

# Interreg Projekt „betrifft: Frauen entscheiden“ Medienanalyse

Land Vorarlberg  
Kanton Graubünden  
Fürstentum Liechtenstein

**Impressum:**

**Autorin:** Dr.<sup>in</sup> Eva Häfele

**Auswertung IBM SPSS:** Martin Häfele

**Medieninhaberinnen:**

Referat für Frauen und Gleichstellung, im Amt der Vorarlberger Landesregierung

Stabsstelle für Chancengleichheit, des Fürstentums Liechtenstein

Stabsstelle für Chancengleichheit von Frau und Mann, Graubünden

**Redaktion:** Monika Lindermayr, Isolde Meier, Silvia Hoffmann

**Druck:** Hausdruckerei im Amt der Vorarlberger Landesregierung

**Bestellung:** 0043 (0)5574 511 24112 frauen@vorarlberg.at

**ISBN:** 978-3-200-04819-5

Bregenz, Oktober 2016

## Inhalt

1	Einleitung	4
1.1	EIGE-Bericht zu Frauen in den Medien in den EU-Staaten	4
2	Zur Methode	5
2.1	Auswahl der Beiträge	5
2.2	Untersuchungszeitraum und Anzahl der Berichte	5
2.3	Methode der Auswertung	6
3	Die Ergebnisse der Auswertung	7
3.1	Gesamtaufstellung der Beiträge	8
3.2	Themen der Beiträge	10
3.3	Darstellung des Berufes in den Beiträgen	14
3.4	Direkte Zitation im Beitrag	16
3.5	Abbildungen in den Beiträgen	17
3.6	Journalistin oder Journalist	18
4	Die Führungslandschaft der Medien	20
5	Zusammenfassung der Autorin	21
5.1	Die Printmedien	22
5.2	Kurze Zusammenfassung der Ergebnisse	23
6	Schlussfolgerungen und Empfehlungen aus der Sicht der Gleichstellungsstellen der drei Regionen	25

# 1 Einleitung

Die Darstellung von Frauen und Männern in Führungspositionen in den Medien der drei Länder wurde auf der Grundlage je eines ausgewählten Print-Mediums pro Land durchgeführt. Das Ziel war die Durchführung einer Analyse der Darstellung von Frauen und Männern in Führungspositionen in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Soziales, Bildung/Wissenschaft, Landwirtschaft, Sport und Kultur. Der jeweilige Untersuchungszeitraum von jeweils einer Woche im April und einer Woche im Mai ermöglicht einen beispielhaften Blick auf die öffentliche Präsenz von Frauen und Männern in Führungspositionen. Allerdings können besondere Ereignisse wie Festveranstaltungen oder Jubiläen die Gewichte verschieben. Insgesamt bot der ausgewählte Zeitraum eine Basis für die Analyse der medialen Präsenz von Führungspersonen.

Folgende Zeitungen wurden herangezogen:

- Fürstentum Liechtenstein: Liechtensteiner Volksblatt
- Graubünden: Bündner Tagblatt
- Vorarlberg: Vorarlberger Nachrichten

## 1.1 EIGE-Bericht zu Frauen in den Medien in den EU-Staaten

Das „Europäische Institut for Gender Equality (EIGE)“, eine autonome Einrichtung der Europäischen Union, stellt in seinem Bericht „Förderung der Gleichstellung der Geschlechter in Entscheidungsprozessen in Medienorganisationen“ (veröffentlicht im Jahr 2014) vergleichbare Daten zur Anzahl von Frauen in Entscheidungspositionen in großen Medien der 28 EU-Mitgliedstaaten zur Verfügung.<sup>1</sup>

Die ländervergleichenden EU-Daten erlauben allerdings keine Detaillierung im Hinblick auf die einzelnen Regionen (zum Beispiel Bundesländer in Österreich). Außerdem sind Daten zur Schweiz und zu Liechtenstein nicht in dieser EU-Publikation angeführt. Diese Studie konnte deswegen für die vorliegende Erhebung nicht herangezogen werden.

---

<sup>1</sup> Download des Berichts: <http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/MH3113741DEC.pdf>

## 2 Zur Methode

### 2.1 Auswahl der Beiträge

Die Auswahl der Zeitungsberichte erfolgte mit einem Fokus auf Personen, die eine Entscheidungs- oder Führungsposition einnehmen. Die Erfassung der entsprechenden Personen erfolgte unabhängig von der Größe der jeweiligen Organisation oder des Unternehmens. Das heißt, dass auch Vertreterinnen und Vertreter von Kleinunternehmen und kleinen Vereinen berücksichtigt wurden. Wenn verantwortliche Politikerinnen oder Politiker einen Kommentar zu einer Ressortangelegenheit abgaben, wurden solche mediale Nennungen nicht berücksichtigt.

### 2.2 Untersuchungszeitraum und Anzahl der Berichte

Der Untersuchungszeitraum wurde in Abstimmung mit den Projektträgerinnen definiert und fand im Zeitraum von zwei Wochen im April und Mai 2016 statt:

- Erster Untersuchungszeitraum: 11. April bis 16. April 2016
- Zweiter Untersuchungszeitraum: 2. Mai bis 8. Mai 2016

Anzahl der Ausgaben gesamt: 32 Ausgaben für alle drei Regionen

Anzahl der Beiträge gesamt: 360 Beiträge

Anzahl der Personen in den Beiträgen: 487 Personen

## 2.3 Methode der Auswertung

Die einzelnen Schritte der Auswertung waren folgende:

- Download der E-Paper-Ausgaben (Liechtensteiner Volksblatt und Bündner Tagblatt)
- Durchsicht der Printmedien (Vorarlberger Nachrichten)
- Jeweils Markierung der relevanten Berichte
- Kodierung aller Beiträge nach den Auswertungskriterien
- Übertragung der Kodierungen entsprechend den Rohdaten in Excel-Tabellen
- Auswertung der Daten mittels SPSS und Übertrag in Excel-Dateien zur tabellarischen Darstellung

Da die Zahlenangaben in diesem Bericht manuell in Tabellen übertragen und Prozentsätze teilweise einzeln berechnet wurden, können trotz sorgfältiger Kontrollen Schreib- oder Übertragungsfehler nicht ausgeschlossen werden. Sollte Ihnen ein Fehler auffallen, dann sind wir Ihnen für die Rückmeldung zur Vornahme einer Korrektur sehr verbunden. Die Verantwortung für alle Erhebungen und Auswertungen liegt bei der Autorin.

### *Global Media Monitoring Project (GMMP)*

Die Kodierung der Daten wurde in Anlehnung an ausgewählte Kategorien des „Global Media Monitoring Project (GMMP)“ vorgenommen. Das „Global Media Monitoring Project (GMMP)“ ist eine weltweite Medienbeobachtung zur Repräsentanz von Frauen in den Medien. Alle fünf Jahre wird an einem – vorher nicht veröffentlichten Stichtag ausgewertet, wie viele Frauen in den Medien vorkommen und in welchen Berufen und Funktionen sie dort repräsentiert sind. Die letzte weltweite Auswertung fand im Jahr 2015 statt. Für viele Länder, darunter auch die Schweiz und Österreich, liegen länderspezifische Einzelauswertungen vor. Da das GMMP alle Aspekte der Darstellung von Frauen berücksichtigt, kamen für das hier vorliegende Projekt in Hinblick auf Führungspositionen nur ganz spezifische GMMP-Kategorien infrage.

### 3 Die Ergebnisse der Auswertung

Die Auswertung der Beiträge in den drei Tageszeitungen erfolgte sowohl quantitativ als auch qualitativ. Die quantitative Auswertung umfasste die zahlenmäßige Aufstellung aller Berichte in den Tageszeitungen in allen drei Regionen.

Die qualitative Analyse betrifft die folgenden Bereiche:

- Die Themen der Beiträge gegliedert nach den Kategorien Politik, Verwaltung, Bildung und Wissenschaft, Kultur, Soziales, Gesundheit und Pflege, Sport, Land- und Forstwirtschaft sowie Wirtschaft allgemein. Diese Gliederung entspricht den Kategorien, die im Dokument **„betrifft: Frauen entscheiden. Gesamtbericht. Aufarbeitung und Erhebung von Daten zum Anteil von Frauen und Männern in Entscheidungs- und Führungsgremien“** angeführt sind.
- In einem nächsten Schritt wurden die in den Artikeln erwähnten Berufe oder Funktionen der Frauen und Männer ausgewertet und in ein Verhältnis zueinander gestellt.
- Ein Blick auf die Zahlen in den Tabellen zeigt hier, dass sich bei den Beiträgen aller drei Tageszeitungen und den erfassten Personen unterschiedliche Summen ergeben. Das kommt daher, dass in Beiträgen mehr als eine Person – Mann oder Frau – genannt sein kann. Wenn sich die Zahlen auf die Gesamtzahl der Personen beziehen, dann wird in der Beschreibung darauf verwiesen. Insgesamt wurden in den drei Medien 360 Berichte ausgewertet, in denen 487 Frauen und Männer genannt werden.
- Eine weitere Teilerhebung umfasst die direkte Zitation der in den Beiträgen genannten Personen. Hier wurde zwischen direkt zitiert und genannt aber nicht zitiert unterschieden.
- Eine nächste Teilerhebung betrifft die fotografische Abbildung der in den Beiträgen genannten Personen. Hier wurde zwischen fotografiert und nicht fotografiert unterschieden.
- In einem letzten Schritt wurden auch die Autorinnen und Autoren der Beiträge – soweit sie namentlich genannt wurden – erfasst.

Da alle Zahlenangaben in diesem Bericht manuell in Tabellen übertragen und Prozentsätze einzeln berechnet wurden, können trotz sorgfältiger Kontrollen Schreib- oder Übertragungsfehler nicht ausgeschlossen werden. Sollte Ihnen ein Zahlenfehler (absolute Zahlen und Prozentzahlen) auffallen, dann sind wir Ihnen für eine Rückmeldung zur Vornahme einer Korrektur sehr verbunden. Die Verantwortung für alle Erhebungen und Auswertungen liegt bei der Autorin.

### 3.1 Gesamtaufstellung der Beiträge

ZAHL DER ARTIKEL MIT NENNUNG VON FRAUEN=F UND MÄNNERN=M								
Ausgabe vom		Zeitung					Gesamt	
		Volksblatt F	Volksblatt M	Bündner Tagblatt F	Bündner Tagblatt M	VN F		VN M
Datum	11.4.2016	1	3	4	5	5	10	28
	12.4.2016	1	5	4	6	3	5	24
	13.4.2016	4	8	4	7	2	3	28
	14.4.2016	7	4	8	9	3	7	38
	15.4.2016	5	9	6	9	3	4	36
	16.4.2016	7	11	6	9	7	8	48
	01.5.2016	0	0	0	0	0	0	0
	02.5.2016	8	5	3	2	4	6	28
	03.5.2016	6	4	7	9	4	8	38
	04.5.2016	9	8	7	4	4	4	36
	05.5.2016	0	0	0	0	3	5	8
	06.5.2016	6	5	5	2	0	0	18
	07.5.2016	2	4	9	3	4	8	30
<b>Gesamt</b>		<b>56</b>	<b>66</b>	<b>63</b>	<b>65</b>	<b>42</b>	<b>68</b>	<b>360</b>



### *Liechtenstein*

Von insgesamt 122 Beiträgen, in denen Frauen und Männer in leitenden Positionen genannt wurden, entfallen 56 Beiträge (das entspricht 46%) auf Frauen und 66 (54 %) auf Männer. Zu beachten ist hier, dass obwohl der Geburtstag der Fürstin und der Muttertag in den Beobachtungszeitraum fielen, es trotzdem 8 % weniger Beiträge über Frauen gab.

### *Graubünden*

Von insgesamt 128 Beiträgen, in denen über Frauen und Männer in leitenden Positionen berichtet wurde, entfallen 63 (das entspricht 49 %) auf Frauen und 65 (das entspricht 51%) auf Männer. Der geringe Unterschied der Anzahl der Beiträge über Männer und Frauen mag auf den ersten Blick überraschen. Er ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass der Muttertag in den zweiten Untersuchungszeitraum fiel. Rund um den Muttertag wurde eine weitaus größere Zahl von berufstätigen und in Leitungsfunktionen tätigen Frauen im Bündner Tagblatt dargestellt.

Dies ist auch aus den Daten der Ausgaben ersichtlich: An den beiden Tagen, 6. Mai und 7. Mai, war eine größere Anzahl von Berichten Frauen und ihren Berufen oder Funktionen gewidmet.

### *Vorarlberg*

Von insgesamt 110 Beiträgen, in denen Frauen und Männer in leitenden Positionen genannt wurden, entfallen 42 (das entspricht 38 %) auf Frauen und 68 (das entspricht 62 %) auf Männer.

### *Zusammenfassung der Ergebnisse:*

Die zeitliche Verteilung der Berichte über Frauen in Führungspositionen scheint zumindest bei den untersuchten Tageszeitungen und im Beobachtungszeitraum keiner erkennbaren oder empirisch belegbaren „Gesetzmäßigkeit“ zu unterliegen. Auch ein Ereignis wie der Muttertag führte, außer beim Bündner Tagblatt, zu keiner vermehrten Berichterstattung. Im Fürstentum Liechtenstein spielte der fürstliche Geburtstag noch eine verstärkende Rolle in der Berichterstattung über Frauen. Der Muttertag spielt sowohl in Liechtenstein als auch in Vorarlberg medial keine Rolle.

### 3.2 Themen der Beiträge

In dieser Tabelle ist die Anzahl der Artikel mit Frauen und Männern in Führungspositionen gesamt und zum jeweiligen Themenbereich in den Zeitungen dargestellt.

	in %	Gesamt	Zeitungen					
			Fürstentum Liechtenstein		Graubünden		Vorarlberg	
			Volksblatt F	Volksblatt M	Tagblatt F	Tagblatt M	VN F	VN M
Zahl der Ausgaben		32	11	11	11	11	10	10
Ausgewertete Artikel gesamt		360	56	66	63	65	42	68
Anzahl der Artikel zum jeweiligen Thema								
Politik	17%	61	5	15	15	12	4	10
Verwaltung	7%	25	1	2	5	7	5	5
Bildung und Wissenschaft	8%	27	9	2	5	1	6	4
Kultur	16%	58	15	7	9	10	8	9
Soziales	8%	28	7	1	8	2	7	3
Gesundheit und Pflege	6%	20	4	8	3	2	1	2
Sport	9%	32	3	6	4	9	3	7
Land- und Forstwirtschaft	3%	12	0	1	2	4	0	5
Wirtschaft	27%	97	12	24	12	18	8	23

### *Liechtenstein*

Im Beobachtungszeitraum wurde im Liechtensteiner Volksblatt über Frauen in führenden Positionen in 56 Artikeln und über Männer in 66 Artikeln berichtet. Die meisten Artikel gab es zu den drei Themenbereichen Wirtschaft, Kultur und Politik. Frauen dominierten in Berichten über Kultur, Bildung und Soziales, Männer in den Beiträgen über Wirtschaft und Politik.

### *Graubünden*

Im Beobachtungszeitraum wurde im Bündner Tagblatt über Frauen in führenden Positionen in 63 Artikeln und über Männer in führenden Positionen in 65 Artikeln berichtet. Die meisten Artikel gab es bei beiden Geschlechtern zu den Themenbereichen Wirtschaft, Politik und Kultur. Frauen dominierten in den Berichten über Soziales, Männer in den Beiträgen über Sport.

Tagesaktuelle Ereignisse führten dazu, dass in einer bestimmten Ausgabe Berichte über Frauen oder über Männer in Führungspositionen überwogen. Beispielhaft sei hier die Ernennung des neuen Tourismusdirektors angeführt oder Artikel über Frauen in Führungspositionen anlässlich des Muttertages.

### *Vorarlberg*

Im Beobachtungszeitraum wurde in den Vorarlberger Nachrichten über Frauen in führenden Positionen in 42 Artikeln und über Männer in führenden Positionen in 68 Artikeln berichtet. Die meisten Artikel bei beiden Geschlechtern gab es zu den Themenbereichen Wirtschaft, Kultur und Politik. Frauen dominierten in Berichten über Soziales und Bildung, Männer in den Beiträgen über Wirtschaft, Politik und Sport.

Tagesaktuelle Ereignisse führten dazu, dass in einer bestimmten Ausgabe Berichte über Frauen oder über Männer in Führungspositionen überwogen. Als Beispiele sei hier die 25-Jahre-Feier des Jüdischen Museums erwähnt, die zu mehr Berichten in der Rubrik Kultur führte oder die Einsetzung eines Untersuchungsausschusses mit Statements der damit befassten Politiker.

### *Zusammenfassung der Ergebnisse*

Es muss hier festgehalten werden, dass bestimmte tagesaktuelle Ereignisse dazu führten, dass in einer Ausgabe Berichte über Frauen oder über Männer in Führungspositionen überwogen. Beispielhaft sei hier für Liechtenstein der Geburtstag der Fürstin von Liechtenstein oder der Besuch der norwegischen Außenministerin angeführt, in Graubünden war die Samstagausgabe vor dem Muttertag mehreren Führungsfrauen gewidmet; in Vorarlberg betraf dies ein Jubiläum im Kulturbereich und die Einsetzung eines Untersuchungsausschusses, die zu mehr Berichten über politische Personen – ausschließlich männliche Politiker – führten.

Die Angaben in dieser Tabelle beziehen sich jeweils auf absolute Zahlen und auf Prozentzahlen.

Anzahl der Artikel zum jeweiligen Thema	Gesamt		Zeitungen											
			Fürstentum Liechtenstein				Graubünden				Vorarlberg			
	in %		Volksblatt F		Volksblatt M		Tagblatt F		Tagblatt M		VN F		VN M	
<b>Ausgaben</b>		32	11				11				10			
<b>Ausgewertete Artikel gesamt</b>		360	56	16%	66	18%	63	18%	65	18%	42	12%	68	19%
<b>Artikel zum Thema</b>														
<b>Politik</b>	17%	61	5	8%	15	25%	15	25%	12	20%	4	7%	10	16%
<b>Verwaltung</b>	7%	25	1	4%	2	8%	5	20%	7	28%	5	20%	5	20%
<b>Bildung und Wissenschaft</b>	8%	27	9	33%	2	7%	5	19%	1	4%	6	22%	4	15%
<b>Kultur</b>	16%	58	15	26%	7	12%	9	16%	10	17%	8	14%	9	16%
<b>Soziales</b>	8%	28	7	25%	1	4%	8	29%	2	7%	7	25%	3	11%
<b>Gesundheit und Pflege</b>	6%	20	4	20%	8	40%	3	15%	2	10%	1	5%	2	10%
<b>Sport</b>	9%	32	3	9%	6	19%	4	13%	9	28%	3	9%	7	22%
<b>Land- und Forstwirtschaft</b>	3%	12	0	0%	1	8%	2	17%	4	33%	0	0%	5	42%
<b>Wirtschaft</b>	27%	97	12	12%	24	25%	12	12%	18	19%	8	8%	23	24%

Die Gesamtzahl der Artikel bezieht sich auf die Summe „Artikel über Frauen“ plus „Artikel über Männer“. Ein Artikel, in dem sowohl über Frauen in führenden Positionen als auch über Männer in führenden Positionen berichtet wird, wird in dieser Liste daher doppelt gezählt.

Die Prozentzahlen in den Spalten beziehen sich jeweils auf die Gesamtzahl der Artikel zu diesem Themenbereich, aufgeschlüsselt nach Frauen und Männern.

### *Zusammenfassung der Ergebnisse:*

Eine Aufschlüsselung aller 360 Beiträge nach ihren prozentuellen Anteilen zeigt, dass die Bereiche Politik (17 %) und Wirtschaft (27 %) die größten Anteile aufweisen: 44 % aller Beiträge widmen sich diesen Themenfeldern. Wie die Länderanalysen zeigen, sind es ebenfalls die Männer, die diese Themen dominieren. Fast gleichauf mit der Politik war im vorliegenden Untersuchungszeitraum auch die Kultur. Alle anderen erfassten Themenbereiche liegen unter 10 %.

Wirft man einen Blick auf Anteile über 25 % (einem Viertel der Gesamtzahl der Berichte) bei den Frauen, dann fallen die folgenden Anteile auf:

- Volksblatt (Liechtenstein): Die Themenbereiche Bildung, Wissenschaft und Kultur weisen einen Frauenanteil (an der Gesamtzahl der Berichte) von 25 % und mehr auf.
- Bündner Tagblatt (Graubünden): Dort weisen die Themenbereiche Politik und Soziales einen Frauenanteil (an der Gesamtzahl der Berichte) von 25 % und mehr auf.
- Vorarlberger Nachrichten (Vorarlberg): Der Themenbereich Soziales weist einen Frauenanteil (an der Gesamtzahl der Berichte) von 25 % und mehr auf.

Wirft man einen Blick auf Anteile über 25 % (einem Viertel der Gesamtzahl der Berichte) bei den Männern, zeigen sich die folgenden Verteilungen:

- Volksblatt (Liechtenstein): Die Themenbereiche Politik, Gesundheit und Pflege sowie Wirtschaft weisen einen Anteil (an der Gesamtzahl der Berichte) von 25 % und mehr auf.
- Bündner Tagblatt (Graubünden): Die Themenbereiche Verwaltung, Sport sowie Land- und Forstwirtschaft weisen einen Anteil (an der Gesamtzahl der Berichte) von 25 % und mehr bei den Männern auf.
- Vorarlberger Nachrichten (Vorarlberg): Die Themenbereiche Wirtschaft sowie Land- und Forstwirtschaft weisen einen Anteil (an der Gesamtzahl der Berichte) von rund einem Viertel und mehr bei den Männern auf.

### 3.3 Darstellung des Berufes in den Beiträgen

In dieser Tabelle werden die Berufe der dargestellten Personen erfasst. Auch hier gilt, dass die Zahl der Personen, über die berichtet wird, höher ist als die Zahl der Beiträge. Die Rubrik „Führungskraft in NGO“ umfasst Vereine, Stiftungen und NGOs. Die Prozentzahlen geben den Anteil innerhalb der jeweiligen Zeitung wieder.

		Beruf/Position														Total	
		Fürstin	Politik	Verwaltung	Akademischer Beruf	Medizinischer Beruf	Medien	Juristin/Jurist	Führungskraft/Wirtschaft	Angeestellte	Land/Forstwirtschaft	Führungskraft in NGO	Künstlerin/Künstler	Führungskraft im Sport	Jugendliche		
Zeitung	Volksblatt F	Anzahl	4	9	7	3	1	4	0	19	0	0	13	8	1	0	69
		%	6%	13%	10%	4%	1%	6%	0%	28%	0%	0%	19%	12%	1%	0%	100%
	Volksblatt M	Anzahl	0	25	2	2	10	2	0	42	0	1	8	4	6	0	102
		%	0%	25%	2%	2%	10%	2%	0%	41%	0%	1%	8%	4%	6%	0%	100%
	Bündner Tagblatt F	Anzahl	0	20	6	1	0	4	3	22	1	1	11	6	2	0	77
		%	0%	26%	8%	1%	0%	5%	4%	29%	1%	1%	14%	8%	3%	0%	100%
	Bündner Tagblatt M	Anzahl	0	17	15	1	2	1	10	20	0	4	5	5	9	0	89
		%	0%	19%	17%	1%	2%	1%	11%	22%	0%	4%	6%	6%	10%	0%	100%
	VN F	Anzahl	0	7	4	5	5	1	4	12	1	0	5	3	1	1	49
		%	0%	14%	8%	10%	10%	2%	8%	24%	2%	0%	10%	6%	2%	2%	100%
	VN M	Anzahl	0	23	5	6	3	1	2	33	0	5	12	3	8	0	101
		%	0%	23%	5%	6%	3%	1%	2%	33%	0%	5%	12%	3%	8%	0%	100%

### *Liechtenstein*

Bei beiden Geschlechtern überwiegen Berichte über Führungskräfte in der Wirtschaft und in der Politik (Frauen ca. 41 %, Männer ca. 67 %). Frauen dominieren die Berichterstattung über Führungskräfte in NGO's (Kultur, Soziales, Stiftungen), sowie in Beiträgen über künstlerische Berufe und Verwaltung. Die Berichte über Männer dominieren neben Wirtschaft und Politik auch bei den medizinischen Berufen und im Sportbereich.

### *Graubünden*

Bei beiden Geschlechtern überwiegen Berichte über Führungskräfte in Wirtschaft und Politik (bei Frauen 55 %, bei den Männern 41%). Im untersuchten Zeitraum waren Politikerinnen häufiger in der Berichterstattung zu finden wie Politiker, ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei Frauen und Männern im wirtschaftlichen Bereich. Frauen dominieren die Berichterstattung über Führungskräfte in NGO's (Kultur, Soziales, Stiftungen) und über künstlerische Berufe. Männer dominieren den Bereich Verwaltung (Beamte und Juristen) sowie den Sport.

### *Vorarlberg*

Bei beiden Geschlechtern überwiegen Berichte über Führungskräfte in Politik und Wirtschaft; bei Frauen liegt der Anteil bei rund 38 % und bei den Männern bei rund 56 %. Frauen dominieren die Berichterstattung über Führungskräfte in medizinischen Berufen. Männer dominieren die Bereiche Wirtschaft und Politik, sowie in der Berichterstattung über NGO's und den Sport.

### *Zusammenfassung der Ergebnisse:*

Wirtschaft (30 %) und Politik (21 %) sind die beiden Bereiche, in denen in allen drei Zeitungen am häufigsten über Frauen und Männer in Entscheidungs- und Führungspositionen berichtet wird. Über Frauen wird auch in den Bereichen Soziales, Kultur und Gesundheitsberufe häufiger berichtet. Bei der Zahl der Artikel, in denen Männer in Führungs- und Entscheidungspositionen vorkommen, ist keine eindeutige – alle Regionen und Medien – umfassende Verteilung erkennbar. Je nach Medium und Region.

### 3.4 Direkte Zitation im Beitrag

Diese Tabellen geben darüber Auskunft, ob die im Beitrag genannten Personen direkt zitiert wurden oder nicht. Hier ist zu beachten, dass die Zahl der Personen, über die berichtet wird, höher ist als die Zahl der Beiträge.

		direkt zitiert					Gesamt in %
		ja	in %	nein	in %	Gesamt	
Zeitung	Volksblatt F	18	26%	51	74%	69	100%
	Volksblatt M	39	38%	63	62%	102	100%
	Bündner Tagblatt F	42	55%	35	45%	77	100%
	Bündner Tagblatt M	51	57%	38	43%	89	100%
	VN F	28	57%	21	43%	49	100%
	VN M	88	87%	13	13%	101	100%
Gesamt		266	55%	221	45%	487	100%

#### *Zusammenfassung der Ergebnisse:*

Männer werden in den Beiträgen in allen drei Medien häufiger zitiert. Im Volksblatt werden 26 % der Frauen direkt zitiert und 38 % der Männer; im Bündner Tagblatt werden mehr als die Hälfte (55 %) der Frauen direkt zitiert, bei den Männern liegt dieser Anteil knapp darüber bei 57 %. In den Vorarlberger Nachrichten werden 57 % der Frauen direkt zitiert, bei den Männern liegt der Anteil hingegen bei 87 %. Insgesamt wird aber bei beiden Geschlechtern öfters zitiert als nicht zitiert. Besonders auffällig ist der Unterschied bei der Zahl der Direktzitate von Frauen und Männern in den Vorarlberger Nachrichten. Am geringsten ist der Unterschied im Bündner Tagblatt.



### 3.5 Abbildungen in den Beiträgen

Die folgende Tabelle gibt an, ob die Frauen und Männer im Beitrag durch ein Foto oder eine Abbildung vertreten waren oder nicht. Hier ist zu beachten, dass die Zahl der Frauen und Männer, über die berichtet wird, höher ist als die Zahl der Beiträge insgesamt.

Anzahl		Foto				Gesamt	Gesamt in %
		ja	in %	nein	in %		
Zeitung	Volksblatt F	42	61%	27	39%	69	100%
	Volksblatt M	78	76%	24	24%	102	100%
	Bündner Tagblatt F	31	40%	46	60%	77	100%
	Bündner Tagblatt M	52	58%	37	42%	89	100%
	VN F	18	37%	31	63%	49	100%
	VN M	49	49%	52	51%	101	100%
Gesamt		270	55%	217	45%	487	100%

#### *Zusammenfassung der Ergebnisse:*

In allen drei Medien werden Männer häufiger in den Artikeln abgebildet. Im Volksblatt werden 61 % der Frauen fotografiert und 76 % der Männer; im Bündner Tagblatt werden 40 % der Frauen mit Fotos abgebildet, bei den Männern liegt dieser Anteil bei 58 %. In den Vorarlberger Nachrichten werden 37 % der Frauen mittels Fotos dargestellt, bei den Männern liegt der Anteil hingegen bei 49 %. In allen drei Medien sind beträchtliche Unterschiede feststellbar.

Meist handelt es sich um Portraitfotos, weniger häufig ist die Darstellung von Tätigkeiten. Letztere werden hauptsächlich in den Bereichen Sport und Kultur abgebildet.

Unter den Fotodarstellungen finden sich in allen drei Medien keine Portraits von Frauen in Entscheidungs- und Führungspositionen mit (ihren) Kindern. Fotos, auf denen ein Paar dargestellt ist, verweisen ausschließlich auf den professionellen Zusammenhang zwischen den beiden Personen und enthalten keine Gesten einer persönlichen Beziehung.

### 3.6 Journalistin oder Journalist

Die folgende Tabelle gibt an, ob der Beitrag von einer Journalistin oder einem Journalist verfasst wurde. Wenn eine Reporterin oder ein Reporter explizit genannt wurde, dann ist dies auch in der Erfassung enthalten. In vielen Fällen sind die Journalistinnen oder Journalisten nur durch Namenskürzel gekennzeichnet, solche Berichte wurden unter „nicht genannt“ gezählt. Bei Kurzberichten oder Texten zu Fotos sind häufig gar keine Namen oder Namenskürzel angeführt.

Anzahl		Journalistin/Journalist genannt			Gesamt
		Journalistin	Journalist	nicht genannt bzw. Kürzel	
Zeitung	Volksblatt F	10	10	36	56
	Volksblatt M	11	16	39	66
	Bündner Tagblatt F	21	11	31	63
	Bündner Tagblatt M	16	25	24	65
	VN F	9	1	32	42
	VN M	15	11	42	68
Gesamt		82	74	204	360

#### *Liechtenstein*

Im Volksblatt wurden von 56 Beiträgen über Frauen zehn Artikel von namentlich genannten Journalistinnen und zehn Beiträge von einem Journalisten verfasst. Bei den 66 Berichten über Männer wurden 11 von Journalistinnen verfasst und 16 von einem namentlich genannten Journalisten.

### *Graubünden*

Von den 63 Beiträgen über Frauen wurden 21 von namentlich genannten Journalistinnen und 11 Artikel von einem Journalisten verfasst. Bei den 65 Berichten über Männer wurden 16 von Journalistinnen verfasst und 25 von einem namentlich genannten Journalisten.

### *Vorarlberg*

Von den 42 Beiträgen über Frauen wurden neun von namentlich genannten Journalistinnen und ein Artikel von einem Journalisten verfasst. Bei den 68 Berichten über Männer wurden 15 von Journalistinnen verfasst und 12 von einem namentlich genannten Journalisten.

## 4 Die Führungslandschaft der Medien

### *Liechtenstein*

In der Direktion oder Geschäftsleitung sind in den angeführten vier Medien in Liechtenstein mit Ausnahme des Liechtensteiner Volksblattes keine Frauen in der Geschäfts- beziehungsweise Verlagsleitung vertreten. Das Liechtensteiner Volksblatt und das KuL haben eine Chefredakteurin.

### *Graubünden*

In der Aufstellung sind fünf Medien in Graubünden angeführt. Die Graubünden-Ausgabe der Südostschweiz ist mit weiblichen Führungskräften besetzt, sowohl die Geschäftsführung als auch die Chefredakteurin sind Frauen. Die Engadiner Post hat zwei Frauen in der Geschäftsleitung.

### *Vorarlberg*

In der Aufstellung sind 13 Medien in Vorarlberg angeführt. Zwei Printmedien haben eine Frau in der Geschäftsleitung. Ein Printmedium hat eine Chefredakteurin.

### *Zusammenfassung der Ergebnisse:*

Die Medienlandschaft in Liechtenstein und Graubünden verzeichnet die meisten weiblichen Führungskräfte. Vorarlberg steht erst an dritter Stelle im Hinblick auf weibliche Führungskräfte im Medienbereich.

## 5 Zusammenfassung der Autorin

Die zahlenmäßige Erfassung und Darstellung von Frauen und Männern in Führungspositionen in jeweils einem ausgewählten Printmedium der drei Regionen wurde in der vorliegenden Form zum ersten Mal durchgeführt. Sie konzentrierte sich dabei auf die sogenannten „Professionals“, also auf Personen in den Bereichen Politik, Verwaltung, Bildung, Wissenschaft, Kultur, Soziales, Pflege, Gesundheit, Sport, Land- und Forstwirtschaft sowie Unternehmen und Organisationen der Wirtschaft, die eine Entscheidungs- oder Führungsfunktion innehaben.

Die Daten wurden in einem Zeitraum von jeweils einer Woche im April und im Mai 2016 erhoben. Insgesamt wurden 360 Beiträge in den drei Medien ausgewählt und analysiert.

Als Ergebnis stehen Länderberichte für Vorarlberg, Graubünden und Liechtenstein zur Verfügung. In diesem Gesamtbericht werden die Daten der drei Regionen zum Zweck eines Überblicks zusammengefasst.

## 5.1 Die Printmedien

Von der Autorin der Studie wurden die folgenden Tageszeitungen, die anschließend kurz beschrieben werden, für einen Vergleich ausgewählt:

### *„Liechtensteiner Volksblatt“*

Das Liechtensteiner Volksblatt ist eine von zwei Tageszeitungen in Liechtenstein. Sie wird von der Liechtensteiner Volksblatt AG herausgegeben, in der seit September 2006 das Vorarlberger Medienhaus des Medienunternehmers Eugen Russ mit einer Minderheitsbeteiligung vertreten ist. Der Sitz der Redaktion befindet sich in Schaan. Es beschäftigt sich mit tagesaktuellen Themen aus Liechtenstein und den angrenzenden Regionen der Schweiz und Österreichs.

Das Volksblatt erreicht eine Auflage von 9.000 Exemplaren, an den Donnerstagen gibt es eine Großauflage mit 21.000 Exemplaren (Quelle: Tarife 2015).

### *„Bündner Tagblatt“*

Das Bündner Tagblatt wurde 1996 operativ in die heutige Südostschweiz Presse und Print AG integriert, ist aber redaktionell unabhängig. Der Sitz der Redaktion ist in Chur.

Die Zeitung erscheint fünfmal in der Woche und erreicht eine Auflage von rund 8.100 Exemplaren (Stand 2014).

### *„Vorarlberger Nachrichten“*

Die Vorarlberger Nachrichten sind die reichweitenstärkste Zeitung in Vorarlberg. Sie erscheinen von Montag bis Samstag. Der Sitz der Redaktion befindet sich im Medienhaus in der Gemeinde Schwarzach.

Pro Tag werden 60.556 Exemplare verkauft, davon 5.551 als E-Paper (Quelle: Österreichische Auflagenkontrolle/ÖAK 2016).

## 5.2 Kurze Zusammenfassung der Ergebnisse

Detaillierte Angaben und Zahlen zu den Medienberichten über Frauen und Männer in Führungs- und Entscheidungspositionen finden sich in den Kapiteln drei und vier. In diesen Kapiteln werden auch die Ergebnisse der drei Regionen miteinander verglichen.

Als erstes wurde die Zahl der Beiträge über Frauen und Männer in Entscheidungs- und Führungspositionen erhoben sowie eine Zuordnung der Personen zu den Bereichen Politik, Verwaltung, Bildung, Wissenschaft, Kultur, Soziales, Pflege, Gesundheit, Sport, Land- und Forstwirtschaft sowie Unternehmen und Organisationen der Wirtschaft vorgenommen.

In einem nächsten Analyseschritt wurden die Berufe und Funktionen der erwähnten Frauen und Männer aufgeschlüsselt und in absoluten sowie in Prozentzahlen erfasst. Eine weitere Erhebung befasste sich mit der direkten Zitation der dargestellten Personen in den Berichten sowie deren fotografischer Abbildung. Soweit Angaben dazu vorhanden waren, wurden auch die Journalistinnen und Journalisten der jeweiligen Beiträge zahlenmäßig erfasst. Die Ergebnisse werden jeweils in absoluten Zahlen und in Prozentanteilen dargestellt.

Eine abschließende Auswertung widmete sich der Führungslandschaft in den Medien der drei Regionen.

Außer den erwähnten Ergebnissen lassen sich Schlüsse auf Themen und Bereiche ziehen, die in den Auswertungen nicht explizit zum Ausdruck gebracht wurden. Diese Bereiche werden hier kurz dargestellt.

### *Thematisierung von Gleichstellungsfragen*

In den untersuchten Beiträgen der Tageszeitungen der drei Regionen werden in den Berichten über Frauen und Männer in Entscheidungs- und Führungspositionen Gleichstellungsfragen nicht explizit thematisiert.

Wenn die Funktionen oder Professionen von Frauen und Männern in den Artikeln erwähnt werden, geschieht das ohne Hervorhebung genderspezifischer Merkmale, vor allem bei Frauen.

### *Gendergerechte Sprache*

Wenn Frauen und/oder Männer in den Berichten in den drei untersuchten Medien vorkommen, dann werden sie meist explizit und namentlich in Verbindung mit ihrem Beruf oder ihrer Funktion genannt. Ob in allen Berichten auch geschlechtsneutrale Formulierungen zum Einsatz kommen, wurde im Rahmen der vorliegenden Erhebung nicht im Detail untersucht.

### *Darstellung von Genderstereotypen*

Die Berichte über Frauen und Männer in Entscheidungs- und Leitungspositionen in den untersuchten Zeitungen transportieren keine offensichtlichen Genderstereotypen. Die Medien verwenden in ihrer Berichterstattung einen sachlich-neutralen Stil, der weder bei den Frauen noch bei den Männern genderspezifische Zuschreibungen macht.

### *Abbildung der Diversität der Gesellschaft*

Soweit es aus den Namen der dargestellten Frauen wie Männer ersichtlich ist, befinden sich unter ihnen kaum Angehörige der neueren Zuwanderungsgruppen. Lediglich die Führungsebene im Sport ist diverser aufgestellt.



## 6. Schlussfolgerungen und Empfehlungen aus der Sicht der Gleichstellungsstellen der drei Regionen

Wirklichkeit und Relevanz wird für alle durch die Medien hergestellt. Wird etwas nicht medial wahrgenommen, ist es nicht oder nur begrenzt wesentlich. Den Medien kommt deshalb in der Förderung der Gleichstellung von Frau und Mann eine wichtige Rolle zu. Medien können mit Bildern Stereotypen verfestigen oder sie können mit der quantitativen Präsenz von Frauen und mit Bildern, die Frauen und Männer außerhalb des bekannten Schemas darstellen, Diskussionen und Denkprozesse anregen.

Die Bereiche Wirtschaft und Politik weisen in der vorliegenden Untersuchung mit 47 Prozent die höchsten Beitragsanteile aus. Wie die Länderanalysen zeigen, sind es ebenfalls die Männer, die diese Themen dominieren. Wie aus der Untersuchung „Aufbereitung und Erhebung von Daten zum Anteil von Frauen und Männern in Entscheidungs- und Führungspositionen“ ersichtlich ist, ist gerade der Bereich Wirtschaft in den drei Regionen eine absolute Männerdomäne. Nachrichten zeigen, was gesellschaftlich relevant ist. Medien definieren dadurch zum Teil, welche Themen und Personen sichtbar gemacht werden sollen.

Wie eingangs erwähnt, wird das Global Media Monitoring Project (GMMP) alle fünf Jahre wiederholt. Die Eidgenössische Gleichstellungskonferenz zog 2015 folgendes Fazit für die Schweiz: Die Resultate von 2015 zeigen, dass Medien nicht nur ein sehr traditionelles Bild der Geschlechter vermitteln – es hat sich im Vergleich zu 2010 auch noch verfestigt. Männer sind nach wie vor mehrheitlich in der Rolle als Subjekte, Akteure und Experten in den Bereichen Wirtschaft und Politik dargestellt, Frauen hingegen mehrheitlich in einer familiären Rolle und als Berühmtheiten festgeschrieben.<sup>2</sup>

Frauen fehlen oft Vorbilder in Führungs- und Entscheidungspositionen, da es in den meisten Bereichen bedeutend weniger oder gar keine Frauen gibt. Medientexte über Frauen in der Führung können Identifikationsangebote liefern und somit über die Medien Vorbilder schaffen.

In der vorliegenden Analyse werden Männer in den Beiträgen in allen drei Medien häufiger zitiert und Männer werden in allen drei Medien auch häufiger abgebildet. In allen drei Medien sind beträchtliche Unterschiede feststellbar. Dadurch, dass Frauen weniger zitiert und auch weniger oft abgebildet werden, entsteht ein Zerrbild. Frauen werden dadurch bedeutend weniger und auch als weniger wichtig wahrgenommen.

In allen drei Medien wird eine deutliche Mehrzahl der Artikel nicht durch die Autorin/den Autor gezeichnet. Über die drei Länder gesehen schreiben Journalistinnen mehr über Frauen als Journalisten über Frauen. Ein Großteil der Meldungen wurde nicht ausgezeichnet. Der Anteil der Frauen wäre aber ein Indikator für die Rolle der Frau in den Medien.

Die Ergebnisse der Untersuchung fließen in die Projektmaßnahmen ein. Es werden im Rahmen des Projekts Tutorials und Webkonferenzen für Medienschaffende durchgeführt.

---

<sup>2</sup> <http://www.egalite.ch/uploads/pdf/fem/GMMP-2015-Suisse.pdf>

## **Nachfolgend eine Auswahl an Ansatzpunkten, Empfehlungen und Maßnahmen zur Erhöhung der Präsenz von Frauen in den Medien**

**Frauen sichtbar machen** – in der Wirtschaft, in Vereinen (Kultur, Sport, Soziales usw.), in der Politik. Bilder von aktiven Frauen in den Medien und in unseren Alltagsräumen verschaffen ihnen Präsenz und Öffentlichkeit und ihre Leistungen werden sichtbar.

**Medien und Gleichstellung** – Den Medien kommt in der Frage um die Gleichstellung von Frau und Mann eine zentrale Rolle zu und damit auch eine Verantwortung. Indem Artikel zum Thema lanciert werden, leistet die Medienlandschaft auch einen Beitrag dazu, Geschlechterrollenbilder zu hinterfragen.

**Frauen schreiben und zeichnen ihre Artikel** – Ein wichtiger Indikator für die Rolle der Frauen in den Medien ist der Anteil der von Frauen gezeichneten Meldungen.

**Rollenstereotypen hinterfragen** – Traditionelle Einstellungen und Geschlechterrollenbilder in den Medien und in der Werbung tragen zur fortbestehenden Benachteiligung von Frauen in zahlreichen gesellschaftlichen Bereichen bei; wie auf dem Arbeitsmarkt, beim Zugang zu Entscheidungspositionen und bei der Mitwirkung im politischen und öffentlichen Leben.

**Instrumente nutzen** – Zahlreiche bestehende Instrumente unterstützen Medienschaffende beim Einbezug einer geschlechtersensiblen Berichterstattung in Text und Bild. Auch die Analyseraster des GMMP dienen einer differenzierten Reflexion der eigenen Kommunikationstätigkeit.

**Frauen führen Medienhäuser** – Die Verantwortlichen von Medienhäusern sind aufgerufen, die Rekrutierung von Frauen als Medienschaffende zu verstärken, insbesondere auch die Förderung von Frauen in Führungspositionen.

### **Instrumente zur geschlechtersensiblen Medienanalyse und -arbeit**

- Global Media Monitoring Project World Association for Christian Communication (WACC) [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)
- Leitfaden zu gender-gerechter Berichterstattung in den Medien (2015, 2. Auflage) Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM), Syndicom und Impressum (Die Schweizer Journalistinnen) [www.ssm-site.ch/medien/dossiers/medien-und-geschlecht](http://www.ssm-site.ch/medien/dossiers/medien-und-geschlecht)

Learning Ressource Kit for Gender-Ethical Journalism and Media House Policy (2012) World Association for Christian Communication (WACC) und International Federation of Journalists (IFJ) [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org) >Journalism Kit

Amt der Vorarlberger Landesregierung  
Abteilung Gesellschaft, Soziales und Integration  
Referat für Frauen und Gleichstellung  
Landhaus, Römerstraße 15, 6901 Bregenz  
T +43 5574 511 24113  
frauen@vorarlberg.at  
www.vorarlberg.at/frauen