



FUNKTURMin

~~FUNKTURMin~~ NR. 7

Magazin für Medien und Politik

**FÜR'NE
FRAU NICHT
SCHLECHT!**

FRAUEN

Vorurteile
und Fakten

MACHT

Frauen in
der Politik

SEX

Die Grenzen
der Werbung

1/2018 – 8 EURO



Der neue Sachsen- Export*



*Nach Start am 3.10.2014 in Dresden hat TAG24 heute neun Redaktionen in Deutschland und liegt auf Platz 18 aller deutschen News-Portale (IVW 01/2018)



Wir sind dran!

Berlin • Frankfurt • Köln • Stuttgart • Thüringen • Bielefeld • Dresden • Leipzig • Chemnitz

EDITORIAL

Liebe Leserinnen*,

was verbinden Sie denn als Erstes mit dem Thema »Frauen in Medien und Politik«? Was wäre Ihr Vorschlag für ein Titelmotiv? Bis kurz vor Druckabgabe dieser Ausgabe kam immer wieder ein Wort: Brüste.

Ja, klar, wir Frauen haben Brüste. Und Männer schauen da nun mal ganz offenkundig gerne hin. Aber würden Sie eine Zeitschrift, die sich komplett mit der Rolle der Frau in Politik und Medien befasst und die die Schieflage in der Verteilung von Macht und Einfluss dokumentiert, mit einem Geschlechtsmerkmal betiteln?

Es gab diesen einen Vorschlag aus der Redaktion, in der ein tiefer weiblicher Brustausschnitt zu sehen war. Quer als fetter Balken über die Brüste stand geschrieben: »Karrierebremsen«. Die Männer fanden es lustig, bei den Frauen dagegen führte es genau zu dem, was unter anderem die Ungleichheit manifestiert: Sie werden auf körperliche Merkmale reduziert.

Nicht das einzige Problem bei der Darstellung des weiblichen Geschlechts! Vor wenigen Tagen urteilte der Bundesgerichtshof, dass sich eine Sparkassenkundin auf Dokumenten als »Kunde« ansprechen lassen muss. Sie werde dadurch nicht diskriminiert. Mal ab davon, dass die Sparkasse kommunikativ nicht dümmer auf den Wunsch der Kundin hätte reagieren können: Es ist ein Unding. Wir Frauen werden überall immer nur »mitgemeint«. Sprache wirkt und sie hat Einfluss auf unsere Wahrnehmung.

Verstehen Sie mich nicht falsch, ich bin keine Anhängerin etwa einer radikalen Quote. Aber ich bin für Gerechtigkeit! Einen ersten Schritt zu einer Veränderung gehen wir mit dieser FUNKTURM-Ausgabe, die wir deswegen »FUNKTURMin« getauft haben: Wir zeigen einfach mal, was ist – und das es so nicht in Ordnung ist.

Sie wissen nicht, was wir meinen? Dann schauen Sie mal auf Seite 24 oder 34 vorbei – ehrlich: Finden Sie das fair?

Liebe Grüße und viel Spaß beim Lesen.
Ihre

Romina Stawowy

*PS: An alle mitlesenden Männer: Sie sind natürlich ausdrücklich mitgemeint! ;-)

twitter.com/flurfunkdd, facebook.com/flurfunkdd, flurfunk-dresden.de



Liebe Alle*,

von mir gibt es an dieser Stelle nur einige kurze einleitende Worte. Denn passend zum Thema »Frauen« hat Romina Stawowy in dieser Ausgabe die Leitung der Redaktion übernommen.

Die nächste Ausgabe erscheint übrigens am 7. Juni 2018. Darin befassen wir uns mit der Film- und -kultur in Mitteldeutschland.

Den FUNKTURM im Abo gibt es übrigens hier:
flurfunk-dresden.de/funkturm

Herzlichst, Ihr

Peter Stawowy

*P.S.: Fragen Sie nicht... man(n) traut sich gar nix mehr! ;-o

IN DIESER AUSGABE

66 Seiten FUNKTURMin: Die füllen sich nicht von allein! Diese Frauen und Männer haben uns unterstützt - Ihnen gehört diese Seite und unser Dank!



MAGDA LEHNERT ging der Frage nach, was der Unterschied zwischen sexy und sexistisch ist (S. 28).



KATALIN VALEŠ weiß, was Gendern bringt (S. 48) und dass Frauen auch im Journalismus ungerecht bezahlt werden (S. 30).



ANJA HESSE-GRUNERT braucht Klischees - wie wir alle. Sagte ihr zumindest der Wissenschaftler Prof. Dr. Zacher (S. 42).



JOHANNA KELCH hat sich an der Uni Leipzig umgehört, was vom »Herr Professorin«- Skandal geblieben ist (S. 46).



TIJEN ONARAN schlägt vor, sich vom Gejammer über die unterdrückte Frau zu verabschieden (S. 56).



SCHWARWEL hat seine ganz eigene Sicht auf die Dinge - in diesem Falle das Gendern (S.48).



MAGDALENA ROGL erzieht vier Kinder und geht einem Fulltimejob nach (S. 64).



THOMAS SCHLORKE fotografierte die doppelte Romina und verknipte sich Power-Witze (S. 36).



PAULA SPRÖSSIG illustrierte für uns das »Queen Bee Phänomen« und die gläserne Decke (S. 42).



Was
macht eine
Frau im
sächsischen
Landtag?

INHALT

- | | |
|--|---|
| <p>8 Über Rollenbilder und das eigentlich schwache Geschlecht</p> <p>11 Selbstkritik: Wie weiblich sind FUNKTUM und FLURFUNK?</p> <p>12 Kenne die Codes: So bestehst Du als Mann im weiblichen Top-Management.</p> <p>14 Lachen Frauen anders? Comedians Lisa Feller und Ingo Appelt im Gespräch</p> | <p>18 Abgründe des Printmarkts: Was Frauen angeblich gern lesen.</p> <p>20 Das Frauenbild im Radio.</p> <p>24 Durch und durch männlich: Die Geschlechterverteilung im Fernsehen</p> <p>28 Frauen als Dekorationsobjekt: über sexistische Werbung.</p> <p>30 Der kleine Unterschied: Der Gender Pay Gap im Journalismus</p> <p>32 Meinungen: Brauchen wir eine Quote?</p> <p>34 Nachgezählt: Die Geschlechterverteilung in Politik und Medien</p> <p>36 Ist Politik eine Männerwelt? Bürgermeisterin Romina Barth im Interview</p> |
|--|---|



42 INTERVIEW: ÜBER VORURTEILE UND FEHLENDE VORBILDER.

IMPRESSUM

STAWOWY®
Kommunikation, Medien, Politik

STAWOWY Verlag

Julie-Salinger-Weg 5, 01099 Dresden
Tel. 0351 810 88 503 / funkturm@stawowy-verlag.de

HERAUSGEBER: Peter Stawowy (V. i. S. d. P.)

REDAKTIONSLEITUNG: Romina Stawowy

REDAKTION: Annett Groh, Ben Kutz, Tim Tschapek

AUTOREN und AUTORINNEN: Ingo Appelt, Dagmar Dörner, Lisa Feller, Anja Hesse-Grunert, Marion Horn, Johanna Kelch, Stefan Kobus, Caren Lay, Tijen Onaran, Magdalena Rogl, Katalin Valeš

LEKTORAT / BERATUNG GENDERSENSIBLE SPRACHE: Katalin Valeš

GESTALTUNG: Basti Tóth, Ali Arab Purian, Romina Stawowy

FOTOS: André Forner (3), Amac Garbe (8); Felix Rachor (14), Stephan Pick (17), Thomas Schlorke (36/38)

BILDNACHWEISE: freepic (11,12, 13, 28, 29, 30), Fotolia: brat82 (20-23), Fotolia: Rafael Ben-Ari (24-25), Fotolia: Africa Studio (26), Fotolia: animaflora (46-47), Fotolia: lassedesignen (58), Fotolia: MH (62-63), Fotolia: kubko (64)

VERTRIEB / ANZEIGEN: Moritz Mätz, Tel. 0351 810 88 503

AUFLAGE: 4.000 Exemplare

DRUCK: Silber Druck oHG, Niestetal

VERTRIEBSPARTNER:

DJV Sachsen & DJV Sachsen-Anhalt

PREIS DES HEFTES: 8 Euro (inkl. MwSt.) zzgl. Versandkosten

Alle Rechte beim Verlag, den Autoren, Autorinnen, Fotografen und Fotografinnen. Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste sowie auf Datenträgern, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Rechteinhabers.



52 UMFRAGE: WAS MÜSSTE PASSIEREN, DAMIT MEHR FRAUEN IN DIE POLITIK GEHEN?

- 40 Schockierend: Caren Lay über Hass gegen Politikerinnen
- 46 Rückblick: Was hat der Streit um »Herr Professorin« gebracht?
- 48 Mitgemeint ist nicht gleich mitgedacht: Wie Sprache wirkt.
- 56 Kommentar: Schluß mit der Quotenfrau!
- 58 Interview: Zickenkrieg und Weiberwirtschaft
- 62 Netzwerke, Onlinemagazine und Termine
- 64 »Lass uns doch einfach mal wollen!«
- 66 Was nun: Eine Anleitung in 7 Schritten

POLITIK

Was sonst?

Aktuell sitzen im Landtag 41 weibliche Abgeordnete. Es gibt eine Landtagsvizepräsidentin und 3 Ausschüsse mit weiblichen Ausschussvorsitzenden. Außerdem arbeiten in der sächsischen Landtagsverwaltung 105 Frauen.

Wir finden: Gute Politik wird gemeinsam von Frauen und Männern gemacht.



Sächsische Landeszentrale
für politische Bildung

www.slpb.de

IM BALLHAUS WEISSER ADLER

AIR YOGA DRESDEN
start to breathe

COWORKING SPACE + VERMIETUNG

Bautzner Landstr. 62
01324 Dresden
Tel. 0174 - 315 46 67

**YOGA
PILATES
MEDITATION
WORKSHOPS
ANWENDUNGEN**

www.air-yoga-dresden.de
www.ballhaus-weisser-adler.de

ES MUSS AUCH MAL WEHTUN!

Dominieren nach wie vor Rollenklischees unsere Gesellschaft? Gedanken über die langsame Dynamik der Bewegung und das in Wahrheit schwache Geschlecht – das männliche.

Text: Romina Stawowy



»Wenn es knirscht, dann ist es noch okay«, sagt mein Yogalehrer immer beim Kopf kreisen. »Aber wenn es wehtut, bitte nicht rabiat drüber bügeln!« Der Satz passt zum Thema: Hat nicht in den ganzen letzten Jahren diese ganze Feminismus-, #metoo-, Sexismus- und Frauenquotensache einfach nur geknirscht? Irgendwie haben wir das ja alle mitgemacht.

Es läuft immer nach dem gleichen Schema: Irgendwer stellt fest, dass da einiges nicht ganz so fair und schön ist. Dann gibt es eine kurze Aufregung, mit Glück minimale Änderungen – aber am Ende wird es trotzdem weiter toleriert. Es ist ja auch gar nicht die böse Absicht, irgendwen »in die Pfanne« zu hauen. War ja schließlich schon immer so. Fast immer bleibt alles beim Alten. Veränderung fällt schwer und bedarf Zeit.

Wir gucken immer noch Anne-Will-Talkshows, bei denen zwischen vier Männern nur eine Frau sitzt. Wir sehen Filme, in denen Frauen nur am Rande vorkommen. Und nach wie vor ist es total normal, dass eine Frau, sobald sie Kinder bekommt, erst zu Hause bleibt und dann in Teilzeit weiter arbeitet – der große starke Mann ist schließlich der Hauptverdiener!

Na gut, mit Debatten wie #Aufschrei und #metoo, die nicht nur in den Sozialen Netzwerken diskutiert wurden, sondern auch

in den klassischen Medien oder im eigenen Bekanntenkreis, fing es auch schon mal an, etwas wehzutun. Unangenehm zu sein. Und es bewegt sich was: Vereine wie ProQuote erhöhen die Quotenforderung auf 50 Prozent. ProQuoteFilm gründet sich neu. Die Antidiskriminierungsstelle des Bundes plant eine Beschwerdestelle für sexuelle Übergriffe in der Filmbranche. Erstmals gibt es außerdem Studien, die das Fernsehprogramm untersuchen. Und, aufgepasst, sogar die BILD-Zeitung nimmt – wir schreiben das Jahr 2018! – die Nackedei-Damen aus dem Blatt. Zukünftig nur noch leicht bekleidet, aber nicht mehr nackt.

Im Ernst: Endlich fangen wir wirklich an, laut darüber nachzudenken, warum die Vorstände oft nur mit Männern besetzt sind oder ob sich mit »Sehr geehrte Leser« wirklich alle Menschen angesprochen fühlen. Ja, das ist manchmal nervig und anstrengend, jetzt, wo Bewegung reinkommt. Und vielleicht tut es auch etwas weh. Aber das ist gut so, denn wir müssen darüber reden, um ein anderes Bewusstsein zu schaffen.

FEMINISMUS ALS SCHIMPFWORT

»Hallo du Feministinnen-Anführerin«, schrieb mich kürzlich ein Mann an. Er meinte es nicht böse. Ich brauchte einen Moment, denn ganz kurz hatte ich das Bedürfnis, mich zu recht-

fertigen. Ich wollte erklären, dass ich das doch gar nicht bin! Es fühlte sich wie eine harte Beleidigung an. Bis mir klar wurde, dass er ja irgendwie Recht hat. Und es gar keine Beleidigung ist. Feminismus habe ich selbst lange nur mit den Frauen, die mit nacktem Oberkörper Veranstaltungen stürmen, oder mit stark verbissenen Aktivistinnen in Verbindung gebracht. Inzwischen weiß ich es besser. Warum ich aber gleich als »Anführerin« bezeichnet werde, nur weil ich mich öffentlich zum Thema äußere, erschließt sich mir nicht. Ist das dann ein Lob? Oder eher eine Stichelei, weil ich mich »zu sehr« engagiere? Was sagt das am Ende über den Absender der Nachricht aus?

Laut Duden ist der Feminismus (nur so am Rande, ein maskulines Substantiv!) eine *»Richtung der Frauenbewegung, die, von den Bedürfnissen der Frau ausgehend, eine grundlegende Veränderung der gesellschaftlichen Normen (z. B. der traditionellen Rollenverteilung) und der patriarchalischen Kultur anstrebt«*. Feminismus ist also keineswegs nur der Hardcore-Aktivismus, der alle dazu nötigen will, unbedingt jetzt und sofort alles fifty-fifty zu regeln. Vielmehr geht es darum, ein gesellschaftliches Umdenken anzuregen.

Hallo Männer, nein, es geht nicht gegen Euch! Niemand möchte Euch was wegnehmen. Vielmehr geht es darum, für ein »Wir« zu sein. Dafür müssen wir längst überholte Rollenbilder infrage stellen, auflösen oder – wenn der oder die Einzelne das für sich als positiv empfindet – auch beibehalten.

Ab wann bin ich dann also Feministin? Und kann auch ein Mann Feminist sein? Bento fragte in einem Interview die Soziologin Marianne Schmidbauer vom Cornelia Goethe Centrum für Frauenstudien in Frankfurt. Ihre Antwort: »Feminismus ist kein geschützter Begriff. Dazu gehören auch feministische Ziele: Emanzipation, Geschlechtergerechtigkeit und die Abschaffung von Diskriminierung. Eine Feministin zeigt Solidarität und kämpft nicht nur für sich. Das bedeutet auch, den Mut zu haben, sich einzumischen, wenn ungerechte Behandlung spürbar ist.«

Also: Alle können sich für Feminismus engagieren! Das klappt übrigens auch ganz gut, ohne es sich gleich aufs T-Shirt oder gar die nackte Brust zu schreiben.

JUNGS, DIE FAKTEN SPRECHEN FÜR UNS!

Checker Tobi, Checker Chan und jetzt noch Checker Julian – eine »Checkerin« suchen wir vergebens. Schon im Kinderfernsehen erklären uns Männer die Welt – Wundern wir uns da ernsthaft über festsitzende Rollenbilder? Ganz subtil sind sie da und werden immer weitergegeben. Schon deswegen halte ich eine Debatte um Geschlechterchancengleichheit für angebracht. Wo sind sie denn, die Superheldinnen und starken Mädchen im Kinderprogramm?

Einmal sensibilisiert, fallen immer mehr Beispiele auf: Morgens fährt eine Straßenbahn mit dicker, fetter Werbung an mir vorbei. Es geht um Jobs bei den Dresdner Verkehrsbetrieben. Über die ganze Länge der Bahn verteilt: sieben Personen – sechs Männer, eine Frau. Ehrlich jetzt? Habe ich als Frau da überhaupt noch Lust, mich zu bewerben? Natürlich passiert da im Unterbewusstsein etwas!

Und selbst wenn wir Frauen dann im gleichen Job wie Männer arbeiten, der Gender Pay Gap zeigt es schwarz auf weiß: Fette 21 Prozent beträgt in Deutschland die Lohnlücke zwischen Mann und Frau. Bei gleicher Arbeit beträgt sie immerhin noch 6 Prozent. Hinzu kommen dann noch die Jahre, in denen die Frauen bei den Kindern zu Hause bleiben. Über Einstiegschancen mit Kindern im Schlepptau sprechen wir da noch gar nicht.

Woher kommt das? Warum trauen wir – Frauen sind da übrigens ausdrücklich mit eingeschlossen – Frauen per se weniger zu? Die Frau, »das schwache Geschlecht«. Die, die uns als das hübsche Beiwerk für ein Möbelstück präsentiert wird. Solange wir das noch als normal durchgehen lassen, wird sich an der ungerechten Aufgaben- und Machtverteilung nichts ändern.

»Hallo Männer, nein, es geht nicht gegen Euch!«

HILFT DIE QUOTE?

Und da kommen wir zwangsläufig zur Diskussion über die Quote: Ist sie notwendig oder nicht? Die Diskussion darum reißt nicht ab – es gibt einfach zu viele Belege, dass da was im Argen ist. Vorstandsmitglieder werden ausgezählt und – oho – das sind ja viel mehr Männer! Wo sind die Frauen?

Mit der Produktion dieses Heftes hat sich meine Meinung zur Quote noch mal grundlegend geändert: Mit einem Ja oder Nein ist diese Frage definitiv nicht zu beantworten. Ja, die Quote ist gut! Weil Frauen, die eben nicht forsch, fordernd und nach vorn preschend sind, gerade durch die Quote die Chance bekommen, auf der Karriereleiter nach oben zu steigen.

Und nein, die Quote ist unnötig! Weil wir Menschen nach ihren Qualitäten und Qualifikationen beurteilen sollten und nicht danach, wo noch eine Frau hingesetzt werden muss – weil

stehender Nachteile hin.« So steht es in unserer Verfassung – so viel zum Plan. Fakt ist aber auch, dass es so noch nicht funktioniert. Klar wird das schon ein paar Sätze weiter mit folgendem Satz: *»Die Bundesregierung besteht aus dem Bundeskanzler und aus den Bundesministern.«* Kleiner Hinweis am Rande: Die Frauen sind an dieser Stelle natürlich ausdrücklich und selbstverständlich mit gemeint ... ist ja seit 2.000 Jahren so.

Denken wir nun noch an die jüngst wieder zurückgegangene Zahl der weiblichen Abgeordneten im Bundestag: 30,9 Prozent der Abgeordneten sind weiblich – in der Legislatur vorher waren es 36 Prozent. So sehen wir, dass es noch viel Arbeit bedarf, um die Gleichheit auch wirklich zu leben. Löblich immerhin: Das neue Kabinett ist mit sieben Frauen sehr gut besetzt. Vorbilder sind wichtig.

Spannend aber ist in dieser ganzen Diskussion zu beobachten, wie sich einige Männer plötzlich in die Defensive begeben. Wie

»UND DANN GIBT ES NOCH DIE, DIE MEINEN, ES SEI ALLES GAR NICHT SO WILD.«

»da eben eine hin muss«. Dort beißt sich die Katze leider in den Schwanz: Wird dabei vielleicht die Frau schon wieder an den Maßstäben der Männer gemessen? Ist sie besser oder wenigstens gleichwertig? Männer und Frauen sind natürlich von Grund auf unterschiedlich. Ohne verfestigte Rollenbilder würden wir über so was gar nicht nachdenken. Jeder Mensch hat Stärken und Schwächen, klar. Und es gilt, diese im Team fair zu kombinieren und nicht gegeneinander aufzuwiegen.

DIE HILFLOSIGKEIT DER MÄNNER

Und dann gibt es noch die, die meinen, es sei alles gar nicht so wild. Wieso sich denn jetzt plötzlich alles um die Frauen drehe? Den Frauen gehe es doch gut! Wieso sollen sie denn noch extra gefördert werden? Wenn eine Frau will, dann könne sie das doch auch alleine, ist zu hören. Im Hinblick auf andere Länder kann natürlich gesagt werden, stimmt: Was soll das eigentlich? Schauen wir nur in den Iran, wo Frauen gerade dafür kämpfen, überhaupt erst mal eine Stimme zu bekommen. Da mag unsere Diskussion hier wie ein Luxusproblem erscheinen.

Zur Erinnerung: *»Männer und Frauen sind gleichberechtigt. Der Staat fördert die tatsächliche Durchsetzung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern und wirkt auf die Beseitigung be-*

sie schwach werden und hilflos um sich schlagen. Frei nach dem Motto: *»Das war schon immer so, wieso muss man das jetzt ändern!«* Und dann hören wir eben genau die Sprüche, dass es Frauen doch eigentlich alleine schaffen können. Oder aber, was ich auch schon von einem Mann zu hören bekam, die Natur habe das ja alles so vorgesehen mit den Männern und den Frauen. Die Männer waren ja auch früher die Jäger und die Frauen haben das Heim gepflegt, da wird sich der liebe Gott ja was bei gedacht haben. Schon klar, dass der Gott in dieser Argumentation keine Göttin ist. Auch Frauen verteidigen sich zeitweise mit genau solchen Begründungen, wenn sie sich offenbar mit ihrer Rolle abgefunden und eingerichtet haben.

Um hier bewusst nicht nur von Männern zu sprechen: Liebe Verfechter und Verfechterinnen der Stereotype: Ihr müsst keine Angst haben. Es geht doch nur darum, dass alle auf Augenhöhe agieren. Das bedarf Respekt und Verständnis und eben kein von oben herab gebrülltes *»Das ist aber schon immer so.«*

Lasst uns doch zukünftig nicht nur von Männern und Frauen, sondern öfter einfach mal von Menschen sprechen. Bis es so weit ist, darf es meinerwegen ruhig auch mal wehtun und anstrengend sein.

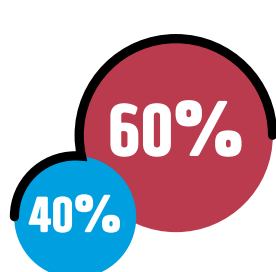
EIN PAAR ZAHLEN ÜBER FUNKTUM UND FLURFUNK



Frauen

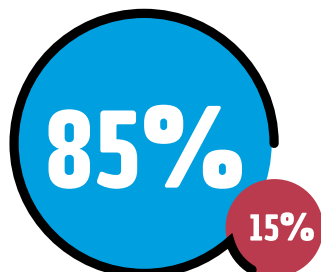


Männer



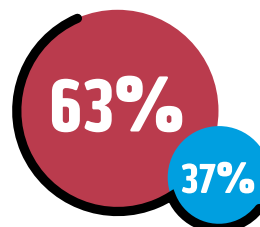
Redaktionsmitglieder im FUNKTUM

Drei bis sechs Personen arbeiten in der FUNKTUM-Redaktion. Bis auf FUNKTUM-Nr. 3 waren dabei mindestens 50 % Frauen.



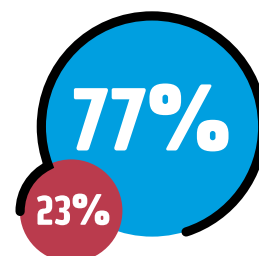
Fotografen und Fotografinnen im FUNKTUM

Nur 15 Prozent der Urheber von Bildern im Funkturm sind weiblich. Dazu zählen sowohl externe Fotografinnen und Fotografen (bspw. Pressefotos), als auch eigens beauftragte Bilder.



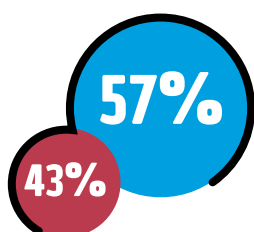
Autoren und Autorinnen im FUNKTUM

Zwischen vier und acht Personen, die Texte schreiben, sind an den jeweiligen FUNKTUM-Ausgaben beteiligt. Die Mehrheit ist weiblich.



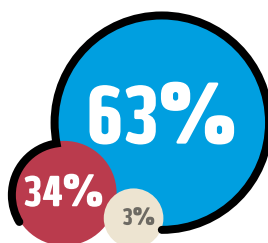
Personen in FUNKTUM-Listen

Nicht einmal ein Viertel der Personen in unseren Listen und Rankings sind Frauen (z. B. Top 100 Medienmacher Sachsens in FUNKTUM Nr. 1).

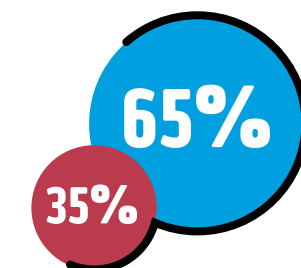


FLURFUNK - Likes auf Facebook

Laut »Facebook-Insights-Statistik« der FLURFUNK-Facebook-Präsenz, Stand: Februar 2018.



FLURFUNK - Interaktionen auf Facebook



FLURFUNK - Personen in der Rubrik »Personal«

Gezählt wurden alle Personen, die in den Überschriften der Rubrik »Personal« im Jahr 2016 und 2017 genannt wurden.



KENNE DIE CODES!

Wenn Mann wieder einmal an die gläserne Decke stößt: Nicht jammern, anpassen!
Hier sind fünf wirklich einfache Tipps. *Text: Dagmar Dörner*



EINSAM IM TOP-MANAGEMENT

Als Mann kennst du das bestimmt: Je höher du in der Hierarchie aufsteigst, desto einsamer fühlst du dich. Überall nur Frauen. Wohin das Auge blickt. Mann stößt an die gläserne Decke. Doch die gute Nachricht ist: Wenn du die Codes kennst, die unter erfolgreichen Frauen gelten, dann, ja dann, hast du eine echte Chance, dort mitzuspielen. Es ist gar nicht so schwer, wenn du dich nur an ein paar Regeln hältst! Hier sind fünf wertvolle, sofort umsetzbare Tipps:



1. DIE UNIFORM IST ALLES! KLEIDE DICH ETWAS WEIBLICHER!

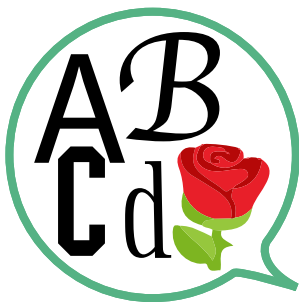
Lass deinen dunklen Anzug zu Hause, damit nimmt dich doch niemand ernst. Zarte Pastelltöne und ein Seidenoberteil – gerne mit sanften, spielerischen Details – lassen dich gleich viel weicher wirken. Es gibt heutzutage schon so hübsche Cardigans, greif zu! Deine Frau kann sicher bei der Auswahl der passenden Kleidungsstücke behilflich sein. Auch eine schöne Brosche oder ab und an mal ein anderer Ring am Finger wirken oft Wunder. Profis betonen zudem ihre Augen ganz dezent im selben Farbschema.



2. ÜBERPRÜFE DEINE KÖRPERSPRACHE!

Na na na - wer wird sich denn da breitbeinig ins Meeting fläzen? Achte darauf, nicht zu viel Raum einzunehmen; es geht hier nicht ums Auffallen. Deine Aufgabe ist es, dich möglichst sozialverträglich in die Gruppe einzugliedern. Ein übergeschlagenes Bein und ein leicht geneigtes Köpfchen wirken da Wunder. Schau dich zudem so oft wie möglich im Raum um. Was sagen die anderen? Nein, nicht die Chefin, die Kolleginnen! Suche Blickkontakt, nicke viel, unterstütze die Aussagen der anderen.

SO BESTEHST DU ALS MANN IM WEIBLICHEN TOP-MANAGEMENT!



3. OPTIMIERE DEIN VOKABULAR!

Du willst mit der schlagkräftigen Truppe die Konkurrenz auslöschen? Bei der Chefin nicht in die Schusslinie geraten? Tausche die Vokabeln aus deiner Wehrdienstzeit gegen bejahende, weltoffene, auf Nachhaltigkeit angelegte Worte. Die Land- und Hauswirtschaft ist hier eine reiche Quelle. »...jetzt den Boden bereiten für das Saatgut« oder »das Kind nicht mit dem Bade ausschütten« klingen schon viel weiblicher.



4. SCHENKE KAFFEE EIN

... und räume zum Ende der Besprechung die Tassen weg. Und zwischendurch: Schau immer wieder mal fürsorglich in die Runde und frag nonverbal, ob noch jemand etwas Wasser will. Fortgeschrittene reichen auch Kekse herum, wenn der Gesprächsfluss stockt oder die Stimmung zu kippen droht. Biete auch an, das Protokoll zu schreiben, wenn nötig. Oder notiere alles Wichtige am FlipChart - doch Obacht: Moderiere dabei nicht aus Versehen! Freu dich lieber, wenn jemand deine schöne Handschrift lobt!



5. TROTZ ALLER WEIBLICHKEIT – BETONE DEZENT DEINE MÄNNLICHEN VORZÜGE!

Mit der Betonung deiner weichen Attribute hast du es sicher schon geschafft, in deiner Führungsebene ernst genommen zu werden. Nun kannst du es wagen, deine Männlichkeit angemessen - das heißt gaaaanz dezent - zur Geltung zu bringen. Gerade zu wichtigen Anlässen wie zum Beispiel einer Verhandlungssituation kann körperbetonte Kleidung deinem Erfolg die nötigen Flügel verleihen. Ein dezenter Knackpo hat schließlich noch keiner Karriere geschadet.

Dieser Text erschien zuerst auf www.innenhui.de.

INGO vs. lisa

Mal derb, mal dezent – das Verhältnis von Männern und Frauen spielt in der Comedy eine wichtige Rolle. Die Comedians Lisa Feller und Ingo Appelt sprechen für uns über das Verhältnis der Geschlechter.

Lisa Feller: Also dann, Ingo, lass uns über Frauen und Männer sprechen!

Ingo Appelt: Ach du, ich rede ja den ganzen Tag über nichts anderes. In meinem Programm »Besser... ist besser« mache ich immer den »Frauerversteher«: »Frauen sind Göttinnen, Männer muss man schlagen!«

Lisa: Wirklich? Glaubt man dir das? Die Leute sagen über dich doch eher: »Der ist so fies!« Ein »Also, wenn ich mal Probleme habe, würde ich zum Appelt gehen!« habe ich noch nie gehört!

Ingo: Ich habe ja tatsächlich dieses Imageproblem. Wie wir Männer übrigens alle! Ich habe in den Anfangsjahren den Fehler gemacht, etwas über die Stränge zu schlagen. Ich habe damals versucht, Männern zu gefallen. Comedy kommt ja ursprünglich aus der Stand-up-Club-Szene, vor allem in England. Das war dann in kleinen Pubs und da sitzen 95 Prozent Männer mit 'nem Bier. Jeder Comedian hat zehn Minuten. Also reden die mit den trinkenden Männern: »Freunde, heute schon gefickt?!« Und alle: »Nein!« Dann kommen von der Bühne Sprüche wie: »Wenn ich so fett wäre wie du, dann würde ich mir das auch nochmal überlegen!« Das ist so eine richtig schwarzhumorige Attitüde. Sehr aggressiv, eben typisch männlich. Als Comedy in Deutschland groß wurde, habe ich das übernommen. Bis ich gemerkt habe, dass Comedy ein Pärchenthema ist.

Lisa: Bei mir ist immer eher Pärchenalarm... Übrigens werden Comedy-Tickets überwiegend von Frauen gekauft, selbst die Karten für Mario Barth! Deswegen ist es schlau, auf der Bühne auch etwas für Frauen zu bieten. Bei mir kommt oft der Veranstalter und sagt: »So viele Frauen haben wir sonst nicht hier!« Das sind häufig so 10er-Gruppen, so Prosecco-Mädels, die was zusammen unternehmen. Ich mag das sehr. Die haben Bock und lachen laut!

Ingo: Wäre die Frage: Sprechen Frauen eher Frauen an?

Lisa: Das glaube ich nicht. Das ist eher thematisch abhängig. Wobei: Ich glaube schon, dass es als Mann einfacher ist, auch die Frauen anzusprechen. Dass Comedy-Frauen aber Männer ansprechen, ist schwieriger. Oder anders: Bei mir kommt es sehr selten vor, dass zwei Kerle in die Show kommen, um mal so richtig zu lachen... Ich weiß nicht, warum das so ist. Aber wenn zwei Frauen zu Kaya Yanar oder zu Martin Rütter oder zu Volker Pispers gehen, sagen alle: »Oh gut!« Aber wenn zwei Kerle sagen, sie gehen zu Lisa Feller oder Simone Solga – und da lassen wir uns mal von einer Frau die Welt erklären – dann sagen die Leute eher: »Echt? Warum?«

Aber wie ist denn deine Wahrnehmung der Comedy-Szene? Da gibt es dieses Klischee, Frauen dürften nicht derb sein. Jetzt sagst du, selbst als Mann darf man nicht derb sein?

Comedian Ingo Appelt tourt derzeit mit seinem Programm »Besser ... ist besser!« durch Deutschland. www.ingo-appelt.de

Ingo: Es kommt drauf an, was du erreichen willst. Ganz ehrlich: Auch Frauen dürfen derb sein. Oder war Cindy aus Marzahn lammfromm? Ich mein', warum ist bei Carolin Kebekus die Lanxess-Arena voll ausverkauft?

Lisa: Es muss nur glaubwürdig sein. Weil eine Caro eben spricht, wie ihr der Schnabel gewachsen ist und sich dafür nicht verbiegen muss. Sie ist halt cool. Bei ihr ist das total authentisch! Sie ist aber auch die einzige Ausnahme, die mir einfällt, wo jetzt auch zwei Jungs Tickets ohne Widerspruch kaufen könnten – die ist sexy. Dann ist das offenbar so okay! Ich habe manchmal bei Comedy-Nachwuchsfrauen das Gefühl, dass die meinen, sie müssten jetzt was von »leck mich da« und »Fotze« und weiß ich nicht was erzählen. Dann denke ich: Das

en angucke, dann muss ich sagen, die Frau ist sich, wie der Kölner sagt, zu nix zu fies! Und das macht sie sehr witzig.

Lisa: Aber meinst du nicht, dass so ein: »Aber wenn man will, kann man aus der schon was Schönes machen« mit-schwingt? Ich habe das Gefühl, dass es gerade so eine Mode ist, dass alle Leute meinen, sie müssten das jetzt auch machen. Nur weil Carolin Kebekus einfach macht, worauf sie Bock hat. Dass plötzlich alle sagen: »Ohhh, wir müssen jetzt auch derb sein!« Das erinnert mich an meine Anfänge: Ich hatte auch derbere Witze, bis mir gesagt wurde: Das bist du nicht. Trau dich doch mal nett zu sein!

Ingo: Das steht dir nicht! (lacht)

Lisa: Ohhh... ich brauchte viel Mut zu

sie sind ja aber eigentlich ganz nett, das hätte ich gar nicht gedacht«. Die Leute denken immer, ich bin immer nur böseartig. Das Lustige ist: Es war tatsächlich nur eine Rolle. In Wirklichkeit bin ich ja eher ein Weichei, ein super Süßer! Ich koche zu Hause, ich bringe meiner Frau das Essen ans Bett – ich bin ein total charmanter. Tatsächlich war ich als Kind unsportlich. Ich bin nicht kräftig. Ich habe mich in meinem ganzen Leben nicht einmal geprügelt. Die Comedy hat mir dann quasi ein Ventil geöffnet, meine Aggressionen rauszulassen – es wollte ja sonst keiner machen.

Lisa: Hat das Publikum unterschiedliche Erwartungen hinsichtlich des Geschlechts, wenn sie das erste Mal einen Künstler sehen – selbst wenn es nicht klischeemäßig unterwegs ist?

»IN WAHRHEIT BIN ICH JA EHER EIN WEICHEI, EIN SUPER SÜSSER!«

macht dich jetzt aber nicht witziger! Es macht dich ja vor allem, nur weil du »Fotze« sagst, nicht zur Feministin.

Ingo: Richtig! Aber es macht mich ja auch nicht zum Feministen, wenn ich es weg- lasse! Diese Rollenverteilung halte ich für sehr fragwürdig. Gut, es kommt immer erstmal darauf an, dass man witzig ist. Da darf man nicht zu eitel sein. Gerade Frauen sind aber oft eitel. Dann wird's schwierig. Mut zur Hässlichkeit, sage ich immer! Das ist das, was eine Martina Hill auszeichnet, auch eine Anke Engelke, die ja eher Schauspielerinnen sind.

Lisa: Die ja aber trotzdem schöne Frauen sind!

Ingo: Die trotzdem schöne Frauen sein können! Aber wenn ich mir Knallerfrau-

zeigen, dass ich eigentlich nett bin. Und jetzt, wo ich einfach so bin wie ich bin... also wahnsinnig nett...

Ingo (lacht): Das muss ich mir anhören! Nett sein ist bei Männern in der Comedy vielleicht schwieriger... Das funktioniert aber auch! Dieter Nuhr ist sehr nett. Der kommt oft als charmanter Lehrer rüber, der auch mal eine Posse raushaut. Ich bin ja eher der Fischverkäufer.

Lisa (lacht): Du hast mal in einem Interview etwas sehr Nettes über mich gesagt. Als ich mich bedankt habe, hast du gesagt: Jetzt ist aber auch gut, nicht dass die Leute merken, wie nett ich bin!

Ingo: Ich bin immer wieder überrascht, was für ein schlechtes Image ich habe. Ich höre das bei jedem Interview: »Ach,

Ingo: Jetzt mal ehrlich: Comedy ist eigentlich ein Männerjob! Dieses auf der Bühne stehen und rumdaddeln: Männer machen das gerne! Die sind unheimlich geil darauf, auf der Bühne zu stehen und zu sabbeln. Weil sie wahrscheinlich zu Hause nicht zu Wort kommen! (lacht) Ich weiß es nicht. Das ist so was Maskulines, das hat auch immer was von Krieg. Als Frau dagegen musst du gut aussehen und Relevanz haben.

Lisa: Ach! Männer denken per se, es sei wichtig, was sie sagen. Die halten sich immer für sehr bedeutsam. Während eine Frau eher dazu tendiert zu sagen: »Ach Gott, ich mache jetzt hier kein großes Gewese, ich war ja eh gerade hier, und dass alles super gelaufen ist, war vielleicht auch Zufall und am besten verschwinde ich jetzt wieder gasförmig...«

Ingo: In der Politik ist das auch so: Männer sind gerne Politiker. Die sagen gern, wo es lang geht. Die sind das auch gewohnt. Von Frauen ist man das immer

Lisa: In der Comedy heißt es ja immer, wir brauchen gute Frauen! Weil es so wenige lustige Frauen gibt, hat man als lustige Frau angeblich irre Chancen.

Also, du musst in allem brillieren, weil es eben so Männerdomänen sind.

Lisa: Das ist ungerecht!

»DIE, DIE IHRE TITTEN NACH VORN STRECKEN HABEN GLEICH GANZ ANDERES PUBLIKUM.«

nicht gewohnt. Schau dir mal Andrea Nahles an, die ist ja auch so umstritten, so mit »Bätschi« und »auf die Fresse«. Die spricht wie ein Klassenkämpfer, wie ein Fußballkommentator. Aggressiv, laut, emotional. Das macht den meisten Menschen erstmal Angst – obwohl sie ja manchmal auch durchaus Recht hat.

Glaubst du, man hat es als Frau generell schwerer in der Comedy?

Ingo: Frauen haben es überall schwerer, in Männerdomänen einzubrechen. Als Frau musst du immer besonders toll sein, du musst immer 200 Prozent geil sein, du musst noch gut aussehen dabei.

Ingo: Ja, es ist ungerecht. Aber dafür sind wir als Kindergärtner nicht so gern gesehen. Das ist ja ein bisschen unser Problem. Dafür sind ja auch Gefängnisse eher so unsere Domäne... So kriminell und gewalttätig zu sein! Comedy gehört wohl irgendwie dazu. Männer kämpfen immer noch sehr. Das bessert sich lusti-

Anzeige

Gleichberechtigung hört sich gut an!

„Seit 1997 bin ich On-Air: bis 2009 bei ENERGY Sachsen. Dann wurde ich schwanger und hatte große Zukunftsangst, aber unbegründet. Ich bekam bei RADIO PSR einfach die Sendezeit am Nachmittag. Auch nach dem zweiten Kind war die Rückkehr einfach.“

Freddy Holzapfel,
Die Große-Holzapfel-Show
bei RADIO PSR



Lena Mengler,
Moderatorin beim
R.SA-Frühstücksradio

„Egal, ob man schon lange dabei ist oder gerade eine Ausbildung anfängt – bei REGIOCAST wird vielseitige Entwicklung wirklich gelebt. Das schätze ich sehr, besonders als Frau. Ich liebe ich es nämlich, mich frei zu entfalten. Und diese Chance bekomme ich hier täglich.“

„Mein Team fordert und fördert mich. Ich kann fokussiert, kreativ und frei arbeiten. Deswegen hat die Sendung auch meinen ganz persönlichen Stempel – für mich ein wertvoller Vertrauensbeweis des Unternehmens in mich als Mitarbeiterin.“

Peggy Schmidt,
RADIO PSR mit Miss Peggy



Das erfolgreiche Medienunternehmen mit über 50% Frauenanteil – REGIOCAST in Sachsen:



REGIOCAST
Deutsches Radiounternehmen

ger Weise gerade durch den Bereich Poetry Slam: Da kommen sehr gute und sehr intelligente Frauen her, die auch einen sehr starken Witz haben.

Lisa: Ich glaube, dass es auch etwas anders auf der Bühne funktioniert, wenn ich den Kolleginnen und Kollegen zuhöre. Was mir auffällt: Es gibt einen Unterschied zwischen der alten und der neuen Generation: Die Jungen heutzutage haben ein dermaßen krasses Geltungsbewusstsein! Die reden nur von »gags per minutes« und sagen über ihren Auftritt: »Ach, denen habe ich es aber besorgt« und so, das ist wahnsinnig anstrengend.

Ingo: Man hat heutzutage ja auch Sex mit der Kamera! Das ist übrigens alles total sexistisch besetzt.

Lisa: Womit sich auf der Bühne widerspiegelt, wie es überall ist: Dass Männer dastehen und es dem Publikum besorgen, während Frauen dastehen und im Subtext sagen: »Hab mich lieb, ich bin nämlich total nett!«

Ingo: Leider funktioniert aber auch, dass viele Frauen total auf die Arschlochtypen stehen! Ganz ehrlich, als ich richtig mit der harten Ficken-Nummer unterwegs war, habe ich 3.000 Leute im Saal gehabt, da hatte ich die Hütte voll! Gerade die Mädels, die kommen dann zu dir und wollen ein Autogramm auf den Bauch. Ich habe eine Groupie. Die kam an und hatte sich mein Logo auf die Brust tätowieren lassen! Sie hat das bis heute da! Ich weiß nicht, ob du dir vorstellen kannst, wie peinlich das einem ist, wie unangenehm! Wo du sagst: Mädels was ist denn mit dir los – überhaupt keine Selbstreflexion?

Lisa: Aber ist die Masse so? Ich stehe gar nicht auf so was und ich glaube mein Publikum auch nicht. Ich habe übrigens ein unglaublich nettes Publikum! Ich

stehe nach der Show am Ausgang und verkaufe meine Bücher. Bei 95 Prozent der Leute würde ich mich auf einer langen Bahnfahrt nicht langweilen. Die sind alle so höflich, die stehen ordentlich an, die reden in ganzen Sätzen... Aber ob das wirklich daran liegt, dass ich eine Frau bin und vielleicht einen anderen Humor bediene? Wobei ich das auch schon bei Kolleginnen, die erstmal auf die Bühne gehen und ihre Titten nach vorne strecken, erlebt habe: Die haben dann gleich ein ganz anderes Publikum. Aber ehrlich: Da bin ich gar nicht neidisch!

Ingo: Das ist ja immer gemein, wenn man das so sagt – aber es scheint beim Publikum unterschiedliche Schichten zu geben. Ich bin da eher eine Mischform: Ich bin ja auch proletarisch sozialisiert, als Arbeiter, und dann in ein Bildungsbürgertum quasi hineingewachsen. Ich habe gegenüber Frauendingen tatsächlich eine gewisse Demut. Und vielleicht auch ein bisschen Angst, weil sie teilweise auch etwas frech waren zu mir. Aber ich habe mich Frauen gegenüber nie despektierlich gezeigt und nie wirklich so, dass ich gesagt habe: »Ach, Schlampe oder so, ich kann das besser als du.« Ich bin ja froh, wenn sich eine Frau überhaupt mit mir einlässt, dass sie mich überhaupt akzeptiert und respektiert. Das glaub ich, nimmt man mir deswegen nicht ab, weil ich auf der Bühne genau das Gegenteil gespielt habe.

Lisa: Dieser Unterschied in den Rollen von privat und der Bühne ist ja auch noch ein Thema... Auf der einen Seite soll man total authentisch sein, auf der anderen Seite ist es natürlich eine Bühnenfigur. Also dass du privat so ein lieber Schluffen bist... hätte ich nicht gedacht.

Ingo (lacht): Das hätte ich jetzt so nicht gesagt. Aber ich kann lecker Tiramisu machen!



Das aktuelle Programm von Comedian, Schauspielerin und Moderatorin Lisa Feller heißt: »Der Nächste, bitte!«. www.lisa-feller.de

Finde DEIN Frauenmagazin!



JA

**Enthält es
die Standard-
Kategorien?**

Fast jedes Magazin enthält
Mode, *Beauty* und *Leben/Wohnen*

NEIN

**Brauchst
du Promi-
Klatsch?**

JA

NEIN

**Willst du
Fitness-
Tipps?**

JA

NEIN

**Soll
TV-Programm
enthalten sein?**

JA

NEIN



Wohl das exotischste Heft der Reihe. Typisches Frauenmagazin, das alle Klischees bedient. Und nebenbei gibt's noch das neue Fernsehprogramm. Marketingmäßig bestimmt ganz pffiffig.



Zwei Hefte, gleicher Inhalt. Psychogramm, Verbrauchertipps, Reisen, Shopping, Schönheitstipps, Promis, Gesundheit, Männer... Nur Tiefgang, der fehlt!



Sehr fitnesslastig. Mit Tipps für Fitnessübungen und der Vorstellung neuester Sportkleidung – für Menschen, die trainieren wollen, vielleicht ganz sinnvoll. Mit Kategorien wie »Drei Looks von Instagram-Stars« und einem Badelatschen-Test aber nicht tiefgängiger als der Rest.



Halbe Bilderbücher mit seitenlangen Modelstrecken, die den angeblich neuesten Modetrend vorstellen. Die Cosmopolitan hat mit der Kategorie »Hosen runter« ein Dr. Sommer für Erwachsene. Irritierend viel Werbung haben beide.

Ein kurzer Besuch im Bahnhofskiosk reicht schon – und es wird klar, wie viele Zeitschriften es gibt, die sich nur an Frauen richten. Falls Sie auch schon lange nach der passenden Zeitschrift für Sie suchen, schafft die FUNKTURMin nun endlich Abhilfe! Wir präsentieren eine subjektive Auswahl aus dem wohl größten »Nischenmarkt« (knapp 51 Prozent der Bevölkerung) der Medienbranche.

Von Ben Kutz



Eher
biederes
Layout?

NEIN

JA



Sehr politisches Magazin mit wenigen Kritikpunkten. Nur etwa ein Drittel widmet sich dem Feminismus. Wenn »typische« Frauenthemen behandelt werden, dann aus einem völlig anderen Blickwinkel. Das Layout ist bunt und interessant. Im Gegensatz zur Emma arbeiten bei Missy aber nur Frauen.



Das krasse Gegenteil zum restlichen Markt. Die Texte sind journalistisch gut, wenn auch manchmal ziemlich trocken. Das langweilige Layout transportiert den Ernst der Sache.



NEIN

Wirbt mit dem Slogan »Kein normales Frauenmagazin« – und bricht das Versprechen. Alle Standard-Kategorien werden bespielt, gesellschaftliche Themen haben keinen Platz. Einziger Pluspunkt: Das Heft verabschiedet sich vom Schönheitsideal und gibt beispielsweise Zunehmtipps.

Nicht ganz so kochlastig wie Lea, nicht ganz so livestylig wie Cosmopolitan, inhaltlich hochwertiger als Bild der Frau, aber nicht so tiefgehend wie Brigitte. Ein Leben in der Mittelmäßigkeit.



JA

Willst du
Abnehmtipps?

JA

NEIN

Bist du nur an
Schönheitsidealen
interessiert?



JA

Liest du
gern gesellschaftlich
relevante Themen?

NEIN

Die Überraschung der Recherche! Enthält zwar auch die Standardkategorien, daneben aber vor allem gut recherchierte Reportagen und Porträts mit hohem journalistischem Anspruch.



KLISCHEES IM RADIOPROGRAMM: WICHTIG ODER WEG DAMIT?

Die Diskussion ist so alt wie das Medium selbst: Ist Radio als Massenmedium verpflichtet, ein »gerechtes« Frauenbild abzubilden? Oder eines, das der Lebenswelt der Hörer und Hörerinnen entspricht? Eine Spurensuche.

Text: Ben Kutz

Warum liebt jede Frau Dirty Dancing? Kommunikations- und Verhaltensexperte Robert Körner erklärt es in der Morning-Show »Knallwach« auf Radio Energy Sachsen. »Da kommen drei Faktoren zusammen, die Frauen willenlos machen: Romantik, der unschlagbare Soundtrack. Zweitens kenne ich keine Frau, egal welchen Alters, die nicht gern über die Tanzfläche gehoben wird. Und drittens: Muskeln. Von Patrick Swayze in die muskulösen Arme genommen zu werden, das lässt Frauenherzen einfach höher schlagen.«

Katja Röckel sieht das anders. Die Medienpädagogin moderiert seit stolzen 19 Jahren die feministische Radiosendung »Mrs. Pepsteins Welt« beim Leipziger Bürgerfunk Radio Blau. »Total lächerlich« sei es, wenn Männer denken, sie könnten die Welt der Frauen so einfach erklären. »Frauenfeindlich« seien solche Sendungen schlicht. Als frauenfeindlich bezeichnet zu werden, lässt Körner nicht auf sich sitzen. Während seiner zwölfjährigen Zeit bei der Bundeswehr habe er erlebt, dass Frauen den Männern – bis auf die körperliche Leistungsfähigkeit – in nichts nachstehen. »Zu ihren besonderen Vorzügen zählen die Halbtöne, die sie in der Kommunikation eher

wahrnehmen. Und das ist im Arbeitsalltag wichtiger als die Anzahl der Liegestütze.« Und überhaupt: Ihn als frauenfeindlich zu bezeichnen? Eine Frechheit! Und schon sind wir mitten in einer Diskussion, die scheinbar nicht sachlich geführt werden kann; in der Emotionen scheinbar immer eine tragende Hauptrolle spielen.

Frauen als Sidekicks

Das Thema ganz nüchtern zu betrachten, ist auch mehr als schwierig. Studien über das Frauenbild im Radio sind rar gesät. Die 2017 vorgestellte MaLisa-Studie (siehe Seite 24) bezieht sich nur auf Kino und Fernsehen, in Bezug aufs Radio gibt es keine aktuellen Studien. Also bleibt unterm Strich vor allem eines: das Bauchgefühl einiger, dass Frauen im Radio nicht gleichberechtigt sind.

»Sie brauchen doch nur zu schauen, wie manche Radiosendungen heißen«, erklärt Katja Röckel. Bei der Radio-Dresden-Sendung »André und die Morgenmädel« sei der Name schon Programm. »Da verkommen die Frauen zu Sidekicks. Ich habe keine Ahnung, wie die Frauen heißen. Aber der Name des Moderators ist sofort präsent.« Allgemein würden gerade in Morning-Shows

ROBERT KÖRNER

ist Kommunikations- und Verhaltensexperte. Er ist zum Geschlechterthema regelmäßig im Programm von Energy Sachsen.

KATJA RÖCKEL

moderiert seit 19 Jahren die feministische Radiosendung »Mrs. Pepsteins Welt« bei Radio Blau.



viel zu oft Geschlechter-Stereotype breitgetreten. Die Kolumne »Männer sind scheiße, Frauen aber auch« von Robert Körner sei da nur ein Beispiel.

Klischees in Massenprogrammen

Die Aufregung kann Robert Körner nicht verstehen. »Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind nun einmal existent. Die kann man nun totschweigen – oder man erklärt, woher sie kommen und was für Konsequenzen sie haben.« Er persönlich würde seinen Sohn dieser Regel folgend auch konsequenter erziehen als seine Töchter – weil ein Mann im späteren Berufsleben schärfere Kanten brauche, um sich durchzusetzen. »Klar treffen solche Annahmen nicht auf alle Menschen zu – aber eben auf sehr viele. So wichtig ein vorsichtiger

Umgang mit Klischees unterm Strich ist – unser Gehirn braucht sie, um nicht überfordert zu sein.« Aber ist das nicht das Problem an Klischees: Dass wir uns nicht deutlich machen, dass sie nicht auf alle Menschen zutreffen?

Zu einem vorsichtigem Umgang mit Klischees im Radioprogramm mahnt auch Nathalie Wappler Hagen, Programmdirektorin des MDR in Halle und damit unter anderem für die Popwelle MDR Jump zuständig. Gerade der öffentlich-rechtliche Rundfunk hätte da eine besondere Verantwortung. »Wir sind gehalten, uns alle noch mehr für das Thema zu sensibilisieren. Wir dürfen nicht einfach Lacher auf



Kosten anderer in Kauf nehmen«, so Wappler Hagen. Gerade im Hinblick auf Klischees sollte besondere Vorsicht walten.

Was darf Satire?

Nun hat aber auch MDR Jump eine ähnliche Kolumne wie die von Robert Körner im Programm. Jedes Jahr in der Adventszeit erklärt Frauenversther Mario Barth ebenfalls die Unterschiede zwischen Männern und Frauen – und gibt einfache Antworten auf schwere Fragen. Warum brauchen Frauen für alles immer länger? Weil sie sich so schlecht selbst einschätzen können! Ganz einfach, Fall gelöst. Wappler Hagen entgegnet, dass es sich dabei um klar gekennzeichnete und auch erkennbare Satire halten würde. Außerdem sei es unvermeidlich, dass »in einer solchen Comedy-Serie sowohl Klischees von Männern als auch von Frauen bedient werden.«

nen die Verwendung von Klischees unvermeidbar ist. Warum die Entscheidung im Fall von MDR Jump schließlich für die Mario-Barth-Schnipsel gefallen ist, musste Wappler Hagen aus Zeitgründen leider unbeantwortet lassen.

Niemand ist perfekt, jeder Mensch denkt in Klischees und für die Frage, ob es okay ist, mit Klischees zu spielen, ist die Emma wahrscheinlich das geeignetere Magazin als der FUNKTURM. Trotzdem ist Fakt, dass auch Klischees Realitäten schaffen. Je öfter wir eine angebliche Wahrheit, ein Stereotyp hören, desto stärker geht dieses in die eigene Realitätsempfindung ein.

Ausgewogenes Programm erwünscht

Tina Wilhelm ist Programmchefin von 89.0 RTL und Radio Brocken mit Sitz in Halle. Es ist ihr Job, beim Familiensender Radio Brocken für ein ausgewogenes Programm

»ES KANN KEIN PERFEKTES MEDIUM IN EINER UNPERFEKTEN WELT GEBEN.«

Dabei tut sich aber eine Frage auf, die viele Menschen spätestens seit dem Fall Böhmermann nicht mehr hören können: Was darf Satire? (Dass Mario Barth in seinem Leben einmal als Satiriker bezeichnet wird, hätte er sich wohl selber nicht träumen lassen...) Radioleute müssen sich diese Frage stellen: Sie entscheiden letztendlich, ob die Welle weitestmöglich auf Klischees im laufenden Programm verzichtet – oder Comedyformate bringt, bei de-

zu sorgen, in dem sich alle wiederfinden. »Bei unseren Veranstaltungshinweisen zum Beispiel: Wenn wir da vermehrt auf vermeintliche Männerthemen wie Fußball und Basketball hinweisen, versuchen wir dann auch noch das Parkfest mit ins Programm zu nehmen. Und wenn wir in letzter Zeit ein Wellness-Wochenende oder den Thermo-mix verlost haben, gibt es das nächste Mal eben wieder einen Rasenmäher.«

NATHALIE WAPPLER HAGEN

ist Programmdirektorin des MDR in Halle und u.a. für MDR Kultur und MDR Jump verantwortlich.

TINA WILHELM

ist Programmchefin von 89.0 RTL und Radio Brocken in Thüringen und Sachsen-Anhalt.



Auf die Frage, ob nicht genau das ein klischeebehafteter Umgang mit dem Thema wäre, muss Wilhelm selbst lachen. Sie selbst sei Fußballfan und gehe sehr regelmäßig ins Stadion. »Und einen Thermomix besitze ich im Übrigen auch nicht!«, erklärt sie energisch.

Das Funkhaus Halle sehe sie als Vorzeigebetrieb, da hier sehr viele Frauen in Führungspositionen arbeiten. Oft komme es vor, dass sich Moderatoren bei ihren weiblichen Kollegen erkundigen, wie dieses Fußballspiel oder jene Olympiamedaille einzuordnen wäre. »Von daher war das Thema Geschlechterrollen nie ein großes Thema bei uns.«

Und trotzdem hat Tina Wilhelm als emanzipierte Frau, die das Programm von zwei der reichweitenstärksten Radiosender Mitteldeutschlands verantwortet, das Gefühl, für jedes Fußballspiel, für jeden verlostten Rasenmäher bräuchte es als Gegenpol noch irgendetwas Weibliches im Programm. Wenn das nicht ein Sinnbild dafür ist, dass Gleichberechtigung immer im Kopf beginnt.

Ist es nun okay, Klischees im Radio zu senden? Ist es okay, Witze über Geschlechterrollen zu machen? Und sind sich die Programmverantwortlichen der Probleme bewusst, die durch Klischees entstehen können? Eine Antwort im Schwarz-Weiß-Schema gibt es wohl nicht.

Katja Röckel jedenfalls honoriert, dass die Gesellschaft auf einem guten Weg ist, dass das Thema gesellschaftlich breit diskutiert werde. »Aber die Mühlen der Geschlechtergerechtigkeit mahlen langsam.«

Bis zu einem perfekten Radioprogramm müsse sich ihrer Meinung nach noch einiges tun, denn »es kann kein perfektes Medium in einer unperfekten Welt geben.«



“ Wir machen gute **Politik für Frauen.** Ohne -Innen, ohne *, ohne Schnickschnack.

Daniela Kuge
Frauenpolitische Sprecherin

Pressesprecher
Christian Fischer

Telefon 0351 493-5610
Telefax 0351 493-5444

christian.fischer@slt.sachsen.de

Stellvertretender Pressesprecher
Mario Dense

Telefon 0351 493-5611
Telefax 0351 493-5444

mario.dense@slt.sachsen.de



CDU

FRAKTION DES
SÄCHSISCHEN LANDTAGES

CDU-Fraktion

des Sächsischen Landtages

Bernhard-von-Lindenau-Platz 1

01067 Dresden



cdu-fraktion-sachsen.de



@CDU_SLT



cdulandtagsfraktionsachsen

MÄNNER ERKLÄREN DIE WELT

Es gibt im deutschen Fernsehen nur eine Sparte, die das reale Geschlechterverhältnis widerspiegelt: Die Daily Soaps zeigen 52 Prozent Frauen und 48 Prozent Männer. Ansonsten herrscht in der TV- und Filmwelt eine auffällige Schieflage.

Auf eine Frau kommen über alle Fernsehprogramme hinweg zwei Männer. Frauen sind fast ausschließlich als **junge** Frauen zu sehen. Und in der Informationssparte erklären Männer die Welt: als Experten, Gameshow-Moderatoren, Journalisten oder Sprecher. Frauen »kommen vor«. Das sind nur einige der Ergebnisse der Studie »Audiovisuelle Diversität – Geschlechterdarstellung in Film und Fernsehen in Deutschland«. Durchgeführt hatte die Untersuchung 2017 die Universität Rostock im Auftrag der MaLisa-Stiftung. Zuvor hatte die von Maria und Elisabeth Furtwängler initiierte Stiftung die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF, die beiden großen privaten Sendergruppen in Deutschland RTL und ProSiebenSat.1 sowie weitere Akteure aus der TV-Branche gewonnen.

Tatsächlich dürften die Ergebnisse kaum überraschen: In vielen Filmen sind die jungen Frauen tendenziell eher die Geliebten. Wenn Karrierefrauen gezeigt werden, haben sie in der Regel ein armseiliges Privatleben. Im Kinderprogramm ist das Ungleichgewicht noch größer: Fantasiefiguren im Kinderfernsehen sind fast ausschließlich (87 Prozent) männlich. Wenn unser Nachwuchs aber schon im Kinderfernsehen lernt, dass Jungen die klugen Beschützer und Mädchen hübsch, aber hilflos sind, wird es schwer, ein Bewusstsein gegen diese Rollenklischees zu entwickeln. Einem solchen Frauenbild, das uns in den Medien präsentiert wird, können wir uns nur schwer entziehen.

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Reihe von Ergebnissen aus der Studie sowie Zitate von Prominenten aus der TV-Branche, die die MaLisa-Stiftung zusammengetragen hat.



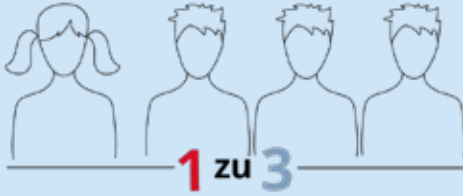
Foto: Jorinde Gersina

»Bilder wirken, insbesondere bei Kindern, im positiven wie im negativen Sinne. In Amerika ist der am schnellsten wachsende Sport bei Mädchen in den letzten zehn Jahren das Bogenschießen gewesen. Und das liegt daran, dass sowohl Katniss in ›Tribute von Panem‹ als auch Merida in ›Legende der Highlands‹ beide extrem starke Frauenfiguren waren, die sich mit dem Bogen durch die Welt bewegt haben.«

Maria Furtwängler

GESCHLECHTERVERTEILUNG IM KINDERFERNSEHEN

Ob Lizenzprogramm oder Eigenproduktion nur **eine von vier** Hauptfiguren ist weiblich.



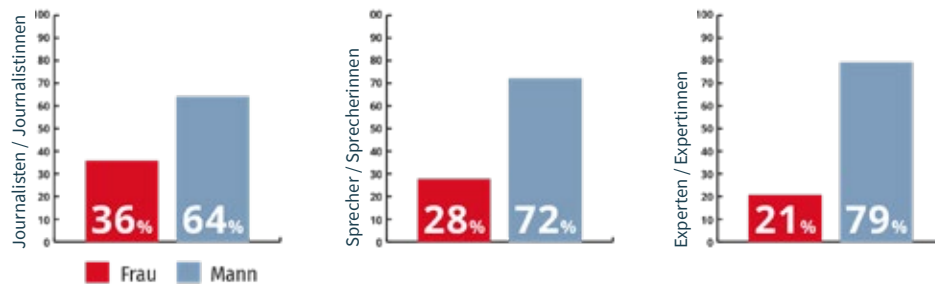
In der Fantasiewelt ist der Unterschied am stärksten. Dort kommen auf **neun männliche** Tierfiguren **eine weibliche**.

Biene Maja ist in der Fernsehwelt eine Ausnahme! Zwischen Tabaluga, der kleine Rabe Socke und Idefix haben Zeichentrickheldinnen scheinbar keinen Platz oder spielen lediglich eine Nebenrolle. Auf neun männliche Namen kommt ein weiblicher. In der realen Filmwelt ist der Unterschied nicht ganz so krass. Trotzdem ist nur jede fünfte Hauptfigur in Kinderfilmen weiblich. Dass gerade im Kinderfernsehen ein solch starkes Ungleichgewicht herrscht, ist gleichermaßen bemerkenswert wie beunruhigend, denn Fernsehhelden und -heldinnen sind für Kinder oft Vorbilder. Gleichberechtigung fängt im Kopf an – auch bei den Kleinen. Wenn sich im Kopf festsetzt, dass die spannendsten Abenteuer nun einmal Jungs erleben, ist das vielleicht nicht die beste Vorbereitung auf ein gleichberechtigtes Leben.



MÄNNER ERKLÄREN NOCH IMMER DIE WELT

Auch in der **TV-Information** ist das Verhältnis zwischen Männern und Frauen als Hauptakteuerinnen und -akteure extrem **unausgeglichen**.



Wer sind die größten Erklärbären im deutschen Fernsehen? Im Kinder-TV ganz klar früher Peter Lustig und heute Guido Hammesfahr mit Löwenzahn oder Armin Maiwald und Christoph Biemann für die Sendung mit der Maus. Aber auch im Erwachsenen-TV gibt es einige Fernsehlegenden, die Deutschland die Welt erklären: Joachim Bublath, Ranga Yogeshwar oder der legendäre Harald Lesch – die Liste ist lang. Und was haben diese Persönlichkeiten alle gemeinsam? Genau: Sie sind Männer. Männer erklären die Welt, auf allen Ebenen. Ob nun in Wissenschaftssendungen oder Talkrunden. 79 Prozent aller TV-Fachleute sind Männer! Und nach wie vor sind circa zwei Drittel der im Fernsehjournalismus Tätigen männlich.



»Das ist ein unbefriedigender Zustand, aber wenn Sie für die Infosendungen am Abend Experten suchen, dann geben die Datenbanken kaum Frauennamen her.«

Thomas Bellut, ZDF-Intendant

Foto: ZDF / Markus Hintzen



JE ÄLTER DIE FRAUEN, DESTO SELTENER SIND SIE ZU SEHEN

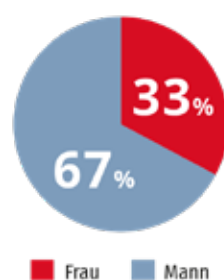


Männern verleiht ein gewisses Alter Würde und Weisheit. Ein Nachrichtensprecher ohne graue Schläfen – fast undenkbar! Und Frauen? Höhere Chancen im Fernsehbusiness dürfen sie sich mit zunehmendem Alter jedenfalls nicht ausrechnen. Während das Geschlechterverhältnis bei den unter 30-Jährigen noch ausgeglichen ist – junge, hübsche Frauen sind schließlich Quotengaranten –, kommen in der Altersgruppe 35plus auf eine Frau schon zwei Männer. Bei über 50-Jährigen ist nur noch jede vierte Person im Fernsehen weiblich.

»Es gibt Handlungsbedarf und wir müssen und werden den Dingen auf den Grund gehen. Denn Diversität darf in einer Demokratie keine Leerformel sein, sondern muss mit Leben erfüllt sein. Die ARD ist als öffentlich-rechtlicher Medienverbund in der Verantwortung, überall die Vielfalt in der Gesellschaft abzubilden.«

Karola Wille, Intendantin MDR

FRAUEN SIND DEUTLICH UNTERREPRÄSENTIERT



Auf **eine Frau** kommen über alle Fernsehprogramme hinweg **zwei Männer**.



Wenn Sie das nächste Mal durch die Fernsehprogramme zappen und sich nach einer Zusatzbeschäftigung sehnen, zücken Sie doch einfach einmal Zettel und Stift. Achten Sie darauf, wie viele Männer und wie viele Frauen in den verschiedenen Sendungen auftreten und führen Sie eine Strichliste. Wenn Sie das lang genug machen, dürften Sie ein verblüffendes Ergebnis erhalten. Denn auf zwei Männer im deutschen Fernsehen kommt nur eine Frau! Dieser Befund wird mit Blick auf die kommenden Statistiken allerdings relativiert – denn im Vergleich dazu sind 33 Prozent fast noch eine Traumquote!

WIE RAMMST DU IHN REIN?

WIE DIE **WERBEMELDER.IN** ZUM ALTERNATIVEN WERBERAT FÜR SEXISTISCHE WERBUNG WURDE

Text: Magda Lehnert

Große Brüste für Baugerüste. Ein Banner für eine Druckerei mit einer Frau im Badeanzug und dem Spruch »Dem Auge schmeicheln, zum Anfassen einladen«. Eine Firma, die Geräte zum Setzen von Zaunspfählen mit einer Frau und der Frage »Wie rammst Du ihn rein?« bewirbt.

Seit Oktober 2017 sammelt das Projekt Werbemelder*in Beispiele sexistischer Werbung auf einer virtuellen Karte auf der Website *Werbemelder.in*. Gründerin Stevie Schmiedel und ihr Team vom Verein Pinkstinks e.V. setzen sich seit 2012 aktiv und laut gegen Sexismus und stereotype Rollenbilder in der Werbung ein. Über die kostenlose App können alle Nutzer Beispiele eingesendet werden, die nach Prüfung auf der Seite veröffentlicht werden. Inzwischen ist so eine Alternative zum Deutschen Werberat entstanden – mit bis heute mehr als 800 Zusendungen. Davon fallen etwa 80 Prozent in die Kategorie »sexistische« und jeweils 10 Prozent in »stereotype« und »nicht-sexistische« Werbung.

Unterstützung aller Frauenrechtsorganisationen

Grundlage für das Projekt war die 2014 vom Verein Pinkstinks und der Juristin Berit Völzmann erarbeitete Gesetzesnorm für das Verbot sexistischer Werbung, die im Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) implementiert werden sollte. Trotz Unterstützung »aller großen Frauenrechtsorganisationen, dem Deutschen Juristinnenbund und mehr als 20 Bundestagsabgeordneten«, lehnte Christian Flisek, Mitglied im Bundestagsausschuss für Recht und Verbraucherschutz der SPD-Fraktion, schließlich trotzdem ab, seine Fraktion von der Aufnahme der Gesetzesnorm im UWG zu überzeugen. »Er habe Bedenken, dass das Ganze im gerichtlichen Chaos endet«, heißt in einem Bericht des Vereins.

Stattdessen schlug er seiner Fraktion ein Monitoringprojekt vor: Werbemelder*in. Das sollte in Abstimmung mit den Ministerien für Frauen sowie der Justiz in den Koalitionsvertrag einfließen und im Oktober 2017 ergebnisoffen ausgewertet werden. Inwieweit und unter welchen Voraussetzungen das Gesetz im Anschluss implementiert wird, weiß der Verein aktuell nicht einzuschätzen.

Nötig wurde die Erarbeitung der Gesetzesnorm überhaupt erst, da der Werberat in seiner jetzigen Form nicht ausreichend gegen sexistische Werbung vorgeht. Dieser Ansicht sind nicht nur der Verein Pinkstinks oder der Politiker Flisek, der diese Aussage bei der Konferenz »Frauen nur als Deko: Sexismus in den Medien« im September 2016 bestätigte. Der Werberat wurde in den 1970er Jahren als selbstdisziplinäres Organ des Zentralverbands der Deutschen Werbewirtschaft gegründet. Auf Grundlage allgemeiner und werberechtlicher Gesetze trägt er nach eigener Aussage dafür Sorge, »dass sich die Werbefreiheit auf allgemeinverträgliche Art entfaltet – etwa durch das Verbot irreführender, belästigender oder jugendgefährdender Werbeaussagen«. Damit überwacht der Werberat weit mehr sensible Bereiche der kommerziellen Kommunikation als nur den sexistischen Werbung.

Werberats-Rügen sorgen eher für stolz

Dennoch: Der Werberat ist eine Institution der Wirtschaft, zusammengesetzt aus erfolgreichen Vertreter*innen aus Werbe- und Wirtschaftsunternehmen, aber ohne Koryphäen des Feminismus. Es fehlt der Institution an Autorität, die Rügen bewirken selten etwas. Im Gegenteil: Viele Firmen sind sogar stolz darauf, betonen Kritiker und Kritikerinnen. Die Werbemelder*in arbeitet da anders: »Sexistische Werbung wird unmittelbar dokumentiert und eingereicht, auf einer Deutschlandkarte gemappt und so sichtbar gemacht«, erklärt Chefredakteur Sven Pickert. Mit einer Facebook-Community von aktuell 35.000 Fans ist es dem Verein außerdem möglich, sexistische Werbung mit viralen Shitstorms zu skandalisieren – Mittel, die der Werberat in seiner jetzigen Form nicht hat. So gelingt es dem Team, Unternehmen dazu zu bewegen, sexistische Produkte und Werbung zurückzuziehen – zuletzt einen Flyer der Weinwirtschaft München mit dem Spruch: »Ein Essen ohne Wein oder Bier, ist wie eine schöne Frau, der ein Auge fehlt«.

Solch sexistische Werbung ist auch gefährlich. Werden Frauen zum schönen Dekorationsobjekt gemacht, als sexuell verfügbar und weniger technisch begabt dargestellt oder für den Haushalt ver-



antwortlich erklärt, werden damit gleichzeitig Eigenschaften wie »dummlich«, »weniger kompetent« oder »verfügbar« assoziiert. Das sei deshalb problematisch, erklärt der Verein, »weil Werbung nicht nur ein Spiegel der Gesellschaft ist, sondern eine aktive Rolle im Rahmen der Konstruktion und Verfestigung von Geschlechterrollenstereotypen spielt.« Pickert betont: »Die gezeigten Darstellungen prägen unsere Wahrnehmung und Urteile. Wenn es nicht so wäre, würden die Marketingabteilungen nicht so viel Geld in die Hand nehmen, sondern einfach nur den Preis draufschieben.«

Bei einem Blick auf die Karte der Werbemelder*in zeigt sich, dass sexistische Werbung vor allem ein Problem des ländlichen Raums

»Männer haben auch Gefühle. Durst.«

ist. Diesen Eindruck bestätigt auch Pinkstinks-Gründerin Schmiedel in einem Interview mit Spiegel Online: »In der Provinz wirbt die eine oder andere kleine Firma gerne mal mit dem tiefen Dekolleté neben der Bohrmaschine. In der Großstadt ist der Herrenwitz verpönt. Die Diskriminierung fällt oft subtiler aus.« Schmiedel sieht die Gründe vor allem darin, dass Agenturen in den Städten sensibilisiert seien für das Thema – nicht zuletzt aus Angst vor dem unkontrollierten Shitstorm, der folgen könnte. Hinzu kommt, dass es durchaus im Bereich des Möglichen liegt, dass in Zukunft die Verbreitung sexistischer Werbung Strafen nach sich zieht.

Tatsächlich sind die Menschen in den Großstädten offenkundig weitaus aufgeklärter und damit auch radikaler im Kampf gegen Sexismus. Diese Radikalität verursacht gleichzeitig jedoch auch »überwältigenden Hass«, wie Schmiedel im Interview mit Spiegel Online erzählt: »Ich bekomme ständig E-Mails, in denen steht, ich möge im KZ verrecken oder müsse mal ordentlich rangenommen

werden, um wieder klar denken zu können.« Hass, den alle kennen, der regelmäßig in den Sozialen Netzwerken unterwegs ist und hin und wieder einen Blick in die Kommentarspalten unter den aktuellen #metoo-Artikeln wirft. »Ich glaube, dahinter steckt sehr viel Verunsicherung von Männern bis hin zu der platten Angst, man würde ihnen die Titten wegnehmen«, sagt Schmiedel.

Was ist sexistisch, was sexy?

Diese Unsicherheit entsteht nicht zuletzt auch durch die vielen unterschiedlichen Definitionen von Sexismus, die durch die aktuelle Berichterstattung kursieren, und die zunehmende Verwendung des Wortes als undifferenzierten Kampfbegriff. Denn welchen Eindruck sonst sollten Videos mit dem Titel #Männerhass hinterlassen, in denen die selbsternannte Feministin Suzie Grime ihre knapp 46.000 YouTube-Follower für Alltagssexismus zu sensibilisieren versucht? Um nur ein Beispiel zu nennen.

Wo ist also die Grenze zwischen sexy und sexistisch? Was darf und was darf nicht? Schließlich können BHs wohl kaum über einem T-Shirt präsentiert werden. Und auch ein Rasierer braucht ein nacktes Bein, wenn nicht gleich das Kopfhaar erhalten soll. Was es also jetzt dringender braucht als je zuvor ist eine Definition, die eine klare Identifizierung sexistischer Werbung ermöglicht und trotzdem Spaß erlaubt. Wo weder Frau noch Mann aufgrund ihres Geschlechts zu Schaden kommen. »Sexismus ist, wenn ein Geschlecht benachteiligt wird« – darin sind sich alle einig.

Dem Verein Pinkstinks gelingt es, diese Definition anhand zahlreicher aktueller Beispiele auf »werbisch« zu übersetzen und zwischen sexistisch, sexy und stereotyp zu differenzieren: »Sexismus bedeutet Diskriminierung aufgrund von Geschlecht. Stereotype sind starre, überindividuelle Vorstellungsbilder. Es gibt einen Graubereich, in dem die Übergänge fließend sind. Wenn der Mann in einem Werbeclip für eine teure Damenuhr in ihrem Beisein bezahlt, ist das stereotyp. Wenn ein Schweizer Uhrenhersteller mit dem Slogan »Fast so schön wie eine Frau – tickt aber richtig« wirbt, ist das sexistisch.«



Gender Pay Gap im Journalismus Weniger Geld in der Tasche!



Frauen verdienen weniger als Männer, auch im Journalismus. Offen darüber reden wollen die wenigsten.

Text: Katalin Valeš

Die ersten 83 Tage im Jahr, also bis zum 25. März, arbeitet eine Journalistin, statistisch gesehen, umsonst. Zumindest, wenn sie ihr Nettogehalt von durchschnittlich etwa 2.400 Euro mit dem eines männlichen Kollegen vergleicht. Er hat am Monatsende 22,7 Prozent mehr in der Tasche als sie. Das zeigen Zahlen des Instituts für Kommunikationswissenschaften und Medienforschung der LMU München – in einem Projekt hatten sich Studierende mit Lohnunterschieden im Journalismus befasst (www.faktor-xy.org).

Freiberuflerinnen trifft es besonders hart

Auch aktuellere Zahlen der Künstlersozialkasse (KSK) bestätigen: Der sogenannte Gender Pay Gap, also die Lohnlücke zwischen den Einkommen von Männern und Frauen, die im Bundesdurchschnitt bei 21 Prozent liegt, existiert auch im Journalismus. Freiberuflerinnen trifft es scheinbar besonders hart: Die Gehaltsdifferenz liegt hier sogar bei mehr als 30 Prozent. Laut KSK hat eine freie Journalistin im vergangenen Jahr durchschnittlich 6.180 Euro weniger Einkommen gemeldet als ein freier Journalist – nach eigener Einschätzung. Ihr Jahresbrutto: 17.246 Euro.

Auf eigenen Schätzungen beruhen auch die nach Einkommen gestaffelten Mitgliedsbeiträge im Deutschen Journalistenverband (DJV). Michael Hiller, DJV-Geschäftsführer in Sachsen, hat für FUNKTURMin einen Blick darauf geworfen. Für Sachsen gilt: Während sich die unteren bis mittleren Beitragsgruppen nicht nennenswert unterscheiden, lassen sich im höheren Bereich Einkommensunterschiede ableiten – allerdings nur leicht. Etwas mehr Männer als Frauen zahlen den Höchstbeitrag. Im oberen Mittelbereich, sind wiederum mehr Frauen vertreten. »Vielleicht, weil sie es von dieser Position aus nicht in die oberste Riege schaffen? Jedenfalls ist die Führungsebene im deutschen Journalismus nachweislich männlich dominiert«, sagt die Münchener Wissenschaftlerin Corinna Lauerer. Sie war als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Datenerhebung und Auswertung der »Worlds of Journalism Study« beteiligt, für die 775 Journalistinnen und Journalisten in Voll- und Teilzeit sowie Freie und Pauschalkräfte im Jahr 2015 befragt wurden.

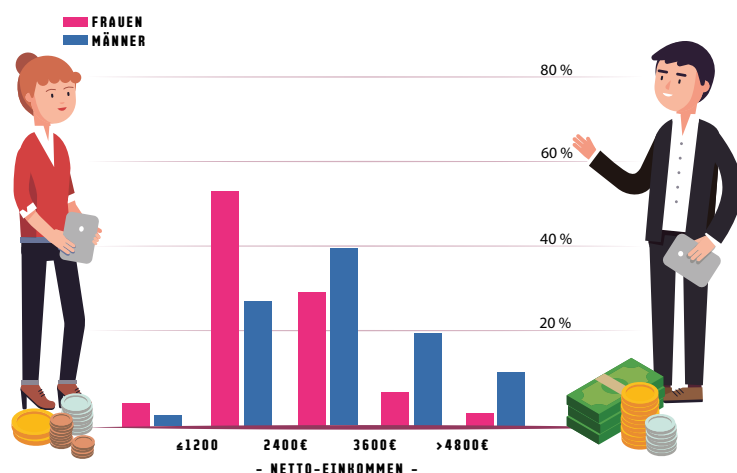
Die auf dieser Studie basierenden Daten interpretierten die Studierenden aus dem Faktor-XY-Projekt so: Bei Berufseinstieg und

in den Jahren danach liegen die Gehälter noch relativ nah beieinander. 10 bis 15 Jahre später geht die Einkommensschere jedoch auseinander. Während das Einkommen der Journalistinnen stagniert, steigt das der Journalisten weiter. Erst zehn Jahre später steige auch das Gehalt der Frauen wieder an. Das Einkommen der Männer holen sie jedoch nicht mehr ein.

Wer weniger verdient, tritt eher zurück

Gehaltsunterschiede können sich innerhalb einer Partnerschaft zu einer Spirale entwickeln: »Wer weniger verdient, tritt eher zurück, wenn kranke Kinder oder Angehörigen betreut werden müssen«, sagt Lauerer. Sie verweist auf den Gleichstellungsbericht der Bundesregierung: Aktuell sind es noch immer in erster Linie Frauen, die diese unbezahlte Arbeit leisten – auch bekannt als Gender Care Gap: »Natürlich sind das individuelle Entscheidungen. Aber sie werden durch bestehende Strukturen gefördert.« Das gilt auch in der Medienbranche.

Gehaltsunterschiede lassen sich auch im Journalismus zum Teil dadurch erklären, dass Frauen häufiger in Teilzeit und seltener in Führungspositionen arbeiten: Allein darin liegen die unterschiedlichen Einkommen aber nicht begründet: »Werden all diese Aspekte herausgerechnet, beträgt der Gehaltsunterschied zwischen Männern und Frauen trotzdem noch 5,6 Prozent, wie unsere Auswertung gezeigt hat. Und das können wir mit unseren Daten nicht erklären«, sagt Lauerer.



Quelle: Faktor XY-Projekt, Daten basieren auf »Worlds of Journalism«-Studie

Angelika Knop, die im Journalistinnenbund als Expertin zum Thema »Faire Bezahlung von Journalistinnen« gilt, meint: »Benachteiligungen, gerade in Unternehmen, die nach Tarif zahlen, können sehr subtil sein: Nachteilige Eingruppierungen in Lohngruppen, eine nicht angebotene Beförderung für Festangestellte, schlechter bezahlte Aufträge für Freie, oder einfach bei der Besetzung fester Stellen nicht berücksichtigt zu werden – all das ist schwer nach-

Hinweis auf ihre Redaktion möchte sie genannt werden. Zu groß die Angst, sich Ärger einzuhandeln, zu dünn die Beweislage.

Noch nicht lange ist es her, dass die preisgekrönte ZDF-Journalistin Birte Meier mit ihrer Klage gegen ihren Arbeitgeber in erster Instanz vor dem Arbeitsgericht Berlin scheiterte. Ihre Auffassung: Trotz gleichwertiger Arbeit und Qualifikation und teils längerer

»BENACHTEILIGUNGEN, GERADE IN UNTERNEHMEN, DIE NACH TARIF ZAHLEN, SIND SEHR SUBTIL.«

weisbar.« Offen darüber reden möchte kaum jemand – und doch scheint es solche Fälle zu geben: Eine der Redaktion bekannte Journalistin hat lange als Freie für ein Medienunternehmen gearbeitet. Als sie sich dort auf eine feste Stelle beworben hatte, wurde ein Kollege bevorzugt, der erst seit kurzem dabei war und weniger Berufserfahrung hatte als sie. Eine andere Journalistin, die sich selbst nicht benachteiligt fühlt, erzählt: »Ich erkenne da ein Muster. Immer wieder bekommen die Männer die gutbezahlten Jobs und die Frauen gucken in die Röhre.« Weder namentlich noch mit

Berufserfahrung wurde sie jahrelang schlechter bezahlt als männliche Redaktionskollegen.

Die Auffassung des Richters: Sie könne sich als Freie nicht mit Festangestellten vergleichen und hätte besser verhandeln müssen. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig. Das Berufungsverfahren ist derzeit ausgesetzt: Die Beteiligten befinden sich im Güterichtsverfahren.

Anzeige

Frauen, macht Meinung!

Trotz Sandra Maischberger oder Anne Will: Wenn es um Politik geht, stehen Frauen hierzulande nur selten zur Prime Time und vor breitem Publikum vor der Kamera. Auch Ines Pohl als Leiterin der Deutschen Welle ist da eine krasse Ausnahme. Tatsächlich gibt es in den Ressortleitungen kaum weibliche Führungskräfte. Das Geschäft des Meinungsmachens ist immer noch in der Hand von Männern.

Warum? Weil angeblich vor 200.000 Jahren männliche Steinzeitvorfahren das Fleisch besorgt haben, während die Frau brav vor dem gemachten Feuer wartete. Mann gleich Mut, Frau gleich Zuschauerin.

Deshalb überschlugen sich auch die Reaktionen, als 2016 mit der fußballerfahrenen Claudia Neumann erstmals eine Frau die EM kommentierte.

Weil die Steinzeit aber schon lange vorbei ist, sollten endlich mehr Frauen das Sagen haben. Ob nun mit einer Quote oder freiwillig – die sogenannte weibliche Perspektive muss in den Medien viel sichtbarer sein. Dafür setzt sich DIE LINKE ein!

Sarah Buddeberg, Sprecherin für Gleichstellungs- und Queerpolitik
sarah.buddeberg@slt.sachsen.de

DIE LINKE.
Fraktion im Sächsischen Landtag



BRAUCHEN WIR

Foto: Bild am Sonntag

MARION HORN

ist seit 2013 Chefredakteurin der Bild am Sonntag (BamS), die im Axel-Springer-Verlag erscheint. Die Sonntagszeitung hat derzeit eine Auflage von rund 850.000 Exemplaren.

WO VERLIEREN WIR DIE JOURNALISTINNEN?

Brauchen wir eine Frauenquote in Redaktionen? Ich finde ja schon die Frage ein wenig schwierig: Wir haben doch eine Quote in Redaktionen, und zwar fast überall. Beim Berufsstart liegt sie nach meiner Erfahrung bei 50 bis 80 Prozent Frauen. Jedenfalls in den Verlagen, die ich kenne. Und wenn es hochgeht in der Hierarchie, verfestigt sich diese Quote dann bei 80 Prozent.

Bei 80 Prozent Männern.

Wo verlieren wir all diese tollen Journalistinnen? Ich will hier nicht das Lied singen von den Frauen, die angeblich keine Quotenfrauen sein wollen. Auch nicht davon, dass es angeblich oder tatsächlich schwierig ist, Frauen für Führungsaufgaben zu begeistern.

Wenn Quote, dann 50 Prozent. Denn wir Frauen sind die Hälfte der Welt. Nicht die besseren Menschen. Auch nicht die besseren Journalistinnen. Aber wer die Hälfte ist, der sollte zur Hälfte bestimmen, was gesendet und gedruckt wird, was online geht.

Für mich steht fest, dass es keinen fixeren Weg gibt als die Quote. »Fix« bedeutet in diesem Zusammenhang dennoch Ewigkeiten. Denn selbst wenn jede einzelne frei werdende Stelle mit einer Frau besetzt würde, niemand, der oder die diese Zeilen liest, würde noch erleben, dass alle Redaktionen in Deutschland 50:50 mit Männern und Frauen besetzt wären.

Und wissen Sie, was das Verrückte ist: Ich persönlich als Chefin der BamS bin trotzdem der festen Überzeugung, dass sich niemand einzumischen hat, wie ich mein Team zusammenstelle. Dass ich das Recht habe, Mitarbeiter nach Haltung, Kompetenz und Know-how einzukaufen, danach, was ihren Kopf und ihr Herz bewegt. Nicht danach, was sie in der Bluse oder in der Hose haben.

Das war jetzt sexistisch, richtig? Mit einer Quote von mindestens 50 Prozent. Hängen Sie mich :)

EINE QUOTE?

Foto: Y. Maacke / SUPERillu

STEFAN KOBUS

ist Chefredakteur der SUPERillu (Burda). Der wöchentlich erscheinende Titel ist die meistgelesene Zeitschrift in Ostdeutschland. Die Auflage beträgt knapp über 250.000 Exemplare.

OBERSTE MAXIME SOLLTE DIE EIGNUNG SEIN

Für meine Redaktion kann ich diese Frage eindeutig mit Nein beantworten – ich habe zwei weibliche Stellvertretende, mehrere leitende Redakteurinnen, eine Textchefin, ganze Ressorts, die nur aus Kolleginnen bestehen.

Auch im BURDA-Verlag, in dem SUPERillu erscheint, sind Chefredaktionen und operatives Management mit mehr weiblichen als männlichen Kollegen besetzt. Ich halte nichts davon, wichtige Positionen paritätisch »nach Geschlecht« zu vergeben. Wenn jemand sich für einen Job bewirbt, sollte die oberste Maxime die Eignung sein – und nicht, ob die- oder derjenige Rock oder Hose trägt.

Dass in den Führungsetagen zu wenig Frauen sind, ist zweifelsohne Fakt. Aber dieses Missverhältnis durch eine Quote zu lösen, halte ich weder für praktikabel noch für zielführend. Was sich ändern muss, sind doch vielmehr die Voraussetzungen. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist für Frauen immer noch eine riesige Hürde. Wer wegen Schwangerschaft ausfällt und danach beispielsweise die ersten Jahre nur halbtags arbeiten möchte, hat es in unserer Leistungsgesellschaft schwer. Da ist Umdenken gefragt, flexiblere Arbeitszeiten sind notwendig, Vorgesetzte, die das nötige Verständnis aufbringen. Eine Quote wäre aus unternehmerischer Sicht für mich ein Eingriff in die Entscheidungsfreiheit der Verantwortlichen: Ich habe einen perfekten männlichen Kandidaten und ich darf ihn nicht einstellen, weil er ein Y-Chromosom hat? Für mich ist das keine Option.

Führungspositionen, und nicht nur die, müssen mit Menschen besetzt werden, die den Job auch wuppen können, die Lust darauf haben, die qualifiziert dafür sind. Und diese Qualifikation muss nach den spezifischen Anforderungen des Jobs bemessen werden und nicht nach dem Geschlecht.

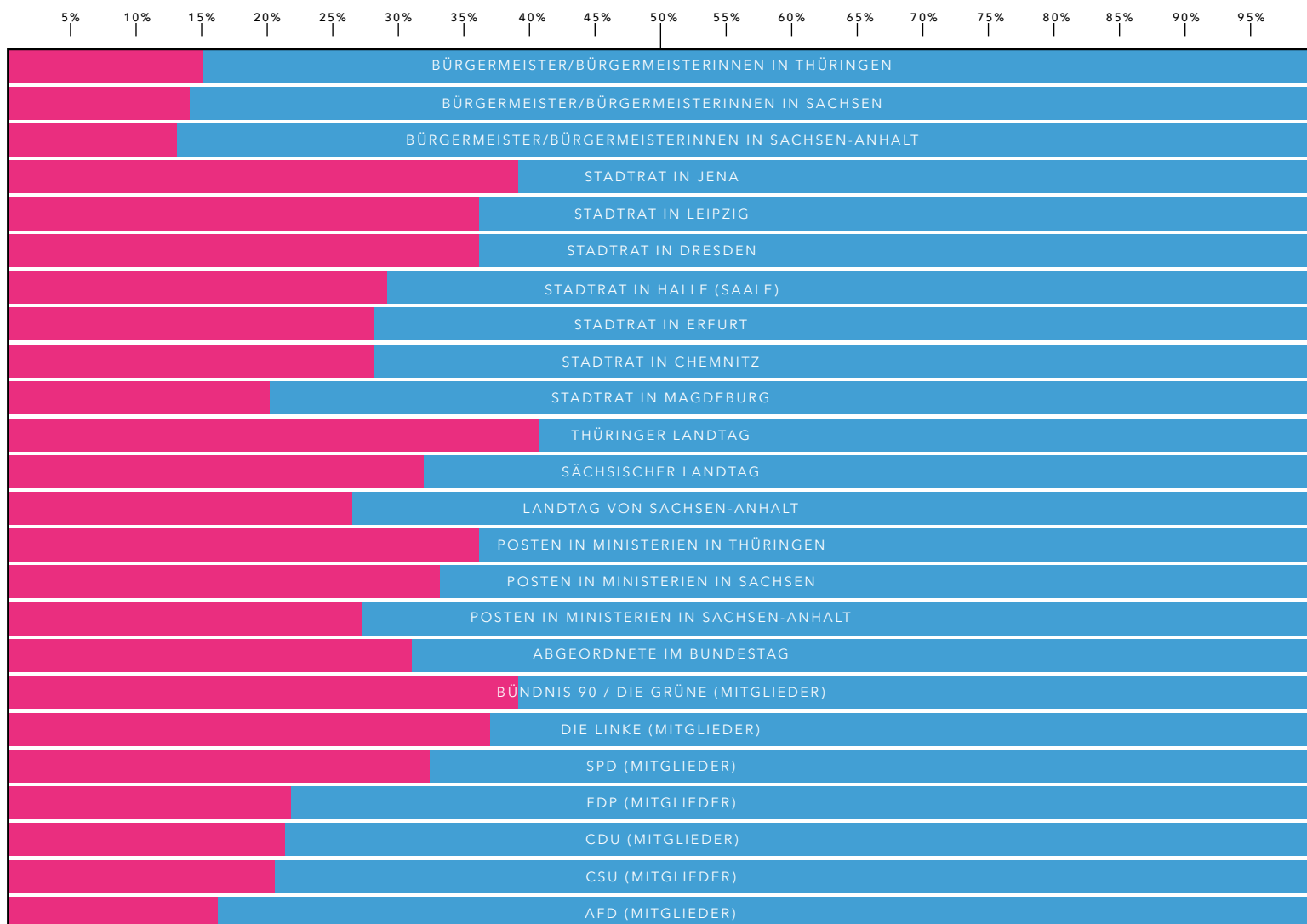
Wann immer bei uns ein Missverhältnis festgestellt wird, ist der Schrei nach der Quote laut: für Elektroautos, für Ostdeutsche im Kabinett, für veganes Essen in Kantinen, für Frauen im gehobenen Management, für mehr deutschen Schlager im Radio... Man löst keine Probleme durch pauschale Quotenregelungen, sondern durch Flexibilität, Kreativität und Innovation – In der Politik genauso wie in Redaktionsstuben.

Kurzum: mehr Frauen in gehobenen Positionen? Ja, unbedingt! Mittels Quote? Nein!

REICHT DOCH! ODER?

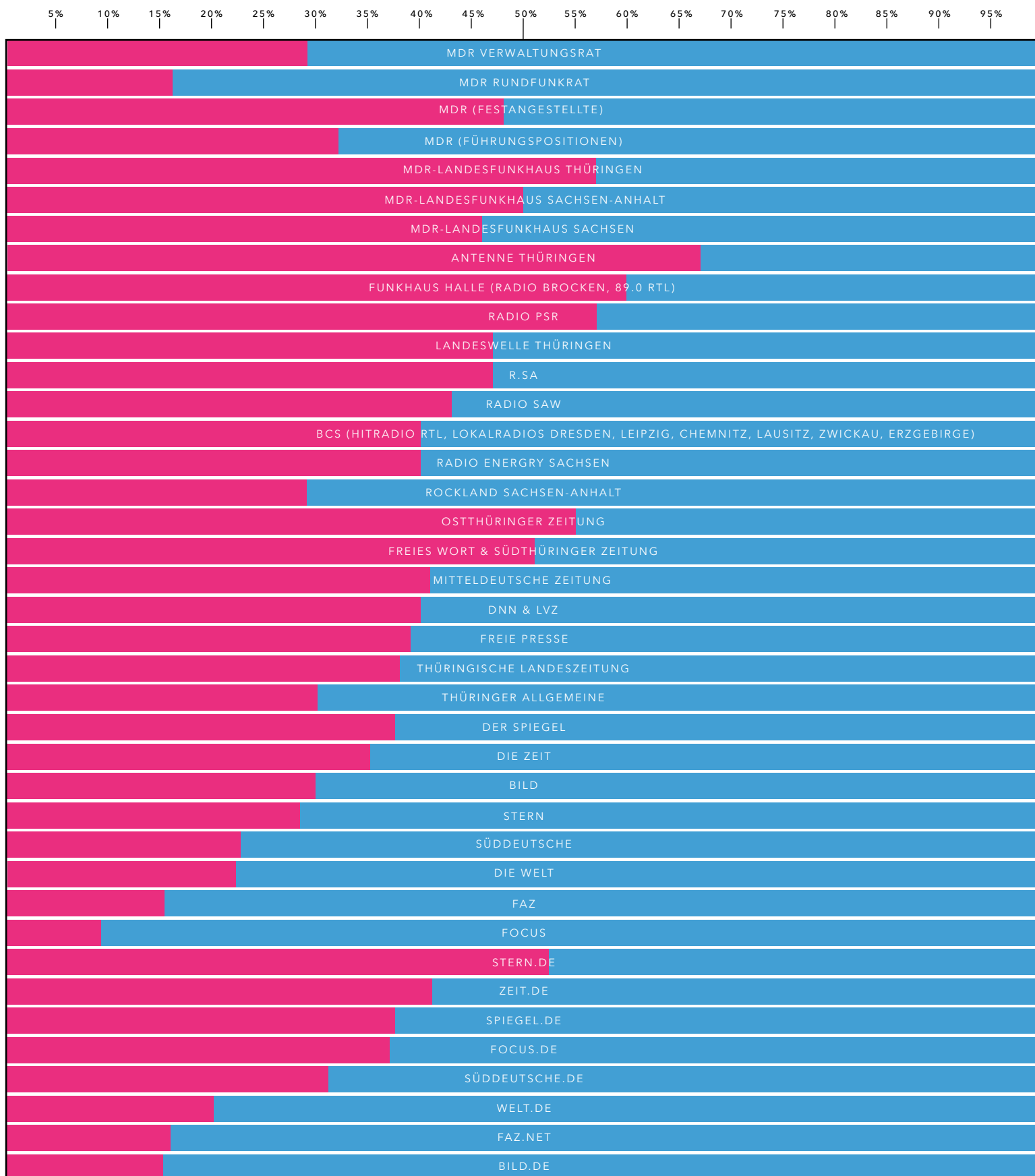
Wie steht es denn jetzt um die Verteilung von Macht in Medien und Politik zwischen den Geschlechtern? FUNKTURMin hat nachgezählt.

Recherche: Tim Tschapek



QUELLEN

QUELLEN: BÜRGERMEISTERINNEN: THÜRINGER LANDESAMT FÜR STATISTIK, STAND: 02/2018; STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN, STAND: 02/2018; STATISTISCHES LANDESAMT SACHSEN-ANHALT, STAND: 09/2017; STADTRAT IN GROßSTÄDTEN: HEINRICH-BÖLL-STIFTUNG E.V.: 4. GENDERRANKING DEUTSCHER GROßSTÄDTE 2017; LÄNDERPARLAMENTE: LPB BADEN-WÜRTTEMBERG, STAND: OKTOBER 2017; BUNDESTAG: DEUTSCHER BUNDESTAG, STAND: OKTOBER 2017; POSTEN IN MINISTERIEN: EIGENE ERHEBUNG LAUT INTERNETAUFTRITTEN DER JEWEILIGEN STAATSKANZLEIN; MITGLIEDER IN POLITISCHEN PARTEIEN: NIEDERMAYER, OSKAR: PARTEIMITGLIEDER IN DEUTSCHLAND: VERSION 2017. ARBEITSHEFTE AUS DEM OSZ, NR. 27, FU BERLIN 2017.



QUELLEN

QUELLEN: RUNDFUNK & VERWALTUNGSRÄTE: MDR-HOMEPAGE, EIGENE ERHEBUNG, STAND: 02/2018; MITARBEITER MDR: BERICHT DER GLEICHSTELLUNGSBEAUFTRAGTEN ZUR GLEICHSTELLUNG IM MITTELDEUTSCHEN RUNDFUNK 2016; RADIO: RADIO PSR, RADIO ENERGY SACHSEN, R.SA, ANTENNE THÜRINGEN, LANDESWELLE THÜRINGEN, ROCKLAND SACHSEN-ANHALT, RADIO SAW: EIGENE ERHEBUNG LAUT "TEAM"-RUBRIK DER INTERNETAUFTRITTE; BSC RADIO, FUNKHAUS HALLE: PR, ANTEIL AN DER GESAMTBEGLEGUNG; PRINT (NUR REDAKTION): FREIE PRESSE, THÜRINGER ALLGEMEINE, THÜRINGISCHE LANDESZEITUNG, OSTTHÜRINGER ZEITUNG; EIGENE ERHEBUNG LAUT INTERNETAUFTRITT; DNN, LVZ, FREIES WORT, SÜDTHÜRINGER ZEITUNG, MITTELDEUTSCHE ZEITUNG: PR.; MORGENPOST, SÄCHSISCHE ZEITUNG, VOLKSSTIMME, ALTMARK ZEITUNG; ONLINE NICHT EINSEHBAR, BZW. LEIDER KEINE DATEN VOR REDAKTIONSSCHLUSS ERHALTEN. FRAUENANTEIL IN PRINT-LEITMEDIEN & ONLINE-LEITMEDIEN: PROQUOTE, GEWICHTET NACH HIERARCHIE, STAND: 01/2018.



ROMINA BARTH

ist seit 2015 Oberbürgermeisterin von Torgau. Die Große Kreisstadt in Nordsachsen hat etwa 20.000 Einwohner. Barth hat Bankkauffrau gelernt und war zuvor Mitglied im Torgauer Stadtrat.

»IST DIE KETTE ECHT?«

Romina Barth (CDU) ist Sachsens jüngste Bürgermeisterin. Im Interview mit FUNKTURMin spricht sie über ihre Erfahrungen als Frau in der Politik, den Umgang mit älteren Kollegen und die Bedeutung von Äußerlichkeiten.

Interview: Romina Stawowy, Fotos: Thomas Schlorke

Was sind die Vor- und Nachteile als junge Frau in der Kommunalpolitik?

Einen Vorteil sehe ich durch die Schaffung der sogenannten Frauenquote in unterschiedlichen Gremien, dass ich als Frau bevorzugt ausgewählt werde. Allerdings ist das auch ein Nachteil für mich, da bei dieser Auswahl eben nicht immer die Qualität und Schaffenskraft der Frau im Vordergrund steht.

Unter den Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern in Sachsen sind gerade mal 13 Prozent Frauen.

Das ist tatsächlich so. Wenn ich beispielsweise in der Oberbürgermeisterberatung bin, bin ich oft die einzige Frau. Am Anfang fand ich das auch etwas seltsam, aber mittlerweile habe ich mich daran gewöhnt.

Was war seltsam?

Ich kam in eine Männerriege rein, die tatsächlich oft deutlich älter sind, meistens mit einem kleinen Bäuchlein dran. Da werde ich oft auch skeptisch betrachtet nach dem Motto: »Was will die junge Dame denn hier? Ahhh, das ist die Oberbürgermeisterin von Torgau.«

Wir haben bei unseren Recherchen oft Feedback bekommen wie: »Das wird sich schon mit der Zeit geben.« Teilen Sie diese Perspektive?

Wir müssen darüber reden. Es muss es auch in der Öffentlichkeit bewusst im-

mer wieder zum Thema gemacht werden, dann wird es auch besser.

Wie ist Ihre Einschätzung: Lässt sich die Arbeit als Bürgermeisterin gut mit Kindern vereinbaren?

Ich habe keine Kinder, aber ich kann sagen: Vereinbaren lässt sich alles. Man muss sich nur dementsprechend arrangieren. Es liegt allerdings auch am Partner, wie er mitzieht und in welchem Berufsfeld er steht.

Was raten Sie jungen Frauen, die gern in die Politik gehen möchten?

Engagieren, engagieren, engagieren und dranbleiben. Wenn es mal Rückschläge gibt, nicht unterkriegen lassen. Immer das Positive im Leben sehen. Ich sage mir auch immer, wenn es negative Tage gibt: »Es gibt Schlimmeres im Leben. Ich lebe noch und bin gesund.«

Und Tipps bezüglich der Männer?

Man muss nicht alles so ernst nehmen. Nehmen Sie es humorvoll. Akzeptieren Sie, wenn jemand eine andere Meinung hat. Am Ende werden wir sehen, wer Recht behält. So eine gewisse Gelassenheit hilft da manchmal sehr.

Welche Stärken sollte eine Frau für den Job mitbringen?

Mut. Gelassenheit. Eine gewisse Ruhe und vielleicht einen positiven Lebenssinn.

Was wäre, wenn die Welt nur von Frauen regiert würde?

Das würde ich nicht als Vorteil sehen und nicht wünschen. Wir brauchen Männlein und Weiblein, eine gesunde Mischung sollte es schon sein.

Sind sie eher pro Quote?

Ich bin nicht fürs Regulieren. Egal in welchem Thema. Der Markt reguliert sich immer von selbst.

Glauben Sie, dass es irgendwann von allein mehr Bürgermeisterinnen geben wird? Im Bundestag sind es ja gerade weniger weibliche Abgeordnete geworden...

Das liegt vielleicht daran, dass wir zu wenig engagierte, mutige Frauen haben, die sich voranstellen wollen.

In unserer Umfrage sagte eine Frau, je mehr über Frauen in der Politik gesprochen wird, desto mehr werden sich am Ende auch trauen...

Also ich glaube auch, dass es mehr Vorbilder geben muss – gerade in der Lokalpolitik. Wenn ich jetzt Torgau anschau, ist es in den letzten zwei Jahren ganz gut zu beobachten, dass sich immer mehr Frauen engagieren. Ich fördere das natürlich. Ich sitz' jetzt nicht »da oben«, sondern wir machen auch mal abends einen Frauenstammtisch und reden. Es gibt auch ein engagiertes Jugendteam, bei dem eine junge Frau vorne dran



Mut, Gelassenheit, eine gewisse Ruhe und einen positiven Lebenssinn - mit diesen Eigenschaften lässt es sich in der Lokalpolitik gut überleben, verrät die 35-Jährige im Interview.

steht, die wirklich mitzieht. Es gibt im Innenstadtmanagement Frauen, die wirklich mitziehen. Wenn ich Torgau betrachte, gibt es eigentlich mehr Frauen, die sich engagieren als Männer. Also vor allem im Ehrenamt.

Müssen Frauen in der Politik mehr auf Äußerlichkeiten achten als Männer?

In der Lokalpolitik ist es tatsächlich so. Da kommen dann bei Facebook etwa so Fragen wie: »Ist die Kette echt, die sie um hat? Ist das ein echter Barbour-Schal oder nicht?« Auf den Neujahrsempfäng-

Betrifft das nur die Frauen?

Männer haben es einfacher, sich zu kleiden. Weißes Hemd, Anzug, sitzt. Bei einer Frau fällt es eben auf, wenn sie zum dritten Mal das selbe Kostüm anhat. Gerade, wenn Bilder für die Zeitung aufgenommen werden.

Kommt das eher von Frauen oder von Männern – dieses »Was hat sie heute an«?

Männer interessiert das weniger. Ich trage zum Beispiel meine Haare sehr selten offen. Im letzten Jahr habe ich

Stichwort »der verunsicherte Mann«: Was raten Sie Männern im Umgang mit Frauen, gerade mit jungen Frauen in der Politik?

Ganz klar: Gleichberechtigung. Man kann darüber denken, was man will. Aber wenn ich jetzt abends zu irgendeinem Ball fahre, finde ich das schon schön, wenn mir jemand die Tür aufhält. Im Alltag verzichte ich auf solche Dinge, dass brauche ich nicht. Ich bin eine Frau, ich habe zwei Beine, wie ein Mann auch, ich habe zwei Hände. Ich kann genauso gut Auto fahren wie ein

»WAS HAT SIE HEUTE AN? DAS IST MANCHMAL SOGAR WICHTIGER ALS DAS STADTGESCHEHEN.«

en wird dann immer ein neues Kostüm, ein neues Kleid erwartet. Was hat sie heute an? Das ist manchmal sogar wichtiger als das Stadtgeschehen.

nach dem Friseur meine Haare offen getragen und das ist den Männern dann schon aufgefallen. Die meinten dann sofort, ob wir eine »neue Romina« haben. Das war sehr deutlich.

Mann und ich kann genauso gut einparken, wenn nicht sogar besser als manch anderer Mann.

Wie wird man eine Klasse Frau?

Leadership goes female

Gegenwärtig starten wir in die größte Transformation seit Menschen Gedenken. Auf die Herausforderungen des Technologiezeitalters findet maskuline rangordnungsbedingte Führung keine Antworten mehr, wie der Blick auf die weltpolitische Bühne offenbart.

Der Einzelheld ist out. Teilen ist in. Die Zukunft gehört den Netzwerker(inne)n und Brückenbauer(inne)n, die soziales Gewissen mit Empathie und starkem inneren Gespür verbinden, die es vermögen, viele an der Zusammenarbeit für lebensbejahende Visionen zu begeistern.

Diese Eigenschaften sind eher weiblich. Hier sind wir gefragt, liebe Klasse Frauen!

Dr. Ulla Nagel und Anne Katrin Dawidjan laden Sie daher auch 2018 wieder zu inspirierenden Begegnungen mit sich selbst und anderen Netzwerkerinnen ein. Erfahren Sie im gemeinsamen Coaching mehr über weibliche Führungsstärken, Erfolgsstrategien, Tricks und Kniffe.

NEU: Klasse Treffen von Männern und Frauen in Leipzig, Peter Pan Café, www.klassefrauen.com

Foto: Dr. Ulla Nagel

KLEINE UND GROSSE TRICKS DER KLASSE FRAUEN

Souveränitäts- und Rhetoriktraining für Frauen:

- Selbstbewusstsein stärken und Profil zeigen
- Persönlichkeit aufbauen und weiblich führen
- Auftritt: mit rhetorischen Mitteln überzeugen

Zielgruppe:

Frauen, die sich persönlich weiterentwickeln wollen:

- z.B. eine Führungsposition besetzen (wollen)
- Alleinstellung in oder für ihr Unternehmen anstreben.
- Frauen, die außerdem Dialog, Freude und Austausch mit Gleichgesinnten suchen.
- Netzwerkerinnen

Programm 2018 in Dresden

1. Einfühlungsvermögen oder Durchsetzungskraft?

Schließt das eine das andere aus?

Mo 15.01.2018

2. Knigge-sicher in Business-Etagen

Zu Besuch Dresdens **Stilexpertin Gisela Braune**

Do 08.03.2018

3. Wie kriege ich mein Team wieder in den Griff?

So nutzen Sie die Gruppendynamik und lösen Blockaden.

Mi 16.05.2018

4. Die Klasse Frau zwischen Führung und Partnerschaft.

Lebe ich in der richtigen Beziehung?

Di 03.07.2018

5. Überzeugen im Wortgefecht

So brillieren Sie mit wachsender Schlagfertigkeit.

Mi 19.09.2018

6. Erfolgreich verhandeln mit dominanten Partnern:

Mit vier einfachen Regeln besser zum Ziel.

Mo 12.11.2018

KLASSE FRAUEN



Seminarleitung:

Dr. Ulla Nagel • Dipl.-Psychologin

Dr. Ulla Nagel GmbH, Arndtstr. 11, 01099 Dresden

wochentags: 17.00 - 21.00 Uhr - 65 Euro

inkl. Getränke und Imbiss

Info: www.dr-ulla-nagel.com

Telefon: 0351 - 3320500

Anmeldung: ulla.nagel@dr-ulla-nagel.com

HAASS

ÜBER



CAREN LAY

ist seit 2009 Bundestagsabgeordnete und stellvertretende Partei- sowie Fraktionsvorsitzende der Linken. Ihr Wahlkreis ist der Landkreis Bautzen.



GEGEN FRAUEN

**IN DER POLITIK
UND WAS WIR
DAGEGEN TUN
KÖNNEN**



Seit 14 Jahren bin ich Abgeordnete – erst im sächsischen Landtag, seit 2009 im Bundestag. Wie ich früh feststellte, ist Sexismus in der Politik, ebenso wie im Rest der Gesellschaft, alltäglich und präsent. Egal über welches Thema Frauen reden: Wenn Argumente fehlen oder Frauen selbstbewusst auftreten, werden sie auf persönlicher Ebene auf Grundlage ihres »Frau-Seins« angegriffen.

Häufig werden Politikerinnen sexualisiert: Kommentare über den Körper, das Aussehen oder Privatleben der Akteurinnen gelten bei Frauen als »normal« und sind bei Männern tabu. Frauen in Führungspositionen werden häufig nicht respektiert – erst recht nicht, wenn sie jung sind.

Auch ich habe Angriffe und Abwertungen aufgrund meines Geschlechts erleben müssen. Wenn ich nach sexistischen Kommentaren die Kommentatoren zur Rede stelle, bekomme ich zumeist eine beschwichtigende Antwort. Sexistische Inhalte gegen Frauen gelten vielen als »harmlos« oder »lustig« – wer sich dagegen wehrt, wird zur »Zicke«.

Das zeigt deutlich, dass wir immer noch in einer sexistischen und patriarchalen Gesellschaft leben. Weil ich diese Zustände noch nie akzeptiert habe und nie akzeptie-

ren werde, nehme ich regelmäßig an Demonstrationen für Frauenrechte teil. So auch kürzlich, als die AfD, unter dem Deckmantel der Verteidigung von Frauenrechten, ihren Rassismus verbreiten wollte und sich ein Bündnis aus feministischen und antirassistischen Gruppen dem erfolgreich in den Weg stellte.

Die Reaktionen, die ich auf meine Teilnahme an der Demonstration erhielt, haben mich wirklich schockiert: Ich erntete in den Sozialen Netzwerken einen zutiefst frauenfeindlichen Shitstorm, zumeist von hasserfüllten, rechten Männern. An dieser Stelle möchte ich nur einige Passagen zitieren: »Du Nutte«, »Schlampe«, »Du dumme Hure wirst vergewaltigt und entsorgt«, »Asoziales Inzestopfer« – Dinge, die wohl nie ein Mann zu hören bekommt. Diese sexistischen Shitstorms gegen Frauen haben eine neue, tiefe Stufe erreicht. Und es sind keine Einzelfälle. Das hat Methode: Rechte Troll-Fabriken suchen sich gezielt Opfer, gerne Frauen, und versuchen, sie einzuschüchtern.

Bei mir hat der aktuelle Angriff jedoch genau das Gegenteil bewirkt: Erstens habe ich jede Menge Strafanzeigen gestellt. Und zweitens hat es mich darin bestärkt, noch entschiedener für Feminismus und starke Frauen in allen Teilen der Gesellschaft zu kämpfen. Im Parlament, auf der Straße, aber auch im Netz.



Mine Yektin Caren Ly du hast weniger Gehirn im Scheldel als ein gegicktes Huhn!!!

Dank solcher Linksfaschistischen Neo Nazis wie du es bist gibt es zu tode vergewaltigte Kinder.Du bist das letzte schtück Dreck samt deiner kranken Gesinntn.Hoffentlich spaltet dir jemand deinen dummen blonden Schädel und wir trocken in den Arsch gefickt von eine Schtinkenden Islamisten damit du siehst wie es den kleinen Kindern ging.Hoffentlich sticht Dir jemand im vorbeilaufen in den Hals und du verblutest.Du bist veige und hast keine Würde und Ehre.Versteckt euch wie kleine Mäuse und ihr könnt nur Terror machen.Wegen solchen wie Dir haben Frauen angst auf die Stasse zu gehen.Nazi Drecksau getarnt als Linke verummte Hurentochter... verrecke ganz schnell!!!!!!!!!!!!

[Gefällt mir](#) · [Antworten](#) · [Nachricht senden](#) · 2Std.



Original-Text aus einem Kommentar auf der Facebook-Seite von Caren Lay

“Frauen fehlen die VORBILDER”

Weibliche Führungskräfte sind unerwünscht! Das interpretieren Frauen, wenn der gesamte Vorstand eines Unternehmens nur aus Männern besteht. Psychologe Prof. Dr. Hannes Zacher spricht im Interview über Vorurteile und Stereotype.

Interview: Anja Hesse-Grunert, Illustrationen: Paula Spröbig



Foto: Sven Reichhold

PROF. DR. HANNES ZACHER

ist Professor für Arbeits- und Organisationspsychologie an der Universität Leipzig. Er forscht u. a. zu Vorurteilen gegenüber Frauen in der Arbeitswelt.

Professor Zacher, wir schreiben das Jahr 2018. Ist es denn wirklich so, dass Frauen heute noch mit Vorurteilen im Job zu kämpfen haben?

Lassen Sie mich zuerst einmal festhalten, dass wir alle verschiedene Rollenbilder, Stereotype und Vorurteile verinnerlicht haben. Das ist bei jedem Menschen individuell. Ich nenne mal ein paar Beispiele von gängigen Vorurteilen: Ältere Menschen sind unflexibel und nicht veränderungsbereit, IT'ler sind Nerds, Frauen in Führungspositionen verkiffen. In mehreren Studien habe ich mit Kolleginnen und Kollegen verschiedene Vorurteile untersucht, unter anderem bei weiblichen Arbeitnehmerinnen. Und ja, unsere Ergebnisse zeigen, dass Frauen durch Vorurteile und Stereotype in ihrer beruflichen Entwicklung gehemmt werden.

Wie kann ich mir das konkret vorstellen?

Wenn Sie beispielsweise in einer Firma arbeiten, in der der gesamte Vorstand aus Männern besteht, verinnerlichen viele Frauen, dass weibliche Führungskräfte hier nicht erwünscht sind. Das passiert ganz unbewusst. Wir nennen das die Bedrohung durch Stereotype. Dadurch kann es beispielsweise passieren, dass Frauen sich gar nicht erst auf Führungspositionen bewerben. Ein Beispiel aus dem universitären Kontext: Wenn acht von zehn Professuren mit Männern besetzt sind, aber 80 bis 90 Prozent der Studierenden weiblich, geht davon das Signal aus, dass eine wissenschaftliche Karriere für Frauen womöglich nicht geeignet ist. Das führt in meinem Fachbereich dazu, dass die meisten Studentinnen sagen: Ich möchte nach dem

Studium als klinische Psychotherapeutin arbeiten. Interessanterweise geben dagegen viele der wenigen Psychologiestudenten eine wissenschaftliche Karriere als Berufswunsch an.

Was haben Sie in Ihren wissenschaftlichen Studien untersucht?

Wir haben beispielsweise in einem großen Unternehmen zwei Forschungsgruppen gebildet. Eine der Gruppen haben wir explizit gefragt, wie viele Frauen im Vorstand ihres Unternehmens sitzen, der zu 90 Prozent von Männern besetzt ist. Die zweite Gruppe haben wir auf diese Tatsache nicht aufmerksam gemacht. Den Befragten in der ersten Gruppe wurden dann die Vorurteile bewusst, die über berufstätige Frauen existieren. Dazu zählt: »Frauen haben weniger Führungsstärke«. Diese Gruppe konnte sich dann auch weniger vorstellen, familienfreundliche Maßnahmen in Anspruch zu nehmen, damit ihnen das nicht als Schwäche ausgelegt wird. Sie hatten außerdem das Gefühl, ihre weibliche Seite noch weniger zeigen zu können.

Das heißt also, wenn Frauen sich dieser Vorurteile bewusst werden, gehen sie nicht in Offensive?

Genau, meist passiert das Gegenteil, sie ziehen sich zurück. Das ist ein typisches Anzeichen für strukturelle Probleme. Viele Studien zeigen das auch in Bezug auf andere Vorurteile – zum Beispiel beim Thema Altersdiskriminierung. Ältere Menschen, die in einem Gedächtnis-Test eingangs nach ihrem Alter gefragt werden, schneiden schlechter ab als die, denen ihr Alter nicht extra bewusst gemacht wird.

Was sind typische Vorurteile, mit denen Frauen im Beruf zu kämpfen haben?

Dass sie weniger Durchsetzungsfähigkeit und Führungsstärke haben, dass sie zu emotional sind und weniger fokussiert auf ihre Arbeit – vor allem, wenn sie auch Kinder haben. Schwangeren Frauen wird häufig weniger zugehört als nichtschwangeren Frauen. Wir haben außerdem untersucht, wie sich Frauen in Meetings verhalten, wie oft sie sich zu Wort melden, ob sie Verbesserungsvorschläge machen – insbesondere in männerdominierten Branchen. Das Ergebnis: Sie tun es weniger oft als Männer, werden häufiger unterbrochen und weniger oft »gehört«. Gleichwohl sind Frauen ebenso gut ausgebildet wie Männer und haben selbstverständlich genauso gute Ideen. Unsere Vermutung ist, dass Frauen häufig die Vorbilder fehlen und wir immer noch tradierte Rollenbilder verinnerlicht haben. Rollenbilder, in denen traditionell Männer die lauterer sind. Sie sind die, die das Sagen haben.



Glass Ceiling Effect
// »die gläserne Decke«

Bezieht sich Ihre Forschung auf spezielle Branchen?

Nein, wir forschen branchenübergreifend.

Wie schätzen Sie die Situation in der Medien- und Politikbranche ein?

Die Medien- wie Politikbranche ist sehr konservativ. Die Spitzenpositionen sind nach wie vor mehrheitlich mit Männern besetzt. Bleiben wir mal im Mediensektor: Auf den unteren Ebenen tut sich einiges. Bis zur dritten Führungsebene haben wir hier viele, manchmal sogar überproportional viele Frauen. Diese stoßen dann klassischerweise an eine »gläserne Decke«, steigen also nicht ins Top-Management auf, obwohl sie sehr gut ausgebildet sind. In der Wissenschaft sprechen wir vom »Glass Ceiling Effect«.

Was sind Ihrer Meinung nach Gründe dafür?

Auch hier fehlen, wie fast überall, Vorbilder für weibliche Chefs. Wenn es eine Frau schon mal schafft, in die Chefredaktion oder den Vorstand aufzurücken, hat sie es schwerer als die Männer um sie herum. Sie wird häufig als kalt und berechnend empfunden und entsprechend sabotiert. Das hat damit zu tun, dass diese Frauen häufig klassisches Männerverhalten an den Tag legen und dafür bestraft werden. Übrigens von Männern wie Frauen. Das haben wir bei

Tanit Koch von der BILD ganz gut gesehen: Sie hat diesen Machtkampf in der Doppelspitze verloren. Sie wurde dargestellt, als wäre sie einfach nicht stark genug. Andererseits gelten Frauen, die sich an der Macht halten, als unnahbar, nicht kommunikativ und hart. Sie erfüllen die klassischen weiblichen Stereotype nicht. Angela Merkel ist dafür ein gutes Beispiel. Das ist nach wie vor ein großes Problem für Frauen in der Berufswelt, egal in welcher Branche sie sich bewegen.

Wie erklären Sie sich das?

Wir haben keine gute Definition davon, was es heißt, als Frau eine Führungsposition inne zu haben. Sie können es im Grunde niemandem Recht machen. Sind sie durchsetzungsfähig, werden sie als unweiblich empfunden. Sind sie emotional, gelten sie als schwach. Es gibt Studien, die zeigen, dass gerade in Zeiten des Wandels – und die erleben wir gerade – ältere Männer als Führungskräfte bevorzugt werden. Wir haben verinnerlicht, dass sie weise, führungsstark und deshalb unbedingt die Richtigen sind.



Glass Cliff Phänomen

»Führung vor dem Scheitern«

»WENN DIE SITUATION SO RICHTIG VERFAHREN IST, BEKOMMEN FRAUEN HÄUFIGER DIE CHANCE AUF EINE FÜHRUNGSPPOSITION.«

Wie beurteilen Sie denn die Initiative von Andrea Nahles, Vorsitzende der SPD werden zu wollen?

Wenn die Situation so richtig verfahren ist, bekommen Frauen häufiger die Chance auf eine Führungsposition. Dann überlassen Männer Frauen gerne die Führung, weil das Risiko des Scheiterns so groß ist. Wir sprechen von dem so genannten »Glass Cliff Phänomen«. Andrea Nahles ist dafür ein prima Beispiel, ebenso Theresa May in Großbritannien oder Angela Merkel. Als die Männer in der CDU nach der Spendenaffäre komplett zerstritten waren und die Partei in einer schwierigen Situation war, schaffte sie es im Jahr 2000 an die Spitze. Im Wirtschaftsbereich fällt mir Marissa Mayer ein, die von Google zu Yahoo geholt wurde, als Yahoo am Abgrund stand.

Was muss sich ändern?

Es fängt bei uns an, in jeder einzelnen Familie. Achten Sie mal drauf, welche Berufswünsche Sie Ihren Kindern vermitteln. Womit spielen unsere Kinder im Kindergarten? Welche Rollen haben Mädchen und Jungs in Kinderbüchern und Filmen inne? Sind die Mädchen Prinzessin oder

eben auch Wissenschaftlerin und Firmenchefin? Und die Jungs: Sind sie die mutigen, unerschrockenen und klugen Kämpfer oder dürfen sie auch mal ruhig sein, sich um andere kümmern und ausgleichend wirken?

Was halten Sie von der Einführung von einer Quote?

Ich bin tatsächlich für die Quote! Es muss ein Quotensystem geben. Ein echter Veränderungsprozess startet häufig nur dann, wenn eine Redaktion sagt, unsere Zeitung, unser Sender muss auch die Gesellschaft widerspiegeln. Wir beteiligen Frauen jetzt ganz bewusst stärker. Es ist positiv, dass das neue Kabinett von Angela Merkel mit über 40 Prozent von Frauen besetzt ist.

Was können Frauen selbst tun?

Frauen müssen Frauen fördern. Das heißt, die Frauen in Führungspositionen müssen andere Frauen fördern und Netzwerken. Mentoring ist eine ganz wichtige Geschichte. In der Realität kommt es häufig vor, dass Frauen andere Frauen eher als Konkurrentinnen wahrnehmen und keine weiblichen Nachfolgerinnen dulden. »Queen Bee Phäno-

men« heißt das in der psychologischen Forschung. Wenn wir irgendwann genügend Frauen in exponierter Stellung haben, brauchen wir auch keine Quote mehr.

dass sie immer noch einer privilegierten Gruppe angehören, flexibler agieren können und bessere Karrierechancen haben, und bewusst dagegen arbeiten, kann sich tatsächlich etwas ändern.

»IN DER REALITÄT KOMMT ES HÄUFIG VOR, DASS FRAUEN ANDERE FRAUEN EHER ALS KONKURRENTINNEN WAHRNEHMEN.«

Können Frauen noch mehr tun?

Frauen sollten sich selbst öfter nominieren und stärker einbringen, sich mehr zutrauen und Möglichkeiten ergreifen. Sie sollten aufhören, ein schlechtes Gewissen zu haben, wenn Sie Mutter sein und Karriere machen wollen – auch wenn die eigene Mutter oder andere Familienmitglieder es möglicherweise anders gemacht haben. Dafür ist wichtig, sich die eigenen Vorurteile bewusst zu machen, die man verinnerlicht hat. Wobei ich Frauen definitiv nicht allein die Verantwortung zuschieben möchte. Alle sind gefragt, wir können nur gemeinsam Veränderungen bewirken.

Tickt der Osten eigentlich anderes als der Westen?

Im Osten waren prozentual mehr Frauen erwerbstätig als im Westen, das stimmt. Ich denke allerdings, dass es in den klassischen Rollenverständnissen kaum Unterschiede gibt. Die vollbeschäftigte ostdeutsche Frau hat größtenteils zusätzlich noch den Haushalt geschmissen und sich um die Kindererziehung gekümmert. Eine echte Gleichberechtigung war auch das in der Regel nicht.

Was ist Ihre Prognose, wann wird sich hinsichtlich der Geschlechterverteilung in deutschen Führungspositionen etwas geändert haben?

Auch wenn schon viel in Bewegung ist und wir ja gerade ein Revival der Frauenbewegung erleben, glaube ich, das braucht mindestens noch eine Generation, also 15 bis 20 Jahre. Meine Tochter ist jetzt zwei. Es wäre großartig, wenn sie später einmal sagt, ich möchte eine Führungsposition übernehmen und das ist dann ganz normal. Ich fände es toll, wenn sie sich ihren Weg frei auswählen kann, unabhängig von irgendwelchen Rollenmustern.

Und die Männer?

Für meinen Sohn würde ich mir auch wünschen, dass er gesellschaftliche Mechanismen reflektiert. Denn nur, wenn Männer den Status quo tatsächlich wahrnehmen, nämlich,

Queen Bee Phänomen

// »Konkurrenzkampf«



WAS HAT DER STREIT UM HERR PROFESSORⁱⁿ GEBRACHT?

2013 beschloss der Senat der Universität Leipzig, in der Grundordnung nur das generische Femininum zu verwenden. Es folgte ein medialer Shitstorm, der vermittelte, dass »Herr Professorin« als Ansprache die Regel werde.

Text: Johanna Kelch

»Das waren vierzehn Tage die Hölle auf Erden«, erzählt der Gleichstellungsbeauftragte der Universität Leipzig, angesprochen auf die Vorgänge 2013. Dabei war im Grunde nichts gravierendes passiert: Der erweiterte Senat der Uni hatte beschlossen, dass in der neuen Fassung der Alma Mater von nun an das generische Femininum bevorzugt wird. Anstatt in der neuen Grundordnung »Professor« oder »Professoren und Professorinnen« zu schreiben, wurde sich darauf geeinigt, nur das Femininum zu benutzen. Angeregt worden war das Ganze durch einen Physikprofessor der Universität. »Es gab sehr viele Diskussionen, wie man Frauen gleichberechtigt in

der neuen Verfassung betiteln kann«, erzählt Teichert. »Irgendwann schlug dann der genervte Professor vor, es könne doch einfach nur »Profesorinnen« geschrieben werden.« Was als Scherz gedacht war, fand große Mehrheit im Senat. Selbst als Gegner und Gegnerinnen des generischen Femininums innerhalb von eineinhalb Jahren mehrmals versuchten, dagegen vorzugehen, stand der Senat hinter der Entscheidung. Das Femininum blieb.

Entgegen der Annahme vieler Medien wird die Bezeichnung »Herr Professorin« nicht im Alltag verwendet. Es steht einzig



in der Verfassung. Und doch: In den Augen von Georg Teichert hat es etwas verändert: »Es ist ein größeres Bewusstsein dafür entstanden, dass es noch immer ein Ungleichgewicht zwischen den Geschlechtern gibt«, sagt er. Durch die Debatte um »Herr Professorin« sei ein tiefliegendes Problem der Gesellschaft sichtbar geworden: Nämlich, dass eine subtile Diskriminierung von Frauen im Alltag durch sprachliche Nicht-Beachtung stattfindet. »Sicher ist Sprache kein Allheilmittel«, sagt Teichert, der seit 2010 Gleichstellungsbeauftragter ist. »Aber Sprache sensibilisiert.«

Shitstorm mit weltweiter Wirkung

Es gebe, so Teichert weiter, genügend psycholinguistische Untersuchungen, welchen Einfluss »Femininum« und »Maskulinum« auf das Denken haben. Männliche Bezeichnungen werden meistens mit Stärke und Macht in Verbindung gebracht – besonders bei Berufsbezeichnungen. Der Sprachwissenschaftler Anatol Stefanowitsch schreibt in einem Artikel über »Diskriminierende Sprache«: »Wird ein Beruf im generischen Maskulinum präsentiert, wird er als schwerer

zugänglich wahrgenommen, was die Einschätzung, den Beruf selbst ausüben zu können, negativ beeinflusst. Mit anderen Worten: Die Art, in der wir über stereotyp männliche Berufe reden, hat vor allem einen Einfluss darauf, ob Mädchen sich diesen Beruf zutrauen.«

Auf die Frage, ob denn die Debatte um »Herr Professorin« etwas verändert hat, greift Teichert das Thema Berufswahl auf. Ja, es habe was gebracht: Ein Bewusstsein dafür, dass es noch viel zu wenige weibliche Professoren gibt. In der juristischen Fakultät gäbe es beispielsweise nur eine Frau. Und: »Weltweit wissen nun sehr viele Menschen, dass es die Universität Leipzig gibt und dass wir eine außergewöhnliche Grundordnung haben.« Nach Teicherts Meinung sei die Diskussion um das generische Femininum im Übrigen fast überholt. »Auf uns kommt gerade eine ganz andere Sache zu: Das dritte Geschlecht.« Seit der Rechtssprechung des Bundesgerichtshof zur Intersexualität überlegt Teichert schon, welche Diskussionen ihn als nächstes erwarten.



HILFT *gendern*?

Die Benachteiligung des weiblichen Geschlechts durch überwiegend männliche Bezeichnungen in Texten lässt sich beweisen. Dabei könnte die konsequente Benennung beider Geschlechter ganz neue Perspektiven eröffnen.

Text: Katalin Valeš, Illustration: Schwarwel



»Die hat ja wohl einen Sockenschuss!« lacht ein Radio-Dresden-Moderator am Morgen des 21. Februars ins Mikrofon. Im Gespräch mit dem Wettermann der Sendung macht er sich über die Klage der Saarländerin Marlies Krämer lustig, die am Tag zuvor am Bundesverfassungsgerichtshof (BGH) verhandelt wurde. Krämer hatte gegen ihre Sparkasse geklagt, um zu erreichen, dass auf den Formularen ihres Geldinstituts auch von Kundinnen und Kontoinhaberinnen die Rede ist und nicht nur die männliche Form verwendet wird.

»Ich sehe es überhaupt nicht mehr ein, dass ich als Frau totgeschwiegen werde«, gab Krämer bei Gericht zu Protokoll und forderte im Sinne der Gleichberechtigung ihr Recht ein, als Frau in Sprache und Schrift erkennbar zu sein. »Total über-

flüssig!«, findet der männliche Radiomoderator und macht sich minutenlang lustig über das, was die Wissenschaft als »geschlechtergerechte Sprache« bezeichnet.

Diskussionen seit über 30 Jahren

Dabei ist die Frage, ob Frauen sprachlich einbezogen werden sollen oder nicht, keineswegs nur ein Spleen einer einzelnen Dame. Diskussionen darum werden schon seit mehr als 30 Jahren geführt. In einem wissenschaftlichen Aufsatz für die Fachzeitschrift »Frontiers in Psychology« fasst die Berner Professorin Dr. Sabine Sczesny gemeinsam mit anderen Autorinnen den aktuellen Forschungsstand zusammen. Ein zentrales Ergebnis verschiedenster Studien lautet: Geschlechtergerechte Sprache reduziert Stereotype und Diskriminierung.

Sprache beeinflusst das Denken

Für Journalistinnen und Journalisten, die laut Ziffer 12 des Pressekodex niemanden aufgrund des Geschlechts diskriminieren sollen, ist diese Thematik also durchaus interessant und relevant. Die Auseinandersetzung damit berührt das eigene Verständnis von journalistischer Qualität. Schließlich bildet Sprache Realität nicht nur ab, sondern trägt auch zu deren Gestaltung bei. Die Wortwahl beeinflusst das Denken und das wiederum hat Einfluss auf das Handeln.

In der deutschen Sprache kann für eine gemischte Gruppe aus Frauen und Männern die männliche Form gewählt werden: Wenn aus 99 Ärztinnen und einem Arzt in der Kurzform 100 Ärzte geworden sind, dann bezeichnet die Sprachwissenschaft das als »generisches Maskulinum«. Das »generische Femininum«, also von 100 Ärztinnen zu sprechen, wird von vielen als falsch empfunden – weil wir es anders gewohnt sind. Das sagt zumindest der Duden.

In der erst vor einigen Monaten erschienenen Dudenausgabe »Richtig gendern. Wie Sie angemessen und verständlich schreiben« wird das generische Maskulinum als »sachlich unzutreffende« und »irreführende« Art des Sprachgebrauchs kritisiert, die verändert werden könne. Doch: Sind Texte oder Moderationen, die die gängige, männliche Form verwenden, gleich diskriminierend? Ja, finden die Forschenden und belegen diese Einschätzung mit wissenschaftlichen Methoden. Frauen mögen vielleicht »mitmeint« sein, werden aber nicht immer auch mitgedacht. Zu diesem Ergebnis kommen übereinstimmend und unabhängig voneinander ganz verschiedene Studien.

Sehr beliebt und viel zitiert ist dieser Versuch: Werden Menschen nach den Namen von drei Schauspielern gefragt, dann werden in der Regel sehr viel häufiger Männer- als Frauennamen genannt. Wird allerdings darum gebeten, drei Schauspieler und Schauspielerinnen aufzuzählen, erhöht sich der Anteil der genannten Frauennamen signifikant. Zwar mögen sich viele Frauen in der männlichen Form angesprochen fühlen, wenn es drauf ankommt, besteht die Wahrscheinlichkeit, dass sie nicht mitgedacht werden. Wichtig wird das bei der Besetzung von Stellen, wenn – unbewusst – bei wichtigen Jobs eher an Männer gedacht wird.

Sprache spiegelt nicht nur unser Denken wider, sondern beeinflusst es auch. Wählen Medienschaffende in ihren Texten, Beiträgen und Moderationen eine Form der Sprache, die Männer als Norm und Frauen als das Besondere behandeln, diskriminieren sie, auch wenn sie es vielleicht nicht beab-

sichtigen. Das passiert auch Frauen. Doch was ist mit der Verständlichkeit und dem Lesefluss? Professorin Dr. Sczesny dazu: »Empirische Untersuchungen haben dieses Argument widerlegt und zeigen, dass Textqualität und kognitive Verarbeitung nicht beeinträchtigt werden.« Allerdings, so die Schweizer Professorin, bedeute geschlechtergerechte Sprache für Männer einen unwillkommenen Verlust ihrer privilegierten Position in der Sprache.

Neutralisieren oder Feminisieren

Texte können durchaus lesbar und verständlich gestaltet werden, wenn kreativ getextet wird. Und manchmal ergeben sich so auch ganz neue Perspektiven auf ein Thema. Sczesny teilt die verschiedenen Methoden in zwei Hauptgruppen: Neutralisieren und Feminisieren. Beim Neutralisieren werden geschlechtsbezogene Wörter vermieden und stattdessen Formulierungen verwendet, die alle miteinbeziehen (z. B. statt Feuerwehrmänner Feuerwehrleute). Beim Feminisieren werden Frauen explizit genannt und somit sichtbar gemacht (z. B. Feuerwehrmänner und Feuerwehrfrauen).

»Frauen mögen mitgemeint sein, werden aber nicht mitgedacht.«

Dass so was in journalistischen Produkten funktionieren kann, zeigt das Magazin FORUM. Mit einer Auflage von ca. 3.000 Stück erscheint es vierteljährlich von und für Stipendiatinnen und Stipendiaten der Friedrich-Ebert-Stiftung. In Texten über Politik, Wirtschaft und Weltgeschehen ist dann beispielsweise ganz selbstverständlich die Rede von 100 maskierten Anhänger*innen einer nationalistischen Partei, die Polizist*innen massiv verletzt hätten. So zu schreiben, ist keine Vorgabe der Stiftung, sondern Entscheidung der Stipendiatinnen und Stipendiaten. Sie gehen noch weiter. Nicht nur Männer und Frauen wollen sie sprachlich abbilden, sondern auch jene, die sich keinem Geschlecht zuordnen wollen oder können. Für sie steht das Sternchen.

Sophie Wenzlaff, Teil der fünfköpfigen Chefredaktion, erklärt: »Ich musste mich anfangs etwas daran gewöhnen, aber mittlerweile ist es für mich völlig normal geworden. Im Magazin verstehen wir gendern als eine Art der Sprachanwendung, die keine Geschlechter diskriminiert und historisch-sozial bedingte Schwachstellen ausgleichen will.« Die 21-Jährige

studiert Romanistik und Spanisch auf Gymnasiallehramt und redigiert die Texte derzeit in Las Palmas auf Gran Canaria, wo sie gerade ein Austauschsemester absolviert. Im Heft, sagt sie, gebe es jedoch keine einheitliche, dogmatische Sprachregelung: »Uns ist wichtig, dass die Texte gut lesbar und verständlich sind. Und das geht, weil wir kreativ mit Sprache umgehen.« Die Stipendiatin wünscht sich, dass auch klassische Medien so arbeiten würden.

Medien sollten sensibler sein

Journalistische Sorgfaltspflicht – das ist die Verwendung einer geschlechtergerechten Sprache für die Leipziger Moderatorin und Slam Poetin Nhi Le: »Da ist in den Medien noch viel Luft nach oben.« Im vergangenen Jahr ging ihr Video für das Funkformat »Jäger & Sammler« viral, in dem sie sich kritisch mit Mädchenzeitschriften auseinandersetzt. Sie findet, dass

Medien noch sehr viel sensibler mit Sprache umgehen müssten: »Schon der Genauigkeit halber sollte gegendert werden, wenn nicht nur über Männer berichtet wird«, sagt sie zur FUNKTURMin. Sie selbst bemühe sich auch darum, in Texten und auch sonst im Alltag zu gendern. »Ich habe es mir einfach angewöhnt, denn ich fand es schon immer komisch, wenn ich mich auf einem Formular als »Schüler« eintragen sollte.«

Ihr ging es also ähnlich wie Marlies Krämer, die sich die weibliche Form auf den Dokumenten ihrer Sparkasse und anderer Institutionen wünschte. Der Bundesgerichtshof lehnte ihr Ersuchen allerdings ab. Begründung: Keine Frau werde dadurch benachteiligt. Und: Das generisches Maskulinum sei schon seit 2.000 Jahren die Kollektivform.

SO KÖNNEN SIE GENDERN

BEZIEHEN SIE FRAUEN EIN.

		BESSER VERMEIDEN, WENN NICHT NUR MÄNNER GEMEINT SIND:
Paarformen	Chef und Chefin	Chef
Binnen - I	ChefIn	Chef
mit Schrägstrich	Chef/-in (grammatikalisch richtig) oder verkürzt: Chef/in (laut Duden umstritten)	Chef
Generisches Femininum	Chefin ¹ ¹) Eingangs eine Fußnote: »Aus Gründen der Lesbarkeit wird in diesem Text ausschließlich die weibliche Form verwendet, Männer sind selbstverständlich mitgemeint.«	

FORMULIEREN SIE GESCHLECHTSNEUTRAL.

Ableitungen mit -kraft, -leute, -schaft, -ung, -person	Führungskraft / Geschäftsleitung	Chef
Synonyme finden	Publikum, Fachleute, alle, niemand	Zuschauer, Experten, jeder, keiner
Adjektive verwenden oder Sätze umstellen	Holen Sie sich ärztlichen Rat oder fragen Sie in Ihrer Apotheke.	Fragen Sie ihren Arzt oder Apotheker.
	Die Seminarteilnahme berechtigt zum ...	Seminarteilnehmer sind berechtigt...
Plural von Adjektiven und Partizipien bilden	die Festangestellten, die Freien	festangestellte Mitarbeiter, freie Mitarbeiter
Direkte Rede verwenden	Schlagen Sie Themen vor.	Die Redakteure sollen Themen vorschlagen.
Genderstern	Chef*in	Chef
Gendergap	Chef_in	Chef

Keinen FUNKTURM mehr verpassen.

Den FUNKTURM im Abonnement selbst lesen oder verschenken.



Das FUNKTURM JAHRESABO

gilt immer für drei Hefte und ist jederzeit kündbar.

Bestellen Sie das FUNKTURM - ABONNEMENT unter:
flurfunk-dresden.de/funkturm/

* nur solange der Vorrat reicht / inkl. Versandkosten & Mehrwertsteuer

WAS MÜSSTE PASSIEREN, DAMIT MEHR FRAUEN IN DIE POLITIK GEHEN?

Umfrage: Romina Stawowy

BRITTA DASSLER, MdB, FDP

Wir müssen Rahmenbedingungen schaffen, um die Vereinbarkeit von Karriere, Familie und Politik zu ermöglichen. Wir Freien Demokraten setzen uns deshalb für flexible Angebote zur Kinderbetreuung ein: Solche Lösungen führen dazu, dass Frauen überhaupt Zeit haben, sich in ihrer Freizeit politisch engagieren zu können. Gleichzeitig muss sich unser gesellschaftliches Bild und die politische Kultur ändern. Frauen und Mädchen müssen viel stärker ermutigt werden, sich in der Politik zu engagieren.



Foto: PR

KATJA KIPPING, MdB, DIE LINKE

100 Jahre nach der Einführung des Frauenwahlrechts in Deutschland sind Frauen in der Politik immer noch unterrepräsentiert. Politik wird nach wie vor eher den Männern zugeschrieben – trotz Kanzlerin. Schauen wir uns das Geschlechterverhältnis im aktuellen Bundestag an, haben wir jetzt sechs Prozent weniger Frauen als im vorherigen. Das ist eine Negativentwicklung, die wir der reaktionären, rechts-außen AfD und der neo-liberalen FDP zu verdanken haben. Demgemäß bin ich dafür, dass alle Parteien verpflichtende Quoten einführen.



Foto: PR

BARBARA KLEPSCH

SÄCHSISCHE STAATSMINISTERIN FÜR SOZIALES, CDU

Frauen brauchen einen konkreten Grund, um in die Politik zu gehen, zum Beispiel: »Im Gemeinderat kann ich mich für die Gewerbeansiedlung in meinem Ort stark machen!« Die Aufgabe von uns aktiven Politikern ist es, vor allem auf der kommunalen Ebene, Frauen direkt anzusprechen und um Unterstützung für ein konkretes Vorhaben zu bitten. Denn Frauen machen Politik nicht zum Selbstzweck oder für ihr Ego.



Foto: Christian Hüller

DANIELA KLUCKERT, MdB, FDP

Ich glaube, um mehr Frauen für politische Ämter zu begeistern, kommt es vor allem auf Networking und Vorbilder an. Frauen müssen sich stärker vernetzen und sich einmischen. Das führt zu einem Mobilisierungseffekt: Je mehr Frauen in politischen Ämtern wirken und in ihren Funktionen von der Gesellschaft wahrgenommen werden, desto mehr werden auch ermutigt, es ihnen nachzutun. Mit meinem politischen Engagement möchte ich hierzu beitragen. Meiner Meinung nach gibt es keinen Grund zu warten.



Foto: PR

DANIELA KOLBE, MdB, SPD

Junge Frauen unterscheiden sich da zunehmend weniger von jungen Männern. Sie wollen direkt etwas bewirken können. Langatmige Sitzungen in Hinterzimmern, wo nur ernstgenommen wird, wer schon 20 Jahre Plakate gehängt hat, sind absolut abschreckend. Konkrete Projekte und eine Kultur, die Jüngere und Frauen vom ersten Tag an für voll nimmt, bewirken nach meiner Erfahrung, dass diese auch dabeibleiben. Vorbilder und Netzwerke sind zudem extrem wichtig. Wenn ich sehe, das hat schon eine vor mir geschafft, die mir zudem Unterstützung anbietet, dann motiviert das zusätzlich.



Foto: Götz Schleser

MONIKA LAZAR, MdB, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Bündnis 90/Die Grünen zeigen seit vielen Jahren, dass die innerparteiliche Frauenquote ein Erfolg ist. Sie sorgt dafür, dass mehr Frauen in der Partei wichtige Funktionen ausüben und paritätisch in den Land- und Bundestagsfraktionen vertreten sind. Sinnvoll ist, eingeschliffene »Politrituale« zu hinterfragen und zu ändern. Da sich Männer oft häufiger zu Wort melden und gern länger reden, haben sich in den grünen Strukturen quotierte Redelisten mit Redezeitbegrenzung bewährt. Gewohnte Sitzungszeiten und -strukturen zu ändern bringt oft auch mehr Interesse von Frauen mit sich.



Foto: Fotografisch

CAREN LAY, MdB, DIE LINKE

Weniger Postengerangel, Mackergehabe, Sexismus und allgemein mehr Respekt für Frauen wäre sicher hilfreich, damit mehr Frauen in die Politik gehen und dort auch bleiben. Trotzdem haben Frauen sich in Männerdomänen durchgesetzt. Politik zu verändern, schaffen wir nicht allein. Ich komme aus der Frauenbewegung, in der wir uns organisieren und gegenseitig unterstützen. Zusammen schaffen wir Veränderung!



Foto: Anke Illing

AYDAN ÖZOĞUZ, MdB, SPD

Politik ist kein »familienfreundlicher« Beruf, das kann ich als Mutter einer Tochter nach mehr als acht Jahren im Bundestag und vier Jahren als Staatsministerin sagen. Dennoch glaube ich, dass vieles besser und solidarischer organisiert werden könnte. Man hört zudem leider immer noch blöde Kommentare, wenn man einen Termin kurzfristig wegen des Kindes absagen muss. Es ist traurig, dass Kinder immer noch nicht den notwendigen Stellenwert bekommen, den sie verdienen. Ganz grundsätzlich gilt: Ohne eine Quote wären Frauen noch weniger in der Politik vertreten.



Foto: PR

PETRA SITTE, MdB, LINKE

Stellen Sie sich vor, Sie sind eine alleinerziehende Mutter, die mit ihrem Geld kaum über die Runden kommt, keine Kinderbetreuung oder einen Kitaplatz findet oder sogar von Hartz IV leben muss. Oder Sie hangeln sich von einer befristeten Beschäftigung zur nächsten, wissen nicht, wann der nächste Job kommt, wie lange Sie den halten können und ob Sie dafür wieder die Stadt wechseln müssen. Hätten Sie da die Kraft, Zeit und Energie für ein politisches Engagement oder ein politisches Amt? Das ist nur eine von vielen Baustellen, die beachtet werden müssen, damit mehr Frauen in die Politik kommen. DAS Erfolgsrezept gibt es nicht.



Foto: Nancy Glor

WAS WÄRE ANDERS, WÄREN MEHR FRAUEN IN DER POLITIK?

DOROTHEE BÄR, STAATSMINISTERIN FÜR DIGITALES, CSU

Frauen haben viel weniger Zeit, weil sie viele Hüte aufhaben: Vereinbarkeit von Familie mit Beruf, Karriere und Ehrenamt. Da bleibt weniger Zeit, jemand anderen auszusitzen oder durch, überspitzt gesagt, ellenlange Wortbeiträge, die nur Co-Referate sind, zu beeindruckern. Alles wäre prägnanter, mehr auf den Punkt und vom Zeitmanagement für alle besser. Allein was das Organisatorische betrifft, würde sich vieles verbessern. Und: Es würden Sonntags keine Termine mehr stattfinden.



Foto: Tobias Koch



Foto: PR

SUSANNE HENNIG-WELLSOW, MDL THÜRINGEN, DIE LINKE

Zum einen kämen andere gesellschaftliche Fragen in den Blick. Männliche würden mit weiblichen Perspektiven kontrastiert. Wir würden etwa viel mehr über prekäre Arbeit reden, die in Berufsfeldern mit hohem Frauenanteil stark vertreten ist, und weniger über Abgasskandale und Perspektiven der Autoindustrie. Über eine restriktive Auslegung des Strafrechts bei Informationen zu Abtreibung würden wir nicht mehr reden. Zum anderen würde sich aber mit weniger Konkurrenz von Alphamännchen natürlich auch der Stil ändern.

ELISABETH KAISER, MdB, SPD

Frauen können meist besser vermitteln und suchen den Dialog. Stiege also der Frauenanteil, würden »Basta-Ansagen« seltener. Das käme insbesondere der Kommunalpolitik zugute, da hier noch weit mehr partei- und gruppenübergreifend an politischen Lösungen zu arbeiten ist als auf Bundesebene. Eine vermittelnde Kommunikation könnte Konflikte vorbeugen, sei es in der Partei, mit dem Koalitionspartner oder im internationalen Dialog.



Foto: PR



Foto: Katrin Pötzsch

PETRA KÖPPING,

SÄCHSISCHE STAATSMINISTERIN FÜR GLEICHSTELLUNG UND INTEGRATION, SPD

Viele Entscheidungen würden sicher anders getroffen werden. Damit meine ich, dass die spezifischen Erfahrungen der Frauen aus einem anderen Blickwinkel kommen, von dem auch Männer profitieren können. Umso vielfältiger das Arbeitsumfeld, das Miteinander ist, umso wertvoller wird es für alle Beteiligten sein. Das betrifft neben der weiblichen und männlichen Debatte auch die von jung und alt und anderen Kulturen.

DANIELA KUGE, MDL SACHSEN, CDU

Frauen sind oft einfach emphatischer. Sie verbessern nachweislich das Arbeitsklima und der Umgangston wird freundlicher. Frauen entscheiden einfach nachhaltiger, denken oft an andere mehr als an sich selbst und führen Dialoge einfach anders – ich würde sensibler sagen. Mehr Frauen in der Politik können also nicht schaden. Ich rate aber von Quoten ab. Eine gezielte Förderung und bessere Vereinbarkeit von Politik und Familie wäre da der erste Schritt.



Foto: Christoph Reichelt

YVONNE MAGWAS, MDB, CDU

Ein Wettbewerb darüber, wer von beiden Geschlechtern etwa emphatisch mehr zu bieten hat, bringt nichts. Gäbe es nur Frauen oder nur Männer auf der Welt, wäre sie weniger lebhaft. Wir sollten die Unterschiedlichkeit respektieren und nicht gegeneinander ausspielen. Doch gilt es besonders für Frauen, dass sie etwa nach einer Erziehungszeit ihre beruflichen Pläne voll verwirklichen können müssen. Ich bin zuversichtlich, dass sich unsere Gesellschaft da auf einem guten Wege befindet.



Foto: Tobias Koch

ULLE SCHAUWS, MDB, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Frauen wären in politische Entscheidungsprozesse stärker mit eingebunden und sie hätten dann mehr Mitbestimmungsrechte – denn viele Gesetze betreffen Frauen. Und vor allem wäre eine breitere und vielfältigere Perspektive in der Politik vertreten. Damit wäre auch die Vielfalt der Bevölkerung besser repräsentiert.



Foto: Stella von Saldern

ANTJE TILLMANN, MDB, CDU

Ich bin davon überzeugt, dass die Einbeziehung der verschiedenen sozialen Kompetenzen bei Männern und Frauen, die verschiedenen Denkstile, die unterschiedlichen Diskussionskulturen und damit Ansätze zu Problemlösungen, zu ausgewogeneren und damit besseren Ergebnissen führen. Genau deshalb brauchen wir engagierte Frauen in allen Lebensbereichen.



Foto: Michael Voigt

HEIKE WERNER,

MINISTERIN FÜR ARBEIT, SOZIALES, GESUNDHEIT, FRAUEN & FAMILIE IN THÜRINGEN, DIE LINKE

Frauen bringen andere Erfahrungshintergründe ein. Sie haben eine andere Sozialisation und auch immer noch eine höhere Verantwortung für die Kindererziehung. Dadurch existiert ein anderer Blick auf die Welt und eine andere Form der Kommunikation. Dies muss in der ganzen Vielfalt Eingang auch in machtvollen Institutionen finden. Gruppen und Gremien etwa diskutieren anders und kommen zu anderen Ergebnissen, wenn überhaupt erst oder mehr Frauen darin vertreten sind. Im Umkehrschluss heißt das übrigens auch, dass wir mehr Männer für soziale Berufe gewinnen müssen.



Foto: Delf Zeh

BRIGITTE ZYPRIES, BUNDESWIRTSCHAFTSMINISTERIN A.D., SPD

Für die Politik gilt ebenso wie für die Wirtschaft: Gemischte Teams mit Frauen und Männern sind erfolgreicher, ihre Entscheidungen ausgewogener, kreativer und besser als in reinen Männer- oder Frauenteamen. Es würde mehr Pragmatismus in die Debatten einziehen. Manche Themen wie etwa das Recht auf Rückkehr von Teil- auf Vollzeit oder gleiche Bezahlung für Frauen und Männer würden wohl mehr Gehör finden, wären mehr Frauen in der Politik. Dennoch bin ich der Meinung, dass es stets auch Aufgabe der Männer ist, sich hierfür einzusetzen.



Foto: PR

DIE MACHT DER POSITIVEN NARRATIVE

Schluss mit der Quoten-Frau! Die Gleichstellungsdebatte betont zu sehr die negativen Aspekte. Es müsse vielmehr darum gehen, Frauen zu ermutigen und zu bestärken, meint Tijen Onaran.

TIJEN ONARAN

ist Unternehmerin, Moderatorin und Speakerin und hat die Initiative Global Digital Women gegründet.

Ausgerechnet am Weltfrauentag – ich sitze als Teil eines Panels auf der Bühne und es geht ein weiteres Mal fast ausschließlich darum, dass es für Frauen einfach zu schlecht läuft. Zu wenig Positionen in den Führungsetagen, zu geringer Anteil in der Start-up-Szene, angeblich kein Interesse an Tech- oder IT-Themen. Ein weiteres Mal werden alle Vorurteile zementiert und das Narrativ gestärkt, dass Frauen einfach das benachteiligte Geschlecht sind. Ich denke: Jetzt reicht es! Nein, wir haben nicht alles erreicht, was es zu erreichen gibt. Aber es ist dringend an der Zeit, dieses Narrativ zu verändern!

Der Fokus auf das Negative als Problem

Ja, Frauen sind nicht in der Überzahl, wenn wir uns bestimmte Bereiche anschauen. Aber verändern wir etwas an dieser Situation, wenn wir immer und immer wiederholen, dass das so ist? Ich denke, dass wir dadurch sogar vielmehr das Gegenteil erreichen. Wir zementieren damit ein negatives Narrativ, das so zur Norm werden kann. Junge Frauen können heute mit der festen Überzeugung aufwachsen, dass sie schlicht und ergreifend mit dem falschen Geschlecht geboren wurden. Wenn wir immer wieder den Fokus auf das Negative der aktuellen Situation setzen, hören wir auch immer wieder nur die eine Botschaft: Als Frau hast Du keine Chance!

Narrative haben Macht. Wenn junge Mädchen denken, dass sie quasi von Natur aus nicht für mathematische oder technische Themen geeignet sind, werden sie kaum Ambitionen zeigen, in diese Bereiche zu gehen. Dabei spielt das biologische Geschlecht keine Rolle, ob ich mich für Technik interessiere! Anstatt also diese Bilder vom technikaffinen Jungen und Mädchen, die sich nicht für Technik interessieren, weiter zu verfestigen, wäre es viel sinnvoller, positive Beispiele in den Vordergrund zu rücken, die zur Nachahmung animieren.

»Empowerment« statt Betroffenheitsgeschichten

Das eigentlich Schlimme angesichts dieser Situation ist also nicht, dass es immer noch viel zu wenig Frauen in bestimmten Bereichen gibt, sondern, wie wir damit umgehen. Darum müssen wir unser kommunikatives Verhalten verändern. Anstatt immer wieder Betroffenheitsgeschichten zu erzählen oder Unworte wie »Quotenfrau« zu verwenden, müssen wir uns darauf fokussieren, Frauen zu empowern, ihnen Mut machen und Erfolgsgeschichten von Frauen erzählen, die es geschafft haben. Ich sehe gerade darin eine der größten Chancen.

Indem wir uns auf die positiven Geschichten konzentrieren, verlagern wir unsere Aufmerksamkeit automatisch auf einen Bereich, mit dem wir etwas verändern können. Wenn wir die Erfolgsgeschichten von anderen Frauen erzählen und Frauen Mut machen, dass sie es auch schaffen können, kreieren wir Vorbilder, deren Geschichten inspirieren und zur Nachahmung einladen. Andererseits sind aber auch die Unternehmen gefragt, die ebenfalls viel dazu beitragen können, indem sie die Rahmenbedingen verändern.

Sowohl hinsichtlich der Unternehmenskultur als auch hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit und des Wettbewerbs schneiden Unternehmen besser ab, die auf Diversität setzen. Gleichzeitig zielen aber die meisten Frauenförderprogramme ins Leere oder gehen am Bedarf vorbei. Das war auch das Ergebnis einer Umfrage, die wir zu diesem Thema vor zwei Jahren bei Women in Digital e.V. durchgeführt haben. Unsere Befragten antworteten auf die Frage, was ihnen am meisten bei der eigenen Karriere helfe, dass Netzwerke, Mentoring und Sichtbarkeit eine entscheidendere Rolle als Förderprogramme spielen. Diejenigen, die die Förderprogramme organisieren

und gestalten (müssen), sind am Ende nicht diejenigen, die es betrifft. Hinzu kommt, dass Förderprogramme als Aufgabenfeld noch »on top« kommen und nicht die Aufmerksamkeit erfahren, die zur Etablierung wichtig wäre.

Mehr Vertrauen in Expertise und Gestaltungskraft

Viel zu oft sieht die Wirklichkeit in Unternehmen heute so aus, dass zwar viele Frauen unglaublich gute Arbeit leisten, aber unsichtbar oder nur im Hintergrund bleiben. Gerade im Hinblick auf die Sichtbarkeit von Frauen müssen Unternehmen lernen, den Expertinnen, Ideengeberinnen und Gestalterinnen entsprechenden Raum zu geben. Unternehmen müssen sie zu Botschafterinnen machen, die das Unternehmen auf Konferenzen und Panels repräsentieren, ansonsten schlägt jedes noch so gut durchdachte Förderprogramm fehl. Wir brauchen ein »Mehr« an Vertrauen in die Expertise und Gestaltungskraft der weiblichen Führungs- und Fachkräfte, um ein »Mehr« an Förderung zu erreichen.

Auch Mentoring-Programme sind ein wichtiges Mittel, das Frauen in Unternehmen helfen kann. Denn sie schaffen eine wichtige Reflexionsfläche, ohne dabei Vorgaben zu machen. Am effektivsten sind sie jedoch, wenn der Blick auch über die Unternehmensgrenzen hinausgeht. Role Models gibt es im Zweifel mehr außerhalb als intern – zumal auch nicht jede eine interne Mentorin beziehungsweise einen interne Spar-

zu verändern, frage ich mich manchmal, ob wir es nicht insgesamt mit einem Generationenwechsel zu tun haben. Ist die Generation, die nachkommt, tatsächlich anders oder hat sie einfach neue Themen? Während die vorige Generation von Frauen hauptsächlich darum gekämpft hat, dass sie einen Fuß in die Türen bekommen haben, geht es heute verstärkt darum, die Erfolgsgeschichten der Zeit angemessen zu erzählen.

Ich halte es heute für entscheidend, Menschen nicht das Gefühl zu geben, dass das, womit sie geboren sind – sei es ihr Geschlecht, ihre Herkunft oder einer anderen Eigenschaft – sie anderen gegenüber schlechter stellt. Dass sich hier etwas verändert, lässt sich auch daran zeigen, dass es heute nicht mehr unbedingt nur Frauen sind, die sich für bestimmte Themen einsetzen. Heute gibt es auch ganz selbstverständlich Männer, die sich für Diversität und Gleichberechtigung einsetzen.

Das Ende der Geschlechterdebatte ist überfällig

Es ist an der Zeit, insgesamt weg von der Geschlechterdebatte zu kommen und den Fokus neu zu setzen. Vielleicht interessiert sich jemand für Quantencomputer, obwohl oder ganz unabhängig davon, ob er oder sie ein Junge oder ein Mädchen ist. Die Geschlechterdebatte lenkt viel zu oft von den eigentlich wichtigen Inhalten ab, um die es vielmehr gehen sollte. Wenn wir den Blick stärker auf das Individuum lenken, dann

»ABER VERÄNDERN WIR ETWAS AN DER SITUATION, WENN WIR IMMER WIEDER WIEDERHOLEN, DAS ES SO IST?«

ringspartnerin möchte. Mentoring funktioniert zudem auch nur dann wirklich gut, wenn beide Seiten etwas davon haben: MentorIn und Mentee. Dabei ist es wichtig, dass es eine neutrale Koordinierungsstelle gibt, die mit Sensibilität und Fingerspitzengefühl MentorIn und Mentee zusammenbringt. Ziele sind ein offenes Mentoring-Programm und auch die Erweiterung des Netzwerks, was wiederum neue Kooperationen hervorbringen kann.

Ist alles nur eine Frage der Generation?

Wenn Lösungen am eigentlichen Kern der Sache vorbei zielen oder wenn Debatten um Themen kreisen, die die Situation verhärten, anstatt sie ins Positive zu wenden, um die Dinge

werden wir automatisch unsere Aufmerksamkeit auf die individuellen Erfolgsgeschichten lenken.

Wir alle müssen uns unser kommunikatives Verhalten bewusst machen und unsere Aufmerksamkeit verstärkt auf die positiven Erfolgsgeschichten legen. Gleichzeitig müssen Unternehmen ihren weiblichen Führungs- und Fachkräften die Möglichkeit geben, zu Botschafterinnen, Netzwerkerinnen und Mentorinnen zu werden – nur so schaffen wir eine wahre Kultur des Förderns und des Empowerments, und nur so können wir alle wachsen. Und die positive Macht der Narrative kann ihre Wirkung entfalten.



ZICKEN «

Frauen gehen meist anders miteinander um als Männer – kritischer. Aber warum gibt es den »Zickenkrieg« und was ist mit der »Weiberwirtschaft«? Sind Männer miteinander solidarischer? Ein Gespräch mit Gabriele Golling, die weiß, warum sich Frauen so und Männer so verhalten.

Interview: Romina Stawowy

Wann fangen Frauen an, untereinander zu zicken?

Mein Eindruck ist, dass es da selten konkret um die andere Frau geht, die dann »angezickt« wird. Es sind wohl eher mehrere Faktoren, die da zusammenspielen. Zum einen hat es sehr stark mit der eigenen Selbstsicherheit und dem Selbstwert zu tun. Ist dieser ohnehin schon angekratzt, reagiert frau deutlich sensibler, wenn sie weitere »Gefahr« für ihr Ego wittert. Besonders »selbstbewusstes«, aggressives Auftreten kann dann der Versuch sein, darüber hinweg zu täuschen. Das ist bei Männern allerdings genauso. Zum anderen verhalten sich Frauen in Situationen, bei denen es um Konkurrenz

oder Machtverhältnisse geht, häufig eher »hinten rum«. Da wird sich mit anderen solidarisiert und manipuliert.

Zicken Männer auch?

Das Modell von »Alpha« als Anführer oder Anführerin einer Gruppe gibt es geschlechtsunabhängig. Diese dynamische Entwicklung um den Rang lässt sich in jeder Menschenansammlung beobachten. Die Art und Weise der Auseinandersetzung um die jeweilige Position hat dabei sicher etwas mit den Hormonen zu tun. Doch es ist auch sehr viel erlerntes Verhalten dabei. Jungs wird eben auch immer noch gesagt,

dass sie sich durchsetzen sollen und keine Schwäche zeigen dürfen. Da kommt einem das Testosteron schon zugute. Mädchen lernen leider oft, dass sie gefallen, sich mal lieber ein bisschen zurückhalten und nicht so aggressiv auftreten sollen. In dieser Falle hängen sie dann später auch noch. Übrigens wirkt Testosteron bei Frauen auch anders und tritt oft nur kurz nach dem Eisprung so richtig in Erscheinung. Verhandlungsexperimente zeigen, dass Frauen unter der Einwirkung von Testosteron eher zu faireren Angeboten neigen als Männer.

Wie äußert sich das weibliche Zicken? Hat das psychologische Gründe?

Schnippische Antworten, Sticheleien, explizites Kommentieren von Fehlern anderer – das wird gern als zickig oder stutenbissig bezeichnet. Aber auch das unklare Äußern von Meinungen oder Überspielen von Befindlichkeiten sind typisch. Nicht, dass es sowas unter Männern nicht auch gibt. Es heißt nur anders. Wenn ein Mädchen irgendwie unzufrieden, müde oder ärgerlich ist, dann ist das noch lange keine kleine Zicke.

Meist fehlt ihr einfach die Möglichkeit und das Wissen, wie sie das adäquat ausdrücken kann, was sie will. Elternjob wäre es, sie zu ermutigen und zu zeigen, wie es passender geht. Wie sagen wir eigentlich zu Jungs, die sich ähnlich verhalten? Und ja, das hat auch psychologische Gründe. Da hat ein Mensch das Gefühl, nicht gesehen zu werden, mit seinen Fähigkeiten, Meinungen oder in seiner Rolle und Position. Und je nachdem, was wir gelernt haben, verhalten wir uns dann so, dass wir eben gesehen werden und neben Zuwendung auch Zuspuch bekommen. Das erklärt wiederum, dass sich Frauen dann eben mit anderen gegen das erklärte »Feindobjekt« verbünden. Wir lernen leider selten von klein auf, unsere echten Bedürfnisse wahrzunehmen und auch zu verbalisieren. Damit sind Missverständnisse vorprogrammiert.

Wie komme ich als »Angezickte« aus dieser Sache raus?

Die einfachste Antwort: am Selbstwert arbeiten. Vielen dauert das dann zu lange und sie sind nicht bereit Geld dafür zu investieren. Alles andere ist aus meiner Sicht zwar auch eine legitime Strategie, aber macht langfristig nicht so viel spür-

Anzeige

WOCHENENDSPIEGEL



DAS ANZEIGENBLATT AM WOCHENENDE FÜR SÜDWESTSACHSEN

AUE | ANNABERG | CHEMNITZ | CHEMNITZER LAND | FREIBERG | MARIENBERG | MITTWEIDA | STOLLBERG | ZWICKAU

WWW.WOCHENENDSPIEGEL.DE

baren Unterschied. Klar, kann es auch einfach ignoriert werden und wenn es geht, kann sich Frau aus der Situation lösen. Dennoch nagt es dann meistens in einem weiter. Ich bin für offene Kommunikation und ein klares Feedback. Auch wenn das richtig Überwindung kostet und anstrengend ist. Wer Begegnungen auf Augenhöhe will, muss sich eben manchmal freiwillig strecken oder bücken ... Wenn andere dabei sind, können offene, aber sachliche Fragen etwas Zündstoff rausnehmen. Und wenn Frau ein Gespräch unter vier Augen führt, ist es wichtig, sich gut vorzubereiten, damit es keine Vor-

Sind Frauen solidarischer gegenüber dem eigenen Geschlecht?

Gefühl: Nein. Frauen haben oft die gleichen Denkmuster wie Männer, wenn es etwa darum geht, ob eine Position eher mit einer Frau oder einem Mann besetzt werden soll. Und sie verfügen über ausgeprägte Konkurrenzantennen. Auch das Gönnen können fehlt leider, weil wir zu häufig vergleichen, anstatt auf uns selbst zu hören. Vergleichen macht meistens nur neidisch und missgünstig. Ich erlebe diese Förderung tatsächlich eher dann, wenn es entweder dieses Konkurrenz-

»WEIBERWIRTSCHAFT FINDET NOCH VIEL ZU WENIG AN DEN WIRKLICH ENTSCHEIDENDEN STELLEN STATT.«

wurfmühle wird, sondern ein wirklich klärendes Gespräch. Meine Erfahrung zeigt, dass die mentale Vorbereitung auf das nächste Zusammentreffen oft schon ausreicht, damit es gar nicht mehr zu solchen Vorfällen kommt.

Ist Weiberwirtschaft – wenn Frauen sich gegenseitig unterstützen – sinnvoll?

Sicher ist das sinnvoll. Wenn es um echte Unterstützung geht und ein gemeinsames Ziel oder Thema im Fokus steht, kann das sehr gut funktionieren. Leider ist das häufiger im privaten Bereich angesiedelt und selten auf der geschäftlichen Ebene. Aus meiner Sicht müssen wir uns um Weiberwirtschaft nicht sorgen, die findet noch viel zu wenig an den wirklich entscheidenden Stellen statt.

denken nicht gibt oder – das bedingt sich jedoch auch – dieser Mensch sehr klar für sich ist. Also, wenn sie weiß, was sie kann und was nicht, wenn sie sich finanziell sicher fühlt und an ihrem persönlichen und dem Wachstum anderer interessiert ist. Andererseits haben Frauen manchmal auch ein großes Harmoniebedürfnis und das wiederum kann sehr verbinden.

Gibt es im Gegenzug auch die Männerwirtschaft?

Natürlich klüngeln Männer wie Frauen. Nur: Männer blicken oft nicht so kritisch auf ihre Kollegen. Da wird jemand vollmundig weiterempfohlen für eine Aufgabe, bei der man ihn noch nie selbst erlebt hat. Und ein gefordertes Honorar wird nicht so sehr hinterfragt, weil schon wissen wird, was er wert ist. Zicken können Männern ebenso. Gerade nach einer Kränkung fällt es ihnen oft schwer, das alte Thema loszulassen und nach vorn zu schauen.

Haben Sie Tipps für eine gute »Weiberwirtschaft« ohne Zickenkrieg?

Ich würde professionell geführte Netzwerke nicht grundsätzlich ablehnen. Meine persönliche Erfahrung ist jedoch, dass ein guter und enger Kontakt mit tollen Frauen gepflegt werden muss und es sehr viel mit der eigenen Haltung zu tun hat. Weiberwirtschaft hat viel mit Augenhöhe zu tun. Und dazu gehört, andere Sichtweisen zu akzeptieren, zu hinterfragen und sich hinterfragen zu lassen. Apropos Wirtschaft: Ab und an ein gepflegtes Bier, mit viel Lachen und sich gegenseitig auf die Schulter klopfen, was wir doch für coole Weiber sind, ist wichtig!

Foto: Jörg Boeh

GABRIELE GOLLING

arbeitet als Sparringspartnerin für Führungskräfte. Mit »Arsch hoch, Prinzessin!« hilft sie Menschen, die ihr Leben verändern wollen.
arsch-hoch.de



PETRA KÖPPING



3-fache Mutter



Bürgermeisterin Landrätin
Landtagsabgeordnete



seit 2014 Gleichstellungs-
ministerin

Welche Barrieren Frauen überwinden müssen, die einen politischen Karriereweg verfolgen, kenne ich aus eigener Erfahrung. Ich kenne den Spagat zwischen Beruf und Familie, kenne anzügliche Witzchen in männerdominierten Gesprächsrunden. Ich weiß, wie es sich anfühlt, wenn der Vorgesetzte einer Mutter unterstellt, sie würde wegen ihrem Kind krankheitsbedingt mehr fehlen als andere Kolleginnen und Kollegen. Und mir ist bewusst, dass auch heute noch jeden Tag viele Frauen darum kämpfen, ihren Weg gehen zu können. Als Sächsische Staatsministerin für Gleichstellung und Integration freut es

mich, (diese) Frauen dabei zu unterstützen – zum Beispiel über unsere Förderrichtlinie »Chancengleichheit«. Hier stellen wir finanzielle Mittel für Existenzgründerinnen im ländlichen Raum zur Verfügung. Erfolgreiche Gründerinnen zeichnen wir außerdem jährlich mit dem „Sächsischen Gründerinnenpreis“ aus. Um die Vernetzung von Frauen in der Wirtschaft voranzubringen, richten wir jährlich einen »Ladies Lunch« aus.

www.gleichstellung.sachsen.de
www.smgis.sms.sachsen.de



VON MENSCH
ZU MENSCH.

STAATSMINISTERIUM
FÜR SOZIALES UND
VERBRAUCHERSCHUTZ



Freistaat
SACHSEN

Die Staatsministerin für Gleichstellung und Integration



NETZWERKE, ONLINE-MAGAZINE UND

Es mangelt nicht an Möglichkeiten für Frauen, sich gegenseitig zu unterstützen! Die FUNKTURMin hat eine Auswahl von Netzwerken, Online-Magazinen und anstehenden Terminen zusammengetragen.

Recherche: Johanna Kelch

NETZWERKE

B. F. B. M. E. V.: Der »Bundesverband der Frau in Business und Management« möchte berufstätige Frauen im gegenseitigen Austausch auf Augenhöhe unterstützen. Durch regelmäßige Treffen können sich die Frauen über ihre professionelle und persönliche Entwicklung austauschen. www.bfbm.de

DEUTSCHER FRAUENRAT: Der »Deutsche Frauenrat« ist die politische Interessenvertretung von rund 60 bundesweit aktiven Frauenorganisationen und damit die größte Frauenlobby Deutschlands. Er ist ein gemeinnütziger Verein und wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend finanziert. www.frauenrat.de

DIGITAL MEDIA WOMEN (DMW) setzen sich für mehr Sichtbarkeit von Frauen in der Digitalbranche ein – egal ob auf Konferenzen, in Fachmedien oder im Management. Frauen wollen und sollen gleichberechtigt Einfluss nehmen in Politik, Wirtschaft und Medien, sagt das Netzwerk.

www.digitalmediawomen.de

EUROPEAN WOMEN'S DEVELOPMENT INTERNATIONAL NETWORK (EWMD) ist ein internationales Frauen-Netzwerk und bringt Männer und Frauen sämtlicher Wirtschafts- und Sektoren miteinander in Kontakt bringt. www.ewmd.org

FIM E.V., die »Vereinigung für Frauen im Management«, setzt sich für Chancengleichheit von Frauen und Männern im Beruf ein. Als eingetragener Verein ist FIM deutschlandweit aktiv und veranstaltet regelmäßig Events. www.fim.de

GEEKETTES ist eine Gemeinschaft, die Frauen aus den Bereichen Tech Design, Entwicklung und Führung zusammenbringt. Die »Female Tech Innovator Community« ist ein internationales Netzwerk. www.geekettes.io

NETTWERK ist eine Plattform für Managerinnen sowie Selbstständigen aus den Bereichen Medien, PR, Marketing und Kommunikation.

www.nett-werk.com

PROQUOTE ist ein Verein von Journalistinnen und Journalisten, die sich für einen Anteil von 50 % Frauen in den Führungsetagen von Medienhäusern einsetzen. Der Verein ist regional untergliedert. www.pro-quote.de

VERBAND DEUTSCHER UNTERNEHMERINNEN: Seit über 60 Jahren setzt sich der VdU für weibliches Unternehmertum, Frauen in Führungspositionen und bessere Bedingungen für Frauen in der Wirtschaft ein. Aktuell repräsentiert der Verband über 1.800 frauengeführte Unternehmen aus Industrie, Handwerk, Handel und Dienstleistung. www.vdu.de

DEN VERBAND SCHÖNE AUSSICHTEN gibt es seit 1991. Der Verband macht Unternehmerinnen in der Wirtschaft sichtbar und vertritt als bundesweites Netzwerk die Interessen von Freiberuflerinnen, Einzelunternehmerinnen und von Frauen in Führungspositionen.

www.schoene-aussichten.de

WEBGRRLS E.V. ist das Netzwerk für Frauen, die in, für oder mit neuen Medien arbeiten. Sie fördern durch Netzwerke und Wissensaustausch Vielfalt und Kompetenz. www.webgrrls.de

WOMEN IN DIGITAL (WIDI) repräsentiert und verbindet Frauen weltweit, die in der Digitalbranche zu Hause sind. WIDI bietet Entscheiderinnen aus der Digitalwirtschaft, Gesellschaft und Politik eine Plattform für Kooperationen, Projekte und Austausch. www.women-in-digital.de

VICTRESS INITIATIVE E. V. hat das Ziel, den Anteil von Unternehmerinnen und Frauen in Führungspositionen zu erhöhen. www.victress.net

ONLINE-MAGAZINE



FEMALE FUTURE FORCE: Das Magazin Edition F hat neben Texten zum Lesen noch ein anderes Angebot: 52 Wochen Akademie für 129 Euro. Hier können sich Frauen individuell coachen lassen. Zum Beispiel zum richtigen verhandeln, Präsentation und Positionierung, den Einsatz von Social Media und die Balance zwischen Karriere und Freizeit. www.editionf.com

TERMINE FÜR FRAUEN



AKTUELLE TERMINE

FEMPRENEUR: Das Onlinemagazin berichtet über aufstrebende Frauen und stellt die Lebensentwürfe erfolgreicher Frauen dar. Außerdem gibt es Hinweise zu Veranstaltungen und Treffen. www.fempreneur.de

SHEWORKS ist ein Online-Wirtschafts- und Karrieremagazin für Frauen. Im Fokus stehen Beratung, Netzwerken sowie praktische Hinweise zu Themen wie Kinderbetreuung und Elterngeld. www.she-works.de

DEINE KORRESPONDENTIN – DIE BESTEN GESCHICHTEN VON FRAUEN AUS DER GANZEN WELT: Das digitale Magazin will die Sichtbarkeit von Frauen erhöhen. Ein zehnköpfiges Team berichtet über Frauen rund um den Globus. www.deine-korrespondentin.de

FRAUEN MACHT MEDIEN VOM DJV: 14./15. April, München: Konferenz und Networking-Event für Journalistinnen und alle anderen Frauen in Medienberufen. www.djv.de

DIGITALISIERUNG UND FRAUEN: 22. Juni 2018, Berlin. Fachtagung zum Einfluss der Digitalisierung auf Beruf und Alltag von Frauen. www.frauenrat.de/save-the-date-digitalisierung-frauen

WOMEN&WORK: ist nach eigenen Angaben Europas größte Messe für Frauen. Über 100 Unternehmen informieren über Karrierewege. Nächster Termin: 28. April 2018, Frankfurt. www.womenandwork.de

Anzeige

www.volkswagen-sachsen.de

Zukunft ist, was wir daraus machen.

Volkswagen Sachsen setzt auf eine aktive Gestaltung der Automobilität von morgen.



Volkswagen Sachsen GmbH
Dr. Gunter Sandmann
Glauchauer Straße 40
08048 Zwickau
Tel. 0375 55 28 20
gunter.sandmann@volkswagen.de



Volkswagen Sachsen GmbH
Die Gläserne Manufaktur Dresden
Dr. Carsten Krebs
Lennéstr. 1, 01069 Dresden
Tel. 0351 4 20 42 45
carsten.krebs1@volkswagen.de

Bei Ihrer Suche nach Themen und Recherche zu unseren Standorten helfen wir gern weiter. Bitte sprechen Sie uns an.



Volkswagen

»LASS UNS DOCH EINFACH MAL WOLLEN«

Magdalena Rogl bekommt Beruf und Familie gut organisiert. Ihr hilft ein flexibler Arbeitgeber und die richtige Einstellung. Ein Plädoyer für Optimismus.

»Lasst uns doch einfach mal wollen« ist mein Lieblingszitat unserer Geschäftsführerin Sabine Bendiek. Ich mag es so gerne, weil es wunderbar optimistisch-fordernd ist. Und genau diesen willensstarken Optimismus brauchen wir auch beim Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Ich habe einen spannenden Fulltime-Job: Als Head of Digital Channels verantworte ich bei Microsoft mit meinem Team die digitalen Kanäle der Unternehmenskommunikation. Neben den alltäglichen Aufgaben wie Strategien, Mitarbeitergesprächen, Kommunikationskonzepten, Social-Media-Kampagnen, Livestreams und vielem mehr, bin ich auch oft auf Reisen - und das ist großartig! Weil es meine absolute Leidenschaft ist, Netzwerke aufzubauen, Menschen miteinander zu verbinden, mich mit Fachleuten auszutauschen, ihnen zuzuhören und miteinander zu diskutieren.

Aber abgesehen davon, habe ich noch einen anderen Fulltime-Job: Ich bin Patchwork-Mama von vier Kindern, die im spannenden Alter zwischen Grundschule und Pubertät sind. Und so ist es sicher nicht überraschend, dass ich, wie viele andere, im ständigen Spagat zwischen Arbeit und Familie stehe. Aber es funktioniert. Ich denke ein wichtiger Punkt dafür, dass es klappt, ist meine optimistische Grundeinstellung zum Leben. Vor allem habe ich aber das Glück in einer sehr flexiblen Arbeitssituation zu sein. Wir

arbeiten nach dem Prinzip Vertrauensarbeitsort und Vertrauensarbeitszeit, was schlicht heißt: Alle können arbeiten, wann und wo sie möchten.

So wird aus dem Spagat eher ein flexibles Hüpfen zwischen Job und Privatleben. Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist eine Pflicht unserer Gesellschaft, um Fachkräftemangel entgegenzuwirken und als Wirtschaft zukunftsfähig zu bleiben. Wir müssen Arbeit neu denken. Es geht nicht mehr darum, nine-to-five im Büro zu sitzen. Alle, aber vor allem die Politik, müssen diese Verantwortung wahrnehmen. Wir brauchen Unternehmen, die offen und flexibel sind. Denn alle klassischen »Schreibtisch-Jobs« lassen sich auch in offenen Arbeitszeit- und Arbeitsortmodellen erledigen. Wir brauchen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die sich für Vereinbarkeit von Beruf und Familie einsetzen, mutig vorangehen und ihre Kolleginnen und Kollegen dabei unterstützen. Und wir brauchen Menschen in der Politik, die dafür sorgen, dass es endlich gute und flächendeckende Kinderbetreuungsplätze vom Kleinkind- bis zum Grundschulalter gibt.

Wir alle sind dafür verantwortlich, als Gesellschaft und Wirtschaft zukunftsfähig zu bleiben. Wir alle können dazu beitragen, dass das gelingt. Lasst uns doch einfach mal wirklich wollen!

Foto: Justin Faust

MAGDALENA ROGL

ist Head of Digital Channels bei Microsoft Deutschland und Patchwork-Mutter von vier Kindern. Sie lebt in München.



**JE KOMPLIZIERTER,
DESTO GEILER.**

STAWOWY®

Kommunikation, Medien, Politik

WAS NUN?

WAS WIR ALLE TUN KÖNNEN

Problem erkannt, Problem gebannt? Gerechtigkeit zwischen den Geschlechtern herzustellen, klingt einfacher als es ist. FUNKTURMin hat eine Reihe von konkreten Möglichkeiten zusammengetragen.

1. THEMATISIEREN, THEMATISIEREN, THEMATISIEREN

Das ist alles andere als banal: Um das Thema zu bearbeiten, muss es ins Bewusstsein. Massiv. Deswegen ist die erste und wichtigste Empfehlung: Ungerechtigkeiten können ruhig mal angesprochen werden – egal in welcher Position Sie arbeiten.

2. SEIEN SIE GERECHT, WO ES NUR GEHT!

Abgesehen von Quote und Postenvergabe: Sie planen eine Veranstaltung und suchen Referenten und Referentinnen? Suchen Sie genauso viele Frauen wie Männer! Sie drehen einen Film oder betreuen eine andere Medienproduktion? Achten Sie auf die Geschlechterverteilung!

3. STEREOTYPE VERMEIDEN

Brechen Sie mit den Schönheits-, Jugend- und Erfolgsidealen! Natürlich darf Werbung auch mal sexy sein. Und ja, Frauen kaufen genau wie Männer lieber Zeitschriften mit weiblicher Titelfigur. Aber, dass Jungs angeblich Computer und Technik mehr mögen als Mädchen – verzichten Sie einfach darauf, solche Stereotype zu bedienen!

4. VORBILD SEIN UND VORBILDER AUFBAUEN

Sie sind Frau in Chef- oder Führungsposition? Geben Sie sich zu erkennen und treten Sie für das Thema ein! Die Vermutung liegt sehr nahe, dass sich junge Frauen eher weibliche Vorbilder suchen. Deswegen brauchen wir Sie!

5. ALS CHEF ODER CHEFIN: FÖRDERN UND EXTRA FÖRDERN

Ja, die Leitung klagt, sie fände nicht genug Frauen, die Karriere machen und sich fördern lassen wollen. Was für ein Bullshit! Ehrlich, Sie haben noch nicht ausreichend gesucht. Vielleicht sensibilisieren Sie Ihr Team einfach mal!

6. ALS FRAU: MUTIG SEIN, NACH VORNE TRETEN UND ZUSAMMENHALTEN!

Das trifft nicht auf alle zu, aber: Männer reißen gern mal das Maul auf und behaupten, etwas zu können - während sich Frauen auch gern mal zurückhalten. Ehrlich, muss das sein? Also: Mund aufmachen! Im entscheidenden Moment den Finger heben. Mut haben! Übrigens: Unterstützung von einer Geschlechtsgenossin kann frau ruhig annehmen.

7. ALS MANN: KEINE ANGST, ER BLEIBT DRAN!

Liebe Männer, keine Sorge: Niemand will Ihnen etwas wegnehmen. Frauen, die sich für Feminismus einsetzen, kämpfen nicht gegen Männer – sie kämpfen gegen Arschlöcher. Auf welcher Seite stehen Sie?

P.S.: Die meisten Regeln gelten übrigens nicht nur bei der Geschlechterfrage: Sie gelten auch für Menschen mit körperlichen und geistigen Einschränkungen, Menschen mit Migrationshintergrund oder Menschen, die sich keinem Geschlecht zuordnen wollen oder können.

Der Sächsische Landtag **JETZT** auch bei:



YouTube
Sächsischer Landtag



Twitter
sax_lt



Instagram
sachsen_landtag

SÄCHSISCHER LANDTAG

Stabsstelle Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Protokoll, Besucherdienst

Mail: stabsstelle@slt.sachsen.de

Tel.: 0351 493 5151

www.landtag.sachsen.de



Sächsischer Landtag



Last but not least: Höchste Qualität vom Funkturm

Starkes Programm voller Emotionen?
Hören Sie genau hin und überzeugen Sie sich selbst:
Nur mit der besten Lösung erreicht Ihr Programm
seine Hörer klangstark, echt und zuverlässig!

Intelligenter Leitungs- und Sendebetrieb von DIVICON MEDIA

 www.divicon-media.com