

Fünf Forderungen

Publizistische Macht

Drei von vier Führungspositionen sind in der Schweizer Medienbranche mit Männern besetzt*. In den Ressorts Politik und Wirtschaft arbeiten zu 70 Prozent Männer. Meinungsbildende Gefässe wie Analysen und Kommentare sind weitgehend in männlicher Hand.

Auch wenn es im letzten Jahr höchst erfreuliche Berufungen von kompetenten Medienfrauen in die Führungsetagen und in strategisch wichtige Positionen gegeben hat – es blieben dennoch Einzelfälle. Von einer angemessenen Teilhabe in den Entscheidungsgremien, Chefredaktionen und Ressortleitungen sind wir noch weit entfernt. Wir fordern, dass Sie Frauen gezielter für Führungspositionen fördern und dass Sie in Ihrem Unternehmen bewusst Ausgleich schaffen.

Lohnleichheit

Auch in unserer Branche verdienen Frauen bei gleicher Berufserfahrung weiterhin weniger als Männer. Die Unterschiede verschärfen sich bei den höheren Löhnen in Kaderpositionen. Die neue Lohnstudie der Mediengewerkschaften soll diesen Sommer herauskommen und wird aufzeigen, in welchen Mediengattungen die diskriminierenden Lohnunterschiede am grössten sind.

In einigen Verlagen wurden intern vorbildlich Lohnanalysen durchgeführt, auch im Hinblick auf die diesbezüglichen gesetzlichen Vorgaben ab 2021. Die Ergebnisse der Analysen, und ob allenfalls Lohnanpassungen erfolgten, wurden bislang allerdings nicht kommuniziert. Wir fordern Sie hiermit auf, zu handeln: Wir verlangen gleichen Lohn für gleiche Arbeit. Der erste Schritt dahin führt über die Information: Wir fordern Sie auf, die Resultate der Lohnanalysen zumindest intern transparent zu machen und Massnahmen hin zu diskriminierungsfreien Lohnsystemen zu ergreifen.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Mutterschaft ist für Medienschaffende noch immer ein Karrierehindernis. 54 Prozent der weiblichen Angestellten in der Medienbranche sind unter 30 Jahre alt, über 50-Jährige (oder Frauen mit mehr als zwölf Jahren Berufserfahrung) sind nur noch zu 30 Prozent vertreten.

Gerade jetzt, während der Corona-Krise, hat sich gezeigt, dass die Schweizer Medienschaffenden auch in ausserordentlichen Situationen und Strukturen aussergewöhnliche Arbeit leisten. Ganze Redaktionen arbeiteten im Homeoffice – und produzierten Ihre Titel ohne jegliche Qualitätseinbussen. Das ist der beste Beweis, dass der Moment für Veränderungen gekommen ist. Wir fordern jetzt familienfreundliche Arbeitsstrukturen auf allen Hierarchiestufen und für alle Geschlechter.

Schutz vor Belästigung

Von Abwertungen und Belästigungen im Arbeitsumfeld und im Netz sind vor allem weibliche Medienschaffende betroffen. Die Hasskommentare und persönlichen Angriffe auf Journalistinnen in Kommentarspalten, per Mail und in Leserbriefen nehmen rasant zu.

In der Tamedia-Umfrage «MediaToo» 2019** berichten 244 von 458 weiblichen Medienschaffenden, dass sie sexuelle Belästigungen oder Übergriffe bei der Arbeit erlebt haben – von anzüglichen Bemerkungen und sexistischen Sprüchen über Stalking und das Entblößen von Geschlechtsteilen bis hin zu körperlichen Übergriffen. Das sind 53 Prozent der Teilnehmerinnen. Auffallend oft begingen Vorgesetzte die Übergriffe.

Das muss aufhören. Wir fordern von unserem Arbeitgeber oder unserer Arbeitgeberin angemessenen Schutz und Unterstützung

Kein Sexismus in der Berichterstattung

Frauen sind in der Berichterstattung deutlich untervertreten. Wenn über sie berichtet wird, dann oft in Stereotypen. Frauen sind als Akteurinnen und Expertinnen zu wenig sichtbar. Ab einem gewissen Alter verschwinden sie zunehmend aus der Berichterstattung.

Um dem Problem zu begegnen, haben einige Verlage und Medienprodukte –insbesondere bei der Blick-Gruppe, beim Beobachter, bei der SRG und bei Le Temps – Programme gestartet, um das Geschlechterverhältnis in ihren Produkten zu analysieren, für die Problematik zu sensibilisieren und eine Verbesserung zu erreichen. Im Herbst wird eine nationale Auswertung im Rahmen des Global Media Monitoring Project zeigen, wo wir stehen.

Wir fordern, dass die Anstrengungen fortgeführt und vielerorts intensiviert werden, eine angemessene mediale Repräsentation der Frauen und ihrer vielfältigen Berufs- und Lebensentwürfe zu erreichen. Dieses Ziel muss in den publizistischen Leitlinien verankert werden.

**Quelle: Sämtliche Zahlen stammen von einer 2016 vorgestellten Studie des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW Winterthur, die im Rahmen des internationalen Projekts «Worlds of Journalism» entstand. In Kürze wird eine neue Erhebung zu den Löhnen und Arbeitsbedingungen in den Schweizer Medien erwartet.*

** <https://www.tagesanzeiger.ch/schweiz/mediatoo/pruede-bitch-wie-journalistinnen-sexuell-belaestigt-werden/story/25894570>