‚Frauen und Gleichstellung‘ ist als eigenes Referat bei der Bundesverwaltung angesiedelt“, so heißt es auf der ver.di-Homepage.³⁴⁴ Mit verantwortlich für das Alleinstellungsmerkmal der Gewerkschaft sind auch Frauenvertreterinnen in den Landesbezirken, die Bundesfrauenkonferenz und der von ihr gewählte Bundesfrauenrat. „Wirtschaftliche, soziale, berufliche und kulturelle Interessen“ der Frauen stehen hier an oberster Stelle. Weitere frauenorientierte Programme gibt es auf dem Gebiet Frauengesundheit, Wissensmanagement oder der Thematisierung von Konflikten für Frauen.³⁴⁵

Der ver.di-Bereich „Medien, Kunst, Industrie“ kümmert sich um alles, was auf dem Gebiet der Industrie angesiedelt ist sowie um die Verlags-, Druck- und Papierthematik und richtet sich an alle Schaffende der Kunst- und Medienszene. Unter diesem Dach vereinen sich beispielsweise die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju), der Verband deutscher Schriftsteller (VS) und der Verband der Übersetzer (VdÜ). Gemeinsame Aktionen sind zum Beispiel die Streiks im Jahre 2011, hier ging es um neue Arbeitsverhandlungen für die Druckindustrie und für Redakteure sowie Redakteurinnen bei Tageszeitungen.³⁴⁶

DJV und der ver.di-Fachbereich „Medien, Kunst, Industrie“ arbeiten nicht aneinander vorbei, sondern kooperieren, wenn es beispielsweise um angemessene Honorare für freiberuflich tätige Journalisten geht.³⁴⁷

³⁴⁴ O. Verf.: Gleichstellung.

<http://www.verdi.de/themen/gleichstellung/++co++6e68a92e-b20d-11e0-46e5-00093d114afd>, Zugriff am 15.07.2012

³⁴⁵ Vgl. ebd.

³⁴⁶ O. Verf.: Aktuelles und Informatives aus dem Fachbereich Medien, Kunst und Industrie.

http://nds-bremen.verdi.de/branchen_und_berufe/fachbereich_8_medien_kunst_und_industrie, Zugriff am 15.07.2012

³⁴⁷ O. Verf. (2011): Tarifergebnis für Zeitschriften-Redaktionen

<http://dju.verdi.de/tarif/dju-tarifinformationen/zeitschriften-abschluss>, Zugriff am 15.07.2012

7 Der Mainzer-Medien-Disput in Kooperation mit ProQuote

Fakt ist, dass die Quotendiskussionen ein nicht enden wollende Thematik darstellen. Nichtsdestotrotz hat auch die Frauenquote Für- und Gegensprecher und das nicht ohne Grund. Auch über die Art der Durchsetzung einer Frauenquote wird diskutiert. Am stärksten bringt der frisch gebackene Verein ProQuote Media e.V. das Thema in die Medien. Die Verfasserin dieses Textes hatte die Gelegenheit am Mainzer-Medien-Disput teilzunehmen. Die wichtigsten Argumente der Diskussion sind in diesem Kapitel zusammengetragen.

Am 5. Juni versammelte das Team um die ProQuote-Initiative Jakob Augstein, Herausgeber *der Freitag*, Dagmar Engel, Chefredakteurin *Deutsche Welle*, Dr. Dr. Alexander Görlach, Herausgeber und Chefredakteur *The European*, Elke Schmitter, *Spiegel*-Redakteurin sowie ehemalige *taz*-Chefredakteurin und Birgit Wentzien, Chefredakteurin *Deutschlandfunk (DLF)* zu einer Podiumsdiskussion in der Landesvertretung Rheinland-Pfalz.³⁴⁸ Diskutiert wurde u.a. über die mögliche Demokratie oder Antidemokratie der Quote, die Medien als Spiegel der Gesellschaft - mit paradoxerweise nur wenigen beteiligten Frauen - sowie über die Strategien, die angestrebt werden müssen, um Männer und Frauen gleichermaßen im Journalismus zu verteilen und in die wirklich wichtigen Entscheidungen einzubringen.

Elke Schmitter bringt zu Beginn die Problematik auf den Punkt: „Die Quote nervt, ist lästig und ist antidemokratisch. [...] Die Realität ist auch antidemokratisch und nervt und ist lästig.“³⁴⁹

In einem Punkt stimmen ebenso alle Anwesenden zu – die Frauen auf der Volontärs-ebene sind zahlreich, nach oben hin sind jedoch fast nur noch Männer anzutreffen. Nur sind die Konsequenzen, die der Einzelne daraus schließt, unterschiedlich. Immerhin gebe es noch das „klare 50:50-Verhältnis auf der Redakteurs- und Reporterebene, dann wird es aus den uns bekannten, aber manchen vielleicht unerfindlichen Gründen immer dünner“.³⁵⁰ So sieht Dagmar Engel genau darin den Handlungsbedarf, auf oberen Ebenen etwas zu tun. Jedoch liegt für Dr. Dr. Alexander Görlach, einziger Gegner der Frauenquote in der Runde, im gleichen Argument die Lösung. Durch die Überzahl an weiblichen Nachfolgern, wäre die Rekrutierung doch ein leichtes. Frauen müssten ja nachrücken, sie befinden sich schließlich in der Überzahl. Überhaupt finde die Diskus-

³⁴⁸ vgl. Audio-Mitschnitt der Autorin auf dem Mainzer-Medien-Disput am 05.06.2012

³⁴⁹ Laut Audio-Mitschnitt der Autorin auf dem Mainzer-Medien-Disput am 05.06.2012

³⁵⁰ Ebd.

sion in seiner Redaktion mit einem Altersspektrum von 25 bis 35 Jahren nicht statt. Dagmar Engel sagt als „älteres Schlachtross“: „Die sind auch noch so, dass sie sagen können: Ich glaube, ich schaffe es so.“³⁵¹ Mit 30 wäre sie auch noch der Meinung gewesen: „Quote – brauche ich nicht!“³⁵² Elke Schmitter spricht sich etwas allgemeiner formuliert für „mehr Pluralität“ aus, „um die gesellschaftliche Wirklichkeit genauer zu sehen.“³⁵³ Womit man bei dem Thema angekommen wäre, ob Medien wirklich ein „Spiegel der Gesellschaft“ sein können, wenn so wenige Frauen in Chefpositionen in den Medien vorkommen. Dennoch möchte keine eine Quotenfrau sein. Das zeigt auch Birgit Wentzien ganz deutlich. So kontert sie nach der Frage, ob sie denn eine „Profiteurin einer informellen Quote“ wäre: „Sagen Sie es doch: ‚Sind Sie eine Quotenfrau?‘“³⁵⁴ Niemand ist gern eine Quotenfrau, hier ruht das nächste Argument gegen die Frauenquote. Auch Dr. Dr. Alexander Görlach findet die Diskussion um eine Frauenquote „nicht mehr zeitgemäß“, das „wording“ hält er für „veraltet“.³⁵⁵ Außerdem: „Bei mir gibt es keine Frau, die den Job hat, nur weil sie eine Frau ist.“³⁵⁶ Bei ihm komme man durch Leistung nicht durch Quote an den Job. Worauf Dagmar Engel entgegnet, es liege ein klarer „Führungsfehler“³⁵⁷ vor, wenn vermittelt wird, der Job wurde nur vergeben, weil die Betreffende die fehlende Quotenfrau ist. Zudem dürfen Frauen ebenso Fehler machen wie Männer. Die Leistungsdebatte um Männer und Frauen auf Chefpositionen lässt dieses Argument oft unbedacht unter den Tisch fallen.

„Die Unterhaltung krankt daran, dass das Argument im Prinzip belastbar vor einem liegt, und es lohnt sich nicht mehr 10 Sekunden darüber zu sprechen, wie es ist irgendwie so logisch, dass man irgendwie so denkt, dass muss auch der letzte geschnallt haben“, findet Augstein und schlägt sich betonend gegen die Stirn.³⁵⁸ Aber warum geht es nicht voran? „Weil die nicht wollen.“³⁵⁹ Damit meint er die Herren auf der Führungsebene, die es sich gerade erst so richtig in den Chefsesseln gemütlich gemacht haben. So sagt auch Birgit Wentzien vom Deutschlandfunk: „Wenn sie das nicht wollen, diese Gleichbehandlung, [...] Gleichstellung von Männern und Frauen, wenn sie das nicht von oben wollen, dann funktioniert es nicht.“³⁶⁰

³⁵¹ Ebd.

³⁵² Ebd.

³⁵³ Ebd.

³⁵⁴ Ebd.

³⁵⁵ Ebd.

³⁵⁶ Ebd.

³⁵⁷ Ebd.

³⁵⁸ Ebd.

³⁵⁹ Ebd.

³⁶⁰ Ebd.

Überhaupt muss langsam mal was gemacht werden. Dafür plädiert Augstein. Grundsätzlich findet er die Initiative des Vereins ProQuote „viel zu nett“.³⁶¹ Man müsse „brutaler werde, streiken, tätliche Angriffe“³⁶² wären eine Lösung. „Das Schlimmste, was Ihnen [jetzt] passieren kann, ist, dass die Leute sagen, sie haben völlig Recht.“³⁶³ Augstein sagt über die Machtverteilung in seiner Redaktion: „Wir müssten eigentlich eine Männerquote einführen, weil wir mehr Frauen als Männer in Führungspositionen haben.“³⁶⁴

Görlach bemängelt jedoch, dass die ewig gleiche Geschlechterfrage immer nur im Sande verläuft: „Wir reden zu derselben Zeit über die Verschiedenheit und auf der anderen Seite reden wir von der Gleichheit.“³⁶⁵ Es wird diskutiert, wie Frauen anders führen, aber gleichzeitig wollen Frauen das Gleiche erreichen wie Männer, letztendlich auch mit den gleichen Mitteln. Dagmar Engel sieht das Problem grundsätzlich eher in der Ähnlichkeit. Jemand der erfolgreich ist, rekrutiert immer jemanden, der ihm ähnlich ist, weil er voraussetzt, dieser wäre auch erfolgreich. So sind Chefs – „[sie] sind [eben auch nur] Menschen“.³⁶⁶ Außerdem gibt sie ehrlich zu: „Ich mache das auch, deswegen ist ja diese 30-Prozent-Geschichte so eine wichtige. Wenn 30 Prozent Frauen Frauen hinterherholen, haben wir schon mal ein bisschen was geschafft.“³⁶⁷

Viel Zustimmung vom Publikum erntet Dagmar Engel mit der Aussage, dass Intendanten durch ihr Nahestehen zu einer bestimmten Partei zu ihrem Posten gekommen sind. Die Quote wäre in dem Fall auch „nichts Schlimmeres oder Besseres.“³⁶⁸ Augstein geht weg von der Diskussion um die Frau, sondern viel mehr hin zur Diskussion um das Produkt: „Keine Zeitung sollte für Frauen gemacht werden, keine Berichterstattung für Frauen, sonst verlieren wir die Männer.“³⁶⁹ Ein Produkt werde unmittelbar geprägt von den Machern. „Mir geht es um die Zeitung und nicht um die Frauen.“³⁷⁰ Durch die Mischung entstehe ein optimales Produkt.

Erschrocken über die Verhältnisse in deutschen Chefetagen äußert sich die pakistanische Journalistin Hani Yousuf, die ebenfalls an der ProQuote-Aktion teilnimmt und auch beim MainzerMedienDisput zu Wort kommt. Sie hat u.a. journalistische Arbeitserfahrungen bei der *Welt* gesammelt und konnte sich so ein Bild von der personellen

³⁶¹ Ebd.

³⁶² Ebd.

³⁶³ Ebd.

³⁶⁴ Ebd.

³⁶⁵ Ebd.

³⁶⁶ Ebd.

³⁶⁷ Ebd.

³⁶⁸ Ebd.

³⁶⁹ Ebd.

³⁷⁰ Ebd.

Aufstellung der deutschen Medien machen. Hani Yousuf wundert sich, dass in einem Erste-Welt-Land wie Deutschland im Vergleich zu einem Dritte-Welt-Land wie Pakistan Frauen so wenig Mitspracherecht haben und kaum in Führungspositionen anzutreffen sind: „As a Pakistani journalist, I am used to newsrooms dominated by women. At *Die Welt*, where I was placed as part of a six-month fellowship, I was amazed that so few women made it to the top. The numbers are shocking for an industrialised country in the 21st century. And, it won't change without a fight. The quota is the beginning of that fight. No quota, no women.“³⁷¹ Ihr Fazit nach dem Ausflug in die deutsche Medienlandschaft hält sie im Mai 2012 für ein pakistanische Medium, für das sie schon vorher in ihrer Heimat arbeitete, fest: „I realised then that in Germany if you wanted to be a successful woman, you needed to be a man.“³⁷²

Zwischendurch melden sich Stimmen aus dem Publikum zu Wort, Ulrike Maercks-Franzen, ehemalige Bundesgeschäftsführerin der Deutschen Journalistinnen- und Journalistenunion (dju) verweist auf das Gleichbehandlungsgesetz im Gesetzbuch der BRD: „Das ist unser Anspruch und unser Anspruch und unser Recht als Menschen, das wir hier einfordern und unabhängig [...] von der Qualität, die dann geliefert wird, die wird sich ganz automatisch einstellen. Aber Emanzipation ist nach einem alten Spruch erst erreicht, wenn eine genauso dumme Frau wie ein dummer Mann den Job kriegen kann [...].“³⁷³

Auch die immer wieder aufkommende Frage, warum eine Quote her muss, beantwortet Maercks-Franzen im gleichen Atemzug: „Der Zwang eine Frau zu finden für Positionen, vorgeschrieben durch Quoten, öffnet den Blick derjenigen, die suchen. Es kommen Menschen - Frauen - ins Blickfeld, auf die man vorher gar nicht gekommen wäre, weil auch Männer, auch Frauen, [...] in Netzwerken arbeiten und wenn sie überlegen, wer könnte es denn sein, dann fallen ihnen schon so viele Männer ein, dass sie richtig doll nachdenken müssen, um spontan auf Frauen zu kommen [...] und das wird geändert durch eine Quote. Wie viele qualifizierte Frauen es um einen herum dafür überhaupt gibt, an die man vorher überhaupt nicht gedacht hat - das ist der Sinn von Quote.“³⁷⁴

Auch Schmitter verweist auf die Macht der Gewohnheit: „Wir haben 99 Prozent Kindergärtnerinnen also unterstellen wir, dass es für kleine Kinder das Beste ist, wenn sie von einer Frau auf den Arm genommen werden, wir haben 99 Prozent männliche Chefre-

³⁷¹ Yousuf (2012): Hani Yousuf.

<http://www.pro-quote.de/unterzeichnerinnen/hani-yousuf/>, Zugriff am 15.07.2012

³⁷² Yousuf (2012): Speaker's Corner: Tapping the Glass Ceiling

<http://www.newslinemagazine.com/2012/05/speakers-corner-tapping-the-glass-ceiling/>, Zugriff am 15.07.2012

³⁷³ Ebd.

³⁷⁴ Ebd.

dakteure, Autobauer [etc.] also unterstellen wir, dass das schon seine Ordnung hat. [...] Der Hebel ist die Quote.“³⁷⁵

Alexander Fritsch, Vorsitzender vom Journalistenverband Berlin Brandenburg gibt das entscheidende Schlusswort und verweist darauf, dass Frauen hier gegen eine Wand laufen, sollte sich die Richtung und Strategie nicht ändern: „Wir haben eine Quote seit 500 Jahren für Männer, wir waren nur schlauer und haben sie anders genannt, bei uns hießen die Clubs, Burschenschaften, Verbindungen, das hat Strukturen geschaffen, die tatsächlich zu einer Quotierung von Männern in Führungspositionen geführt haben. Und es wäre völlig aberwitzig zu glauben, dass man, ohne eine Quotierung von Frauen, diese Strukturen aufbrechen kann. [...] Ihr seid noch viel zu brav, es gibt tausend Jahre Rückstand - mit der Knarre in der Hand, ansonsten wird das nichts.“³⁷⁶ Im Klartext: Frauen müssen wirklich etwas tun, damit sich alteingesessene Schemen doch noch ändern – das bedeutet viel Arbeit.

³⁷⁵ Ebd.

³⁷⁶ Ebd.

8 Fazit

Die Statistiken zeigen, dass es nach wie vor wenige Frauen in Führungspositionen gibt und in dem Bereich Handlungsbedarf besteht. Gerade, weil so viele nachrückende Journalisten weiblich und fachlich äußerst versiert und engagiert sind. Nicht nur die Studie von Ernst & Young zeigt - Frauen in Führungspositionen sollten nicht unterschätzt werden, ihre sozialen Fähigkeiten sind äußerst gefragt und helfen dem Team und der Firma auf dem Weg zum Erfolg. Allerdings scheitern Frauen oft an der sogenannten gläsernen Decke, männlich dominierte Zirkel verhindern ein Durch- und Weiterkommen von Frauen. Jedoch gibt es auch Handlungsbedarf auf Frauenseite: Es gilt hier, sich mehr zuzutrauen und keine Scheu vor verantwortungsbewussten Aufgaben zu haben. Dagmar Reim, Monika Piel und Anke Schäferkordt sowie einige kluge Frauen aus dem Verlagswesen machen es vor. Nicht zuletzt die sehr kritisch beäugte *Bild*-Zeitung kommt nicht umhin, sich einzugestehen, dass ohne Frauen die Kreativität und der organisationsstarke sowie empathiereiche Part fehlen. Initiativen und Förderungen nehmen sich der Situation an und arbeiten aktiv an einer Veränderung dieses eher noch enttäuschenden Status Quo. Die Initiative ProQuote vereint nicht nur Frauen, sondern auch Männer, die sich mehr Frauen in Führungspositionen wünschen. Erstmals äußern sich auch Chefredakteure und ranghohe Manager. Diskussionen, wie der Mainzer-Medien-Disput zeigen zudem, dass es Plattformen gibt und eine Diskussion offen wirklich zugelassen wird. Dennoch müssen selbstverständlich Taten folgen. Der Verein ProQuote hat das Ziel, sich nach fünf Jahren wieder aufzulösen. Bis dahin sollen mindestens 30 Prozent Frauen in den Führungssetage der Medienbranche vertreten sein.

In der aktuellen Entwicklung kommt den Frauen das neue Zeitalter der Digitalisierung und der Verlagerung des Kerngeschäfts ins Internet zu gute. Hier ist zu erwarten, „dass die veränderte Interaktion und die Zentralisierung der Information im Internet zu einer Enthierarchisierung der Unternehmen führen [wird]. Es gibt weniger Hierarchiestufen, die geltenden Regeln werden von den Betroffenen gemeinsam ausgehandelt, die Interaktion erhöht sich, aus Konkurrenten werden Kooperationspartner.“³⁷⁷ So fasst es die Human Ressource Trend Studie aus dem Jahre 2012 zusammen. Diese Studie untersucht die Folgen der Digitalisierung in Bezug auf die Beschäftigten, zudem wird auf die neu entstandenen Arbeitswelten und Möglichkeiten eingegangen. So sieht auch Maria Furtwängler – wie im Kapitel 2 beschrieben - die Zukunft der Frauen im Internet.

³⁷⁷ Cachelin (2012): HRM Trend Studie 2012.

http://www.wissensfabrik.ch/downloads/Erzeugnisse_Studien/hrm_studie_150dpi_Screen.pdf, S. 11, Zugriff am 15.07.2012

Literaturverzeichnis

Selbstständige Publikationen, Zeitschriftenartikel

Groll, Tina (2008): Beruf Journalistin: Von kalkulierten Karrieren und behinderten Berufsverläufen. Über Ursachen, Wirkungen und Veränderungen der ungleichen Machtverteilung zwischen den Geschlechtern im Journalismus. Saarbrücken 2008

Koch, Julia (2007): Frauen im Journalismus. Die ungleiche Machtverteilung in den Medien. 1. Auflage, Saarbrücken 2008

Weischenberg, Siegfried; Malik, Maja; Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. 1. Auflage, Konstanz 2006

Boldt, Klaus (2012): Frauenwirtschaft. Manager Magazin 7/2012

Internetquellen

Ax, Martin (2003): Graue Maus mit Biss. www.morgenpost.de

Ax, Martin (2011): Das stille Kalkül einer deutschen Hausfrau. www.welt.de

Bent, Marika (2012): Auf Mission. Dagmar Reim will erneut Intendantin des RBB werden. Am heutigen Donnerstag tritt sie zur Wiederwahl an. www.maerkischeallgemeine.de

Boldt, Klaus (2011): RTL-Chefin Anke Schäferkordt. Die Quotenkönigin. www.manager-magazin.de

Bos; dapd; dpa (2012): WDR-Intendantin Monika Piel. Rundfunkrat verlängert Amtszeit. www.spiegel.de

Brook, Leslie; Gösmann, Sven; Thoren, Horst; Tückmantel, Ulli (2012): Interview mit WDR-Intendantin Monika Piel. "Gottschalk war ein wichtiges Experiment". www.rp-online.de

Burgmaier, Stefanie: Stefanie Burgmaier, Chefredakteurin, Börse Online. www.pro-quote.de

Cachelin, Dr. Joel Luc (2012): HRM Trend Studie 2012. Die Folgen der Digitalisierung, neue Arbeitswelten, Wissenskulturen und Führungsverständnisse. www.wissensfabrik.ch

Cbu; dapd (2012): Pläne für Jugendkanal. MDR will junge Zuschauer zur ARD locken.
www.spiegel.de

Ddp (2010): Deutsche Telekom. Frauenquote Gebot gesellschaftlicher Fairness.
www.business-on.de

Friedrichsen, Heike (2004): Gehaltsreport. Was Journalisten verdienen.
www.spiegel.de

Fro; DPA (2012): Studie von Ernst & Young. Frauen machen Firmen erfolgreicher.
www.stern.de

Fröhlich, Tobias (2012): BILD-Experiment am Weltfrauentag: Die Redaktion versucht, einen Tag komplett ohne Frauen auszukommen. www.bild.de

Groll, Tina (2008): Können, Köpfchen oder Körper? Zu den Karrierechancen von Journalistinnen. www.journalistik-journal.lookingintomedia.com

Hanselmann, Matthias (2012): „Die weiblichen Talente werden nicht genutzt“. EU-Justizkommissarin Reding wünscht sich mehr Frauen in den Chefetagen.
www.dradio.de

Hobel, Wolfgang (2012): Wolfgang Hobel. www.pro-quote.de

Honicke, Henning (2012): Henning Honicke. www.pro-quote.de

Hpi; dapd (2012): Rundfunkgebühren. ARD und ZDF kriegen nicht mehr Geld.
www.spiegel.de

Huber, Joachim (2012): Dagmar Reim will RBB-Chefin bleiben. www.tagesspiegel.de

Huber, Joachim (2012): Neue Intendantin in Leipzig. Wie Karola Wille den MDR aufmöbeln will www.tagesspiegel.de

Kober, Frank (2012): Der Anfang vom Ende. Jaecki Schwarz und Wolfgang Winkler starten mit dem „Polizeiruf 110 – Bullenklatschen“ ihre Abschiedstour.
www.maerkischeallgemeine.de

Kohl, Christiane (2011): Kika-Skandal. ZDF prüft Klage gegen MDR.
www.sueddeutsche.de

Kohl, Christiane (2011): MDR-Affäre geht weiter. Wie teuer wird es diesmal?
www.sueddeutsche.de

Kohlrusch, Eva (2011): Statement des Journalistinnenbundes zur Quotendebatte. Frauenquote rauf, Männerquote runter! Warum den Medien und der Kanzlerin hier eine besondere Rolle zufällt. www.journalistinnen.de

Krei, Alexander (2012): RTL denkt über Programmdirektor nach Spekulationen: Unterstützung für Schäferkordt? www.dwdl.de

Lobo, Sascha (2012): „Vermännlichung“ der Medien. Initiative ProQuote rügt Nannen-Preis-Vergabe. www.spiegel.de

Löther, Kathrin: Familie und Beruf – eine “Mission Impossible”? www.ejo-online.eu

Macharia, Sarah; O’Connor, Dermot; Ndangam, Lilian (2010): Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2010. www.whomakesthenews.org

Machowecz, Martin; Schirmer, Stefan (2012): MDR-Intendantin Karolla Wille. "Wir können's doch auch!" www.zeit.de

Mantel, Uwe (2011): Laut „SZ“-Bericht. Kika-Skandal: ZDF will „Schadensersatz“ vom MDR. www.dwdl.de

Meh (2012): RBB Intendantin: „Das Leichte ist schwer zu machen“. www.tagesspiegel.de

Meinert, Sabine (2012): Mit Managerinnen deutlich erfolgreicher. www.ftd.de

Mertens, Gisela (2012): Noch keine Einigung im Streit um Tagesschau-App – Verhandlungen gehen weiter – Nächster Gerichtstermin am 28. Juni. www.gerichtsreporterin.wordpress.com

Paperlein, Juliane; Pimpl, Roland (2012): Streitschrift zum Weltfrauentag: Warum Quoten keine Lösung sind. www.horizont.net

Pidd, Helen (2012): Germany's top female journalists call for women quotas in media. www.guardian.co.uk

Piel, Monika (2012): Monika Piel, WDR, Intendantin. www.pro-quote.de

Pohl, Ines (2012): taz-Chefredakteurin Ines Pohl: Brief an die GenossInnen der tageszeitung. www.pro-quote.de

Posener, Alan (2012): Alan Posener. www.pro-quote.de

Radisch, Iris (2012): Herrschaftszeiten. www.pro-quote.de

Ritter, Johannes (2012): Künftige RTL-Chefin Schäferkordt. Die fleißige Fernsehfrau. www.faz.net

Romberg, Johanna (2012): Johanna Romberg. www.pro-quote.de

Rüger, Hildegund (2007): Bayrischer Landesfrauenausschuss. Pressemitteilung. Der Bayerische Landesfrauenausschuss fordert: „Sitz und Stimme für die Frauen im Rundfunkrat des Bayerischen Rundfunks“. www.stmas.bayern.de

Sallet, Oliver (2011): Dagmar Reim, Intendantin des RBB. "Eine Art Trümmerfrauenmythos". www.spiegel.de

Schlichting, Willi (2011): ARD-Vorsitzende Piel weist Verleger-Klage zurück. "Die Tagesschau-App macht kein Geschäft kaputt". www.tagesschau.de

Schlichting, Willi (2011): Vorwurf der Wettbewerbsverzerrung. Verleger klagen gegen tagesschau-App. www.tagesschau.de

Schulz, Wolfgang (2004): Die Rechte von Rundfunkaufsichtsgremien – Ein Überblick. www.dgb-nord.de

Schütte, Christel (2012): „Die Männer ganz oben nicht allein lassen!“. www.bremen.de

Simon, Ulrike (2012): Eine mächtige Frau. Anke Schäferkordt an der Spitze der RTL Group. www.berliner-zeitung.de

Stahl, Gabriele; Mühling, Nicole (2010): Deutschlands Chefinnen. Wie Frauen es an die Unternehmensspitze schaffen. www.odgersberndtson.de

Ürük, Büleüd (2012): Wegen Titelstory: "Pro-Quote"-Frauen reiten Attacke gegen "Manager Magazin". www.newsroom.de

Von Schönburg, Alexander; Matzerath, Fabian (2012): Richtig gelacht wurde nur beim Gruppenfoto. So war der Tag ohne Frauen bei BILD. www.bild.de

Weingartner, Claudia (2004): Das dämliche Geschlecht. Macht Macht Frauen nicht an? www.focus.de

Weis, Manuel (2012): RTL-Spitze: Sänger auf dem Sprung? www.quotenmeter.de

Yogeshwar, Ranga (2012): Ranga Yogeshwar. www.pro-quote.de

Yousuf, Hani (2012): Hani Yousuf. www.pro-quote.de

Yousuf, Hani (2012): Speaker's Corner: Tapping the Glass Ceiling.
www.newslinemagazine.com

Zörner, Hendrik (2012): Chancengleichheit. DJV für Frauenquote im Journalismus.
www.djv.de

Zörner, Hendrik (2012): Frauenquote. DJV begrüßt EU-Unterstützung. www.djv.de

O. Verf.: Aktuelles und Informatives aus dem Fachbereich Medien, Kunst und Industrie.
www.verdi.de

O. Verf. (2012): Anke Schäferkordt. www.wikipedia.de

O. Verf.: Axel Springer AG. www.wikipedia.de

O. Verf. (2012): Bild heute ohne Frauen. Was macht diese Frau in der Redaktion.
www.bild.de

O. Verf. (2012): Bild ohne Frauen. Kai Diekmann: „Die weibliche Kreativität fehlt“.
www.bild.de

O. Verf. (2012): Biografie Prof. Dr. Karola Wille – Intendantin. www.mdr.de

O. Verf.: Brückenmännchen (Bonn). www.spiegel.de

O. Verf. (2012): Equal Pay Day: Journalistinnen fordern gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit. www.journalistenakademie.blogspot.de

O. Verf. (2012): Experiment beendet. Jetzt sprechen die BILD-Frauen. www.bild.de

O. Verf.: Fachausschuss Chancengleichheit. www.djv.de

O. Verf.: FidAR – Frauen in die Aufsichtsräte. Über FidAR. www.fidar.de

O. Verf.: FidAR zieht Bilanz. WoB-Index. www.fidar.de

O. Verf. (2012): Frauen im Vorstand versprechen Erfolg. www.zeit.de

O. Verf. (2012): GEZ 2013: Für viele wird es teurer. www.freenet.de

O. Verf.: Gleichstellung. ver.di ist die Gewerkschaft der Frauen. www.verdi.de

- O. Verf. (2009): GMMP 2010: 15 Jahre nach Peking. www.journalistinnen.de
- O. Verf. (2010): 33. Herbsttreffen der Medienfrauen beim WDR, Köln am 31. Oktober 2010. „30 Jahre Wanderpreis „Saure Gurke“. www.wdr.de
- O. Verf. (2010): 33. Herbsttreffen der Medienfrauen. Die Ausstrahlung macht's. Frauen in den Medien. Verleihung des Wanderpreises Saure Gurke. www.wdr.de
- O. Verf. (2010): 33. Herbsttreffen der Medienfrauen. Die Ausstrahlung macht's. Frauen in den Medien. www.wdr.de
- O. Verf. (2010): Internationale Medienbeobachtung GMMP und Ergebnisse für Deutschland. Frauenpräsenz in den Nachrichten noch immer niedrig. www.journalistinnen.de
- O. Verf. (2012): Journalismus in Österreich. www.wikipedia.de
- O. Verf.: Der Journalistinnenbund. www.journalistinnen.de
- O. Verf. (2012): Jubiläumstagung des Journalistinnenbundes vom 22. bis 24. Juni 2012 in München. www.journalistinnen.de
- O. Verf. (2012): MainzerMedienDisput in Kooperation mit der Initiative ProQuote. Diskussion am 5. Juni 2012. www.pro-quote.de
- O. Verf. (2012): Management Anke Schäferkordt. www.kommunikation.rtl.de/de/pub/portal.cfm
- O. Verf. (2012): Märkische Oderzeitung: Konkurrenten von RBB-Intendantin Dagmar Reim offenbar chancenlos. www.presseportal.de
- O. Verf. (2012): MDR-Intendantin spricht über ihre SED-Vergangenheit. „Ich habe geglaubt, die Ideale des Sozialismus seien die richtigen“. www.bild.de
- O. Verf.: Medienfrauentreffen. www.wikipedia.de
- O. Verf.: Das Mentoring-Programm des JB. www.journalistinnen.de
- O. Verf.: Die Mitglieder des MDR-Rundfunkrates. www.mdr.de
- O. Verf.: Mitglieder des RBB-Rundfunkrates. www.rbb-online.de
- O. Verf. (2012): Mitglieder des Rundfunkrates. www.wdr.de

- O. Verf.: Mitglieder des Rundfunkrats. www.br.de
- O. Verf. (2012): Mixed Leadership. Gemischte Führungsteams und ihr Einfluss auf die Unternehmensperformance. www.ey.com
- O. Verf.: Monika Piel. www.spiegel.de
- O. Verf. (2006): „Muslime in den Rundfunkrat?“ – Wo bleiben die konfessionsfreien Menschen, die größte weltanschauliche Gruppierung in Deutschland? www.giordano-bruno-stiftung.de
- O. Verf. (2009): Netzwerk. Das Herbsttreffen der Medienfrauen. www.mediummagazin.de
- O. Verf. (2008): Die peinlichsten Berliner 2008 www.tip-berlin.de
- O. Verf. (2012): Pressemitteilung. Macht.Weiter.Denken. Frauen in Medien und Gesellschaft. www.journalistinnen.de
- O. Verf. (2012): Pressemitteilung. Noch immer sind viele Führungsetagen frauenfreie Zonen / Druck des Women-on-Board-Index zeigt aber langsam Wirkung. www.fidar.de
- O. Verf.: Profil. www.constantin-medien.de
- O. Verf. (2012): ProQuote wundert sich über die „Verlagsquote“ des Manager Magazins. www.pro-quote.de
- O. Verf. (2010): Das Radio Bremen-Gesetz. www.radiobremen.de
- O. Verf. (2012): Redaktionen: Chefredakteure. www.pro-quote.de
- O. Verf. (2012): RTL Gruppe. Neue Doppelspitze für Europas größten Fernsehkonzern. www.handelsblatt.com
- O. Verf.: Rundfunkrat. www.radiobremen.de
- O. Verf.: Rundfunkrat. www.wikipedia.de
- O. Verf. (2012): Der Rundfunkrat des Bayrischen Rundfunks. www.br.de
- O. Verf.: Rundfunkrat des Hessischen Rundfunks. Mitglieder. www.hr-online.de
- O. Verf. (2012): Rundfunkrat gratuliert Radio Bremen zur erfolgreichen MA Radio I. www.radiobremen.de

O. Verf.: Rundfunkrat – Zusammensetzung. www.wdr.de

O. Verf. (2012): Das Schweigen der Männer. www.carta.info

O. Verf.: sixx-Senderchefin Katja Hofem-Best. Frauenpower! www.sixx.de

O. Verf. (2011): Tarifergebnis für Zeitschriften-Redaktionen - 1,5 % Gehaltserhöhung ab Januar, Manteltarif und Altersversorgung bis Ende 2013 gesichert! www.verdi.de

O. Verf. (2012): Top-Management. Die mächtigsten Frauen Deutschlands. www.wiwo.de

O. Verf. (2011): Udo Reiter übernimmt politische Verantwortung für MDR-Skandale. www.spiegel.de

O. Verf.: Unternehmensportrait. www.axelspringer.de

O. Verf.: Das Unternehmen ProSiebenSat1. www.prosiebensat1.de

O. Verf. (2012): Die Unterzeichnerinnen. www.pro-quote.de

O. Verf. (2010): Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Betreuung/Pflege von Angehörigen. www.arbeitsagentur.de

O. Verf. (2012): Was wir wollen. www.pro-quote.de

O. Verf. (2012): Women-on-Board-Index. Aktuelle Dokumentation des Anteils von Frauen in Führungspositionen der im DAX, MDAX, SDAX und TecDAX notierten Unternehmen. www.fidar.de

Sonstiges

Audio-Mitschnitt der Autorin auf dem Mainzer-Medien-Disput am 05.06.2012

Mitschrift der Autorin auf der Jahrestagung 2012 des JB „Macht. Weiter. Denken.“ am 23.06.2012

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname