

Steht das Fernsehen den Frauen im Weg?

Über die Medienpräsenz von Nationalratskandidatinnen

Die SRG SSR idée suisse hat in Zusammenarbeit mit der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen ihre Sendungen im Vorfeld der letzten Nationalratswahlen evaluiert. Wurden weibliche Kandidierende angemessen berücksichtigt? Nein, lautet die Antwort für das Fernsehen, (fast) Ja für die Radiostationen. Sowohl beim Fernsehen wie beim Hörfunk zeigten sich die Westschweizer Sender frauenfreundlicher.

se. Bern, 6. Februar

Wie bereits bei den eidgenössischen Wahlen von 1991 und 1995 scheint das Fernsehen auch 1999 den Kandidatinnen den Weg ins Parlament eher erschwert als geebnet zu haben. Dies zeigt eine Studie, die von der SRG SSR idée suisse und der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen in Auftrag gegeben wurde.* Im Vorfeld der Wahlen kamen weibliche Kandidierende in den Fernsehstationen anteilmässig weniger zu Wort als ihre männliche Konkurrenz. Im Westschweizer Fernsehen (TSR) wurden weibliche Kandidierende anteilmässig besser berücksichtigt als beim Deutschschweizer Sender (FS DRS). Auf quantitativ mehr Aufmerksamkeit als im Fernsehen stiessen die Nationalratskandidatinnen in den SRG SSR Radios. Inhaltlich kam es weder im Radio noch im Fernsehen zu geschlechtsstereotypen Beiträgen, Kandidaten und Kandidatinnen wurden mit den gleichen Themen konfrontiert. Im Vordergrund standen aussen- und asylpolitische Fragen sowie die Sozial- und die Finanzpolitik. Kein Thema war bei den Wahlen 1999 – die Gleichstellungspolitik.

Redezeiten mit der Uhr gestoppt

Die Forscherinnen und Forscher des Instituts für Medienwissenschaft an der Universität Bern haben die Redezeiten der Kandidierenden in der Vorwahl-Berichterstattung während vier Wochen mit der Zeituhr gestoppt. Der Redeanteil der Kandidatinnen von 18 Prozent im Fernsehen zeigt im Vergleich mit dem Frauenanteil aller Kandidaten von 35 Prozent die Unterrepräsentation. Die Autorin der Studie, Bettina Nyffeler, wies auf Unterschiede zwischen den Landesteilen sowie zwischen den öffentlichrechtlichen und den Privatstationen hin. Am besten vertreten waren die Kandidatinnen mit 29 Prozent der Redezeit beim Westschweizer Sender TSR, gefolgt von SF DRS (23 Prozent), Tele 24 (21 Prozent), Tele Ticino (15 Prozent) und TSI (11 Prozent). Nyffe-

ler hielt sich mit Spekulationen über mögliche Erklärungen für diese Differenzen zurück, wies allerdings darauf hin, dass bei TSR auch auf Seite der Medienschaffenden der Frauenanteil an der gesamten Redezeit mit 60 Prozent weit über demjenigen von SF DRS (37 Prozent) lag. Aufgeschlüsselt nach Parteien, waren bei SF DRS die Kandidatinnen der CVP am stärksten unterrepräsentiert, gefolgt von den Kandidatinnen der SVP, der FDP und der SP (in Relation jeweils zum Anteil kandidierender Frauen in diesen Parteien).

Während bei den TV-Stationen alle Sendungen mit Wahlbezug untersucht wurden (insgesamt 900 Stunden), konzentrierten sich die Medienwissenschaftler beim Hörfunk auf Wahl-Sondersendungen der SRG SSR Radios in allen Sprachregionen. Die Kandidatinnen erreichten im Radio insgesamt einen Redeanteil von 31 Prozent. Dieser Anteil lag beim französischsprachigen Sender RSR bei 37, beim Deutschschweizer Pendant bei 31 und am Tessiner Radio bei 21 Prozent.

SVP-Frauen: «medial inexistent»

Nyffeler verglich ihre Ergebnisse mit entsprechenden Resultaten für die Wahlen von 1995. Der Umfang der Wahl-Sondersendungen hat sich 1999 kaum verändert, der Redeanteil der Kandidatinnen wurde von 23 Prozent (1995) nur leicht auf 25 Prozent (1999) gesteigert. Verbessert habe sich allerdings die mediale Frauenvertretung der SPS sowie der GPS, so Nyffeler. Bei den Sozialdemokraten dürfte dies wohl auf den Wechsel im Präsidium von Peter Bodenmann zu Ursula Koch zurückzuführen sein. Für beide Wahltermine stellt Nyffeler eine vergleichsweise gute Präsenz der FDP-Frauen auf SF DRS fest, dagegen eine starke Unterrepräsentation der CVP-Frauen. Die SVP-Frauen seien in beiden Wahljahren so gut wie «medial inexistent» gewesen.

Die Präsidentin der Kommission für Frauenfragen, Chiara Simoneschi, wies auf die zentrale Rolle der Medien für die Gleichstellung hin (vgl. Kasten). Der Generaldirektor der SRG SSR idée

suisse, Armin Walpen, erinnerte an den Leistungsauftrag seines Unternehmens: Es gelte, neben den vier Sprachregionen auch die Anliegen anderer Gruppierungen zu pflegen. Die Studie werde deshalb als «Qualitätskontrolle» in die interne Diskussion der Programmverantwort-

lichen eingehen.

* Bettina Nyffeler: Eidgenössische Wahlen 1999: Medien, Politik und Geschlecht. Bern 2001. Bestellung: SRG SSR idée suisse, Forschungsdienst, Tel. (031) 350 94 31, oder Eidgenössische Kommission für Frauenfragen, Tel. (031) 322 92 75.

«Was ein Mann redet, wird immer als wichtiger wahrgenommen»

se. Die Präsidentin der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen, *Chiara Simoneschi-Cortesi*, ruft die Medien zur Selbstverpflichtung auf, den Frauen im nächsten Wahlkampf einen gleichberechtigten Platz einzuräumen. Konkret nennt sie fünf Massnahmen, welche die Medien künftig einhalten sollten: die bessere Berücksichtigung von frauenspezifischen Gesichtspunkten in der Berichterstattung, den konsequenten Einbezug von Expertinnen bei Interviews, die Anwendung einer «geschlechtergerechten Sprache», die Schulung der Medienschaffenden in Gleichstellungsfragen und schliesslich die interne Gleichstellung in den Redaktionen und Entscheidungsgremien. Frauenparität müsse in den Vorwahlsendungen bewusst geplant werden. Keine Planung bringe den Männern Vorteile. «Was Männer sagen, wird in der Öffentlichkeit immer noch als wichtiger aufgenommen, als was Frauen sagen», sagte Simoneschi gegenüber der NZZ.

Nicht nur die Medien, auch die Parteien will Simoneschi stärker in die Pflicht nehmen: «Die Frauen bringen den Parteien viele Stimmen, haben aber statistisch geringere Chancen, gewählt zu werden.» Nach Simoneschi müssen die Parteien den Frauen gute Listenplätze freihalten und den Wählern klar signalisieren, dass es ihnen mit der Frauenförderung Ernst sei. Im parteiinternen Konkurrenzkampf werde oft mit harten Bandagen gekämpft. Die Männer seien selten gewillt zurückzutreten. «Ohne Männer können wir aber diese Gesellschaft nicht verändern. Sie müssen mithelfen, wenn Frauen Karriere machen wollen, in der Politik genauso wie in der Arbeitswelt.»

«Was ein Mann redet, wird immer als wichtiger wahrgenommen»

se. Die Präsidentin der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen, *Chiara Simoneschi-Cortesi*, ruft die Medien zur Selbstverpflichtung auf, den Frauen im nächsten Wahlkampf einen gleichberechtigten Platz einzuräumen. Konkret nennt sie fünf Massnahmen, welche die Medien künftig einhalten sollten: die bessere Berücksichtigung von frauenspezifischen Gesichtspunkten in der Berichterstattung, den konsequenten Einbezug von Expertinnen bei Interviews, die Anwendung einer «geschlechtergerechten Sprache», die Schulung der Medienschaffenden in Gleichstellungsfragen und schliesslich die interne Gleichstellung in den Redaktionen und Entscheidungsgremien. Frauenparität müsse in den Vorwahlsendungen bewusst geplant werden. Keine Planung bringe den Männern Vorteile. «Was Männer sagen, wird in der Öffentlichkeit immer noch als wichtiger aufgenommen, als was Frauen sagen», sagte Simoneschi gegenüber der NZZ.

Nicht nur die Medien, auch die Parteien will Simoneschi stärker in die Pflicht nehmen: «Die Frauen bringen den Parteien viele Stimmen, haben aber statistisch geringere Chancen, gewählt zu werden.» Nach Simoneschi müssen die Parteien den Frauen gute Listenplätze freihalten und den Wählern klar signalisieren, dass es ihnen mit der Frauenförderung Ernst sei. Im parteiinternen Konkurrenzkampf werde oft mit harten Bandagen gekämpft. Die Männer seien selten gewillt zurückzutreten. «Ohne Männer können wir aber diese Gesellschaft nicht verändern. Sie müssen mithelfen, wenn Frauen Karriere machen wollen, in der Politik genauso wie in der Arbeitswelt.»