

Der Journalismus und die Frauen - ein schwieriges Verhältnis

23.02.2015. Ein Beitrag von Johanna Jung und Jennifer Woods für die Forschungsgruppe Medienwandel.



Gläserne Decke? Die Frauenquote soll helfen.

Seit letztem Montag befindet sich mit Susanne Beyer erstmals eine Frau in der stellvertretenden Chefredaktion des Spiegels. Die Initiative ProQuote bezeichnet dies als "historischen Moment der Mediengeschichte". Doch die allzu große Euphorie offenbart, dass es sich eher um eine Ausnahme handelt. Wie lautet also die Regel? Wie steht es aktuell um die Position der Frau im Journalismus?

Unterrepräsentiert und marginalisiert

Susanne Beyer ist eine von vielen kompetenten Frauen in der Branche und eine von wenigen, die Karriere machen. Die Kommunikationswissenschaft und insbesondere die verwandten Gender Studies erforschen dieses Phänomen seit Jahrzehnten. Lag der Anteil der deutschen Journalistinnen Ende der 1970er noch bei knapp 17 Prozent, stieg er Mitte der 1990er immerhin auf 31 Prozent an. So weit, so gut. Doch beide Erhebungen ergaben auch: Frauen sind eher in typisch weiblichen Ressorts (z.B. Mode) und kaum in Führungspositionen vertreten. 20 Jahre später scheint sich daran wenig geändert zu haben: Der Anteil aller deutschen Journalistinnen liegt derzeit wohl zwischen 37 und 47 Prozent. Die Ungenauigkeit und Unzuverlässigkeit aktueller Erhebungen ist zum einen auf mangelnde Repräsentativität und zum anderen auf unterschiedliche Definitionen der Berufsgruppe „Journalist/in“ zurückzuführen. Dennoch lässt sich festhalten: Journalistinnen sind nach wie vor eher unterrepräsentiert. Und das, obwohl seit 30 Jahren sogar etwas mehr als die Hälfte aller Absolventen und Berufseinsteigern weiblich sind. Wohin verschwinden sie also?

Journalismus, der (Substantiv, maskulin)

Viele Journalistinnen verabschieden sich nach der Familiengründung aus der Berufstätigkeit. Denn diese ist mit den harten Arbeitsbedingungen der Branche noch immer schlecht vereinbar. Überstunden, Wochenendarbeit, Kontaktpflege, mangelnde Teilzeitstellen und fehlende Betriebskindergärten schreien förmlich nach akuter Doppelbelastung. So kommt es, dass viele Journalistinnen die Karriereleiter erst gar nicht erklimmen oder lieber abspringen, sobald die biologische Uhr tickt.

Was ist mit denjenigen, die trotz Mutterschaft bleiben? Wibke Bruns, die erste Fernsehsprecherin Deutschlands hat es einmal so ausgedrückt: „Ich habe Freunde, ich habe Familie, ich koche gern – alles Dinge, für die du nie Zeit hast, wenn du in einer Führungsposition bist.“ Privatleben sticht also Karriere, auch bei vielen kinderlosen Kolleginnen. Kommunikationswissenschaftlerinnen wie Johanna Schwenk oder Maja Malik erklären dies folgendermaßen: Eine klassische Karriere sei mit ihren harten, typisch männlichen Währungen wie Position, Einkommen und Macht für viele Frauen nicht erstrebenswert. Frauen würden ihren beruflichen Erfolg eher nach weichen, subjektiven Kriterien wie Selbstverwirklichung, Erfüllung und Verantwortung bewerten (vgl. Groll 2007: o. S.) Doch die berufliche Stagnation hat oftmals andere Gründe: Während viele gut ausgebildete Frauen vor Selbstzweifel und Zaghaftigkeit leicht auf der Stelle treten, klettern männliche Kollegen selbstbewusst an ihnen vorbei, sogar ohne gleichwertige Qualifikationen. Frauen geben sich nach dem klassischen Karriereverständnis also nicht nur mit weniger zufrieden, sie räumen netterweise auch noch das Feld.

Was ist denn aber nun mit den restlichen Journalistinnen? Mit denjenigen, die tatsächlich Karriereambitionen haben und sich ihrer Kompetenzen auch bewusst sind? Sie stoßen auf dem Weg nach oben auf den sogenannten *Glass Ceiling*-Effekt. Unter dieser „gläsernen Decke“ ist eine Art unsichtbare Barriere zu verstehen, die kompetente Frauen am beruflichen Aufstieg hindert. Die Stützpfeiler dieser Glasdecke sind unter anderem die männerdominierten Netzwerke der Branche. Da weibliche Mitglieder kaum vertreten sind und teilweise auch keinen Zugang haben, wird eher ein Kollege aus den eigenen Reihen rekrutiert. „Buddy-Beförderung“ nennt *ProQuote*-Vorstand Katrin Buchner diese Vorgehensweise. Und der Ausschluss führungsfähiger Journalistinnen setzt sich im Büro fort: Nach Professor Carsten Wippermann gibt es drei Männertypen, die die Karrieren ihrer Kolleginnen erschweren. „Der Konservative“ lehnt Frauen in seinen beruflichen Kreisen grundsätzlich ab. Zu fremd, zu anders sind sie ihm. „Der Emanzipierte“ hält Kolleginnen auf jeden Fall für qualifiziert, ist aber um ihre Standhaftigkeit bzw. Sensibilität besorgt. Der „Radikal Individuelle“ kann sich Frauen in leitender Position durchaus vorstellen, es gibt seiner Meinung nach jedoch einfach zu wenige, die sowohl qualifiziert, als auch authentisch und flexibel genug sind. Leere Vorbehalte oder berechtigte Bedenken? Der Journalismus ist maskulin, so viel steht fest.

Zukunft, die (Substantiv, feminin)

Bei *ProQuote* ist man sich einig: Die gläserne Decke muss weg. Anfang 2012 schickte die Initiative deshalb einen offenen Brief an rund 250 Chefredakteure, Verleger und Intendanten in ganz Deutschland. Mit über 300 Unterschriften deutscher Journalistinnen (und Journalisten!) forderte der Verband eine Frauenquote von mindestens 30 Prozent für redaktionelle Führungspositionen auf allen Hierarchiestufen. Bis 2017 soll das Ziel erreicht werden. Ein Schlag gegen die gläserne Decke oder gegen die eigenen Reihen?

Anhänger der Initiative betonen, dass sich ohne Quote nun einmal zu wenig ändert. Trotz einiger Erfolge bräuchte der ersehnte Wandel nun einen "kräftigen Anstoß", wie es Professor Wippermann formuliert. Zweifelsohne ist die Förderung weiblicher Entscheidungsträger im Journalismus überfällig, nehmen die Medien als "vierte Gewalt" doch enormen Einfluss auf die Meinungsbildung der Gesellschaft. Doch obwohl die Hälfte der Bevölkerung aus Frauen besteht, zeichnen die Medien nach wie vor eine vorwiegend männliche Wirklichkeit, die von vorwiegend männlichen Kommunikatoren konstruiert wird. Der geforderte Frauenanteil von 30 Prozent in allen entscheidenden Positionen würde zumindest eine Annäherung an die gesellschaftlichen Gegebenheiten erwirken. Zudem bestätigt eine Studie von Ernst & Young, dass ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis zu einem angenehmeren Betriebsklima und zumindest statistisch gesehen zu mehr Erfolg führt. Die Zukunft ist also feminin, auch das steht fest.

Dennoch ist zu befürchten, dass die Frauenquote nur an der Oberfläche der soliden Glasdecke kratzt. Sie hievt ambitionierte Journalistinnen zwar auf den Chefsessel, stigmatisiert sie jedoch hinter ihrem Rücken als "Quotenfrauen". Eine typische Frauenfreundschaft, könnte Mann nun sagen. Zudem kann all jenen Journalistinnen, die sich trotz höchster Eignung nun einmal für mehr Privatleben oder für einen Berufsausstieg entscheiden, keine Führungsposition aufgezwungen werden. Und sollte nicht ohnehin und gerade bei Spitzenpositionen lediglich die Qualifikation und Leistung einer Person über deren Einstellung oder Beförderung entscheiden? Durch die Frauenquote wechselt die Diskriminierung gewissermaßen nur das Geschlecht und erhebt dieses zudem zum obersten Einstellungskriterium. Was aber, wenn sich in typischen Männerresorts tatsächlich zu wenige geeignete und interessierte Frauen für eine Stelle finden? Niemand darf gezwungen oder nur aufgrund seines Geschlechts bevorzugt werden - auch Frauen nicht. Heike Göbel, von der FAZ weist außerdem darauf hin, dass eine Frauenquote die freie Marktwirtschaft beschränke. Denn wenn schon einmal Plätze reserviert werden, wieso nicht auch gleich für alle anderen diskriminierten Gruppen? (vgl. Göbel 2013: o. S.). Migranten, Menschen mit Behinderung oder jenseits des mittleren Alters - auch sie haben schließlich ein Recht auf Mitbestimmung.

Die Zukunft des Journalismus

Wie sieht es also mit der Zukunft des Journalismus aus? Einen wichtigen Denkanstoß liefert der Differenzansatz der Gender Studies. Dieser erforscht unter anderem die Perspektiven von Journalistinnen und stellt folgende Frage: Machen Frauen einen anderen Journalismus? Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht interessiert an dieser Frage vor allem, inwiefern sich die Medienwelt durch einen Anstieg weiblicher Führungskräfte verändern könnte. Würde mehr Weiblichkeit zu mehr Qualität führen? Wäre die in den Medien konstruierte Wirklichkeit ein klein wenig realitätsgetreuer? Würden die Geschlechter keine Rolle mehr spielen, weil beide gleichermaßen vertreten wären? Dass die Beförderung Beyers zur neuen stellvertretenden

Chefredakteurin des Spiegels überhaupt eine Nachricht wert ist, zeigt jedoch, wie weit dieser Wandel noch immer entfernt ist. Bleibt nur zu hoffen, dass die Frauenquote lediglich als Hammer dient, der nach dem Fall der letzten Scherbe wieder beiseitegelegt werden kann. Die Zukunft des Journalismus ist jedenfalls beides - maskulin und feminin.

Verwendete Quellen:

Bartl, Marc (2015): Susanne Beyer in der "Spiegel"-Chefredaktion: ProQuote spricht von "historischem Moment". Online unter:
<http://kress.de/tagesdienst/detail/beitrag/129787-susanne-beyer-in-der-spiegel-chefredaktion-proquote-spricht-von-historischem-moment.html> (21.02.2015).

Groll, Tina (2007): Verschwunden auf dem Weg nach oben. Online unter:
<http://www.mediummagazin.de/archiv/journalistin/ausgabe-92007/verschwunden-auf-dem-weg-nach-oben/> (21.02.2015).

Zeit Online (2012): Journalistinnen fordern 30 Prozent Frauen in den Medien. Online unter:
<http://www.zeit.de/karriere/beruf/2012-02/frauenquote-journalismus> (21.02.2015).

Prantl, Heribert (2014): Schluss mit der Männerquote. Online unter:
<http://www.sueddeutsche.de/politik/einigung-bei-frauenquote-schluss-mit-der-maennerquote-1.2238750> (21.02.2015).

Steppat, Timo (2013): So kommt die Frau zum Chefsessel. Online unter:
<http://www.cicero.de/berliner-republik/journalismus-frauenquote-so-kommt-die-frau-zum-chefsessel/53903/seite/3> (21.02.2015).

Göbel, Heike (2014): Reservierte Plätze. Online unter:
<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/frauenquote-reservierte-plaetze-13288092.html> (21.02.2015).

ProQuote (2014): Interview mit Chefredakteur von „krautreporter.de“: „Ein Versäumnis“. Online unter:
<http://www.pro-quote.de/interview-mit-chefredakteur-von-krautreporter-de-ein-versaemnis/> (21.02.2015).

Klaus, Elisabeth (2002): Perspektiven und Ergebnisse der Geschlechterforschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis. Frauen in den Medien, 25. Jg., 61, S. 11-31.