

# Der Frauentag in den Medien von 1990 bis 2010

Punktuelle Analyse ausgewählter Printmedien  
Endbericht

---

Nadja Bergmann, Susanne Schelepa

L&R SOZIALFORSCHUNG  
Lechner, Reiter und Riesenfelder Sozialforschung OEG  
A-1060 Wien, Liniengasse 2A/1 TEL +43 (1) 595 40 40 - 0



Wien, Jänner 2011

[www.lrsocialresearch.at](http://www.lrsocialresearch.at)

# Inhalt

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Einleitung – Eckpunkte der punktuellen Medienanalyse</b>   | <b>2</b>  |
| 1.1      | Erhebung und Erfassung der Beiträge   | 2         |
| 1.2      | Quantitative und qualitative Auswertung   | 3         |
| <b>2</b> | <b>(Quantitative) Bedeutung des Frauentags</b>  | <b>5</b>  |
| 2.1      | Anzahl und Umfang der Beiträge in den Tageszeitungen  | 5         |
| 2.2      | (Un-)Mittelbarkeit des Frauentagsbezugs   | 7         |
| 2.3      | AutorInnenschaft  | 8         |
| 2.4      | Stilmittel und Abstraktionsebene  | 9         |
| 2.5      | Der Frauentag im Frauenmagazin Woman  | 12        |
| <b>3</b> | <b>Inhaltliche Schwerpunkte der Beiträge</b>  | <b>15</b> |
| 3.1      | Einleitende Reflexion grundlegender Unterschiede zwischen den untersuchten Medien                         | 15        |
| 3.2      | Mit welchen Themen wird der Frauentag verbunden?  | 16        |
| 3.2.1    | Themenbereich Arbeit und Job  | 20        |
| 3.2.2    | Themenbereich Frauenrechte und -interessen  | 23        |
| 3.2.3    | Themenbereich Frauenpolitik   | 26        |
| 3.2.4    | Themenbereich Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit   | 28        |
| 3.2.5    | Themenbereich Reproduktion  | 30        |
| 3.2.6    | Themenbereich Gewalt  | 32        |
| 3.2.7    | Themenbereich Sonstige Lebensbereiche   | 34        |
| 3.2.8    | Themenbereich Spezifische Frauengruppen   | 36        |
| 3.3      | Mit welchem Bildmaterial wird der Frauentag verbunden?  | 38        |
| 3.3.1    | Grafiken und Zeichnungen / Cartoons   | 39        |
| 3.3.2    | Fotos   | 40        |
| 3.4      | Mit welchen Institutionen wird der Frauentag verbunden?   | 49        |
| 3.5      | Mit welchen Personen wird der Frauentag verbunden?  | 51        |
| <b>4</b> | <b>Welche Bilder von Frauenpolitik, „Frauenpolitik-Macherinnen“ und „Alltagsfrauen“ werden generiert?</b> | <b>54</b> |
| 4.1      | Bilder von Frauenpolitik und Frauenpolitik-Macherinnen  | 55        |
| 4.2      | Bilder von „Frauen, die ich sein könnte...“   | 58        |
| <b>5</b> | <b>Zusammenfassung</b>  | <b>61</b> |
| <b>6</b> | <b>Anhang</b>   | <b>65</b> |
| 6.1      | Abbildungsverzeichnis   | 65        |
| 6.2      | Tabellenverzeichnis   | 67        |
| 6.3      | Analyseraster der quantitativen Auswertung der Beiträge in den Tageszeitungen                             | 68        |
| 6.4      | Titellisten   | 4         |

## 1 Einleitung – Eckpunkte der punktuellen Medienanalyse

Im Jahr 2011 jährt sich der Frauentag zum 100. Mal. Dieses Ereignis ist Anlass zu einer Auseinandersetzung mit den diesbezüglichen, medial transportierten Bildern der letzten 20 Jahre: welches Bild wird in den Medien zu diesem frauenpolitisch bedeutsamen Tag gezeichnet? Welche Themen werden transportiert? Welche Personen und Institutionen werden mit diesem Tag verknüpft? Welche Bilder von Frauen und Frauenpolitik werden entworfen? Und inwiefern haben sich die Antworten auf diese Fragen in den letzten 20 Jahren verändert?

Das Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, durch eine Analyse der Berichterstattung in ausgewählten Medien rund um den internationalen Frauentag die medial vermittelte Meinung rund um frauenpolitische Anliegen sichtbar zu machen und mögliche Änderungen im Zeitverlauf (1990 bis 2010) aufzeigen.

Die Untersuchung wurde punktuell angelegt, das heißt zum einen, dass einzelne Medien ausgewählt wurden, deren Berichterstattung analytisch verfolgt und aufbereitet wird. Keinesfalls erhebt diese Untersuchung den Anspruch, repräsentativ die österreichische Berichterstattung im Allgemeinen abzubilden. Die Medienauswahl war theoriegeleitet: Es sollte ein Boulevard- und ein Qualitätsmedium aus dem Sektor der Tageszeitungen sowie ein wichtiges Frauenmagazin einbezogen werden. Zur Beurteilung der „Wichtigkeit“ wurde auf die Reichweitenanalysen der österreichischen Media-Analyse 2009/2010<sup>1</sup> zurückgegriffen.

So wurde die "Krone" ausgewählt, da diese unter den Tageszeitungen mit 36% die höchste Reichweite in Wien inne hat und als typisch für den Bereich der Boulevard- bzw. Massenmedien gelten kann. Die Tageszeitung "der Standard" kontrastiert diese Analyse als Qualitätsmedium, und hat in Wien eine Reichweite von 11%. Ergänzend dazu wurde die Frauenzeitschrift „Woman“ in die Analyse einbezogen, da in einer Zeitschrift eine gänzlich andere thematische Aufbereitung und Tiefe der Berichterstattung zu vermuten ist als in den Tageszeitungen und auch die Bebilderung eine umfassendere ist. Woman besteht allerdings erst seit 2002, und kann daher nur für die letzten Jahre vergleichend einbezogen werden. Aktuell besitzt Woman in Wien eine Reichweite von 11%.

Zum anderen war auch die Auswahl der Berichte punktuell konzipiert, es wurde eine zeitliche Fokussierung direkt auf den Frauentag – sowie jeweils einen Tag davor und einen Tag danach – vorgenommen. Es wurden dafür alle Ausgaben der beiden Tageszeitungen zwischen dem 7.3. und 9.3., sowie im Fall von „Woman“ für die jeweilige Woche der Jahre 1990 bis 2010 in der Bibliothek ausgehoben und hinsichtlich frauenspezifischer bzw. frauentagsspezifischer Beiträge (Berichte, Kolumnen, Kommentare) durchsucht. Sämtliche relevanten Artikel wurden gekennzeichnet und einer quantitativen und qualitativen Analyse unterzogen.

### 1.1 Erhebung und Erfassung der Beiträge

Zur Durchführung der quantitativen Analyse der Beiträge in den **Tageszeitungen** wurde ein umfassender Raster erstellt (siehe Anhang ab Seite 37), entlang dessen sämtliche relevanten Artikel erfasst wurden. Die dabei erhobenen Informationen sind:

- Erscheinungstag (7., 8. oder 9. März)

---

<sup>1</sup> Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen, vgl. [www.media-analyse.at](http://www.media-analyse.at)

- Art des Textes (Artikel, Reportage, Kurzmeldung, Kolumne, Meinung) sowie journalistisches Stilmittel bzw. Textstil (in der Unterscheidung von Meldung, Reportage, Kommentar, Falldarstellung, Personenporträt, Interview)
- Umfang und Kontext (Länge in Zeilen, visuelle Gestaltung)
- explizite Nennung des Begriffs „(internationaler) Frauentag“
- AutorInnenchaft
- namentlich genannte Institutionen und Personen und deren Kontext
- die Themen des Beitrags
- die Ebene der Themenbehandlung (persönlich-unmittelbar, politisch-gesellschaftlich, wissenschaftlich-abstrakt)

Zudem wurde etwaiges visuelles Material danach analysiert ob

- Menschen zu sehen sind du wenn ja wie viele und welchen Geschlechts
- ob es sich um namentlich genannte oder „Alltagsmenschen“ handelt<sup>2</sup>
- wie der Bildtypus einzuordnen ist.

Die frauentagsbezogenen Beiträge des **Magazins Woman**, das erst seit 2002 in der österreichischen Printlandschaft besteht, wurden mithilfe der Woman-Redaktion (Stichwortabfrage des Zeitschriftenarchivs) recherchiert, wodurch sämtliche Beiträge mit explizitem Bezug zum Frauentag erfasst wurden. Die Auswertung quantitativer Aspekte folgte – soweit möglich – den Erhebungsfragen des Analyserasters für die Tageszeitungen, wird jedoch aufgrund der grundlegenden Unterschiedlichkeit der Textsorte getrennt in einem eigenen Kapitel 2.5 aufbereitet.

## 1.2 Quantitative und qualitative Auswertung

Die **quantitative Auswertung** der Informationen aus dem Analyseraster erfolgte mittels einer Datenverarbeitungssoftware für statistische Analysen. Die quantitativen Befunde hinsichtlich der technischen Daten wie Anzahl und Umfang werden zunächst in Kapitel 2 – mithilfe von Grafiken – dargestellt. Die mehr inhaltlichen Aspekte (Themen, visuelle Gestaltungselemente, genannte Institutionen und Personen) sind in Kapitel 3 aufbereitet und werden durch die Ergebnisse der qualitativen Analysen erweitert. Der Fokus liegt hierbei darauf, das Spektrum der Themenfelder, auf die in den frauentagsbezogenen Beiträgen referiert wird, quantitativ abzubilden, und mittels Beispielen der qualitativen Analyse zu veranschaulichen und zu verdichten.

Es ist darauf hinzuweisen, dass die Absolutzahlen der erfassten Beiträge vor allem in den früheren Jahren des Erhebungszeitraums mitunter sehr gering und quantifizierende Aussagen darüber schwierig sind. Zwar handelt es sich bei der Projektanlage um eine Vollerhebung in den ausgewählten Medien, was statistische Analysen auch

---

<sup>2</sup> Wenn in diesem Bericht von „Alltagsmenschen“ bzw. von „Alltagsfrauen“ die Rede ist, so geschieht dies in Ermangelung eines besseren Begriffs. Gemeint ist damit die Referenz auf oder Darstellung von Menschen/Frauen, ohne sie näher zu identifizieren. Es sind die „alltäglichen“, „ganz normalen“ Menschen/Frauen, „wie du und ich“, die gewissermaßen „unbekannt“ bleiben, deren konkrete Identität keine Rolle spielt, und die letztlich die Identifikationsmöglichkeit für den Großteil der LeserInnenenschaft darstellen – in diesen Alltagsmenschen kann jede/r sich und sein „normales Leben“ potentiell wiederfinden. Wenn in einem Artikel also bspw. über die faktische Lebenssituation von Alleinerzieherinnen berichtet wird oder auf einem Bild eine Kellnerin zu sehen ist, bezeichnen wir diese der Einfachheit halber als „Alltagsfrauen“.

kleiner Fallzahlen erlaubt. Dennoch sind prozentuelle Angaben mitunter wenig aussagekräftig – wenn etwa nur ein Beitrag für das Jahr 1991 vorliegt, muss ein Prozentwert für dieses Jahr zwangsläufig mit 100% oder 0% ausfallen. Aus diesem Grund wurden Auswertungen vorrangig mit fünf-Jahres-Kategorien durchgeführt und der Untersuchungszeitraum somit in 4 Abschnitte gegliedert. Inhaltlich legten wir den Fokus der Analyse auf die Berichterstattung zu nationalem Geschehen.

Die **qualitative Analyse** bestand aus der interpretativen Bearbeitung ausgewählter Beiträge, sowohl auf der textlichen wie auch der visuell-bildlichen Ebene. Die Auswahl von Artikeln aus den Tageszeitungen folgte den inhaltlichen Themenschwerpunkten und im Wesentlichen dem quantitativen Verhältnis der Beiträge aus den verschiedenen Medien: So wurde für jeden der acht Themenbereiche des Kapitels 3.2 ein entsprechender Beitrag aus der Tageszeitung Standard eingehend analysiert. Dabei wurde einerseits auf eine gleiche Textsorte (Meldung; d.h. keine Kommentare, Interviews, etc.), auf eine generelle zeitliche Streuung über den gesamten Beobachtungszeitraum, sowie auf die „Konjunktur“ des Themenbereichs geachtet.<sup>3</sup> Für die drei häufigsten in der Kronenzeitung angesprochenen Themen wurde ebenfalls ein Artikel ausgewählt. Und auch aus dem Magazin Woman wurden drei Artikel interpretiert und den entsprechenden Themenbereichen beigelegt.

Für die Analyse des visuellen Materials wurde sämtliches Bildmaterial entsprechend vercodet. In Kapitel 3.3 wird dieses Bildmaterial typisiert, und mittels Beispielen in seinen unterschiedlichen Ausformungen veranschaulicht.

Das übergeordnete Ziel der qualitativen Analyse war eine Erfassung der durch die frauentagsbezogene Berichterstattung in unterschiedlichen Medien generierten Bilder von Frauen und Frauenpolitik. Die diesbezüglichen Befunde werden in Kapitel 4 dargestellt.

---

<sup>3</sup> D.h. es wurden die Beiträge für einen Themenbereich jeweils aus einem Zeitraum gewählt, in dem dieser Themenbereich eher häufiger zu finden war.

## 2 (Quantitative) Bedeutung des Frauentags

### 2.1 Anzahl und Umfang der Beiträge in den Tageszeitungen

Insgesamt konnten für die letzten 21 Jahre

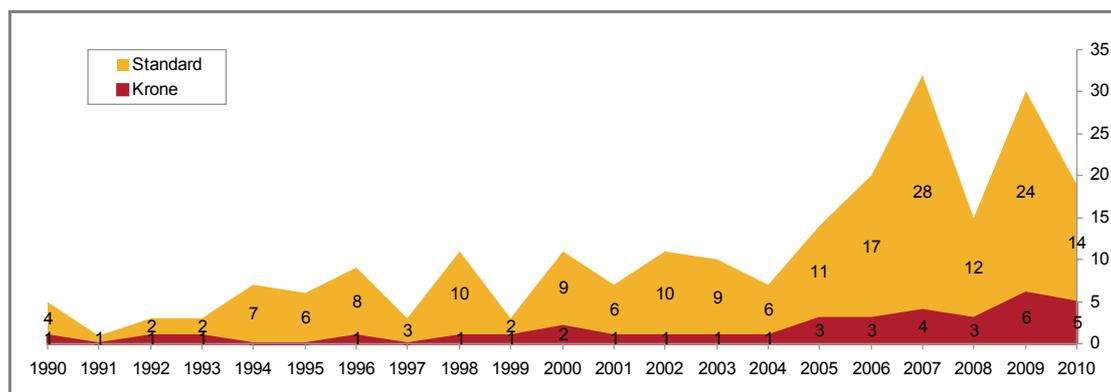
- 36 frauentagsrelevante Artikel in der Krone und
- 191 frauentagsrelevante Artikel im Standard
- sowie 9 Artikel im Frauenmagazin Woman<sup>4</sup>

erhoben werden.

Trotz dieser sehr unterschiedlichen Gewichtung des Themas in der Krone und dem Standard, lässt sich bei beiden Medien ein gewisser Trend dahingehend feststellen, dass dem Thema über die Jahre immer mehr Bedeutung zugemessen wird.

In beiden Medien lassen sich ein Ansteigen der Artikelzahl und vor allem des dem Thema eingeräumten Platzes feststellen: Abbildung 1 zeigt den längerfristigen Trend in beiden Medien zu immer mehr frauentagsrelevanten Artikeln, mit einigen jährlichen Spitzen, v.a. 2007 und 2009.

**Abbildung 1: Anzahl der Beiträge nach Jahren und Zeitung (Absolutzahlen)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard

Bei einer Betrachtung in 5-Jahres-Schritten (1990-1995, 1996-2000, usw.) wird dieser Trend besonders deutlich: Über die Hälfte der Beiträge stammt aus dem letzten Viertel des Untersuchungszeitraums 2005-2010.

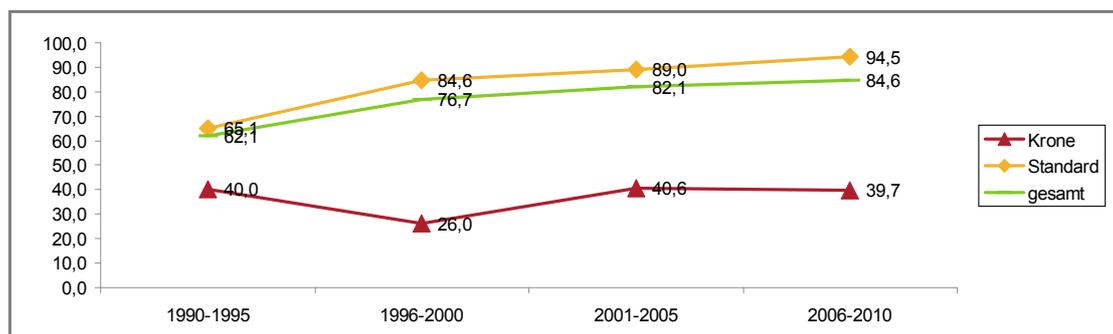
Ein gewisser Trend (allerdings nicht kontinuierlich, sondern mit einigen jährlichen Unterbrechungen), lässt sich auch dahingehend feststellen, dass nicht nur am 8. März über den Frauentag berichtet wird, sondern bereits einen Tag zuvor bzw. einen Tag danach ebenfalls relevante Artikel zu finden sind.

<sup>4</sup> Aufgrund der gänzlich anderen Art der Beiträge in Woman erschien eine Zusammenführung und gemeinsame Auswertung mit den Beiträgen in den beiden Tageszeitungen nicht angebracht. Die folgenden Analysen zur quantitativen Bedeutung des Frauentags in der Berichterstattung basieren daher ausschließlich auf den Tageszeitungen, über den Umfang der frauentagsbezogenen Beiträge in Woman wird getrennt in Kapitel 2.5 eingegangen.

Aber nicht nur die Anzahl der Artikel wächst über die Jahre, sondern auch deren Länge. Diese wurde in Zeilen gemessen.<sup>5</sup> Betrachtet nach 5-Jahres-Schritten wächst die durchschnittliche Zeilenanzahl von 62 auf 85 Zeilen (siehe Abbildung 2).

Diese Abbildung verdeutlicht zudem die Unterschiede zwischen der Krone und dem Standard: während der durchschnittliche frauentagsrelevante Kronen-Artikel 38 Zeilen umfasst, sind dies im Standard 88 Zeilen. Diese Diskrepanz kann aber nicht als frauentagsspezifisches Merkmal bezeichnet werden, sondern spiegelt die unterschiedliche Länge von Beiträgen generell in den beiden untersuchten Tageszeitungen wider.

**Abbildung 2: Mittlere Länge der Beiträge (in Zeilen), nach Zeitung und Zeitraum (5-jährlich)**

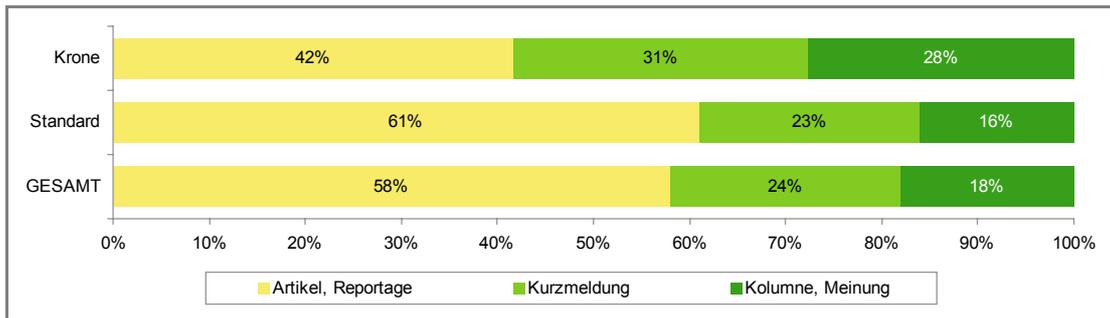


Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

Hinsichtlich der Art des Textes – wobei hier zwischen Artikel/Reportage, Kurzmeldung und Kolumne/Meinung unterschieden wurde – überwiegen Artikel und Reportagen. Insgesamt sind 58% diesem Typus zuordenbar (Abbildung 3) Während dieser Typus vor allem im Standard dominiert, spielen in der Kronenzeitung auch Kurzmeldungen und Kolumnen/Meinungen eine größere Rolle. Vor allem Marga Swoboda hat sich hier sehr häufig des Themas angenommen, wo hingegen beim Standard kein/e regelmäßige/r KolumnenschreiberIn sich dem Thema widmet.

<sup>5</sup> Die Erfassung von Zeilen ist eine relativ genaue Methode zur Beschreibung des Umfangs: Sie erlaubt einen Vergleich zwischen den Medien, da die Zeilen in allen drei einbezogenen Medien relativ gleich lang sind (zwischen 25 und 28 Zeichen). Zu Unschärfen kommt es in jenen Fällen, wo der Verlauf bzw. die Breite der Spalten durch eingefügte Bilder oder bspw. Zitate (in Kästchen zwischen den Spalten) verändert wird, oder wenn Beiträge mit Initialen über mehrere Zeilen beginnen. Unabhängig davon sind in der Krone die Schriftgröße etwas größer und das Seitenformat kleiner als beim Standard, weshalb zwei gemäß ihrer Zeilen gleich lange Beiträge in der Krone wesentlich größer wirken als im Standard.

**Abbildung 3: Art des Textes, nach Zeitung**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

Über die Jahre hinweg hat es keine nennenswerten Verschiebungen in der Art des Textes gegeben.

## 2.2 (Un-)Mittelbarkeit des Frauentagsbezugs

Die Untersuchung ging auch der Frage nach, ob der Frauentag bereits am **Titelblatt der Ausgabe** erwähnt wird. Während dies in der Krone in keinem der 21 analysierten Jahre der Fall ist, variiert die Erwähnung und insbesondere die Darstellung des Frauentags am Titelblatt des 8. März im Standard über die Jahre:

In den Jahren 1990 bis 1992 sowie 1998 bis 2000 und 2004 war auch im Standard der Frauentag am Titelblatt nicht zu finden, in den anderen Jahren gab es Hinweise auf Berichte im Blattinneren. In den Jahren 1994 bis 1996 sowie 2007 wurden zudem eigene Logos für den Frauentag entwickelt, die das Thema am Titelblatt sichtbar machten und auch bei allen frauenrelevanten Artikeln im Blattinneren wieder zu finden waren. Durch dieses Mittel werden Artikel zum Frauentag besonders sichtbar und zuordenbar.

**Abbildung 4: Logos für die Berichterstattung zum Frauentag in der Tageszeitung Standard**



Quelle: DerStandard, Ausgaben des 8.3. der jeweiligen Jahre

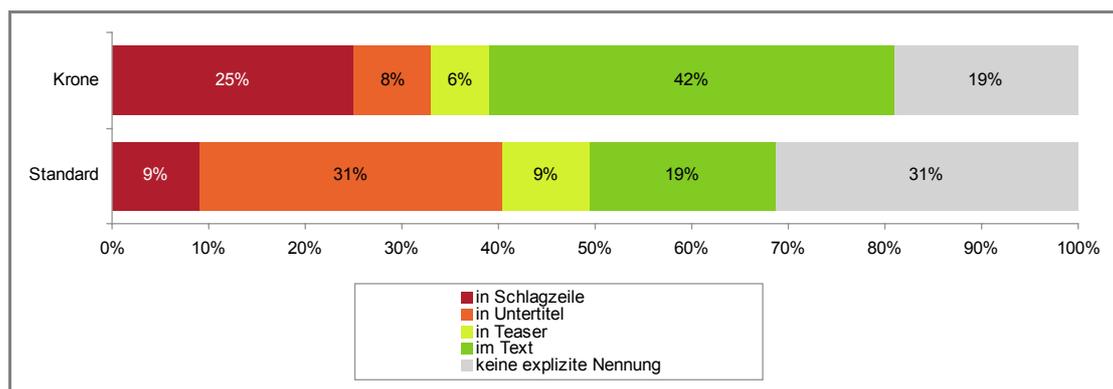
In einigen Jahren gab es kleinere Beiträge und Fotos zum Frauentag am Titelblatt: hier wurde entweder die besondere Situation von Frauen in anderen Ländern aufgegriffen und diese entsprechend bildlich dargestellt (bspw. russische Panzerfahrerin,

die sich im Panzer schminkt (1994) oder philippinische Frauen bei Protestveranstaltung (2005)), über frauentagsbezogene Kulturveranstaltungen berichtet (1993) oder auf prominente Gastkommentar-Autorinnen im Blattinneren verwiesen, beispielsweise Elfriede Jelinek (2005) oder Hillary Clinton (2009).

Seit 2005 ist der Frauentag im Standard durchgängig prominent auf dem Titelblatt des 8. März vertreten – entweder mittels Bild oder mit eigenem Logo.

Interessant ist weiters die Frage, wie unmittelbar ein Beitrag mit dem Frauentag in Verbindung gebracht wird. Dazu wurde erfasst, ob und wenn an welcher Stelle (Titel, Untertitel, Teaser oder Bericht) der relevanten Artikel das Wort „(internationaler) Frauentag“ explizit genannt wird. Wie Abbildung 5 verdeutlicht, wird in der Krone weitaus häufiger (bei einem Viertel der Beiträge) bereits im Titel auf den „(internationalen) Frauentag“ Bezug genommen – im Standard sind dies nur 9% der Beiträge. Hier wird der Frauentag eher erst im Untertitel genannt. Zudem sind immerhin fast ein Drittel der Beiträge zwar im Kontext eines eigenen Schwerpunktes zum Frauentag gestellt – oft aber eher zu allgemeinen frauenspezifischen Themen ohne explizit auf den Tag als Ereignis an sich einzugehen (zur inhaltlichen Auseinandersetzung siehe Kapitel 3).

**Abbildung 5: Explizite Benennung (internationaler) Frauentag\*, nach Zeitung**



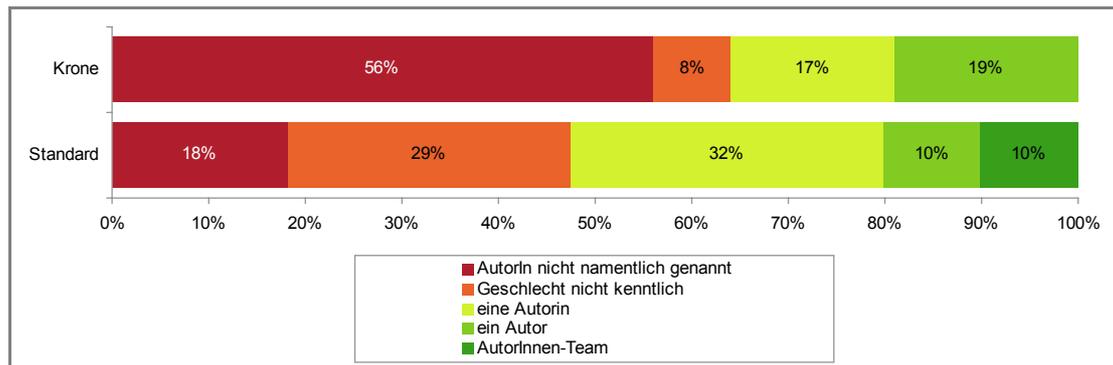
Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227;  
 \*Hierarchisiert in genannter Reihenfolge, d.h. wenn in Schlagzeile und Text genannt, in Schlagzeile berücksichtigt.

### 2.3 AutorInnenschaft

Wer verfasst die Beiträge zum Frauentag? Interessant ist dabei v.a. die Frage, ob die Thematik des Frauentages vorwiegend von Frauen bearbeitet wird, in wessen Händen also die diesbezügliche Berichterstattung liegt. Dabei ist vorweg zu unterscheiden, dass journalistische Beiträge nicht immer namentlich gekennzeichnet sind (bspw. als APA-Meldung erscheinen), und auch wenn ein RedakteurInnen-Kürzel verwendet wird, aus diesem das Geschlecht nicht erkenntlich ist. Wie Abbildung 6 verdeutlicht, überwiegt in der Krone bei weitem der Anteil jener Artikel, die nicht namentlich gekennzeichnet sind, insgesamt ist hier bei beinahe zwei Drittel der Beiträge kein Geschlecht des Verfassers/der Verfasserin erkenntlich. Beim Standard sind vier von fünf Artikel zwar gekennzeichnet, oft aber mit einem Kürzel (29%), weshalb das Geschlecht auch hier in insgesamt 47% nicht ersichtlich ist.

Bei jenen Artikeln, die mit vollen Namen gekennzeichnet sind, zeigt sich, dass im Standard weitaus häufiger Frauen als Männer zum Thema schreiben: nämlich rund drei Viertel der namentlich gekennzeichneten Artikel. In der Krone ist hingegen der Anteil der als AutorIn zum Thema ersichtlichen Frauen und Männer relativ ausgeglichen. Ein Spezifikum des Standards ist, dass in manchen Jahren ein AutorInnen-Team zum Thema Frauentag – im Sinne eines Schwerpunktthemas – arbeitet (insgesamt 10% der Beiträge), welches sich in der Regel aus Frauen und Männern zusammensetzt.

**Abbildung 6: TextautorIn, nach Zeitung**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

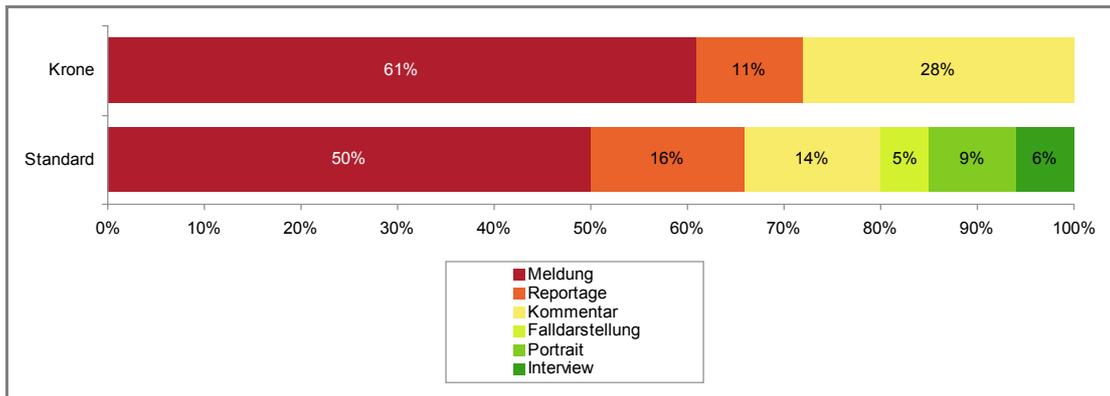
Im Zeitverlauf zeigt sich, dass immer mehr Artikel namentlich gekennzeichnet sind, das Thema Frauentag somit stärker personalisiert wird (inwiefern das einem Trend in den beiden Medien generell entspricht kann an dieser Stelle nicht gesagt werden).

## 2.4 Stilmittel und Abstraktionsebene

Es lassen sich verschiedene journalistische Stilmittel bei der Berichterstattung zum Frauentag identifizieren. Möglich sind hierbei die Form einer Meldung, das heißt Berichterstattung über ein bestimmtes Ereignis oder einen Anlass, jene einer Reportage über ein Thema oder eine Fragestellung, jene eines Kommentars (eine persönliche Meinung, auch im Sinne einer Reflexion, eines „Sinnierens“), in Form der Darstellung individueller Betroffenheit (bspw. von den Auswirkungen des Sparpakets), als Personenportrait oder auch als Interview.

Hier zeigt der Vergleich zwischen den beiden Zeitungen (Abbildung 7), dass insgesamt das Stilmittel „Meldungen“ zum Thema dominiert – beispielsweise über eine Pressekonferenz zum Frauentag oder eine Einkommensstudie etc. – sich zwischen den untersuchten Tageszeitungen aber große Unterschiede beim Einsatz der weiteren journalistischen Möglichkeiten ergeben: während der Standard auf ein breiteres Spektrum zurückgreift und in unterschiedlichem Ausmaß alle angegebenen Formen eingesetzt werden, finden sich in der Krone neben der klassischen Meldung noch in sehr hohem Ausmaß Kommentare (28%) und in einem geringeren Ausmaß Reportagen (11%). Die anderen Möglichkeiten (Interviews etc.) werden hingegen überhaupt nicht eingesetzt.

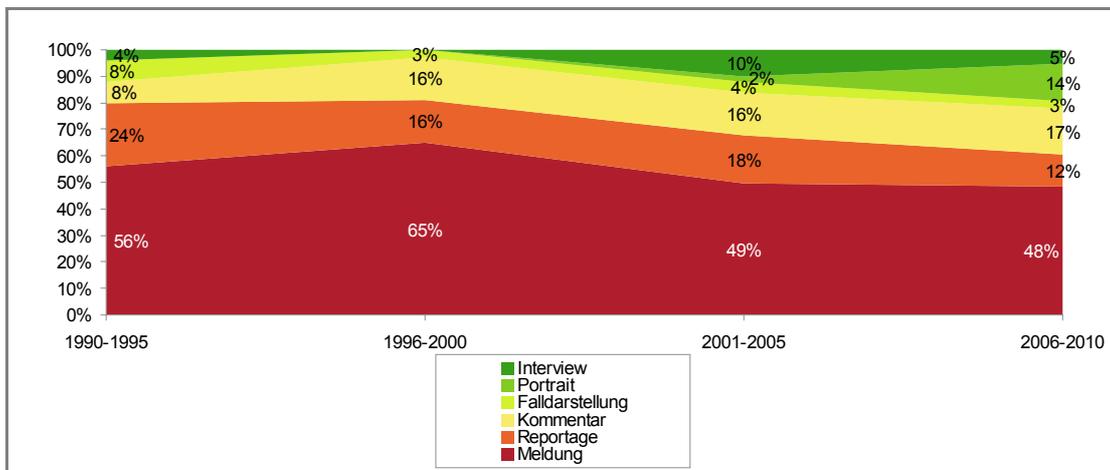
**Abbildung 7: Textstil, nach Zeitung**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

Auch beim Standard gewinnen Portraits und Interviews erst in den letzten 10 Jahren an Bedeutung (siehe Abbildung 8). So werden beispielweise erfolgreiche Frauen portraitiert, Naturwissenschaftlerinnen interviewt oder der Lebensweg einer alleinerziehenden Mutter nachgezeichnet. Damit wird das Thema auch persönlicher und unmittelbarer (siehe nächsten Abschnitt).

**Abbildung 8: Textstil, nach Zeitraum (5-jährlich)**



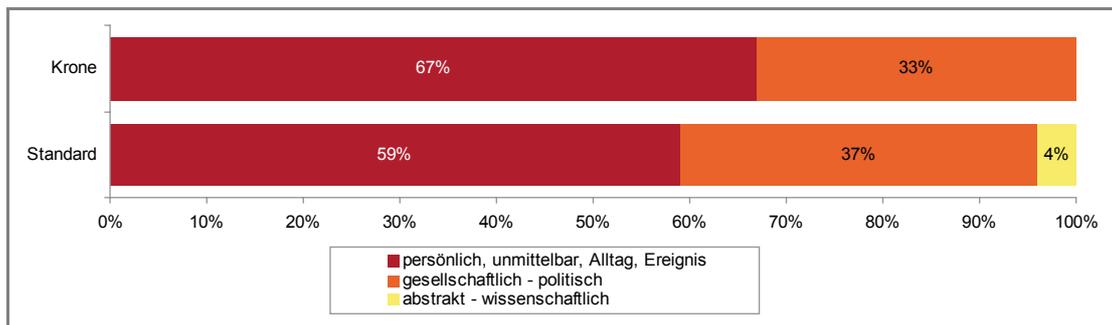
Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

Erwähnenswert erscheint bei den Kolumnen, die in der Krone einen festen Platz haben, dass diese zur Thematik Frauentag zu einem sehr hohem Ausmaß nur von einer Person, nämlich Marga Swoboda stammen, die sich in diesen sehr für den Frauentag und den damit verbundenen Forderungen einsetzt bzw. in ihren Texten bestehende Schief lagen skizziert und kritisiert. Im großen Gegensatz dazu steht ein unter dem Pseudonym „Zerberus“ schreibender Kolumnist der Krone, der in so fern hervorzuheben ist, als er der einzige ist, der sich in seiner Kolumne negativ-abwertend mit den Frauentag und insbesondere der damaligen Frauenministerin Johanna Dohnal auseinandersetzt und Bemühungen zur besseren Einbeziehung der Männer im Bereich der Reproduktionsarbeit ins Lächerliche zieht (7. März 1993, siehe auch Analyse in Kapitel 3.3.1).

Sämtliche anderen Beiträge – egal welchen Stilmittels – stehen den verschiedenen Forderungen rund um den Frauentag neutral bis positiv gegenüber.

Was den Abstraktionsgrad betrifft, überwiegt bei der Berichterstattung über den Frauentag eine eher „unmittelbare“, persönliche, auf ein bestimmtes Ereignis Bezug nehmende Sichtweise. Geringere quantitative Bedeutung haben eine gesellschaftlich-politische oder abstrakt-wissenschaftliche Darstellungsweise. Vor allem in der Krone sind zwei Drittel der Artikel eher einer persönlich-unmittelbaren Darstellung zuzuordnen, aber auch beim Standard überwiegt diese Abstraktionsebene bei weitem (siehe Abbildung 9).

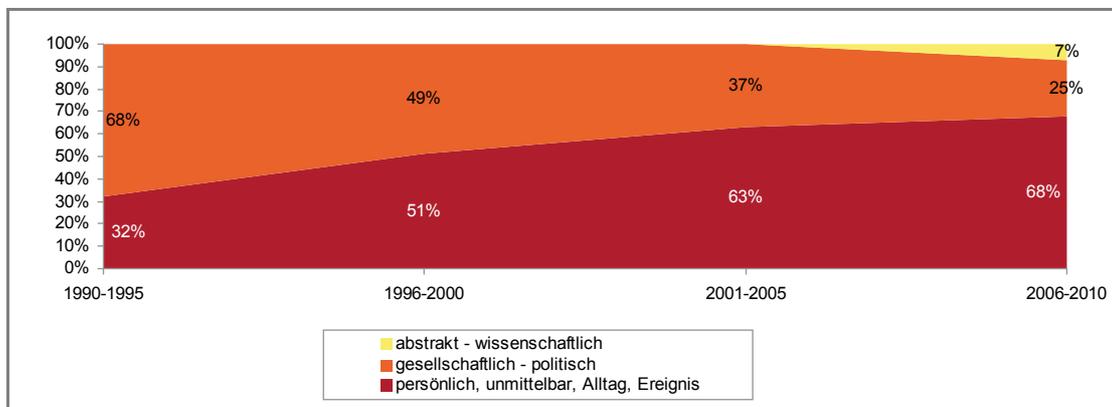
**Abbildung 9: Abstraktionsebene, nach Zeitung**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

Im Zeitverlauf zeigt sich sogar, dass die politisch-gesellschaftliche Ebene an quantitativer Bedeutung abnimmt: Während zu Beginn des Beobachtungszeitraums noch rund zwei Drittel der Artikel dieser Ebene zugeordnet werden konnten, war es gegen Ende des Beobachtungszeitraums nur mehr ein Viertel der Beiträge. Dieser durchaus überraschende Befund spiegelt auch die Wahl der angesprochenen Themen und der eingesetzten Stilmittel wider: gegen Ende des Beobachtungszeitraums wird vermehrt mit Portraits, Interviews etc. gearbeitet und verstärkt auf Frauen in unterschiedlichen Bereichen (wie beispielsweise Frauen in der Wissenschaft) eingegangen. Gesellschaftlich-politische Themenstellungen werden auf diesem Weg etwas zurückgedrängt.

**Abbildung 10: Abstraktionsebene, nach Zeitraum (5-jährlich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

## 2.5 Der Frauentag im Frauenmagazin Woman

Die Berichterstattung in Woman wird hier getrennt dargestellt, da sie hinsichtlich sämtlicher auf die Tageszeitungen angewandten Kategorien nicht unmittelbar vergleichbar ist. Woman erscheint seit 2002 in 14tägigem Abstand und versteht sich als „Österreichs Frauenmagazin“, das „Frauenanliegen mehr Stellenwert verschaffen“ will.<sup>6</sup>

Bei der Recherche wurden in März-Ausgaben verschieden umfassende Beiträge gefunden, die sich konkret auf den Frauentag beziehen. Diese werden in der folgenden Tabelle 1 hinsichtlich Umfang, visueller Elemente sowie inhaltlicher Themenbereiche aufbereitet. Im dann folgenden Abschnitt 3 zu den inhaltlichen Schwerpunkten der analysierten Texte werden die Beiträge aus Woman einbezogen und auch als Beispiele zitiert.

---

<sup>6</sup> Erklärung über die grundlegende Richtung von Woman, vgl. <http://www.woman.at/articles/0526/550/115619/impressum-offenlegung-25-medq-information-5-ecg>

**Tabelle 1: Überblick: Frauentagsbezogene Beiträge in Woman**

| Jahr | Titel                                       | Umfang   | Visuelle Gestaltungselemente*   | Inhalt und Themenbereiche**  |
|------|---|--|---|--|
| 2003 | Frauentag. Putzen statt Bier                | Kurzmeldung in der Rubrik „Aktuell“, ca. 13 Zeilen.  | 1 „Symbolfoto“  | In einer spanischen Gemeinde werden Männer vom Bürgermeister mittels Ausgehverbot zu Haushaltsarbeiten angehalten.<br>■ Reproduktion   |
| 2004 | Auf dem endlosen Weg zur Gleichberechtigung | Meldung in der Rubrik „Aktuell“, ca. 50 Zeilen   | 1 Foto als <i>Inszenierung der Person(en)</i>   | Nach einer Einleitung, die die „alten Forderungen“ anlässlich des Frauentags benennt, folgt eine Auflistung von durch verschiedene Politikerinnen bzw. politische Institutionen wie Parteien oder Frauenreferate initiierten Aktionen zum Frauentag in ganz Österreich: Pressekonferenz, Podiumsdiskussion, Diskussionsveranstaltung, Buchpräsentation, Lesung, Frauenpreisverleihung<br>■ Frauenpolitik / Forderungen<br>■ sonstige Lebensbereiche / Veranstaltungen  |
| 2005 | Frauentag. Auf der Flucht                   | Kurzmeldung in der Rubrik „Aktuell“, ca. 17 Zeilen.  | 1 <i>Portraitfoto</i>   | Die Kurzmeldung ist ein Veranstaltungshinweis auf eine Diskussionsveranstaltung einer Politikerin gemeinsam mit einer NGO-Vertreterin (Amnesty)<br>■ sonstige Lebensbereiche / Veranstaltungen<br>■ Spezifische Frauengruppen / Flüchtlinge<br>■ Gewalt  |
| 2007 | Der Tag der Wünsche                         | 4 Seiten<br>Verschiedene Elemente:<br>■ Beitexte zu Fotos.<br>■ Journalistischer Text, 83 Zeilen   | 23 Fotos ( <i>Inszenierung der Personen</i> sowie <i>dokumentarische Fotos</i> )  | Der Beitrag berichtet von einer Aktion des „Woman-Netzwerks“: In Einkaufszentren der österreichischen Landeshauptstädte wurden „Wünsch-dir-was-Boxen“ aufgestellt, in die Leserinnen ihre Wunschzettel einwarfen. Die beiden Textsorten greifen die „Wünsche“ auf, diese umfassen demnach neue Stylings und Typberatung, Reise-wünsche, behindertengerechte Wohnung oder neues Wohnzimmer, Jobcoachings, Weltfriede. Im Vordergrund der Berichterstattung stehen die kommunikationsbetonten Events vor Ort, die mittels Fotografien verbildlicht werden. Gezeigt werden Frauen an „Wunschboxen“, beim Ausfüllen von Zetteln, auf Bühnen im Gespräch mit einer Moderatorin (Mikrofon), in einer Modenschau oder mit Kleidungsstücken (Styling).<br>■ Sonstige Lebensbereiche / Veranstaltungen  |
| 2007 | Weltfrauentag 2007. Davon träumen wir!      | 5 Seiten<br>Verschiedene Elemente:<br>■ Journalistischer Text, 216 Zeilen<br>■ 6 Kästchen als „Steckbriefe“, je 12 Zeilen<br>■ 17 Statements, je 7 Zeilen<br>■ Infokasten, ca. 34 Zeilen | 1 Gruppenfoto mit 6 Frauen als <i>Inszenierung der Personen</i> , 6 <i>portraitähnliche Inszenierungen</i> zu den Steckbriefen<br>17 <i>Portraitfotos</i> zu den Statements | Inhaltlich geht es dem Beitrag um die Wünsche und „Zukunftsvisionen“ von „Expertinnen“. Diese sind – im Hauptfokus des Beitrags – Leiterinnen von NGOs, die mit verschiedenen spezifischen Frauengruppen zu tun haben, sowie „Promis“ aus dem Bereich Politik (12), Medien (2), Kunst (2) und Wirtschaft (1). Die NGO-Frauen werden in Form von Steckbriefen und inszenierten Portraitfotos vorgestellt, die „Prominenten“ treten mittels Portraitfotos und prägnanter Kurzstatements auf. Der journalistische Text greift die Themen bzw. Zielgruppen der NGO-Frauen in einem Erzähltext auf, es werden konkrete Fallbeispiele aus der jeweiligen beruflichen Praxis dargestellt.<br>■ Spezifische Frauengruppen<br>■ Frauenpolitik / Forderungen<br><i>Analyse Themenbereiche s. Kapitel 3.2.8, Analyse Gruppenfoto s. Kapitel 3.3.2</i> |
| 2008 | WOMAN erfüllt Ihre Herzenswünsche!          | Meldung in der Rubrik „Aktuell“, ca. 27 Zeilen   | 1 Foto als <i>Inszenierung eines Themas</i><br>6 <i>Portraitfotos</i>   | Es handelt sich um eine Ankündigung der „Wünsch-dir-was“-Aktion 2008 (vgl. 2007). Einleitend werden die „klassischen“ Frauentagsforderungen benannt (Gehaltsschere, Kinderbetreuung), es folgt die Einladung zur Beteiligung an der Aktion.<br>Das vorangestellte Foto zeigt eine Frau, im Begriff einen kleinen Frosch zu küssen<br>■ Sonstige Lebensbereiche / Veranstaltungen<br><i>Analyse Themenbereiche s. Kapitel 3.2.7</i>   |

| Jahr | Titel                             | Umfang   | Visuelle Gestaltungselemente*  | Inhalt und Themenbereiche**   |
|------|-----------------------------------|--|--|---|
| 2008 | Männer haben's leichter           | 3 Seiten<br>Verschiedene Elemente:<br>■ Journalistischer Text, 59 Zeilen<br>■ 3 Interviews (Frage/Antwort), zwischen 112 und 150 Zeilen  | 3 Fotos als <i>Inszenierung der Personen</i>   | Der vergleichsweise kurze journalistische Text spricht die Leserinnen direkt an („Wissen Sie eigentlich...“), und stellt die Geschichte des Frauentags sowie das „schlechte Ergebnis Österreichs“ im Global Gender Report dar. In Interviewform beantworten 3 Männer aus den Bereichen Politik, Medien und Wirtschaft größtenteils dieselben Fragen zur (persönlichen) Bedeutung des Frauentags und zur persönlichen Interpretation von Geschlechterrollen. Die Fragen zielen darauf ab, Einblick in das Privatleben der Befragten zu geben, und aktivieren dabei stereotype Geschlechterrollen („Verwöhnen Sie Ihre Frau am Frauentag besonders?“; „Gibt es ein Geheimnis, das Sie einer Frau niemals anvertrauen würden?“; „Die größte Herausforderung im Leben einer Frau? Und eines Mannes?“). Die Fotos inszenieren die Männer aus dem Medien- und Wirtschaftsbereich als „weltmännische“, selbstbewusste Männer, den Politiker hingegen in einer Pose mit den Händen vor Nase und Mund, die „privat“ und „sympathisch“ wirkt. Alle drei tragen ein weißes Hemd/Pullover und eine schwarze Hose.<br>■ Frauenrechte / Historisches<br>■ Sonstige Lebensbereiche / Wohlfühlen, Schönheit |
| 2009 | Vier Frauen gehen neue Kunst-Wege | Meldung in der Rubrik „Aktuell“, ca. 20 Zeilen   | 1 Gruppenfoto als <i>Inszenierung der Personen</i>   | Der Beitrag ist ein Hinweis auf die Ausstellung einer Galerie und die zurzeit laufende Ausstellung von vier Künstlerinnen, die als vom Frauentag „inspiriert“ kategorisiert wird. Die bildenden Künstlerinnen werden namentlich genannt und die Art ihrer Kunst kurz umrissen. Aufhänger ist die dahin gehende Besonderheit der Künstlerinnen, „jenseits aller Klischees, wie weibliche Kunst zu sein hätte“, zu arbeiten. Der Hinweis endet mit der Ausrufung „Sehenswert“ und der Adressangabe.<br>■ Sonstige Lebensbereiche / Veranstaltung, Kunst   |
| 2010 | „Keine Zeit zum Streiten“         | 4 Seiten<br>Verschiedene Elemente:<br>■ Interviewtextform mit journalistischer Einleitung, zusammen ca. 380 Zeilen<br>■ 2 Kästchen als „Privat-Checks“, je 17 Zeilen<br>■ 1 Kästchen mit Informationen aus dem Global Gender Report 2009 | 2 <i>dokumentarische Fotos</i> des Interviewsettings (an einem Restaurantisch)<br>2 Fotos als <i>Portrait-Inszenierung der Personen</i><br>2 Fotos „aus dem privaten Fotoalbum: <i>Inszenierung der Personen / Posing für die Kamera</i> “ | Der journalistische Text kündigt das folgende Interview bzw. dessen Zustandekommen an. Der Interviewtext selbst wird als Gespräch wiedergegeben, das sich im Wesentlichen zwischen den beiden InterviewpartnerInnen, der Frauenministerin Gabriele Heinisch-Hosek und ihrem Mann Walter Heinisch entwickelt. Nur stellenweise werden Fragen oder Themen von der am Ende des Interviews namentlich genannten Redakteurin eingebracht. Inhaltlich dreht sich das Gespräch vorwiegend um die Organisation und Verantwortungen im privaten Haushalt Heinisch-Hosek, den Umgang mit den Berufen der beiden Eheleute, ihre Ehegeschichte und ihre Beziehung und die zu ihrem Patenkind. Die Fotos vermitteln eine Ungezwungenheit und Privatheit des Gesprächs. In einem Kasten werden Daten der Ungleichheit zwischen den Geschlechtern in Österreich im Vergleich zu anderen, im Global Gender Gap Report genannten Ländern, dargestellt (Bereiche Repräsentation/Quoten, Kinderbetreuung, Arbeit/Verdienst)<br>■ Reproduktion<br><i>Analyse Themenbereiche s. Kapitel 3.2.5</i>  |

Quelle: L&R 2010; \*Ausführlicheres zu visuellen Gestaltungselementen vgl. Kapitel 3.3; \*\*Ausführlicheres zu Themenbereichen vgl. Kapitel 3.2

### 3 Inhaltliche Schwerpunkte der Beiträge

#### 3.1 Einleitende Reflexion grundlegender Unterschiede zwischen den untersuchten Medien

Vorauszuschicken ist, dass ein Vergleich der Berichterstattung in den einbezogenen Medien nicht das Ziel dieser Studie darstellt, und auf Basis der punktuellen Anlage der Untersuchung auch nicht möglich ist. Die Fokussierung auf Beiträge im Kontext des Frauentags erlaubt keine generalisierenden Rückschlüsse auf den Stil oder die Ausrichtung der Medien insgesamt. Die grundlegenden Unterschiede in der Berichterstattung stellen jedoch eine Schwierigkeit für eine zusammenschauende Analyse des Bildes von Frauen und Frauenpolitik dar, die an dieser Stelle in Grundzügen diskutiert werden soll.

Ein wesentlicher Unterschied liegt in den verschiedenen Ausrichtungen sowohl der beiden Tageszeitungen, aber auch des Frauenmagazins begründet. Tageszeitungen haben eine umfassende Berichterstattung zu den verschiedenen Bereichen des gesellschaftlichen und politischen Tagesgeschehens zum Inhalt. Wesentlich ist dabei die Aktualität, d.h. die zeitnahe Bearbeitung von Ereignissen, die sich an ein allgemeines Publikum richtet. Wir haben bei dieser Analyse zwei solcher Printmedien einbezogen, von denen eines als „Boulevard-“ bzw. „Massenblatt“ bezeichnet werden kann, das also weniger auf eine seriöse und neutrale sondern mitunter auf eine eher emotionalisierte und „reißerische“ Berichterstattung setzt. Das andere gilt als „Qualitätszeitung“ und stellt höhere Ansprüche an eine gründliche und fundierte Informationsvermittlung. Ein Magazin hingegen wendet sich an ein spezifisches Publikum, im Fall von *Woman* an Frauen, bei dem stärker zielgruppenspezifische Informationen (hier „Frauenanliegen“) im Vordergrund stehen.

Ein wesentlicher Unterschied zwischen Tageszeitungen und Magazin ist der Einsatz visueller Elemente. Während in den Tageszeitungen Fotos (bzw. in wenigen Fällen Grafiken) dazu eingesetzt werden, den Textbeitrag zu begleiten und aufzulockern, spielen sie im Magazin – jedenfalls bei den mehrseitigen Beiträgen – eine wesentlich zentralere und auch eigenständige Rolle. Bei einigen Beiträgen von *Women* tritt der journalistische Text gegenüber den optischen Elementen überhaupt in den Hintergrund bzw. wird durch die zahlreichen Bilder mit Bildunterschriften oder kleinen Beisätzen häufig zerrissen.

Bei den Berichten von **Woman** steht die politische Dimension des Frauentags generell im Hintergrund. Eine solche ist hauptsächlich in Kurzmeldungen präsent, bei den quantitativ umfassenden Beiträgen stehen andere Lebensbereiche im Vordergrund. Der Frauentag dient dabei als Aufhänger, um bspw. die Wünsche von Frauen – von „Alltagsfrauen“ bzw. Leserinnen im Rahmen der „Wünsch-dir-was-Aktionen“ (2007 und 2008) und Repräsentantinnen verschiedener Frauengruppen (2007) – darzustellen, oder private Meinungen und Haltungen „Prominenter“ zum Frauentag (2008 und 2010) zum Thema zu machen. Auch wenn es zum Teil dabei um frauenpolitische Anliegen geht, so ist die Inszenierung dennoch an der privaten Dimension ausgerichtet und rückt diese ins Zentrum der Darstellung (bspw. Interview mit Frauenministerin Heinisch-Hosek 2010, siehe Analyse in Kapitel 3.2.5).

Insgesamt kann aber für *Woman* die stärkste Beziehung zu Leserinnen durch die Präsentation von „Alltagsfrauen“ festgestellt werden. Im Vergleich der beiden Tageszeitungen geschieht dies in der *Krone* stärker als im *Standard*. Die Beiträge der **Kro-**

ne sind im Großen und Ganzen als „kompakt und schlüssig“ zu bezeichnen. Es wird stets klar gemacht, worum es geht, Begriffe bzw. Schlagworte werden erklärt und mit konkreteren Formulierungen greifbar gemacht. Ein Indikator für diesen generellen Befund auf der quantitativen Ebene ist die vergleichsweise häufige explizite Nennung des Frauentags in der Headline (25% der Krone-Artikel) bzw. der vergleichsweise geringe Anteil von 19% ohne expliziter Benennung des Anlasses. Auf inhaltlicher Ebene fällt auf, dass der Aufbau bei den analysierten Beiträgen häufig einem linearen und gut nachvollziehbarem Schema folgt: Am Beginn steht eine allgemeine Einleitung, die die zentralen Schlagworte einführt und verortet (an einem konkreten Beispiel, siehe auch Analyse in Kapitel 3.2.2: Schließen der Einkommensschere als frauenpolitisches Anliegen). Es folgt ein Blick auf die aktuelle Situation, also auf den Status Quo, zum einen anhand von Zahlen (Ausmaß der Einkommensschere) zum anderen werden die aktuellen Vorschläge und Forderungen thematisiert und konkretisiert (Maßnahmen zur Erleichterung der Vereinbarkeit, wie etwa Kinderbetreuungsplätze, mehr Vollzeitarbeitsplätze, bessere Wiedereinstiegschancen). Den Abschluss bildet ein Blick in die Zukunft (hier der Ausdruck des Wunsches, dass die Vorschläge nicht gleich wieder vergessen werden). Die Berichterstattung beschränkt sich zumeist auf einen Blickwinkel bzw. eine/n AkteurIn, der somit unwidersprochen bleibt.

Häufig kommt auch eine implizite oder auch explizite Bewertung dazu, die eine Interpretation und Einordnung des Gelesenen erleichtert. Dies ist v.a. an dem Umstand ablesbar, dass das Format des Kommentars in der frauentagsbezogenen Berichterstattung der Krone ein relativ großes quantitatives Gewicht hat (insbesondere die Kolumne „Tag für Tag“ von Marga Swoboda widmete sich im Beobachtungszeitraum häufig dem Thema, aber auch eine Reihe anderer regelmäßiger KolumnistInnen der Krone greifen das Thema bzw. den Anlass auf). Insgesamt sind die Beiträge in der Krone dadurch stimmig und erklärend, sie zu verstehen verlangt auf Seiten der LeserInnen kaum Vorwissen.

Die Beiträge des **Standard** erzählen in weitaus geringerem Maß „Geschichten“. Sie wirken häufig eher wie eine Aneinanderreihung von Informationen, ohne dass diese in eine Relation zueinander gebracht oder aufeinander bezogen werden. So sind die Berichte über den Frauentag häufig die Auflistung von Statements und Stellungnahmen, die von verschiedenen politischen VertreterInnen zum Frauentag an sich, oder zu anderen frauenpolitischen Themen (bspw. Abschaffung des Frauenministeriums) gemacht werden, und die aus Presseaussendungen, Pressekonferenzen oder Interviews für eine Meldung zusammen getragen werden. Wenn einzelne Inhalte nicht eingeordnet werden und ihr Hintergrund unklar bleibt, wenn also insgesamt kein „roter Faden“ gesponnen wird, bleibt bei dem/der LeserIn manchmal ein Fragezeichen und Irritation zurück. Insgesamt sind die Berichte des Standard also als voraussetzungsreicher zu bezeichnen.

### **3.2 Mit welchen Themen wird der Frauentag verbunden?**

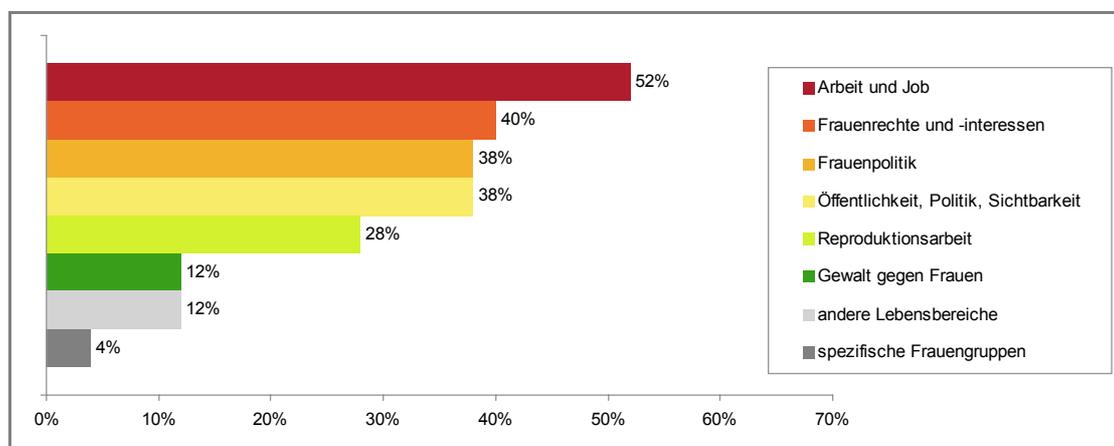
Bei der Erfassung der Inhalte, die in der frauentagsbezogenen Berichterstattung aufgegriffen werden, haben wir insgesamt rund 45 Einzelthemen unterschieden (vgl. Erhebungsraster im Anhang). Diese Einzelthemen sind zu acht Themenfeldern gruppiert, die hier zunächst in ihrer quantitativen Bedeutung vorgestellt werden, bevor sie in den Abschnitten 3.2.1 bis 3.2.8 intern differenziert und näher analysiert werden.

Am häufigsten und damit am stärksten wird der Themenbereich Arbeit und Job mit dem Frauentag in Verbindung gebracht (siehe Abbildung 11). In über der Hälfte aller

Artikel wird diese Thematik angesprochen. Weiters sind die Bereiche Frauenrechte und -interessen, Frauenpolitik sowie Öffentlichkeit-Politik-Sichtbarkeit quantitativ bedeutsam; auf diese Themen wird in rund 40% der relevanten Artikel eingegangen.

Überraschenderweise spielen andere frauenspezifische Themenfelder – wie der Reproduktionsbereich, Gewalt gegen Frauen oder andere Lebensbereiche wie Gesundheit – eine deutlich geringere Rolle. In nur einem Viertel der Berichte wird auf den Reproduktionsbereich (Kinderbetreuung etc.) eingegangen, die anderen genannten Themenbereiche sind nur in jedem achten Beitrag zu finden. Auf bestimmte (marginalisierte) Frauengruppen (beispielsweise Migrantinnen) wird überhaupt nur in 4% der Beiträge Bezug genommen.

**Abbildung 11: Vorkommen diverser Themenbereiche in allen Beiträgen, Mehrfachzählungen in einem Beitrag möglich**

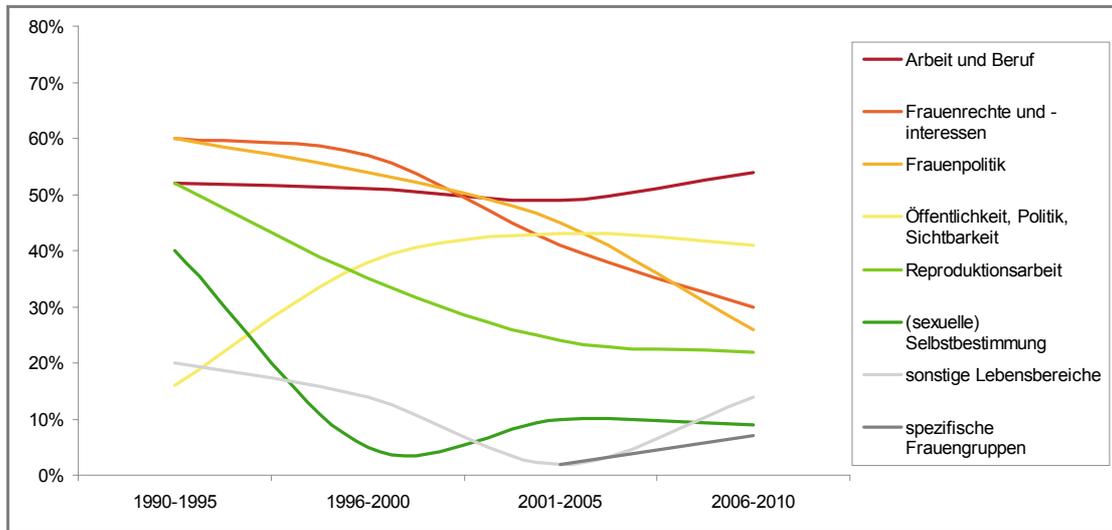


Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

Im Zeitverlauf zeigt sich, dass die quantitative Bedeutung des Themas „Arbeit und Beruf“ über die Jahre hinweg relativ stabil geblieben ist bzw. einen leichten Bedeutungsgewinn erfuhr (Abbildung 12). Demgegenüber haben politische bzw. rechtliche Themen einen starken quantitativen Bedeutungsverlust erfahren. Während Frauenpolitik und Frauenrechte und -interessen zu Beginn des Beobachtungszeitraums noch in 60% der Beiträge eine Rolle spielten, war dies gegen Ende nur mehr in rund 30% der Beiträge der Fall. Einen ähnlichen Bedeutungsabfall erleidet der Reproduktionsbereich: dieser sank von rund der Hälfte der Beiträge auf ein Viertel. Auch das Thema Gewalt gegen Frauen erfuhr einen massiven Bedeutungsverlust: wurde anfänglich noch in rund 40% der Artikel darauf eingegangen, waren dies im letzten Beobachtungsfenster nur mehr unter 10% der Beiträge.

Lediglich der Bereich „Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit“ gewann enorm an Bedeutung. Wurde zwischen 1990-1995 nicht einmal in einem Fünftel der Artikel auf diesen Bereich Bezug genommen, war das Thema am Ende des Beobachtungszeitraums in fast 40% der Artikel der Fall.

**Abbildung 12: Vorkommen diverser Themenbereiche in allen Beiträgen nach Jahren, Mehrfachzählungen in einem Beitrag möglich, relative Häufigkeit im jeweiligen Zeitraum (5-jährlich)**

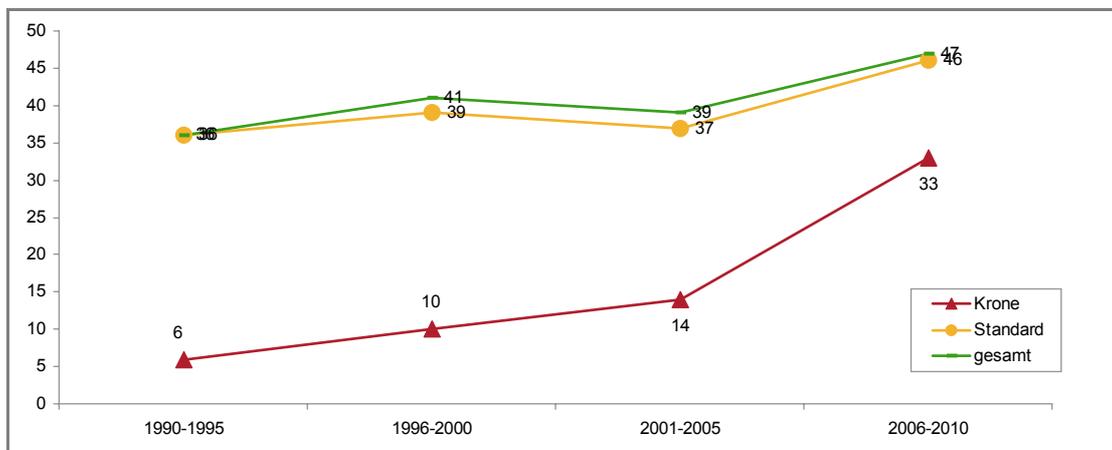


Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

### Anzahl der Einzelthemen

Wie in Kapitel 2 dargestellt, können im Beobachtungszeitraum immer mehr frauentagsrelevante Artikel identifiziert werden. Mit dieser Zunahme an Beiträgen geht auch eine Verbreiterung des Themenspektrums einher (siehe Abbildung 13). Wurden zu Beginn 36 verschiedene Themen behandelt, waren dies am Ende des Beobachtungszeitraums 47 Themen (wobei sich der allgemeine Trend relativ genau mit der Entwicklung im Standard deckt, während es in der Krone einen weitaus deutlicheren Aufwärtstrend von 6 Themen zu Beginn auf 33 am Ende gab).

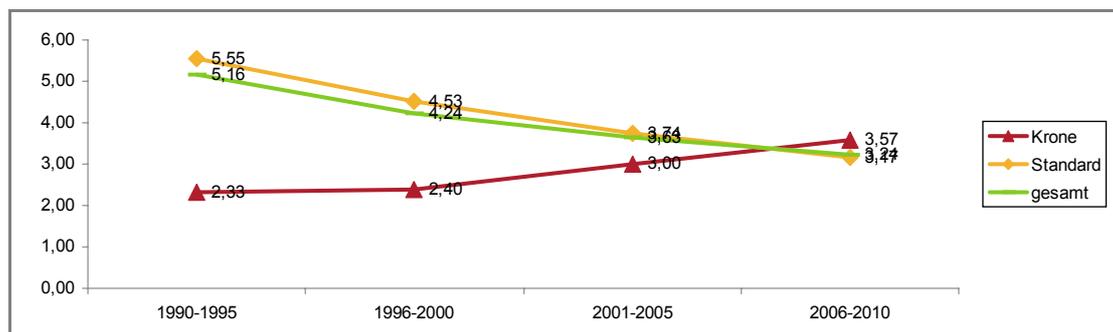
**Abbildung 13: Anzahl unterschiedlicher Einzelthemen im jeweiligen Zeitraum (5-jährlich), nach Zeitung**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=429 (Nennungen von Personen in allen Beiträgen)

Während die Beiträge und verschiedenen behandelten Themen insgesamt mehr werden, zeigt sich im Gegenzug der Trend, dass die einzelnen Artikel enger werden, sich ein einzelner Beitrag also mit weniger Themen beschäftigt. Dies trifft auf den Standard zu: Wie aus Abbildung 14 ersichtlich, wurden zu Beginn des Beobachtungszeitraums noch rund fünf verschiedene Einzelthemen pro Artikel angesprochen, gegen Ende knapp über drei. Bei der Krone ist allerdings ein umgekehrter Trend zu bemerken: hier setzen sich die Beiträge gegen Ende des Erhebungszeitraums mit etwas mehr Themen (durchschnittlich knapp vier) auseinander als zu Beginn (durchschnittlich gut zwei Themen).

**Abbildung 14: Mittlere Anzahl von Einzelthemen in einem Beitrag, nach Zeitung und Zeitraum (5-jährlich)**



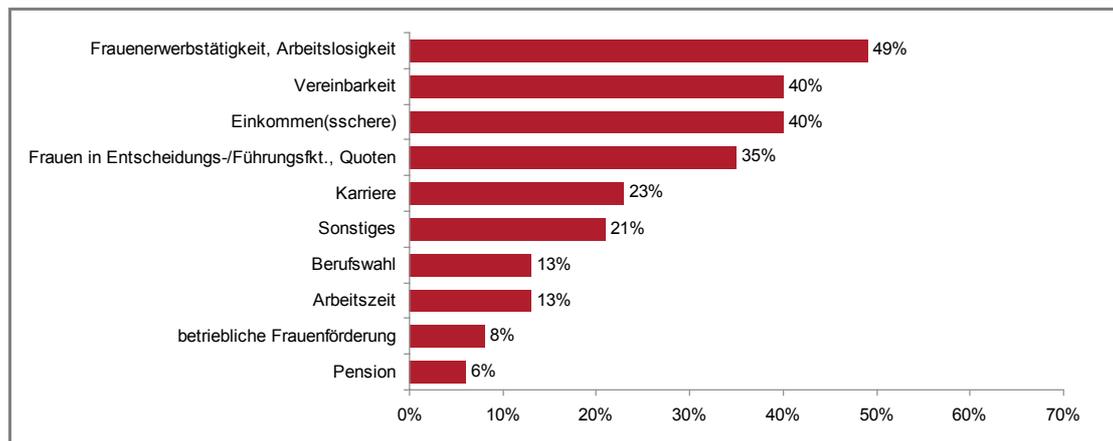
Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

In den folgenden Abschnitten werden die mit dem Frauentag in Verbindung gebrachten Themen entlang der acht Themenbereiche (vgl. Abbildung 11) näher analysiert und dargestellt. Dazu werden jeweils zunächst die konkreten Einzelthemen in ihrer quantitativen Relevanz innerhalb des Themenfeldes gezeigt und inhaltlich konkretisiert. Zur Veranschaulichung folgen ein oder zwei Beispiele aus dem Datenmaterial, die deskriptiv und interpretativ aufbereitet sind und den Zugang zum Thema beispielhaft demonstrieren sollen. Bei der Darstellung der Artikel wurde darauf Bedacht genommen, diese möglichst neutral wiederzugeben und darüber hinaus im Gesamtkontext der Berichterstattung zum Frauentag der jeweiligen Zeitung zu verorten. Im Anhang findet sich schließlich für jeden Themenbereich eine Liste mit den Headlines der zugeordneten Artikel, die ebenfalls einen anschaulichen Einblick in die „Aufmachung“ der Beiträge zum Frauentag geben.

### 3.2.1 Themenbereich Arbeit und Job

Die folgende Abbildung veranschaulicht die Einzelthemen im Themenfeld von Arbeit und Job, und weist ihre relative Häufigkeit aus.

**Abbildung 15: Einzelthemen im Themenbereich Arbeit und Job, (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=120 (Beiträge, die (auch) den Themenbereich Arbeit und Job beinhalten); „Sonstiges“ umfasst: Aus- und Weiterbildung, Karenz/geld, Benachteiligung und Diskriminierung, Armut, Selbständigkeit/Unternehmerin, Müttergehalt, Frauenfeindlichkeit.

Wie Abbildung 15 verdeutlicht, sind es im Themenbereich „Arbeit und Beruf“ vier zentrale Themen, die im Rahmen der Berichterstattung diskutiert werden:

- Frauenenerbstätigkeit (bzw. auch Frauenarbeitslosigkeit) an sich (beispielsweise Entwicklung der Frauenenerbstätigkeit im Zeitverlauf, Diskussion der Bedeutung der Erwerbstätigkeit für die Frauen, Thematisierung der Höhe der Frauenarbeitslosigkeit)
- Vereinbarkeit (vor allem dass diese nach wie vor schwierig ist)
- Einkommensschere (Darstellung der Höhe des Einkommensunterschieds, Vorstellung möglicher Maßnahmen dagegen, Verweise auf andere Länder etc.)
- Frauen in Entscheidungs- und Führungsfunktionen (Darstellung des geringen Frauenanteil an höheren Position, Diskussion von Quoten, Vorstellung von Frauen in Führungspositionen)

Über die Jahre betrachtet, wird vor allem das Thema Frauen in Entscheidungs- und Führungsfunktionen immer zentraler, während die anderen Themen größeren Schwankungen unterliegen bzw. tendenziell an Bedeutung verlieren; dies betrifft insbesondere das Thema Vereinbarkeit, Arbeitszeit (beispielsweise Teilzeit) sowie Frauenenerbstätigkeit insgesamt.

Exemplarisch werden im Folgenden zwei Beiträge vorgestellt, welche die Art der Berichterstattung zum Thema „Arbeit und Beruf“ veranschaulichen sollen. Die Auswahl der Artikel erfolgte anhand oben beschriebener Kriterien: in welchem Zeitraum war das Thema besonders präsent und welcher Artikel war in diesem ausgewählten Jahr besonders auf das Thema fokussiert?

**Beispiel I zur Veranschaulichung für den Themenbereich Arbeit und Beruf**

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Standard 8. März 2005</b>  | <b>Titel</b>   | <b>Immer weniger Mütter zurück am Arbeitsmarkt</b>   |
|   | <b>Untertitel</b>  | Drei von vier versuchen Wiedereinstieg   |
|   | <b>Umfang</b>  | 60 Zeilen, ca. 1/8 Seite   |
|   | <b>Inhalt</b>  | Der Artikel ist auf einer ganzseitigen Themenseite zum Frauentag zu finden und setzt sich kritisch mit den Auswirkungen des Kindergelds auseinander. „Das von der Regierung gepriesene, sonst aber umstrittene Geschenk namens Kindergeld haben heimische Mütter mit 1. Jänner 2002 erhalten“. Kurz werden nach dieser pointierten Einleitung die Rahmenbedingungen für eine Inanspruchnahme skizziert und dann eine Arbeitsmarktexpertin (Michaela Prammer-Waldhör von Synthesis) interviewt. Diese sieht zwar prinzipiell positive Effekte des Kindergeldes für arbeitsmarktnahe Frauen, aber sie erwartet – und diesem Teil wird mehr Platz gewidmet und ausführlicher dargestellt – für Frauen mit längeren Arbeitsmarktastinenz negative Effekte. Dann werden einige Studienzahlen zitiert und der Artikel mit dem Studienresümee beendet, dass immer weniger Mütter am Arbeitsmarkt zurückkehren werden. |
|   | <b>Visuelle Elemente</b>   | Keine  |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b> | Dieser Artikel setzt sich mit einem sehr konkreten Thema – der Einführung des Kindergelds – auseinander und beleuchtet die zu erwartenden Auswirkungen auf einen Wiedereinstieg der Kindergeldbezieherinnen. Dabei stützt sich der Artikel auf nur eine Studie bzw. deren Autorin. Durch Erläuterungen wird das Thema Kindergeld und dessen potentielle Auswirkungen näher erklärt.<br>Das macht den Artikel eher untypisch für einen frauentagsbezogenen Standardbeitrag, wo zumeist mehrere Meinungen einbezogen werden und auch die viele Information zu nur einem sehr konkreten Thema ist eher untypisch.<br>Die dahinterliegende gesellschaftspolitische Zielvorstellung, dass der Frauentag mit Gleichstellung und die wiederum mit der berufstätigen Frau und der Ermöglichung und Förderung der Berufstätigkeit von Frauen verbunden ist, wird zwar nicht explizit genannt, es wird aber deutlich, dass dies die dahinterliegende implizite Zielsetzung ist. Diese implizite Zielvorstellung ist quer über die Berichterstattung des Standards (aber auch der Kronenzeitung) zu finden. |  |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

**Beispiel II zur Veranschaulichung für den Themenbereich Arbeit und Beruf**

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>Kronenzeitung 7. März 2007</b>                                     | <b>Titel</b>  | <b>Mehr Wissen lässt Chancen der Frauen am Arbeitsmarkt steigen</b>  |
|   | <b>Untertitel</b>   | Donnerstag große Beratungsveranstaltung im Wiener Rathaus  |
|   | <b>Umfang</b>   | 35 Zeilen, inkl. Foto etwas über ½ Seite   |
|   | <b>Inhalt</b>   | Der Artikel führt aus, dass die Chancen der Frauen auf dem Arbeitsmarkt oft jenen der Männer „hinterherhinken“, was u.a. auf eine fehlende fundierte berufliche Aus- und Weiterbildung zurückgeführt werden könne. Auch die Stadträtin Sandra Frauenberger wird in diesem Zusammenhang zitiert, die darauf hinweist, dass Aus- und Weiterbildung den Frauen hilft, im Job weiterzukommen sowie auch Arbeitslosigkeit verhindert. Den Großteil des Beitrags macht dann die Beschreibung eines Beratungstages im Rathaus aus, der zum Frauentag für alle Wienerinnen veranstaltet wird, damit diese sich über diverse Beratungsangebote informieren können. Einige der Angebote werden exemplarisch vorgestellt. Der Artikel endet mit der Einschätzung „Da ist sicher so mancher guter Tipp dabei“. |
|   | <b>Visuelle Elemente</b>  | Ein Foto zeigt drei Frauen, die vor dem Rathaus stehen und in die Kamera lächeln. Ohne Bezug zu dem Artikel würde man hier eher an drei Freundinnen oder Touristinnen denken, die sich gemeinsam vor einer Sehenswürdigkeit (dem Rathaus) abbilden lassen. Die Frauen scheinen – im Gegensatz zum Artikel, der „nachhinkende“ Chancen skizziert – sehr zufrieden und glücklich. Erst die Bildunterschrift stellt den Bezug zum Beratungs- und Frauentag im Rathaus dar, wo es heißt „Alle Wienerinnen - jung oder schon reifer - sind Donnerstag zum Frauentag ins Rathaus eingeladen“.  |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b> | Dieser Artikel setzt sich sehr konkret mit einem spezifischen Problemfeld auseinander und verbindet eine Kurzanalyse mit konkreten Angeboten. Dieser Aufbau kann als relativ „typisch“ für die Artikel rund um den Frauentag in der Krone bezeichnet werden. Anhand eines spezifischen Themas wird leicht verständlich auf eine bestimmte Benachteiligung der Frauen eingegangen und hier mögliche Lösungen präsentiert. Die „Alltagsfrau“ und ihre Probleme werden anschaulich, wenn auch sehr vereinfachend dargestellt. In anderen Artikeln wird auf ähnliche Weise auf die Bereiche Lohnunterschiede, Frauen als Unternehmerinnen, Frauen als Technikerinnen und andere Kernthemen eingegangen. Da es sich bei der analysierten Krone um die Wiener Ausgabe handelt, findet sich in den letzten Jahren auch immer ein Bezug zum „Open Rathaus“, welches am Frauentag spezifische Beratungsaktivitäten setzt. Die Abbildung relativ zufrieden wirkender Alltagsfrauen (oder Frauen die bestimmte berufliche Tätigkeiten – ebenfalls sehr zufrieden – ausüben) kann nach Durchsicht aller frauentagsrelevanter Artikel der letzten 20 Jahre als ein gewisses Charakteristikum der Krone bezeichnet werden. Den LeserInnen wird ein positives Alltagsfrauenbild von zumeist arbeitenden Frauen geboten. Da die dargestellten Frauen alltägliche Frauen repräsentieren, ist es auffällig, dass sie immer gut aussehen und eher fröhlich wirken – egal wie ernst der dazu gehörige Text ist. |  |



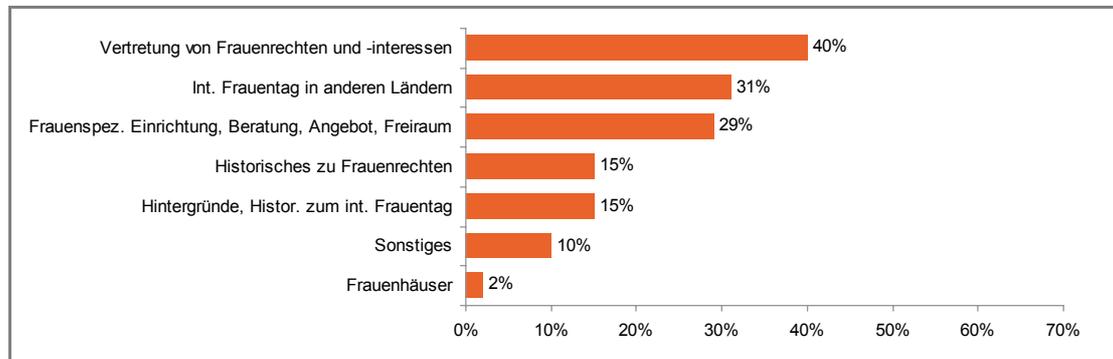
Foto: Reinhard Roll

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### 3.2.2 Themenbereich Frauenrechte und -interessen

Für den Themenbereich „Frauenrechte und -interessen“ wurde ein breites Spektrum an Einzelthemen zusammengefasst (siehe Abbildung 16).

**Abbildung 16: Einzelthemen im Themenbereich Frauenrechte und -interessen (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=91 (Beiträge, die (auch) den Themenbereich Frauenrechte und -interessen beinhalten); „Sonstiges“ umfasst: Abschaffung des Frauenministeriums, Weltfrauenkonferenz, UN-Frauenrechtskonvention, internationales Mütternetzwerk, Frauenpreis.

Die wichtigsten Kategorien in diesem Bereich sind:

- Vertretung von Frauenrechten und -interessen (Verweise auf die Bedeutung und Funktion der Frauenministerin sowie von Frauenbüros aus den verschiedenen Bundesländern, Beiträge über verschiedene Einrichtungen wie die Gleichbehandlungsanwaltschaft)
- Internationaler Frauentag in anderen Ländern (Reportagen bzw. Meldungen über die im Vergleich mit Österreich schwierigere Situation von Frauen in anderen Ländern, Verweise auf oft essentiellere Problemstellungen wie Frauenwahlrecht, untergeordnete Stellung im Rechtssystem, keine Handhabe gegen Gewalt gegen Frauen)
- Frauenspezifische Einrichtungen, Beratung, Angebote, Freiraum (Vorstellung unterschiedlicher Projekte, Hinweise auf konkrete Angebote für Frauen zum Frauentag und generell)

Ein Vergleich der quantitativen Relevanz der Einzelthemen über die Jahre zeigt eine relative Stabilität der Themen, mit folgenden zwei Ausnahmen: Die Berichterstattung über die Vertretung von Frauenrechten und -interessen erfuhr in der zweiten Hälfte des Beobachtungszeitraums einen auffallenden Bedeutungsverlust, während über frauenspezifische Einrichtungen, Angebote etc. deutlich mehr in der zweiten Hälfte geschrieben wurde.

Dieser Themenbereich der Frauenrechte und -interessen ist insgesamt der am „stärksten“ mit dem Frauentag „verbundene“: Wenn man die explizite Nennung des Wortes „(internationaler) Frauentag“ als Indikator für die unmittelbare Bezogenheit eines Beitrags auf den Frauentag geltend macht und jene Artikel herausgreift, in deren Headline „Frauentag“ explizit genannt wird, so erweist sich das Themenfeld der Frauenrechte und -interessen das am häufigsten adressierte (50%; Arbeit und Job 44%, Frauenpolitik 33%, Reproduktionsarbeit 30%). Insofern können Frauenrechte

und -interessen doch als der am „engsten“ oder am „unmittelbarsten“ mit dem Frauentag verbundene Themenbereich bezeichnet werden.

| <b>Beispiel I zur Veranschaulichung für den Themenbereich Frauenrechte und -interessen</b> |  |
|--|--|
| <b>Titel</b>   | <b>Die Frauen verdienen um ein Drittel weniger</b>   |
| <b>Untertitel</b>  | Auch heute noch große Lohnunterschiede   |
| <b>Umfang</b>  | 34 Zeilen, inkl. Foto knapp ½ Seite  |
| <b>Inhalt</b>  | Der Artikel leitet mit dem Hinweis auf den Weltfrauentag ein, der daran erinnern soll, dass Generationen von Frauen lange für ihre Rechte gekämpft haben. Mit der Feststellung, dass wir auch heute noch von einer Gleichstellung der Geschlechter weit entfernt sind, wird auf das Kernthema übergeleitet: nämlich dass Frauen um ein Drittel weniger verdienen als ihre Kollegen. Nach einer weiteren Feststellung, dass sich anlässlich des Weltfrauentages „naturgemäß“ zahlreiche Organisationen zu Wort melden, die Ungerechtigkeiten anprangern, wird wieder auf das Thema Einkommensunterschiede Bezug genommen und der Arbeiterkammer-Präsident (Herbert Tumpel) ausführlicher zitiert, der dafür plädiert, dass „gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit“ nicht nur am heutigen Tag Thema ist, sondern dass Maßnahmen zu dessen Verkleinerung gesetzt werden sollen. Der Artikel endet mit dem Wunsch: „Bleibt zu hoffen, dass die Vorschläge nach dem 8. März nicht vergessen werden“.   |
| <b>Visuelle Elemente</b>   | <p>Auf einem relativ großen Foto (größer als der Text) ist eine in die Kamera lachende Frau zu sehen, die Bier zapft. Vor ihr stehen einige gefüllte Biergläser. Sie trägt die Schürze als ein Insignum dieser Arbeit, es soll sich hier also um eine „echte Kellnerin“, kein Model handeln. Die Motivausgestaltung verkörpert freilich das anstrengende Berufsleben in der Gastronomie: es ist keine abgekämpfte, aufgrund der Unterbezahlung verärgerte Kellnerin zu sehen, sondern eine gutaussehende Frau mit einem sympathischen Lachen. Das Bild kann gewiss auch sexistisch konnotiert werden: eine Kellnerin „zum Anbaggern“, die für den Beitrag schlicht auch die Funktion des „Eyecatchers“ erfüllt.</p> <p>Dennoch erscheint das Foto wie ein verdichtetes Symbolfoto – nicht für das Thema „Arbeit“ an sich (denn für den Stress des Massenbetriebs, der hinter der großen Zahl Biergläser zu vermuten ist, ist die Frau unrealistisch offen für die Kamera), aber für das Thema „berufstätige Frau“: Die Szene ist in einer „typischen Frauenbranche“, der Gastronomie, platziert, und die Frau wird gut gelaunt, kundInnen-orientiert gezeigt, es ist eine der „starken und selbstbewussten“ berufstätigen Frauen (vgl. Kapitel 4.2). Die Bildunterschrift wiederum bezieht klar Position in Sachen Gleichstellung und Frauenrechte: „Ob das Bier von einem Mann oder einer Frau gezapft wird, macht für den Gast keinen Unterschied. Den gibt's nur beim Lohn“. Das „Symbolfoto“ funktioniert gut weil leicht verständlich in der Unterstützung dieser Argumentationslinie: Frauen und Männer machen dasselbe, produzieren dasselbe (das gezapfte Bier), aber dennoch werden beim Lohn Unterschiede gemacht.</p> |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b>                      | <p>Der Text ist relativ knapp und auf zwei Themen fokussiert: Kampf um Frauenrechte im Allgemeinen (wird aber nicht näher beleuchtet) und Einkommensunterschiede im Konkreten. Durch den Aufbau (Anfang mit Vergangenheit – dann Jetzt-Situation – Ausblick zum Schluss), eine klare Sprache und den Einbezug eines „Präsidenten“ (der Arbeiterkammer) scheint nichts ungeklärt.</p> <p>Relativ typisch für die Krone ist, dass nicht verschiedene Institutionen und deren jeweiligen Blickwinkel einbezogen werden, sondern nur eine – in diesem Fall die Arbeiterkammer. Auch dadurch wird der Artikel einfach lesbar, relativ undifferenziert und es bleiben gewissermaßen keine Fragen offen.</p> <p>Festzuhalten bleibt, dass durch den Stil und die Wahl der einbezogenen Institutionen die klare Botschaft vermittelt wird, dass Lohnunterschiede ungerecht sind und dagegen Maßnahmen gesetzt werden sollten. Die Auswahl des Bildmotivs unterstützt die Argumentation auf einfach verständliche und gleichzeitig „attraktive“ Weise.</p>  |

Kronenzeitung 8. März 2010



Foto: ohne Quelle

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

**Beispiel II zur Veranschaulichung für den Themenbereich Frauenrechte und -interessen**

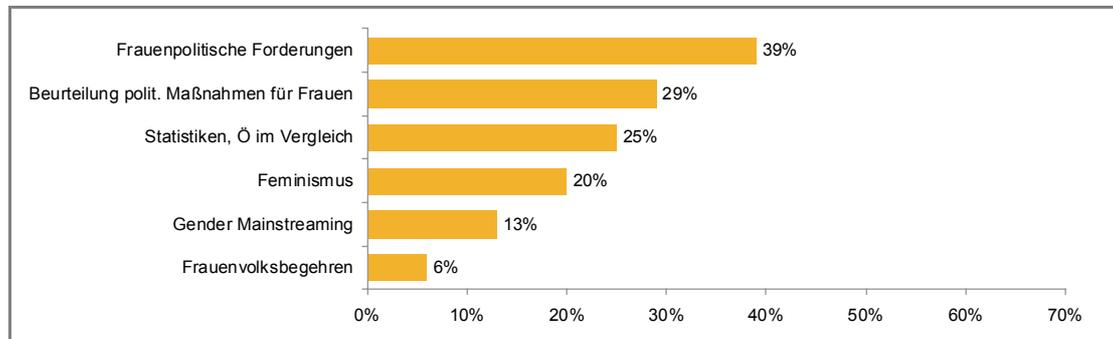
|  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>Standard 9. März 2000</b></p>  | <p><b>Titel</b></p>  | <p><b>Rasenziegel und Trommelklänge</b></p>   |
|  | <p><b>Untertitel</b></p>   | <p>Am Frauentag ging die Opposition mit der Frauenpolitik der Regierung hart ins Gericht</p>  |
|  | <p><b>Umfang</b></p>   | <p>90 Zeilen, inkl. Fotos knapp ½ Seite</p>   |
|  | <p><b>Inhalt</b></p>   | <p>Der Artikel beginnt mit der Beschreibung einer versuchten Pressekonferenz zweier FPÖ-Politikerinnen: Theresia Zierler und Ursula Haubner (vorgestellt als „Jörg Haiders Schwester Oberösterreichs FP-Landesrätin), die von Demonstrantinnen verunmöglicht wurde, da diese auf „Blechkanister einschlugen“. Diese „Konfrontation“ wurde als Höhepunkt eines Schlagabtauschs erklärt, den sich Regierung und Opposition zum Frauentag lieferten. Dann erfolgt in loser Aneinanderreihung eine Kurzbeschreibung verschiedener Aktionen, Presseaussendungen, Statements und Diskussionen zum Thema. So wird beispielsweise kurz eine Aktion der SPÖ-Frauen skizziert, die vor dem ehemaligen Frauenministerium einen Kunstrasen ausrollten und Barbara Prammer als SPÖ-Frauensprecherin zitiert: „weil kein Gras über Frauenangelegenheiten wachsen darf.“ Nach der Kurzbeschreibung dieser Aktion folgt die Darstellung eines Disputs von PolitikerInnen in Salzburg, in Kärnten und eine Stellungnahme der Frauenvorsitzenden des ÖGB sowie der Vorsitzenden der FCG-Frauen und einer Blumenverteilkaktion der Grünen. Entgegen der Headline, die auf einen Artikel vor allem über DemonstrantInnen und AktivistInnen schließen lässt, setzt sich ein Großteil des Textes mit PolitikerInnen und VertreterInnen von Institutionen auseinander.</p> |
| <p><b>Visuelle Elemente</b></p>  | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="459 719 783 1084"> <p style="text-align: center;"><i>Foto: Corn</i></p> </div> <div data-bbox="810 719 1353 1084"> <p style="text-align: center;"><i>Foto: Reuters</i></p> </div> </div> <p>Dem Beitrag sind zwei Fotos zur Seite gestellt. Auf dem ersten Bild ist der Klubobmann der Grünen, Van der Bellen zu sehen, der „Blumen vom Professor“ (so die Bildunterschrift) an eine Passantin verteilt. Eine Frau in mittlerem Alter lacht und nimmt die Blumen entgegen. Die Szene ist so aufgenommen, dass der Mann im Vordergrund steht, die Frau (die „Alltagspassantin“) im Hintergrund, im Bildmittelpunkt befindet sich der Blumenstrauß. Das Foto lässt eher an den Muttertag denn an den Frauentag denken. Interessant ist, dass auf dem Foto Van der Bellen sichtbar gemacht wird, obwohl im Text die Grüne Frauensprecherin Madeleine Petrovic vorkommt. Das zweite Bild zeigt zwei Frauen und einen Mann (alle drei „Unbekannte“): der Mann sagt etwas und reicht mit einem Arm über 2/3 des Bildes. Die Frau in der Bildmitte hat Blickkontakt zu ihm und schaut ihn skeptisch-empört an, die andere hält ein Blatt Papier hoch und hat die Augen geschlossen. Erst die Bildunterschrift deutet die Szene: die beiden Frauen sind zwei der im Bericht genannten Demonstrantinnen, der Mann ein FPÖ-Sympathisant, der bei der „Störaktion“ nicht „die Nerven behielt“ und „einen Aufreißer“ verpassen will. Das Foto zeigt den Mann in Aktion, der sich Raum nimmt, während die Frauen nicht agieren, sondern unbewegt stehen. Dieses Bild bringt insofern eine neue Information: FPÖ-Sympathisanten traten aktiv gegen die Demonstrantinnen auf. Insgesamt gibt die Bildwahl den Männern viel Platz: sie erscheinen im Vordergrund und von ihnen geht Aktion aus, die Frauen verhalten sich eher passiv, empfangend, beobachtend. Der im Text beschriebene Protest von Frauen wird visuell nicht dargestellt. Es entsteht ein relativer Widerspruch zwischen den Bildern, Headline und Text.</p> |   |
| <p><b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b></p> | <p>Der Artikel des Standard setzt einiges an Wissen voraus, da wenig erklärt wird. Bspw. wird auf die Demonstration bei der Pressekonferenz der FPÖ-Frauen als der Höhepunkt eines Schlagabtauschs referiert, ohne näher auf diesen einzugehen. Die AutorInnen beziehen nicht explizit Stellung, auf wessen Seite sie stehen, durch journalistische bzw. stilistische Kunstgriffe wird zwischen den Zeilen aber transportiert, dass die FPÖ-Seite die lächerliche, in frauenpolitischen Belangen ahnungslose ist: So wird bspw. einleitend darauf hingewiesen, dass diese zum Frauentag eine „vierköpfige (Männer-)Combo“ jазzen lässt. Wie in den meisten frauentagsbezogenen Beiträgen des Standard wird weniger auf die konkrete Situation der „Alltagsfrau“ aus gleichstellungspolitischer Sicht eingegangen, sondern auf die Ebene der politischen Statements und (deutlich weniger) auf politische Aktionen. Durch den Bezug auf den Schlagabtausch zwischen Regierung und Opposition wird dies besonders unterstrichen.</p>   |   |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### 3.2.3 Themenbereich Frauenpolitik

Für den Themenbereich „Frauenpolitik“ wurden die folgenden Einzelthemen identifiziert und zusammengefasst (siehe Abbildung 17).

**Abbildung 17: Einzelthemen im Themenbereich Frauenpolitik (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=87 (Beiträge, die (auch) den Themenbereich Frauenpolitik beinhalten).

Hier kann zwischen folgenden zentralen Themen unterschieden werden:

- Frauenpolitische Forderungen (Darstellung unterschiedlicher Forderungen die von PolitikerInnen, Parteien, SozialpartnerInnen oder AktivistInnen getätigt werden, beispielsweise mehr Kinderbetreuung, Forderung nach Mindestlöhnen in Frauenbranchen etc.)
- Beurteilung politischer Maßnahmen für Frauen (Beiträge über die Kritik der Oppositionsparteien an Maßnahmen der Regierung, wissenschaftliche Auseinandersetzungen mit erwarteten Auswirkungen bestimmter Maßnahmen auf Frauen)
- Statistiken (zur Darstellung bestehender Ungleichgewichte, zur Untermauerung verschiedener Forderungen, sehr oft Darstellung Österreich im EU- sowie internationalem Vergleich)

Eine Betrachtung der Themenrelevanz über den gesamten Beobachtungszeitraum zeigt, dass einige Themen nur über einen kurzen Zeitraum quantitativ bedeutsam sind – hier ist bspw. das Frauenvolksbegehren im Jahr 2000 zu nennen – oder erst im Laufe des Beobachtungszeitraums Eingang in die Berichterstattung fanden: dies trifft vor allem auf den Begriff Gender Mainstreaming zu, welcher erstmals 2001 genannt wurde und eine gewisse Zuwendung zu Genderthemen einläutete. Andere Themen unterliegen starken Schwankungen: Wie bspw. die Beurteilung politischer Maßnahmen für Frauen, was gegen Ende des Beobachtungszeitraums vollkommen an Bedeutung verlor. Oder wie frauenpolitische Forderungen, die in den 1990er-Jahren stark rezipiert wurden, im letzten Jahrzehnt aber weniger mediale Aufmerksamkeit erfuhren. So befasste sich in den 1990er-Jahren jeder dritte Artikel auch mit frauenpolitischen Forderungen – in den letzten 10 Jahren war dies nur mehr jeder neunte Artikel.

Dabei gibt es Forderungen, die sich über alle 20 Jahren ziehen: dazu gehört die Einführung eines (höheren) Mindestlohnes oder Maßnahmen, die sich auf eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Betreuungspflichten beziehen; hier werden flächendeckende (bzw. mehr) Kinderbetreuung und Wiedereinstiegshilfen genannt. Diese For-

derungsbereiche finden sich verteilt über den ganzen Beobachtungszeitraums wieder.

Andere Themen unterliegen hingegen einer zeitlichen Konjunktur: In den 1990er Jahren finden sich eher politische Forderungen – wie die Einrichtung eines Frauenrates oder eine bessere Förderung kritischer Frauenprojekte – sowie rechtliche Forderungen, beispielsweise die Verankerung der Frauenrechte als allgemeine Menschenrechte. Die Jahre 2000 und 2001 standen vor allem unter dem Zeichen der Wiedereinführung eines Frauenministeriums sowie eines (einkommensabhängigen) Karenzgeldes.

Als jüngstes Forderungsthema, welches seit dem Jahr 2007 relativ häufig erwähnt wird, sind Maßnahmen gegen Einkommensunterschiede zu nennen.

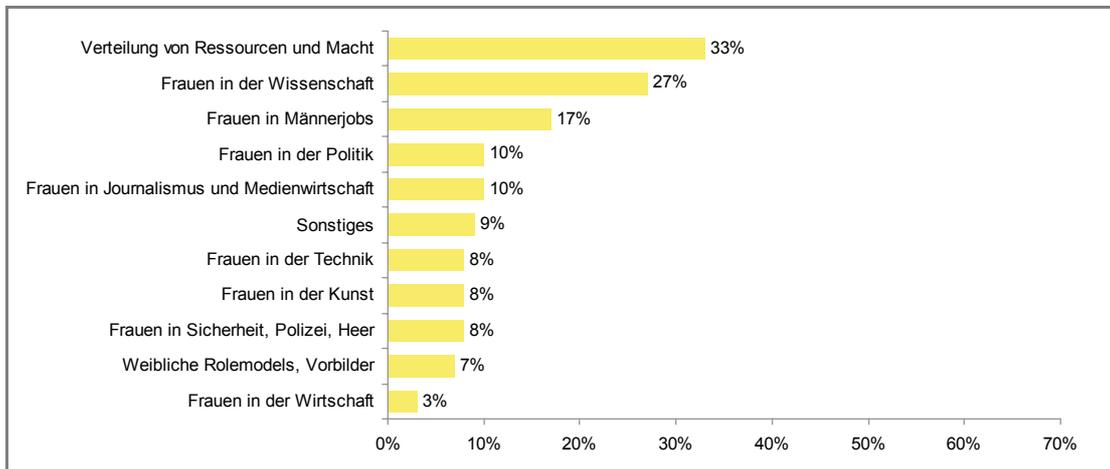
| <b>Beispiel zur Veranschaulichung für den Themenbereich Frauenpolitik</b> |  |  |
|---|--|--|
| <b>Standard 8. März 1990</b>  | <b>Titel</b>   | <b>Traum und bittere Wirklichkeit</b>  |
|   | <b>Untertitel</b>  | Keine  |
|   | <b>Umfang</b>  | 60 Zeilen, kleiner als 1/8 Seite   |
|   | <b>Inhalt</b>  | Der Artikel listet eingangs vier Forderungen der SPÖ-Frauen „anlässlich des heutigen internationalen Frauentags“ auf: legislative Verankerung gleicher Berufschancen, partnerschaftliche Verteilung der Familienarbeit, strengere Umweltgesetze und aktive Friedenspolitik. Ohne weiteren Kommentar werden dann weitere Aktionen, Presseaussendungen und Worte zum Frauentag aneinandergereiht: die Einladung von Frauenstaatssekretärin Dohnal zu einem offenen Tag in ihrem Büro unter dem Motto „lieber gleich berechtigt als später“, drei Statements unterschiedlicher PolitikerInnen: der ÖAAB-Frauenchefin Ingrid Korosec, der zweiten Nationalratspräsidentin Marga Hubinek und des Tiroler Landeshauptmannstellvertreters Helmut Mader. Die Auswahl der zitierten wird nicht näher erläutert und ihre Aussagen nicht näher kommentiert. Zentrale Themen sind mehr Mitspracherecht von Frauen in der Politik und eine Vertretung von Frauen in allen Entscheidungsgremien gemäß ihrem Anteil. Den Abschluss des Artikels bildet der Hinweis auf einen Protestmarsch in der Wiener Innenstadt. Außer dem Hinweis, dass dieser unter anderem von der KPÖ Wien unterstützt wird, gibt es auch hier keine näheren Informationen über Hintergründe und Ziele. |
|   | <b>Visuelle Elemente</b>   | keine  |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b>     | Dieser Artikel fiel in das erste Beobachtungsjahr 1990 und es sind viele Kennzeichen „typischer“ Standardartikel zum Frauentag erkennbar: es werden sehr viele unterschiedliche Ereignisse, Presseaussendungen etc. aneinandergereiht, wobei nicht immer klar ist, ob und wie diese zusammengehören. Es werden in relativ kurzen Absätzen extrem viele Themen angeschnitten, manche die als Kernthemen der Frauenpolitik bezeichnet werden können, andere als eher weitläufigere Themen. Und es wird insgesamt weniger eine Geschichte entlang eines roten Fadens erzählt, sondern es werden unterschiedliche Themen aneinandergeschnitten. Die Klammer ist oftmals die Überschrift - hier „Traum und bittere Wirklichkeit“ -, die häufig aber keinen direkten Bezug im Text findet. Die relativ kommentarlose Wiedergabe von Aktionen und Meldungen zum Thema Frauentag macht aber auch den Tag sehr selbstverständlich: es wird protestiert und argumentiert - und das bedarf keiner Begründung und auch keiner Rechtfertigung. Dadurch wird auch klar, dass der Frauentag ein Tag ist, wo es etwas zum Protestieren gibt, wo man Zeichen setzt. Dahinter liegende Ungleichheiten werden als allgemein bekannt vorausgesetzt, auch dass man etwas tun muss. Dabei ist es gerade für die ersten 10 Jahre des Beobachtungszeitraums „typisch“, dass viele Forderungen wiedergegeben werden. Die „Alltagsfrau“ geht in den vielen Forderungen allerdings unter, über sie, ihr Leben, ihre Forderungen wird wenig bekannt. |  |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### 3.2.4 Themenbereich Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit

Im eher heterogenen Themenbereich „Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit“ wurden gut zehn Einzelthemen identifiziert und zusammengefasst (siehe Abbildung 18).

**Abbildung 18: Einzelthemen im Themenbereich Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)**

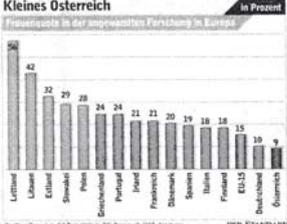


Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=86 (Beiträge, die (auch) den Themenbereich Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit beinhalten); „Sonstiges“ umfasst: Frauen im Sport, Frauen als Priesterinnen, Frauenpreis, EU aus Frauensicht, Geschlechterarrangements, Darstellung von Frauen in Fernsehserien.

Dieser Bereich umfasst einerseits sehr konkretisierbare Einzelthemen, wie Frauen in bestimmten Berufs- und Tätigkeitsfeldern, andererseits auch Ansätze einer übergeordneten Ebene, wie die Verteilung von Ressourcen und Macht. Als die wichtigsten drei Einzelthemen lassen sich die Folgenden identifizieren:

- Verteilung von Ressourcen und Macht (Diskussion möglicher Ansätze zur Herstellung von Gleichstellung, Wiedergabe entsprechender Forderungen von PolitikerInnen, AktivistInnen etc.)
- Frauen in der Wissenschaft (Darstellung von Wissenschaftlerinnen, Vorstellung von Programmen zur Hebung des Frauenanteils; dieser Themenbereich ist erst in den letzten Jahren prominent vertreten)
- Frauen in Männerjobs (Vorstellung von Frauen in Männerberufen, Darstellung untypischer Karrieren, Thematisierung von Initiativen für eine breitere Berufswahl)

Erwähnenswert erscheint hier, dass die verschiedenen Sparten einer gewissen Konjunktur unterliegen: während beispielsweise Frauen in der Kunst und der Politik vor allem in den 1990er-Jahren Thema waren und dann an Bedeutung verloren, wurden Frauen in der Wissenschaft und Technik, aber auch im Bereich Sicherheit, Polizei und Heer erst ab dem Jahr 2001 zum Thema.

| Beispiel zur Veranschaulichung für den Themenbereich Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit |  |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
|--|--|---|-----------------|----------|----|---------|----|---------|----|----------|----|-------|----|------------|----|----------|----|--------|----|------------|----|----------|----|---------|----|---------|----|------------|----|-------|----|-----------|----|----------|---|
| Standard 8. März 2004  | <b>Titel</b>   | <b>Der letzte Platz wird unbequem</b>   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
|  | <b>Untertitel</b>  | Neue Fördermaßnahmen für Forscherinnen in der österreichischen Wirtschaft   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
|  | <b>Umfang</b>  | 100 Zeilen, inkl. Grafik knapp ¼ Seite  |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
|  | <b>Inhalt</b>  | Der Artikel setzt sich mit der Problematik des geringen Frauenanteils in Wissenschaft und Forschung auseinander. Eingeleitet wird das Thema durch die Feststellung, dass Österreichs Position in internationalen Vergleichen hinsichtlich des Frauenanteils in Wissenschaft und Forschung immer jene des Schlusslichts ist, was ein Imageproblem, aber auch eine wirtschaftliche Herausforderung darstellt. In diesem Zusammenhang kommen Expertinnen aus speziellen Einrichtungen zu Wort (die Technologieimpulse Gesellschaft und das Zentrum für Innovation und Technologie), die aus ihrer Erfahrung bestätigen, dass das Problem des geringen Frauenanteils als solches noch nicht wirklich erkannt ist. Zusätzlich werden zwei Programme genannt, die dem Problem begegnen sollen (fForte und FEM Power). Den Abschluss des Artikels bildet der Hinweis, dass vor allem die östlichen europäischen Länder (die zum damaligen Zeitpunkt noch nicht EU-Mitglied waren) hier einen deutlich höheren Frauenanteil aufweisen (v.a. Lettland, Litauen und Estland), wovon die EU bei einer Erweiterung profitieren könne. |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| <b>Visuelle Elemente</b>   | <p>Eine Grafik stellt die Frauenquoten in der angewandten Forschung in ausgewählten Ländern Europas dar und zeigt, dass Österreich auf dem letzten Platz liegt. Auch wenn man sich in diesem Themenbereich nicht gut auskennt und kein/e StatistikerIn ist, wird klar: Österreich hat nur den kleinsten Balken. Der Eindruck der Kleinheit wird auch durch die Grafik-Überschrift „Kleines Österreich“ unterstrichen.</p>  <table border="1"> <caption>Kleines Österreich: Frauenquote in der angewandten Forschung in Europa (in Prozent)</caption> <thead> <tr> <th>Land</th> <th>Frauenquote (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Lettland</td><td>56</td></tr> <tr><td>Litauen</td><td>42</td></tr> <tr><td>Estland</td><td>32</td></tr> <tr><td>Slowakei</td><td>29</td></tr> <tr><td>Polen</td><td>28</td></tr> <tr><td>Österreich</td><td>24</td></tr> <tr><td>Portugal</td><td>24</td></tr> <tr><td>Irland</td><td>21</td></tr> <tr><td>Frankreich</td><td>21</td></tr> <tr><td>Dänemark</td><td>20</td></tr> <tr><td>Spanien</td><td>19</td></tr> <tr><td>Italien</td><td>18</td></tr> <tr><td>Frankreich</td><td>18</td></tr> <tr><td>EU-15</td><td>15</td></tr> <tr><td>Dutchland</td><td>10</td></tr> <tr><td>Guernsey</td><td>9</td></tr> </tbody> </table> | Land  | Frauenquote (%) | Lettland | 56 | Litauen | 42 | Estland | 32 | Slowakei | 29 | Polen | 28 | Österreich | 24 | Portugal | 24 | Irland | 21 | Frankreich | 21 | Dänemark | 20 | Spanien | 19 | Italien | 18 | Frankreich | 18 | EU-15 | 15 | Dutchland | 10 | Guernsey | 9 |
| Land   | Frauenquote (%)  |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Lettland   | 56   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Litauen  | 42   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Estland  | 32   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Slowakei   | 29   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Polen  | 28   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Österreich   | 24   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Portugal   | 24   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Irland   | 21   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Frankreich   | 21   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Dänemark   | 20   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Spanien  | 19   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Italien  | 18   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Frankreich   | 18   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| EU-15  | 15   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Dutchland  | 10   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| Guernsey   | 9  |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b>                      | <p>Dieser Artikel ist hinsichtlich einiger Elemente ein „typischer“ Standardartikel zum Frauentag: eine Auseinandersetzung mit frauenspezifischen Themen erfolgt auf einer eher abstrakten Ebene: es ist weniger von „Frauen“ als von „Frauenanteilen“ die Rede, es werden Zahlen zitiert und es wird einiges an Wissen von den LeserInnen vorausgesetzt. In diesem Fall über die genannten Förderprogramme und Einrichtungen, die nicht näher erklärt werden. Typischerweise werden ExpertInnen oder PolitikerInnen zitiert. Durch diese Art der Berichterstattung geht die „Alltagsfrau“ verloren, da vor allem auf die Strukturen und verallgemeinerten Bedingungen eingegangen wird.</p> <p>Relativ untypisch für einen Standardartikel zum Frauentag ist, dass der Aufhänger dieses gleichstellungspolitischen Problems ein Wettbewerbsproblem ist und nicht die Gleichstellung als das eigentliche Problem skizziert wird.</p>   |   |                 |          |    |         |    |         |    |          |    |       |    |            |    |          |    |        |    |            |    |          |    |         |    |         |    |            |    |       |    |           |    |          |   |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

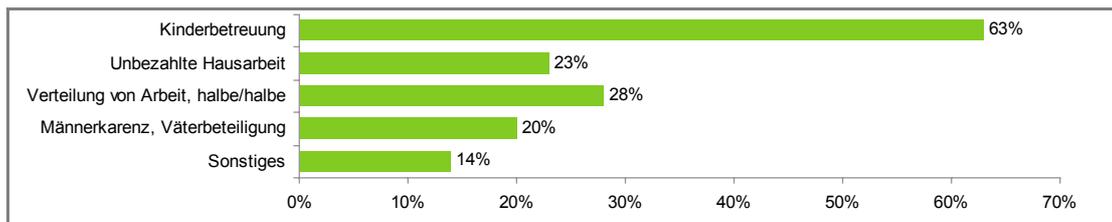
### 3.2.5 Themenbereich Reproduktion

Der Themenbereich „Reproduktion“ wird stark von einem Thema – nämlich der Kinderbetreuung – dominiert (siehe Abbildung 19):

- Kinderbetreuung (Ansprechen fehlender Kinderbetreuungsplätze, Verweise auf konkrete Schwierigkeiten, die sich für Frauen ergeben, Diskussion vorgesehener Initiativen, beispielsweise „Kindergartenmilliarde“)
- Unbezahlte Hausarbeit (Hinweise mittels Statistiken, Darstellung von persönlichen Fallgeschichten)
- Verteilung von Arbeit (Darstellung konkreter Forderungen, Kampagnen, gesetzlicher Verpflichtungen, persönliche Fallgeschichten, wie die Verteilung von Arbeit bzw. die Erreichung von halbe/halbe bewerkstelligt wird).

Während die Themen Kinderbetreuung und Hausarbeit relativ kontinuierlich über alle Jahre hinweg ihren Platz in der frauentagsbezogenen Berichterstattung fanden, ist die Thematisierung der Rolle der Männern in der Reproduktionsarbeit sowie Betreuungsarbeit ein eher jüngeres Phänomen (ab dem Jahr 2001).

**Abbildung 19: Einzelthemen im Themenbereich Reproduktionsarbeit (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=64 (Beiträge, die (auch) den Themenbereich Reproduktionsarbeit beinhalten); „Sonstiges“ umfasst: Kindergeld, Unterhaltsrecht/-zahlung, Zeitnot, Frauenrechte und Privatsphäre.

| Beispiel I zur Veranschaulichung für den Themenbereich Reproduktion   |  |  |
|---|--|--|
| Kronenzeitung 7. März 2010  | <b>Titel</b>   | „Eine starke Wirtschaft braucht starke Frauen!“  |
|   | <b>Untertitel</b>  | Flexible Kinderbetreuung entscheidend  |
|   | <b>Umfang</b>  | 40 Zeilen, ¼ Seite   |
|   | <b>Inhalt</b>  | Die Einleitung informiert darüber, dass Wiens Wirtschaft „immer weiblicher wird“, Frauen in „allen Bereichen“ aufholen und die Zahl der weiblichen Unternehmensgründungen stark gestiegen ist. Das eigentliche Kernthema ist die Frage nach Erleichterungen für Unternehmerinnen, die sich „parallel“ um die Betreuung ihrer Kinder kümmern. Dazu wird die Präsidentin der Wirtschaftskammer (Brigitte Jank) interviewt, die vor allem drauf eingeht, dass die hohen Kosten einer flexiblen Kinderbetreuung, die für Unternehmerinnen nötig sind, durch die jüngst erfolgte Steuerreform nun steuerlich geltend gemacht werden können. Aber es bleibe auch noch einiges umzusetzen, wie höheres Wochengeld für Unternehmerinnen. |
|   | <b>Foto</b>  | Porträtfoto der interviewten Brigitte Jank   |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b> | Es wird auf ein Thema fokussiert: Unternehmerinnen und die für diese als besonders notwendig angesehene flexible Kinderbetreuung. Die im Titel angekündigten „starken Frauen“ stehen insbesondere mit „Muttersein“ und „Mutterpflichten“ in Verbindung. Dass es für Unternehmerinnen auch andere Hürden geben könnte, wird ausgeblendet. Wie in den meisten Beiträgen in der Krone wird ein Problemfeld berufstätiger Frauen – hier Unternehmerinnen und hohe Kosten flexibler Kinderbetreuung – konkretisiert und Ansätze zur Lösung oder zumindest Linderung angesprochen; der Ausblick spricht einige weitere Möglichkeiten auf, an denen es zu arbeiten gelte. Es wird in dem Beitrag nur ein Zugang, nur eine Sichtweise dargestellt. Beim Thema „Unternehmerin“ kommt die Präsidentin der Wirtschaftskammer zu Wort, die unwidersprochen neue, von der WK unterstützte bzw. forcierte gesetzliche Änderungen anpreist. Das vermittelte Frauenbild der „Alltagsfrau“ ist ein „starkes“ – wie auch der Titel nahelegt und im Text durch Wörter wie „Frauen holen in allen Bereichen stark auf“ unterstrichen wird. |  |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

## Beispiel II zur Veranschaulichung für den Themenbereich Reproduktion

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | <b>Titel</b>  | „Keine Zeit zum Streiten“   |
|   | <b>Untertitel</b>   | Keiner  |
|   | <b>Umfang</b>   | 4 Seiten  |
|   | <b>Inhalt</b>   | <p>Nach einem einleitenden journalistischen Text steht ein Interview mit der Frauenministerin Gabriele Heinisch-Hosek und ihrem Mann Walter Heinisch im Mittelpunkt des Beitrags. Eingeleitet wird das Interview damit, dass die Frauenministerin und ihr Mann seit 23 Jahren ein Paar sind und erstmals gemeinsam ein Interview geben „aus ihrem ganz privaten Alltag - viel Humor inklusive!“ „zeitgerecht zum Frauentag“. Dafür haben sich die beiden extra 1 ½ Zeit für das Interview „freigeschaufelt“.</p> <p>Der Einstieg erfolgt mit dem Aufhänger Frauentag, allerdings wird damit gleich auf die häusliche Situation der beiden Interviewten umgeleitet: „Am 8. März ist Frauentag, die Gleichberechtigung steht dabei im Blickpunkt. Klappt es bei Ihnen mit halbe-halbe?“ Nach einer relativ ausführlichen Darstellung der Aufgaben- und Verantwortungsverteilung im Haushalt Heinisch-Hosek wird kurz darauf eingegangen, dass die Situation allgemein doch eine ganz andere ist und dann diskutieren die beiden, wie Männer besser motiviert werden könnten, mehr im Haushalt beizutragen. Diese Durchmischung der Situation im Hause Heinisch-Hosek mit gesellschaftlichen Problemen zieht sich durch das ganze Interview: bspw. wird nach der Feststellung der Interviewerin, dass Männer oft nicht mit erfolgreichen Frauen zurechtkommen konkretisiert, wie Walter Heinisch-Hosek mit dem Erfolg seiner Frau umgeht. Relativ großer Raum wird aber auch dem privaten Alltag eingeräumt: Wie die Beziehung so lange lebendig bleibt, ob es Krisen gab, was an dem/der anderen stört, wer eifersüchtig ist, wie sie zu ihrem Patenkind gekommen sind, etc. Hier werden relativ „intime“ Details nachgefragt (und beantwortet).</p> <p>Nach dem Interview sind in einem Kasten einige Zahlen aus dem „Global Gender Gap Report 2009“ abgebildet, die die Werte Österreichs und Schwedens bezüglich verschiedener Gleichstellungsindikatoren einander gegenüberstellen, bspw. der Frauenanteil bei den BürgermeisterInnen oder die Männerbeteiligung an der Hausarbeit.</p> |
| <b>Visuelle Elemente</b>  | <p>Insgesamt ist der Artikel mit sechs Fotos begleitet: am größten Foto, welches die ganze erste Seite des Artikels in Anspruch nimmt, sieht man Frauenministerin Gabriele Heinisch-Hosek mit ihrem Mann Walter eng beieinander an einem Tisch vor zwei Gläsern sitzend, herzlich lachend. Die Bildunterschrift: „Frauenministerin Gabriele Heinisch-Hosek und ihr Mann Walter lachen viel miteinander: „Das hält die Ehe lebendig“. Auch auf zwei weiteren Fotos sieht man die beiden lachen, wobei jeweils auf eine/n der beiden fokussiert wird. Das vierte Foto zeigt die Interviewsituation inklusive der Journalistin und die zwei weiteren Fotos sind – wie auch die Fotoüberschrift verrät – Fotos aus dem privaten Fotoalbum. Auf einem sieht man die beiden bei ihrer Hochzeit, auf dem zweiten mit ihrem Patenkind.</p> <p>Insgesamt wirken alle Aufnahmen sehr nah, natürlich, authentisch und persönlich, insbesondere auch durch die Großaufnahmen der Gesichter. Es sind in erster Linie die Fotos, die den Eindruck vermitteln, einem ganz privaten und zwanglosen Setting beizuwohnen und hierbei private (i.S.v. nicht zu ihrer Rolle als Frauenministerin gehörige) Seiten kennen zu lernen.</p> |   |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b> | <p>Obwohl es in diesem Beitrag vordergründig um das Privatleben der Frauenministerin mit ihrem Mann geht, wird durch die fallweise Bezugnahme auf die allgemeine gesellschaftliche Situation sowie auf den Frauentag und einige gleichstellungspolitische Kernthemen wie „halbe-halbe“, Frauen in Führungspositionen etc., der Bericht gegenüber der anderen Berichterstattung zum Frauentag in Woman doch relativ politisch. Zwar steht auch hier der „private Alltag“ der beiden im Vordergrund und die Neugierde, wie eine Ministerin und ihr Mann im Alltag leben, ist das dominante Motiv des Beitrags. Daneben werden aber auch einige konkrete Informationen (Zahlen) transportiert. Die LeserInnen sehen anhand eines „Vorzeige-Ehepaars“, wie Gleichstellung konkret lebbar ist und sogar beiden Spaß macht. Der oftmals betonte Humor der beiden nimmt dem Thema die Schwere und den Ernst und vermittelt ein positives Bild. In dem Sinn wird der LeserIn eine „Wohlfühl-Gleichberechtigung“ vor Augen geführt, die sicher ein Kennzeichen der diesbezüglichen Berichterstattung v.a. in Woman ist, der es weniger um Kampf als um positive Beispiele geht.</p>  |   |

Woman März 2007



Foto: Heinz Tesarek

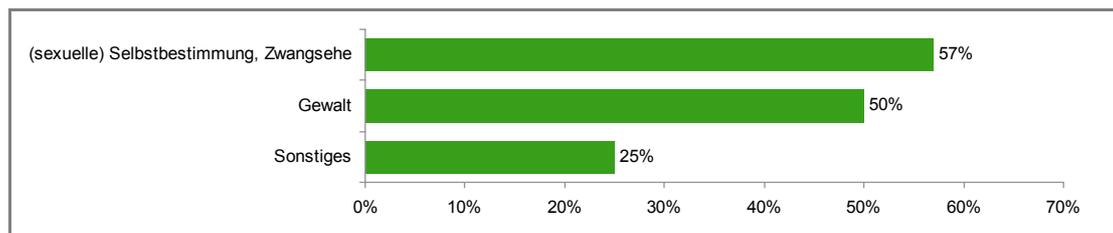
Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### 3.2.6 Themenbereich Gewalt

Für den Themenbereich „Gewalt“ konnten folgende Einzelthemen in den Medien identifiziert werden (siehe Abbildung 20):

- Zwangsehe (Vorstellung konkreter Initiativen)
- Gewalt (Darstellung der Gesetzeslage sowie rechtlicher Verbesserungen, Stellungnahme von Frauenhäusern sowie Betroffener)

**Abbildung 20: Einzelthemen im Themenbereich Gewalt (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=28 (Beiträge, die (auch) den Themenbereich (Sexuelle) Selbstbestimmung beinhalten); „Sonstiges“ umfasst: Sicherheit, kulturell verschiedene Frauenbilder, Homosexualität, Geburtenrate, Frieden, Erfahrungen als Lesbe.

Insgesamt gibt es relativ wenige Beiträge, die sich mit diesem Thema auseinandersetzen, vor allem im Kontext von Österreich. Wenn über Gewalt gegen Frauen geschrieben wird, dann geht es oft eher um andere Länder und Kulturen, wohingegen in Österreich das Thema offenbar wenig bedeutsam erscheint. So wurde – wie nachstehender Artikel zur Veranschaulichung zeigt – im Jahr 1993 der Frauentag in Österreich zwar unter das Motto „Stoppt den Krieg gegen die Frauen!“ gestellt, den Weg in die Berichterstattung fand aber die Gewalt gegen Frauen im ehemaligen Jugoslawien.

Beispiel zur Veranschaulichung für den Themenbereich Gewalt

|   |  |  |
|---|--|--|
| Standard 8. März 1993   | <b>Titel</b>   | „Stoppt den Krieg gegen die Frauen“  |
|   | <b>Untertitel</b>  | Aufruf gegen Haß und Gewalt, für engeren Zusammenschluß  |
|   | <b>Umfang</b>  | 45 Zeilen, inkl. Foto etwas über 1/8 Seite   |
|   | <b>Inhalt</b>  | <p>Der Artikel leitet damit ein, dass das Thema des diesjährigen Frauentags „Stoppt den Krieg gegen die Frauen“ ist und es dazu eine Matinee im Wiener Volkstheater mit Frauenministerin Johanna Dohnal und Alice Schwarzer gegeben hat. Hierzu werden einige Aussagen der beiden Diskutantinnen zitiert, vor allem im Kontext von Gewalt gegen Frauen im ehemaligen Jugoslawien, aber auch in Deutschland, wo Alice Schwarzer einen Zusammenhang zwischen Fremden- und Frauenhass herstellt.</p> <p>In einem zweiten Absatz wird eine Erklärung der Katholischen Frauenbewegung zitiert, die anlässlich des Frauentags die Einrichtung eines Frauenrates zur Durchsetzung der Frauenrechte fordern und die darauf hinweist, dass der Kampf gegen Gewalt, Ausbeutung und Unterdrückung der Frauen die Zusammenarbeit der verschiedenen Frauenorganisationen erfordere.</p>   |
|   | <b>Visuelle Elemente</b>   | <p>Das Foto zeigt einen Ausschnitt aus der im Text genannten Matinee im Volkstheater: Johanna Dohnal und Alice Schwarzer sitzen bei einem Tischchen, vor ihnen stehen Wassergläser, Aschenbecher und Zigaretten. Das Foto macht die Diskussionssituation deutlich: Alice Schwarzer spricht gerade und gestikuliert dabei nach vorne geneigt, hält in der Diskussion gerade ihre Hände neben dem Kopf. Johanna Dohnal hört zurückgelehnt zu, mit sehr ernstem, fast sorgenvollem Gesichtsausdruck, ein Arm vom Körper verschränkt, eine andere stützt den Kopf ab. Die Aufnahme-perspektive ist von unten hinauf, weshalb die beiden Frauen groß wirken, durch den Tisch aber auch abgegrenzt vom Publikum bzw. der BildbetrachterInnen.</p> <p>Der Bilduntertext: „Fast 14 Jahre lang in Regierung (Johanna Dohnal), und noch immer scheint die Lage der Frauen zum Haare raufen (Alice Schwarzer, links)“, wirkt gegenüber der Ernstheit des Textes sowie der beiden abgebildeten Frauen etwas verharmlosend.</p> |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b> | <p>Da es nur wenige weitere Artikel zum Thema Gewalt gibt, fällt eine Einbettung dieses Artikels etwas schwer. Dem Thema „Stoppt den Krieg gegen die Frauen!“ entsprechend ist der Text ernst gehalten, was durch den Ausdruck und Gestus der beiden Frauen auf dem Foto (nicht jedoch durch den Bilduntertext) unterstrichen wird. Hinsichtlich des Nicht-näher-Erklärens der Hintergründe für die Themenwahl bzw. durch das Herausgreifen eines eher als intellektuell zu bezeichnenden Ereignisses rund um den Frauentag (Matinee im Theater) ist der Artikel wieder typisch in die eher abstrakte Berichterstattung des Standard. Es wird zwar eine sehr klare Forderungssprache wiedergegeben: „Kampf gegen Gewalt“ etc., aber es bleibt doch unklar was genau von wem darunter verstanden wird.</p> <p>Die Wahl prominenter Personen für das angeschlossene Foto ist sehr typisch für die Berichterstattung im Standard. Selten wird eine unbekannte Frau abgebildet, zumeist eine PolitikerIn, AktivistIn, ExpertIn. Auch wenn es sich beispielsweise um Ereignisse mit großer Beteiligung handelt: Matinee, Protestversammlung, Demonstration etc. werden zumeist einzelne – prominente – Frauen (und Männer) herausgegriffen und nicht das Auditorium oder Publikum abgebildet.</p> |  |



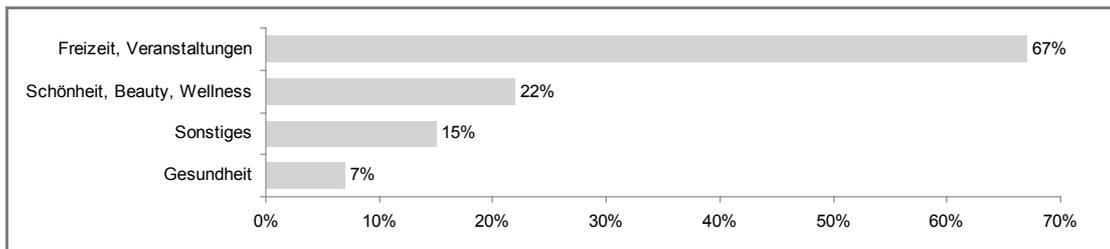
Foto: Fischer

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### 3.2.7 Themenbereich Sonstige Lebensbereiche

Der Themenbereich „Sonstige Lebensbereiche“ setzt sich einerseits aus Freizeit- und Veranstaltungshinweisen zusammen, andererseits werden Themenbereiche wie Schönheit, Beauty, Wellness oder Gesundheit diskutiert (siehe Abbildung 21). Insgesamt kommt diesen Themenbereichen aber eine sehr geringe Bedeutung in den beiden Tageszeitungen zu.

**Abbildung 21: Einzelthemen im Themenbereich Sonstige Lebensbereiche (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=27 (Beiträge, die (auch) den Themenbereich Sonstige Lebensbereiche beinhalten); „Sonstiges“ umfasst: Religion, männliche und weibliche Rollenzuschreibungen, Liebe und Sexualität/Aufklärung, Bildung.

Beispiel zur Veranschaulichung für den Themenbereich andere Lebensbereiche

|   |   |   |
|---|---|---|
| Woman März 2008   | <b>Titel</b>  | <b>WOMAN erfüllt Ihre Herzenswünsche!</b>   |
|   | <b>Untertitel</b>   | Wünsch dir was!   |
|   | <b>Umfang</b>   | 27 Zeilen, inkl. Fotos knapp ½ Seite  |
|   | <b>Inhalt</b>   | <p>Mit der Einladung „Wünsche zum Frauentag?“ wird einleitend klargestellt, dass es auf der einen Seite die „klassischen Vorstellungen der Politiker (sic!) gibt“, die auf strukturelle Fragen der Gleichstellung Bezug nehmen: dass Gleichberechtigung selbstverständlich oder bessere Kinderbetreuungsmöglichkeiten geschaffen werden sollen. Auf der anderen, hier in den Vordergrund gerückten Seite steht eine ganz persönliche, individuelle Dimension des Frauentags: Die als aktives Satzobjekt formulierte Zeitschrift woman will „wissen, was Sie sich ganz persönlich wünschen“. Welcher Art diese Wünsche sein könnten, wird exemplarisch angeführt: ein neues Rundum-Styling oder ein Experten(sic!)beistand für einen bevorstehenden Jobwechsel. Die unterstützende Expertise kommt von sechs „Netzwerkerinnen“, die mittels Portraifotos vorgestellt werden.</p> <p>Der letzte Abschnitt verweist auf den Veranstaltungsort in verschiedenen Einkaufszentren in fast allen Bundesländern, in denen „ab 10.30 am 8.3.“ eine „Wünsch dir was“-Aktion von Woman stattfindet, wo unter anderem „unser Netzwerkerinnen“ warten, damit der Wunsch Realität wird.</p> |
| <b>Visuelle Elemente</b>  | <p>Über dem Text ist ein großes Foto zu sehen, das das Gesicht einer Frau im Profil zeigt, die Augen geschlossen und die Lippen zum Kuss eines kleinen Frosches auf ihrer Hand geschürzt. Im Kontext der Bildinschrift „Wünsch dir was!“ sowie der Bildunterschrift „Küsschen für den Frosch. Den Traumprinzen zaubern wir nicht herbei – viele andere Träume verwirklicht Woman am Frauentag“ werden Assoziationen zur Märchenwelt geweckt – zu Prinz und Prinzessin (der Mann darf nicht fehlen!), einer gewissen Irrationalität, einer unverhofften Verwandlung und einer Überwindung, die belohnt wird.</p> <p>Neben dem Text stehen weiters sechs Porträts von namentlich genannten Frauen (von Andrea Dungal-Zauner, über Gabi Burgstaller bis zu Barbara Reichard), die offenbar die im Text genannten „Netzwerkerinnen“ sind, deren fachliche Funktion jedoch nicht benannt wird.</p>   |   |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b> | <p>Dieser Artikel ist einerseits typisch für die Berichterstattung von Woman zum Frauentag: Der Frauentag wird als „Wohl-Fühl-/Wünsch-dir-was-Tag“ inszeniert. Frauenpolitik wird nahezu als Gegenteil von dem postuliert, um was es „den“ Frauen wirklich geht, oder was als ihre „ganz persönlichen Wünsche“ vorweggenommen wird: um Styling oder als in die Sphäre des „Privaten“ geschobene berufliche oder finanzielle Wünsche. Da mögliche Probleme als nicht in gesellschaftlichen Ursachen liegend gesehen werden, sind auch nicht PolitikerInnen für deren Lösung zuständig, sondern „Netzwerkerinnen“, die Woman bereitstellt.</p> <p>Zwar taucht auch in den anderen frauentagsrelevanten Artikeln von Woman immer wieder die „private Ebene“ als ein bestimmendes Element auf, aber die explizite Negierung des Politischen ist in diesem Ausmaß der Einleitung doch untypisch. In den meisten Artikeln wird eher eine Verschränkung der beiden Bereiche vorgenommen, in dem beispielsweise auf Basis der Beschreibung von Einzelleben bzw. des Privatlebens einzelner Personen doch auch immer wieder auf die gesellschaftliche Ebene Bezug genommen wird.</p> <p>Die Reduzierung der Frauen auf „Prinzessinnen“, die sich ein hübsches Styling wünschen (dürfen oder sollen?) und mit Kussmündchen auf die Erlösung durch den „Traumprinzen“ warten, ist hier ein Spezifikum.</p> |   |



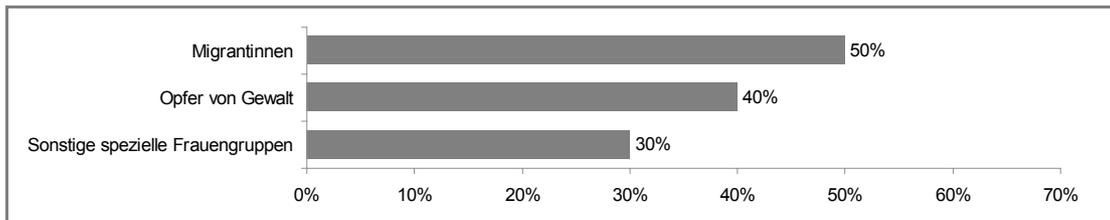
Fotos dieses Beitrags (inkl. Portraits, nicht zuordenbar): cbp, corbis, stemmer, www.picturedesk.at, Burger/News, Ruth Ehrma, Rudi Froese

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### 3.2.8 Themenbereich Spezifische Frauengruppen

Der Themenbereich „spezifische Frauengruppen“ ist insgesamt von sehr geringer Bedeutung in der Berichterstattung und tritt überhaupt erst in den letzten Jahren erstmals auf. Jene Gruppen, die hierbei relativ häufiger genannt werden, sind Migrantinnen sowie Opfer von Gewalt.

**Abbildung 22: Einzelthemen im Themenbereich Spezifische Frauengruppen (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=10 (Beiträge, die (auch) den Themenbereich Spezifische Frauengruppen beinhalten); Sonstiges umfasst: AlleinerzieherInnen, ältere Frauen.

**Beispiel zur Veranschaulichung für den Themenbereich Spezifische Frauengruppen**

|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>Woman März 2007</b>  | <b>Titel</b>   | <b>Welt Frauentag 2007 Davon träumen wir!</b>   |
|   | <b>Untertitel</b>  | Starke Frauen   |
|   | <b>Umfang</b>  | 5 Seiten  |
|   | <b>Inhalt</b>  | <p>Der insgesamt 5-seitige Artikel geht aus Sicht von sechs frauenspezifischen NGO-Vertreterinnen auf jeweils durch diese betreute Frauen- und Mädchengruppen ein, v. a. Migrantinnen und Opfer von Gewalt.</p> <p>Eingeleitet wird der Bericht mit der Ankündigung, dass „sechs Expertinnen für Frauenanliegen“ erzählen, wie „es in Zukunft noch bessere Unterstützung geben kann. Plus: Promi-Wünsche zum Frauentag am 8.März“. Die sechs Expertinnen werden dann als „6 erfolgreiche Chefinnen von Non-Profit-Organisationen“ spezifiziert, die Frauen „in allen nur erdenklichen Krisensituationen unterstützen“. Die Interviewten erzählen über ihre Erfahrungen und ihre „Lebensträume“ (bezogen auf ihre Arbeit); diese Erzählpassagen machen den Großteil des journalistischen Textes aus.</p> <p>Da die Interviewpartnerinnen ganz unterschiedlichen Organisationen vorstehen und unterschiedliche Arbeitsschwerpunkte haben, rücken unterschiedliche Frauengruppen in den Mittelpunkt: aus Sicht der Leiterin von Amnesty International Österreich geht es u. a. um verfolgte Frauen in anderen Ländern, die Leiterinnen der Wiener Frauenhäuser sowie des Wiener Frauennotrufs berichten über Opfer von Gewalt und ihren Visionen, wie diese verhindert bzw. die Opfer besser unterstützt werden können, die Leiterin der Österreichischen Krebshilfe betont die Notwendigkeit der Vorsorge, die Leiterin der Beratungsstelle Orient Express spricht über Probleme von Migrantinnen und die Leiterin von Rainbows erzählt über die Unterstützung von Kindern im Scheidungs-, Trennungs- oder Todesfall der Eltern.</p> <p>Im journalistischen Text dominieren die Erzählungen der Frauen, die fallweise durch weitere Informationen unterlegt bzw. zusammengefügt werden. Zudem gibt es für jede der Leiterinnen einen Steckbrief in Form eines Kästchens neben einem relativ großem Einzelfoto, in dem Alter und Funktion der jeweiligen Interviewten zu finden sind sowie einige zentrale Kennzahlen und Ziele ihrer Institution und ihre Zukunftsvision.</p> <p>Neben diesem Hauptthema werden auch zwei „Parallelgeschichten“ erzählt</p> <p>In einem einzelnen Kästchen werden sechs Termine aus ganz Österreich zum Frauentag aufgelistet und über alle Artikelseiten werden am unteren Blattrand – erinnernd an eine „Zierleiste“ – in weiteren kleinen Kästchen 17 „Promi-Frauen“ mit Foto, Name und Funktion abgebildet. Diesen wird jeweils ein „Promi-Wunsch“ zugeordnet: beispielsweise „Frauen müssen ermutigt und gefördert werden, ihre Begabungen, Talente und Fähigkeiten zu leben“ oder „Mit einem Zauberstab würde ich alle männlichen Entscheidungsträger ein Jahr lang in Frauen verwandeln“. Bei den abgebildeten Frauen handelt es sich um Politikerinnen aller Parteien bzw. Ministerinnen (12), Künstlerinnen (2), Moderatorinnen (2) und Frauen aus der Wirtschaft (1).</p> |
| <b>Visuelle Elemente</b>  | <p>Der Beitrag beginnt mit einem doppelseitigen Foto aller sechs interviewten Frauen (siehe auch Beispiel II zu Inszenierung der Personen in Kapitel 3.3.2) – elegant in einem Studio-Setting inszeniert, in weiß gekleidet, in stehender (4 Frauen), hockender (1 Frau) und sitzender (1 Frau) Position. Alle lachen oder lächeln, wirken stilvoll und gut gestylt. Durch die Inszenierung und die durchwegs weiße Kleidung wirken die Frauen unnahbar und es entsteht eine gewisse Distanz, was sich bei jenen verstärkt, die mit verschränkten Armen abgebildet sind.</p> <p>Auf den Folgeseiten kommen alle sechs Frauen noch einmal einzeln (wieder weiß gekleidet vor weißem Hintergrund) vor, jeweils inszeniert als Close-up, welches Kopf und Oberkörper zeigt. Einige lächeln, einige schauen ernster, alle wirken sehr selbstbewusst, aber auch sehr inszeniert bzw. in Szene gesetzt.</p> <p>Auch die kleinen Fotos der prominenten Frauen (allesamt Porträts) zeigen bis auf eine Ausnahme nur lächelnde und lachende Frauen.</p>   |   |
| <b>Einbettung des Artikels in die Berichterstattung zum Frauentag</b> | <p>Insgesamt hat der Artikel als einer der wenigen in der gesamten Berichterstattung spezifische Frauengruppen zum Thema, allerdings kommen diese nicht als „Direktbetroffene“ zu Wort, sondern vermittelt durch Leiterinnen von NGOs, die jeweils für diese speziellen Frauengruppen aktiv sind.</p> <p>Der Zugang, spezifische Frauengruppen durch das Gespräch mit Vertreterinnen von NGOs, die sich mit der Lebenssituation dieser Frauen auseinandersetzen, zum Thema zu machen (und nicht beispielsweise mit Politikerinnen), ist in gewisser Weise „nahe an den Frauen dran“; durch die dynamische und gestylte Inszenierung der Leiterinnen und ihre Darstellung als „Powerfrauen“ werden die betroffenen Frauen aber verdeckt. Der Artikel spannt sich auf zwischen einer Bildebene – auf der die „Powerfrauen“ dominieren – und einer Textebene, die konkret auf die spezifischen Frauengruppen bzw. Situationen aus dem Alltag dieser Frauengruppen eingeht.</p> <p>Durch die Vielzahl der strahlend weißen Fotos mit lächelnden Frauen und auch den lächelnden Politikerinnen wird dem Thema viel an Ernsthaftigkeit und Schwere genommen – die im Text durchaus vorhandenen kritischen Elemente und Einsichten sowie politischen Forderungen werden so auch „weggelächelt“.</p> |   |

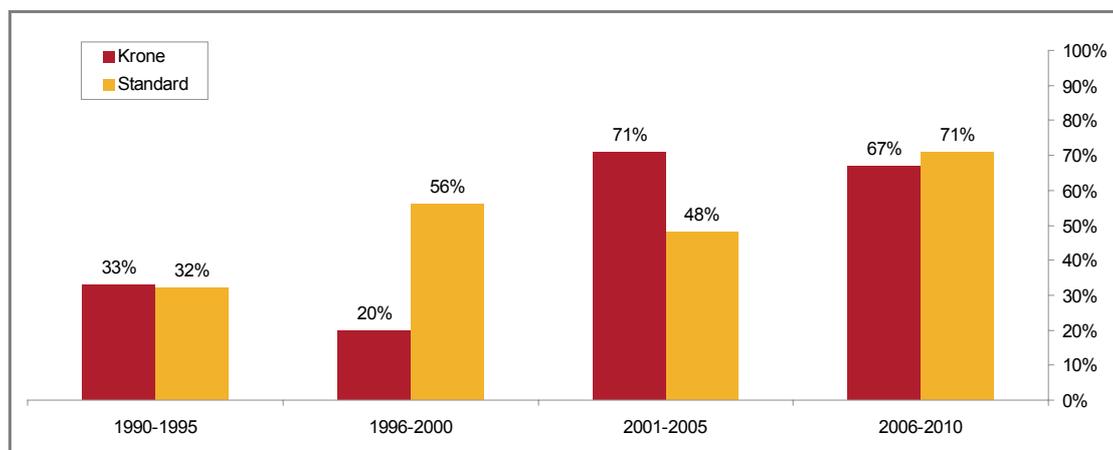
Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### 3.3 Mit welchem Bildmaterial wird der Frauentag verbunden?

Als weiteres formales Charakteristikum wurden visuelle Gestaltungselemente bei den Beiträgen erfasst, also ob den Artikeln auch Bilder und/oder Grafiken beigelegt sind. Hierbei hat es deutliche Veränderungen über die Jahre gegeben (Abbildung 23): Während in den ersten fünf Beobachtungsjahren (1990 bis 1995) rund ein Drittel der Texte durch Bilder und/oder Grafiken unterstützt waren, waren dies in den letzten fünf Jahren bereits 70%. Diese Zunahme ist in so fern bemerkenswert, da angenommen werden kann, dass Beiträge mit Fotos oder Grafiken durch die gesteigerte Größe als „wesentlicher“ wahrgenommen werden und mehr Aufmerksamkeit auf sich ziehen, als dies Beiträge ohne visuelle Gestaltungselemente tun. Bei 20 von insgesamt 134 mit visuellen Mitteln gestalteten Beiträgen kamen auch mehrere solcher zum Einsatz, insbesondere in der Form, als dem Beitrag neben dokumentarischem Fotomaterial oder einer Grafik auch ein Pressefoto/Portrait des Autors/der Autorin beigelegt ist.

Hinsichtlich des Einsatzes von Bildmaterial und auch seiner Ausweitung gibt es keine wesentlichen Unterschiede zwischen der Krone und dem Standard: über die Jahre hinweg verfügten in beiden Medien rund 60% der Beiträge über Bilder und/oder Grafiken.

**Abbildung 23: Anteil der Beiträge mit visuellen Gestaltungselementen (Bild, Grafik), nach Zeitung und Zeitraum (5-jährlich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=227

### 3.3.1 Grafiken und Zeichnungen / Cartoons

Als visuelle Gestaltungselemente wurden dabei sowohl Fotos, als auch Grafiken und Cartoons bzw. Zeichnungen gewertet. Dabei handelt es sich zum weit überwiegenden Teil um Fotos, aber auch **Grafiken** kommen zum Einsatz: So findet sich im erhobenen Datenmaterial bei sieben Beiträgen (auch) eine Grafik, die statistische Zahlen veranschaulicht<sup>7</sup> – der Inhalt ist zumeist der Frauenanteil in verschiedenen Funktionen oder Gremien im innerösterreichischen oder internationalen Vergleich: politische Positionen wie Abgeordnete zu Nationalrat und Landtagen (2000), wissenschaftliche Positionen im Forschungsbereich (2004, 2006) oder wirtschaftliche Positionen (2007). Auch der Einkommensnachteil wird prozentuell dargestellt (2007, 2010), und, unter dem Schwerpunkt gleicher Bildungschancen, die Einschulungsquote von Mädchen weltweit (2006). Jede Grafik enthält eine Quellenangabe; etwa zu gleichen Teilen stammen die Datengrundlagen demnach von der Austria Presseagentur, sowie aus primären Datenquellen wie Eurostat oder UNESCO.

Bei den 12 **Zeichnungen** handelt es sich zur Hälfte um das gezeichnete Portrait des Kolumnisten/der Kolumnistin, ist also in der Art der Portraitierung mit entsprechenden Fotos zu vergleichen. An sechs Beiträge sind Cartoons angeschlossen, die zur Hälfte tagesaktuelle Themen mit Frauenbezug zum Inhalt haben. Den Frauentag an sich machen 3 Cartoons zum Thema, und vermitteln dabei ein unterschiedliches Bild vom Frauentag (vgl. Tabelle 2). Der Kommentar in der Kronenzeitung mit dem Titel „Die eilige Johanna von Ollesans“ (1993) ist der einzige unter allen analysierten Beiträgen, der sich explizit ablehnend gegenüber frauenpolitischen Forderungen positioniert und sie als „leere Drohung“ der Frauenministerin abtut.

---

<sup>7</sup> Ausschließlich im Standard

**Tabelle 2: Cartoons zum Thema Frauentag / allgemeine frauenpolitische Forderungen in den erhobenen Medien**

|   | Einbettung des Cartoons in die Berichterstattung zum Frauentag   |
|---|--|
|  <p data-bbox="555 701 695 739">Krone, 7.3.1993<br/>SM</p>                             | <p data-bbox="715 342 1362 734">Der in den Kommentar des „Zerberus“ mit dem Titel „Die eilige Johanna von Ollesans“ integrierte Cartoon zeigt eine als Johanna Dohnal zu identifizierende Frau, die einen Mann in strengem Ton zum Abwasch anhält. Der Cartoon ist eine Übertragung des im Text skizzierten Szenarios einer „gesetzlichen Verpflichtung für die Mitarbeit von Männern im Haushalt und bei der Kindererziehung“. Dieser Vorschlag der damaligen Frauenministerin Dohnal, im Kommentar als „ihre Wunderwaffe“ im „Krieg gegen die Männer“ bezeichnet, wird als wenig erfolgversprechende „häusliche Zwangsarbeit für Männer“ kritisiert, und ist damit der einzige der erfassten Artikel, die sich explizit negativ bzw. lächerlich über frauenpolitische Anliegen positionieren. Der Autor fokussiert auf die Kontrolle dieses Gesetzes und skizziert ein „Kontrollorgan“ in einer konkreten Alltagsszene, verweist auf die Freiwilligkeit männlicher Hausarbeit, um abschließend die frauenpolitische Forderung als „leere Drohung“ einzuordnen.</p> |
|  <p data-bbox="496 972 695 1010">Der Standard, 8.3.1994<br/>ohne Quelle/ZeichnerIn</p> | <p data-bbox="715 745 1362 1010">Der zweite Cartoon stellt eine Ruderboot-Szene dar, in der eine gewichtige Frau das Rudern eines Bootes überhat und ein dürrer Mann am anderen Ende des Bootes hockt. Hierbei werden – im Kontext der Überschrift „Frauentag: ein Anlaß, um über Ungleichheiten nachzudenken“ – (verschieden interpretierbare) geschlechtsspezifische Ungleichheiten angesprochen: V.a. wird eine Ungleichverteilung von Arbeit vermittelt, bei der Frauen die Antriebs- wie Steuerarbeit übernehmen und Männer als passive Genießer teilhaben, sowie auch eine ungleiche Gewichtsverteilung, die damit verbunden vielleicht als „größeres (gesellschaftliches?) Gewicht der Frauen“ interpretiert werden kann.</p>   |
|  <p data-bbox="496 1308 695 1346">Der Standard, 8.3.2006<br/>Oliver Schopf</p>       | <p data-bbox="715 1066 1362 1305">Der dritte Cartoon im Beobachtungszeitraum erschien 2006 und steht im Kontext der Rubrik eines „pro-und-kontra Kommentars“<sup>8</sup> zum Frauentag, in dem das punktuellen Aufgreifen frauenpolitischer Themen in Politik und Medien rund um den Frauentag thematisiert wird. Der Cartoon zeigt Adam und Eva unter dem Baum der Versuchung im Paradies, wobei die „übliche“ Rollenverteilung zwischen den Geschlechtern aufgehoben ist – der Frauentag wird auf einer symbolischer Ebene als Boykott der Frau(en) üblicher Geschlechterrollen dargestellt, zeigt im Wesentlichen also aktive Frauen, die traditionelle Rollenzuweisungen übertreten.</p>   |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### 3.3.2 Fotos

Weit überwiegend handelt es sich bei den visuellen Gestaltungselementen aber um Fotos. Den insgesamt 227 in die Analyse einbezogenen Artikeln konnten 120 Fotografien zugeordnet werden, 16 von ihnen auch zwei und mehr Fotos.

Die Motivwahl fällt eher einheitlich aus. Auf 97% der Fotos sind – in beiden Tageszeitungen – Menschen zu sehen, und dieser Anteil hat sich über die Jahre nicht verändert. Zu gut drei Viertel handelt es sich dabei (ausschließlich) um Frauen, Frauen und Männer sind auf insgesamt 15% der Fotos zu sehen. Im Vergleich zur Bilderauswahl in den beiden Zeitungen insgesamt ist der Anteil von Frauen im Kontext der Berichterstattung zum Frauentag als sehr hoch einzuschätzen.

<sup>8</sup> Zwei AutorInnen beziehen einem Thema gegenüber Stellung und argumentieren für oder gegen eine (politische) Entscheidung, eine Veranstaltung, oder eben hier: dem Frauentag. Der „pro“-Beitrag trägt den Titel „Keine gute Story“, „kontra“ wird unter dem Titel „Falsche Festgäste“ argumentiert. Beide Beiträge wurden von Frauen verfasst.

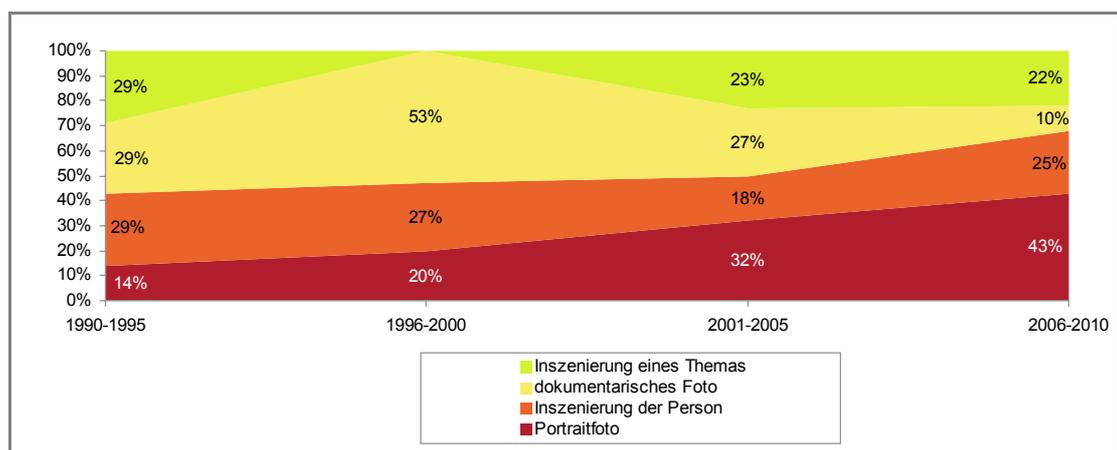
Unterschiedlich handhaben die beiden untersuchten Tageszeitungen die Personenauswahl auf den Fotos – während im Standard zu 70% die abgebildeten Personen „bekannt“ sind und auch namentlich in der Bildunterschrift bezeichnet werden, setzt die Krone stärker auf „Alltagsmenschen“, also Menschen die nicht näher identifiziert werden (55%). Diese unterschiedliche Gewichtung ist Teil der generell festzustellenden unterschiedlichen Anlage der Berichterstattung, die auf einer differierenden Blattlinie von Boulevard- und Qualitätsmedium gründen könnte (vgl. Kapitel 3.1). Unabhängig davon vermittelt das Bildmaterial, auf dem Menschen zu sehen sind, gewisse „Menschenbilder“ – sowohl von Frauen „wie du und ich“, oder auch von bekannten Personen wie bspw. Frauenpolitikerinnen. Welche „Frauenbilder“ hier nicht nur über die sprachliche Darstellung von Verhalten im Text, sondern relativ unmittelbar auch über die visuelle Inszenierung von Menschen transportiert werden, darauf wird zum einen anhand der ausgewählten Beispiele, systematisch-typisierend aber dann in Kapitel 4 eingegangen.

Hinsichtlich der Art des Bildmaterials können im Wesentlichen **vier Typen von Fotos** voneinander unterschieden werden, deren quantitative Bedeutung sich im Zeitverlauf leicht verschiebt:

- Portraitfoto
- Foto als Inszenierung der Person(en)
- Dokumentarisches Foto
- Foto als Inszenierung eines Themas - „Symbolfotos“

Abbildung 24 veranschaulicht, dass Bilder, die konkrete Personen darstellen bzw. in Szene setzen, tendenziell zunahm, während die dokumentarische Bildberichterstattung zum Frauentag eher zurückging. Die vier Typen werden im Folgenden näher charakterisiert und mit Beispielfotos veranschaulicht.

**Abbildung 24: Bildart, nach Zeitraum (5-jährlich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=115 (Fotos mit Menschen)

### Portraitfotos

Artikel in beiden untersuchten Tageszeitungen werden relativ häufig visuell durch ein „klassisches Portraitfoto“ unterstützt – um Personen auch optisch darzustellen. Diese Art von Foto wirkt insofern neutral, als die Person professionell „in Szene gesetzt“ ist,

vorteilhaft und freundlich aussieht, es ist keine Handlung und keine Dynamik enthalten, die Person ist „situationsneutral“, da kein Kontext der Aufnahme erkennbar ist. Portraitfotos geben gewissermaßen „dem Text ein Gesicht“. Zum großen Teil findet dieses Stilmittel bei Personenportraits Verwendung, bspw. werden in einer Schwerpunktausgabe des Standard insgesamt zwölf Frauen (aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen, 2007) oder die Preisträgerinnen des Migrantinnen-Awards MIA (2009) in Kurzportraits vorgestellt und mittels eines Portraitfotos abgebildet. Häufig kommt dieses Stilmittel auch bei Interviews zum Einsatz – hier werden Portraitfotos des Interviewpartners/der InterviewpartnerIn beigelegt. Auch wenn über die Arbeit (z.B. eine Studie) oder die Meinung einer/eines ExpertIn berichtet wird, ist häufig ein Portraitfoto der jeweiligen Person angeschlossen. Zum Teil zeigen diese Fotos auch den/die AutorIn von Kolumnen/Meinungen, sowohl bei im Zeitungskonzept verankerten Kolumnen (v.a. in der Krone, bspw. Marga Swoboda), als auch bei Kolumnen durch externe SchreiberInnen (v.a. beim Standard, bspw. „Kommentar der anderen“).

Insgesamt gut ein Drittel aller analysierten Fotos sind dieser Kategorie zuzuordnen, wobei der Einsatz dieses Stilmittels in den jüngeren Ausgaben stark zugenommen hat (vgl. Abbildung 24). Es ist hauptsächlich diese Kategorie von Foto, auf der in Zusammenhang mit Frauentagsberichterstattung Männer zu sehen sind.

| <b>Beispiele für Portraitfotos</b>  |   |   |
|---|---|---|
| <b>Portraitierte Person</b>   | <b>InterviewpartnerIn</b>   | <b>KolumnistIn</b>  |
| Dass Frauen „in den Chefetagen dünn gesät“ sind, macht der Teaser zum Thema einer Schwerpunktseite. Gleichbehandlungsbeauftragte in männerdominierten Bereichen werden bezüglich ihrer Karriere und ihrer Funktion portraitiert, so die Majorin der Bundesgendarmerie Karin Friewald. | Die Soziologin und Familienforscherin Christiane Rille-Pfeiffer der Universität Wien wird von einem Redakteur zu verschiedenen Modellen von Kinder- und Familienleistungen in europäischen Ländern und den dahinter liegenden familien- oder frauenpolitischen Zielrichtungen interviewt. | „Von Gott und der Welt“ lautet der Titel einer Kolumne von Michael Chalupka, dem Direktor der Diakonie Österreichs. Zum Frauentag, der im Jahr 2009 auf einen Sonntag fiel, erinnert er an die Rolle der Frau(en) in den ersten christlichen Gemeinden. |
|    |    |    |
| <i>Frau Major im Reich der harten Kerle, Standard, 8.3.2003<br/>Foto: Hendrich</i>  | <i>„Es geht zögerlich in Richtung Gleichstellung“, Standard, 8.3.2010<br/>Foto: René van Bakel</i>  | <i>Die Frauen und Jesus, Krone, 7.3.2009<br/>Foto: ohne Quelle</i>  |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### **Fotos als Inszenierung der Person(en)**

Insgesamt ein über die Jahre hinweg etwa gleich bleibender Anteil von einem Viertel der Fotos kann als eine „Inszenierung der Person“ übertitelt werden. Im Gegensatz zu klassischen Portraitfotos, die als neutral und frei von Emotionen beschrieben werden können, beinhalten Bilder dieser Kategorie stärker ein gezieltes In-Szene-Setzen einer Person.

Die Inszenierung kann auf zweierlei Ebenen ansetzen, auf der Ebene der Motivinszenierung an sich, oder auch auf Ebene der Bildauswahl. Letzteres findet sich relativ häufig: Dem Beitrag wird ein Foto beigelegt, das den Flair des „Authentischen“

hat, den Eindruck von Ungezwungenheit, Dynamik, Aktivität vermittelt. Das Bild wurde im Moment der Aufnahme also nicht inszeniert, sondern „erwischt“ die Person in einem „zufälligen“ Moment mit einem gewissermaßen „natürlichen“ Ausdruck. Als BetrachterIn meint man, selbst als BeobachterIn der Szene – häufig des Gesprächs mit dem/der RedakteurIn – beizuwohnen. Die Auswahl eines solchen Fotos ist jedoch keineswegs als „zufällig“ anzusehen, sondern beinhaltet wohl eine gewisse Inszenierung der Person (sonst hätte ebensogut ein neutrales Portraitfoto herangezogen werden können) – die Pose oder der Ausdruck der Person, die mit dem Bild eingefangen wurde, vermittelt im Gegensatz zu einem neutralen Portraitfoto eine Aktivität und eine gewisse Emotionalität.

Die andere Ebene, auf der Inszenierung stattfindet, ist die der Aufnahmesituation. In dem Fall weiß die abgelichtete Person, dass sie fotografiert wird, und inszeniert sich selbst in und für diesen Augenblick. Im Wesentlichen ist hier das klassische Gruppenfoto gemeint, wenn sich also die Person(en) kamerafreundlich gruppieren und in die Linse lächeln – beispielsweise bei einer Veranstaltung, einer Verleihung, einem Handshake, etc. Diese Form des Fotomaterials ist insbesondere für die Zeitschrift *Woman* typisch, weshalb zusätzlich zwei Beispielbilder aus dem Fotomaterial von *Woman* heraus gegriffen werden (vgl. Beispiel II). Zu dieser Art der Inszenierung zählt auch, wie in den beiden rechten Fotos in Beispiel I, wenn eine Person eine typische oder gezielte Situation bzw. Pose für eine Aufnahme wählt. Zugespitzt wird diese (Selbst-)Inszenierung in Aufnahmen, die als „Stilfoto“ bezeichnet werden können, die nicht (mehr) an eine konkrete, journalistisch relevante Situation (wie eben eine Veranstaltung oder eine Interview-Story) gebunden sind und die keinesfalls „zufällig“ entstehen, sondern vermittels einer gezielten Inszenierung ein ganz bestimmtes Image versinn“bild“lichen wollen, etwa im Sinne eines Selbst-Marketings.

**Beispiele I für Fotos als Inszenierung der Person(en) in Tageszeitungen**

| Portrait der Person im Stil „zufällig entstanden“   | Lächeln („Posing“) für die Kamera  | Inszeniertes „Stilfoto“   |
|---|--|---|
| <p>Der Bericht gibt die Kritik der ehemaligen Frauenministerin Johanna Dohnal an der „ausgehöhlten Frauenpolitik“ der blau-schwarzen Regierung wider (ohne von einer Veranstaltung, von Dohnal als Sprecherin/Referentin zu berichten). Das beige stellte Foto zeigt Dohnal in der Position einer Rednerin hinter einem Mikrofon, die argumentiert oder erklärt, und durch die vorgelehnte Haltung engagiert wirkt. Die Unterlagen vor ihr (Wissen, Daten) unterstreichen ihre Expertise, die ihr bereits durch das Setting des Vortrags/am RednerInnenpult zugewiesen wird. Es wird durch dieses Bild mehr – Emotionales – vermittelt als durch ein freundliches Pressefoto einer ehemaligen Ministerin.</p> | <p>Fotos dieser Art scheint die Aufforderung des/der Fotografin voranzugehen: „Stellen Sie sich mal da zusammen“. Der Beitrag informiert über den Webstart der Site „dieStandard“ und stellt die Zielsetzungen und Motivationen des Projekts vor. Das Foto zeigt Frauen – mit einzelnen Ausnahmen allesamt freundlich in die Kamera blickend – in einem als Redaktionsraum vermutbaren Setting, hinter einem Besprechungstisch gruppiert, wodurch eine Arbeitsatmosphäre mitschwingt. Durch die Nähe der Personen zueinander wird eine Gemeinschaft erzeugt, die Teamarbeit zum Ausdruck bringt, die dominierende Blickrichtung zur Kamera vermittelt eine gemeinsame Perspektive und Ausrichtung.</p> | <p>„Beruf und Bezahlung“ und damit verbunden frauenuntypische Berufe sind das Thema, in dessen Rahmen das Portrait einer Soldatin steht. In Form eines Interviews erzählt Fähnrich Cornelia Lauschmann über ihren Alltag beim Bundesheer, ihre Motivation, Soldatin zu werden, ihre Meinung zu Frauenquoten und wie sie ihre Aufstiegschancen sieht – im Tenor transportiert sie, dass alles problemlos verlaufe und sie „ganz normal als Kamerad (sic!) integriert“ sei. Die Inszenierung als „starke Frau“, mit dem männlichen Insignum des Gewehrs und dem selbstsicheren Lächeln, vermittelt ein gänzlich anderes Frauen- bzw. Soldatinnen-Bild als das für die Majorin gewählte Portraitfoto im Beispiel zu den Portraitfotos.</p> |
|   |    |   |
| <p>„Das ist reine Provokation“, Standard, 8.3.2001<br/>Foto: keine Quelle</p>   | <p>Web-Start am Frauentag, Standard, 8.3.2000<br/>Foto: Regine Hendrich</p>  | <p>„Es ist nicht so, dass sie mich allein stehenlassen“, Standard, 7.3.2010<br/>Foto: Christian Fischer</p>   |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

**Beispiele II für Fotos als Inszenierung der Person(en) im Frauenmagazin Woman**

| Lächeln („Posing“) für die Kamera   | Inszeniertes „Stilfoto“   |
|---|---|
| <p>Das Foto steht im Kontext einer mehrseitigen Fotostrecke als Berichterstattung über die Woman Aktion „Wünsch dir was“ am Frauentag. Ein zentraler Bestandteil der unterschiedlichen, von den Besucherinnen der Veranstaltungen geäußerten Wünsche sind Beratungen zu verschiedenen Themenbereichen (Styling, Typberatung, Feng Shui... vgl. auch Beispiel zu einem anderen Bericht über diese Aktionen in Kapitel 3.2.7). Im hier ausgewählten Foto informiert der Bilduntertext, dass die Studentin Karina Katzelberger sich „Rat für richtiges Auftreten“ holte. Die Kleidung der beiden Beraterinnen kann als „klassisches Business-Outfit“ bezeichnet werden, während die mittlere Frau – die ratsuchende Studentin – in einem sommerlichen trägerfreien Top zu sehen ist. Der berufliche Bereich (bzw. konkret die Beratung zu beruflichen Fragen) wird also – im Vergleich mit den auf anderen Fotos zu sehenden Woman-Netzwerkerinnen – mit einem erkennbaren Kleidungsstil in Verbindung gebracht. Die Inszenierung der drei Frauen erfolgt in einer Siegerpose. Der erhobene Daumen („thumb up“) signalisiert ein „bravo“, „gewonnen“, „gut gemacht“. Alle drei bedeuten diese Geste in Richtung der Kamera, beziehen diese Zustimmung also nicht auf sich gegenseitig, sondern vermutlich auf die gesamte Situation, die Veranstaltung, darauf wie das im Bilduntertext genannte Beratungsgespräch verlaufen ist. Es werden „Siegerinnen“ inszeniert, die etwas geschafft haben. Erfolg im Beruf wird als etwas skizziert, das über Netzwerken von Frauen, den Kontakt mit erfolgreichen Frauen und die richtigen Ratschläge, erfolgreich herstellbar ist.</p> | <p>Das doppelte Foto bildet den Beginn eines mehrseitigen Beitrags über diese sechs Frauen, die als Vertreterinnen unterschiedlicher NGOs über Problemlagen verschiedener Frauengruppen berichten (siehe auch Beispiel zu spez. Frauengruppen, Kap. 3.2.8) Es fällt die Farbe weiß als durchgängiger Ton auf – als Boden und Hintergrund, insbesondere aber in der Kleidung. Diese Durchgängigkeit ist klar als Inszenierung erkennbar, das ist „kein Zufall“ – diese Frauen sind nicht an einem beliebigen Arbeitstag abgelichtet worden (wie die Redakteurinnen von dieStandard, s. Beispiel I), sondern in einem als „Fotoshooting“ deklarierten Setting, bei dem nicht einmal die persönliche Kleidung der Fotografierten dem Zufall überlassen wird. Die Inszenierung legt dabei keinen Wert auf „Natürlichkeit“, sondern mehr auf ein durchgängiges Styling. So erscheint auch die Gesamtanordnung „gestylt“, nämlich höchst symmetrisch: die beiden Frauen in der Mitte sind ähnlich groß und in ähnlicher Haltung (verschränkte Arme). Es „folgen“ Frauen, die durch Sitzen bzw. Hocken kleiner wirken, den äußeren Rand bilden die beiden größeren Frauen mit ähnlichen Frisuren. Die Frauen stehen dabei einzeln, jede für sich, und es gibt keinerlei Interaktion (im Gegensatz zu typischen „Gruppenfotos“, s. Beispiel I). Die gesamte Künstlichkeit dieser Inszenierung legt die Vermutung nahe, dass Einzelaufnahmen zu diesem Gruppenfoto collagiert wurden, und die Frauen in der Realität gar nichts miteinander zu tun haben, also keine „Gruppe“ mit einer gemeinsamen Arbeit oder Absicht sind. Dominant ist in dem Foto jedenfalls die Wirkung der Farbe: Weiß, die Farbe des Lichts, symbolisiert in erster Linie Reinheit und Unschuld. Im Kontext der Überschrift „Davon träumen wir“ vermittelt die Betonung von weiß eine Vorstellung von „unschuldigen Träumen“ – wovon diese Frauen auch träumen mögen, es ist eine harmlose Träumerei, „harmlos“ v.a. im Sinn von „effektlos“: diese Träume haben keine Realität (das wäre der Verlust der Unschuld), daher also keine Wirkung. Alle Frauen lächeln, sind glücklich in ihrer netten Traumwelt. Gleichzeitig ist weiß auch die Farbe von Klugheit und Weisheit. Textlich werden die Frauen als „Expertinnen für Frauenanliegen“ gekennzeichnet, eine Assoziation zu Ärztinnen liegt nahe, die Zuschreibung von Expertise gelingt über die Farbe weiß. Zugleich entsteht damit eine gewisse Distanz – wie sie in ÄrztInnen-PatientInnen-Beziehungen angelegt ist, eine Unnahbar- und Unangreifbarkeit. Zuletzt ist weiß auch als Projektionsfläche zu verstehen. Auf einen weißen Hintergrund können beliebige Farben, Formen, Inhalte übertragen werden – die Forderungen der Frauen, die in knappen Formulierungen in einer handschriftähnlichen Drucktype auf den Täfelchen notiert sind, werden dadurch offener – es lässt sich in diese Schlagworte (bspw. „uneingeschränkter Bildungszugang für alle Frauen“) unterschiedlichstes hineininterpretieren. Insgesamt sind die unschuldigen Träume, die hier visualisiert werden, keinesfalls Forderungen (zivil-)gesellschaftlich engagierter Frauen. Die frauenpolitischen Forderungen und die Frauen die sie vorbringen, sind unschuldig, und wollen bestimmt nichts Böses. Und sie stehen jede für sich, sie bekommen durch das Bildarrangement auch keine vereinte Schlagkraft. Diese Darstellungsform von frauenpolitisch wichtigen Themen in einer „Wohlfühl-Inszenierung“ kann als Merkmal der Berichterstattung in Woman gelten.</p> |
|  <p><i>Der Tag der Wünsche, Woman, 2007<br/>Foto: Hermann Wakolbinger, Kerstin Jonsson (nicht zuordenbar)</i></p>  |  <p><i>Davon träumen wir! Woman, März 2007<br/>Foto: ohne Quelle</i></p>  |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

## **Dokumentarische Fotos**

Als dokumentarische Fotos werden hier solche Aufnahmen verstanden, die eine Situation bildlich dokumentieren, die konkret – anlässlich des Frauentages – stattgefunden hat. Diese Art der fotografischen Berichterstattung könnte im allgemeinen als ursprüngliche Form journalistischer Arbeit gelten, also der/die Fotografin berichtet von aktuellem Geschehen. Dokumentarische Fotos machen einen Anteil von insgesamt etwa 20% aus, waren im letzten Beobachtungsfenster aber mit 10% relativ deutlich abnehmend.

Die Inhalte / Themen dieser Art der Berichterstattung sind im Wesentlichen die –mehr oder weniger öffentlichen – Veranstaltungen, die anlässlich des Frauentags stattfinden: In den Tageszeitungen sind dies v.a. Pressekonferenzen, Enqueten oder Podiumsdiskussionen. Die Medien treten dabei zum Teil selbst als Veranstalter auf: Die Zeitung der Standard (bzw. dieStandard.at) fungiert etwa als Veranstalterin von nicht- oder halb-öffentlichen Diskussions- und Gesprächsveranstaltungen (bspw. dieStandard.at-Streitgespräch 2010), bzw. finden sich (Chef-)RedakteurInnen als DiskutantInnen am Podium. Das Netzwerk der Zeitschrift Woman veranstaltet „Wünsch-Dir-was“-Aktionen in Einkaufshäusern der Landeshauptstädte.

Berichte über diese (zum Teil eben von den Medien selbst organisierten) Veranstaltungen sind dann mit Bildern ausgestattet, wobei zwischen den Tageszeitungen und der Zeitschrift Woman eine Differenz in der Wertigkeit besteht. Die Woman-Beiträge bestehen hauptsächlich aus zahlreichen Bildern, die von Bildunterschriften ergänzt und nur marginal von einem journalistischen Fließtext begleitet werden. Bei den Tageszeitungen steht der Text im Vordergrund, und wird vom Bildmaterial begleitet. Was die Motive betrifft fällt auf, dass bei den Rede- und Diskussionsveranstaltungen durchwegs die SprecherInnen, das Podium zu sehen ist – in keinem einzigen Fall des Beobachtungszeitraums wird das Auditorium solcher Veranstaltungen abgebildet.

Die weiterer Motivschwerpunkt dokumentarischer Bilder liegt auf Veranstaltungen mit einem anderen Tenor: Demonstrationen, und zwar im In-, vermehrt aber im Ausland. Diese Bilder vermitteln allesamt eine gewisse Dramatik, hierbei sind aktive, laute Frauen zu sehen, die für ihre Rechte und Anliegen auf die Straße gehen und auf sich aufmerksam machen. Hier werden also weniger einzelne Protagonistinnen (wie RednerInnen oder SprecherInnen dargestellt), sondern die Gruppe (anonymer) Frauen, die als Kollektiv durch ihr Auftreten an sich spricht.

| Beispiele für dokumentarische Fotos   |  |  |
|---|--|--|
| Redeveranstaltungen – Enquete   | Redeveranstaltungen – Pressekonferenz  | Demonstration  |
| <p>Bei einer Enquete des österreichischen Frauenrings ging es – kurz nach dem EU-Beitritt Österreichs – um die Möglichkeiten, europäische Förderungen zu nutzen. In einer geraden Aufnahme von vorne werden zwei Referentinnen – mit ihren aufgrund einer Überbelichtung allerdings unlesbaren Namensschildern – abgebildet. Durch die Mikrofone und die Unterlagen auf dem Podium wird das Bild einer professionellen Veranstaltung entworfen. Die beiden Frauen selbst – die Rolle der dritten Frau im Hintergrund bleibt unklar – wirken allerdings hinter dem Podium versteckt, durch die frontale Perspektive auch etwas in Konfrontation.</p> | <p>Der Fotograf wählt eine ungewöhnliche, gewissermaßen außen stehende Perspektive auf diese Pressekonferenz (PK), und eine solche nimmt auch der Text ein. Dieser berichtet nicht neutral über die Aussagen der Ministerinnen im Zuge dieser PK, sondern bewertet bzw. relativiert diese: „Sechs Ministerinnen auf einer Pressekonferenz – so inszenierte die Regierung den Frauentag“. Der einschätzende Ton („Die Liste der Themen war so lang wie beliebig“) wird durch den Blick von oben auf das Szenario – von der Metaebene – unterstützt bzw. sogar deutlich verstärkt. Die Politikerinnen stehen den Medien gegenüber, die Inhalte (der Aussagen) treten hinter die Form der PK (Ministerinnen stehen Kameras gegenüber) zurück.</p> | <p>Der Bilduntertext informiert, dass Frauen anlässlich des Frauentags „in aller Welt“ gegen Diskriminierung protestieren. Das Foto zeigt demnach die Proteste für ein Recht auf Abtreibung auf den Philippinen. Die nahe Aufnahme einer Demonstrantin, die Faust erhoben, laut schreiend, das Gesicht hinter einer Maske verborgen, erzeugt eine starke Dynamik und eine gewisse Bedrohlichkeit, die durch den Kontext und die als „fremd“ erkenntlichen Elemente (Maske) aber kanalisiert wird: das deutliche Fordern, das Kämpferische und Entschlossene, das findet anderswo in der Welt statt. Der „lange Kampf für gleiche Rechte“ aus der Überschrift wird in geografische Ferne gerückt.</p> |
|  <p><i>EU zahlt für Kinderbetreuung, Standard, 9.3.1996<br/>Foto: Fischer</i></p>   |  <p><i>Frauenpolitische Abrechnung, Standard, 8.3.2005<br/>Foto: Cremer</i></p>  |  <p><i>Der lange Kampf für gleiche Rechte, Standard, 8.3.2005<br/>Foto: EPA</i></p>  |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### Fotos als Inszenierung eines Themas – „Symbolfotos“

Mit einem Anteil von 22% des Bildmaterials der letzten zehn Jahre spielen auch Symbolfotos eine wesentliche und interessante Rolle, insbesondere in der Kronenzeitung. Dabei sind „Alltagsmenschen“ – d.h. Personen die nicht namentlich gekennzeichnet werden und deren Identität für den Bericht gleichgültig ist – in für ein Thema typischen Posen abgebildet. Diese Art von Fotos sind in Bilddatenbanken zu Schlagworten abrufbar. Inhaltlich lassen sich v.a. drei Themen identifizieren, die oftmals im Rahmen der Frauentags-Berichterstattung mittels Symbolbildern in Szene gesetzt werden.

Der Frauentag fungiert oftmals als Anlass, um über das Leben und die Situation von *Frauen anderswo auf der Welt* zu berichten. Die diesen Beiträgen beigefügten Bilder sind zumeist in gewisser Weise dramatisch, wird doch v.a. von den trüben Lebens- oder auch rechtlichen Situationen der Frauen berichtet. 2009 bringen bspw. Standard und Krone ein Bild von Frauen im Tschador und berichten über Afghanistan. In beiden Fällen dienen die Fotos der nicht erkennbaren Frauen als starker Kontrapunkt zu den im Text angesprochenen Frauenrechten. Ähnlich ausgewählte Bilder finden sich bei Berichten über China (Standard 2002), über das ehemalige Jugoslawien (Standard 2009), Entwicklungsländer generell (Standard 2006) oder Kriegsgebiete generell (Standard 2003).

Arbeit und Beruf bildet das häufigste Thema in der Berichterstattung zum Frauentag (vgl. Kapitel 3.2). Zahlreiche Fotos symbolisieren diesen Themenbereich und zeigen *Frauen in der Arbeitswelt* – häufig auch in untypischen Berufen. So wird bspw. eine Frau in weißem Kittel, in einem Labor mit einer Pipette hantierend, als prototypisch für Frauen in der Wissenschaft eingesetzt (Standard 2006), oder eine junge Frau mit Blumann und Schutzbrille an einer metallenen Maschinen als Symbolbild für Frauen in technischen Berufen (Krone 2010; vgl. auch Artikelbeispiele zu Frauenrechten in Kapitel 3.2.2).

In Zusammenhang mit den inhaltlichen Themenfelder Arbeit und Beruf sowie Reproduktion (vgl. Kapitel 3.2.1 und 3.2.5) finden sich Symbolfotos zu *Familie, Haushalt und Reproduktionsarbeit*. In diesen werden unterschiedliche Rollenbilder entworfen, die im folgenden Beispiel einander gegenüber gestellt sind.

| <b>Beispiele für Fotos zur Inszenierung eines Themas - Beispiel Familie, Haushalt und Reproduktionsarbeit</b>   |   |   |
|---|---|---|
| <b>Managerin Frau – Haushalt ist Arbeit</b>   | <b>Unterhalter Mann – Kinderbetreuung ist Spass</b>   | <b>Junge Familie – glückliche Familie</b>   |
| <p>Das Bild zeigt eine Frau im Badezimmer mit zwei Kindern. Sie selbst bereitet die Zahnbürste für ein Kind vor, das gerade zu ihr spricht. Der Bildaufbau rückt sie selbst ganz an den Rand, ihr Spiegelbild jedoch ins Bildzentrum. Es entsteht – insbesondere auch im Kontext des Titels des Beitrags als auch der Bildunterschrift „Managerin Frau: sie organisiert täglich Beruf, Haushalt, Kinder, Partner“ – das Bild der Organisatorin, die mit dem Überblick über das Gesamtgeschehen auch die Verantwortung innehat: mit dem Vorbereiten der Zahnbürste trägt sie dafür Sorge, dass der morgendliche Zeitplan eingehalten wird, und alle Familienmitglieder rechtzeitig an ihre Tagesaufgaben gehen können, im weiteren Sinn auch für die (Zahn-)Gesundheit der Kinder, also für ihr Heranwachsen im Gesamten. Die Frauenrolle wird mit dem Arbeitsaufwand der Haushaltsführung und Kindererziehung assoziiert.</p> | <p>Der Beitrag behandelt das „Streitthema Vaterschutz“, der Bilduntertitel gibt die Positionen der Parteien zum Vaterschutzmonat wider: „Väter sollen mehr Zeit für ihre Kinder bekommen, sagen SPÖ und ÖVP. Die FPÖ ist noch skeptisch“. Die Frage, was Väter in dieser Zeit mit ihren Kindern tun (könnten), wird durch das Symbolfoto beantwortet: Rodeln. Diese Freizeitaktivität hat keinerlei Verbindung zu Hausarbeit wie im linken Beispiel, und es haftet ihr kein Gefühl der Anstrengung an. Mit dem Thema der sportlichen Betätigung ist eine geschlechterstereotype Besetzung der männlichen Rolle in der Kinderbetreuung vorgenommen. Die Haltung auf der Rodel, die „Rückendeckung“ des Kindes durch den Vater, vermittelt darüber hinaus ein Gefühl des Schutzes. Die Rolle des Vaters im Kontext der Verantwortungsübernahme für Kinder wird bildlich also als eine beschützende und spaßorientierte entworfen.</p> | <p>Das Bild zeigt ein Paar in halbliegender Position (auf dem Sofa?), wobei die Schwangerschaft der Frau durch den nackten Bauch deutlich sichtbar gemacht ist. Die beiden Partner gehen vertraulich miteinander um und kommunizieren auf spielerische Art. Der Text behandelt den mit dem Etikett „Müttergehalt“ versehenen Vorschlag von Lebensminister Pröll. Die dargestellte „glückliche Familie“ besteht vorerst noch aus zwei Personen, Fragen der Kinderbetreuung werden erst später zu einem Thema. Zum einen entsteht dadurch die assoziative Bildinterpretation, glücklich sein zu können, solange man von der Thematik noch nicht betroffen ist. Zum anderen kann das ungeborene Kind auch Symbol für das noch nicht ausgereifte Modell der (Familien-)Förderung sein, das im Text kontroversiell diskutiert wird. Das Familienleben wird jedenfalls als unbeschwertes und sorgenfreies Leben inszeniert.</p> |
|    |    |    |
| <p><i>Management im Minutentakt, Standard, 8.3.1995</i><br/>Foto: Semotan</p>   | <p><i>Streitthema Vaterschutz, Standard, 9.3.2005</i><br/>Foto: APA</p>   | <p><i>Leitl will „Nichtausstiegsprogramm“ statt Prölls „Müttergehalt“, Standard, 7.3.2007</i><br/>Foto: dpa</p>   |

Quelle: L&R Sozialforschung, 2010

### 3.4 Mit welchen Institutionen wird der Frauentag verbunden?

Abbildung 25 verdeutlicht, dass der Frauentag in den beiden Tageszeitungen – mitbedingt durch Parteiveranstaltungen und Presseaussendungen anlässlich dieses Tages – sehr stark mit politischen Parteien verknüpft wird. Aber auch durch die Kritik an der Arbeit der jeweiligen Regierungsparteien zu frauenpolitischen Themen (durch die jeweiligen Oppositionsparteien, aber auch NGOs, SozialpartnerInnen oder WissenschaftlerInnen) lassen sich die häufigen Nennungen der politischen Parteien erklären.

Insgesamt entfallen ein Drittel aller institutionellen Nennungen auf politische Parteien. Dabei werden alle politischen Parteien ungefähr gleich häufig genannt, mit einer leichten Dominanz der SPÖ. Neben der Gesamtpartei entfallen auch einige Nennungen auf die Frauenorganisationen der jeweiligen Parteien – hier wiederum insbesondere der SPÖ Frauen.

Im Vergleich zwischen der Krone und dem Standard zeigen sich hier auffallend große Unterschiede, welche Institutionen mit dem Frauentag verbunden werden. In der Krone entfallen auf die politischen Parteien nur 3% der genannten Institutionen, im Standard dominieren diese mit 35%. Hier spielt die politische Auseinandersetzung zu frauenrelevanten Themen – beispielsweise die Diskussion um Karenzregelungen, Maßnahmen gegen Einkommensunterschiede oder die Kinderbetreuungssituation – eine große Rolle, während in der Krone das Thema „serviceorientierter“ behandelt wird: beispielsweise wer bietet welche Veranstaltung an?

Öffentliche Institutionen nehmen in der Krone den größten Stellenwert ein (mit über einem Drittel der institutionellen Nennungen). Aber auch im Standard spielen diese eine quantitativ bedeutsame Rolle (ein Viertel der Nennungen). Vor allem Bundesinstitutionen werden hier genannt: verschiedene Bundesministerien, Bundeskanzleramt, die Regierung, das Parlament, insbesondere aber das Frauenministerium als wichtigste Einzelnennung. Auf Landesebene spielen die Frauenbüros der Länder eine große Rolle in der Berichterstattung sowie Landeseinrichtungen wie das Rathaus oder Landesregierungen.

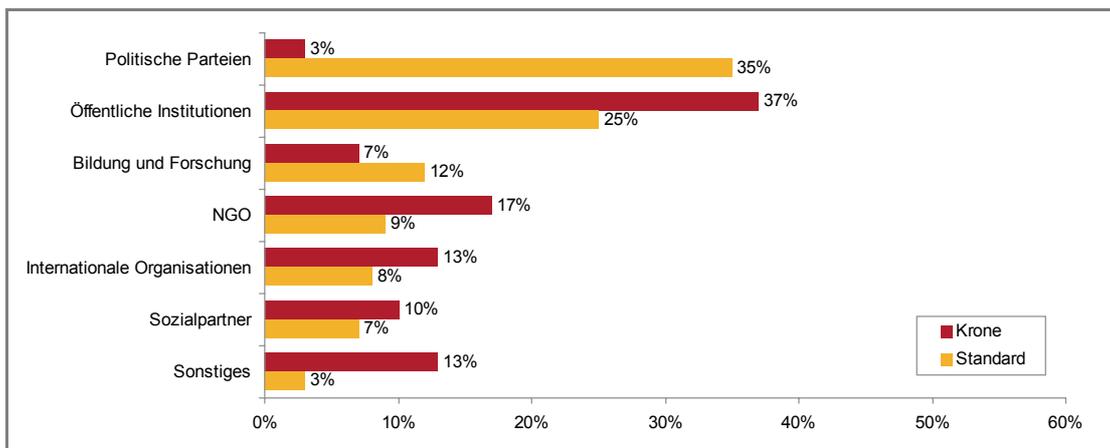
Der dritte größere Block an institutionellen Nennungen umfasst Bildungs- und Forschungsinstitutionen wie Universitäten, Forschungseinrichtungen oder Schulen. Vor allem im Standard werden diesen Einrichtungen stärker mit dem Frauentag verknüpft – sei es in Form von Institutionen, die sich wissenschaftlich mit frauenpolitischen Fragestellungen auseinandersetzen und daher bei verschiedenen Fragestellungen zitiert werden (bspw. Genderforschung) oder als AkteurInnen der Gleichstellungspolitik. So werden beispielsweise Fortschritte oder Versäumnisse thematisiert, im jeweiligen Feld frauenpolitische Anliegen umzusetzen, indem etwa der jeweilige Frauenanteil diskutiert wird.

NGOs und Vereine, vor allem mit frauenspezifischem Hintergrund, stellen in der Krone die dritthäufigste Kategorie an institutionellen Nennungen dar (im Standard sind sie die viertwichtigste Gruppe). Berichtet wird über frauenspezifische NGOs, die politisch tätig sind, über NGOs, die vor allem im Bereich der Weiterbildung und Qualifizierung verankert sind oder Veranstaltungszentren wie das ega.

Internationale Organisationen wie die UNO oder die Europäische Kommission aber auch die österreichischen Sozialpartner spielen hingegen im Rahmen der frauentagspezifischen Berichterstattung eine etwas kleinere Rolle als die anderen genannten AkteurInnen. Erwähnenswert ist, dass bei den internationalen Organisationen die

UNO und Einrichtungen der Europäischen Union in gleichem Ausmaß erwähnt werden. Vor allem im Rahmen internationaler Vergleiche sowie der Weltfrauenkonferenzen kommt hier der UNO eine übergeordnete Rolle zu, die bei Einrichtungen der Europäischen Union nicht in dem Ausmaß verortet werden. Bei den österreichischen Sozialpartnern werden in erster Linie ArbeitnehmerInnenvertretungen – die Arbeiterkammer sowie der ÖGB, insbesondere die ÖGB Frauen – genannt. Diese erscheinen vor allem als mahnende Stimme, dass zu wenig im Sinne der Gleichstellung getan wird.

**Abbildung 25: Institutionen, Anzahl des Vorkommens in allen Beiträgen, nach Zeitung, nach Zeitung**

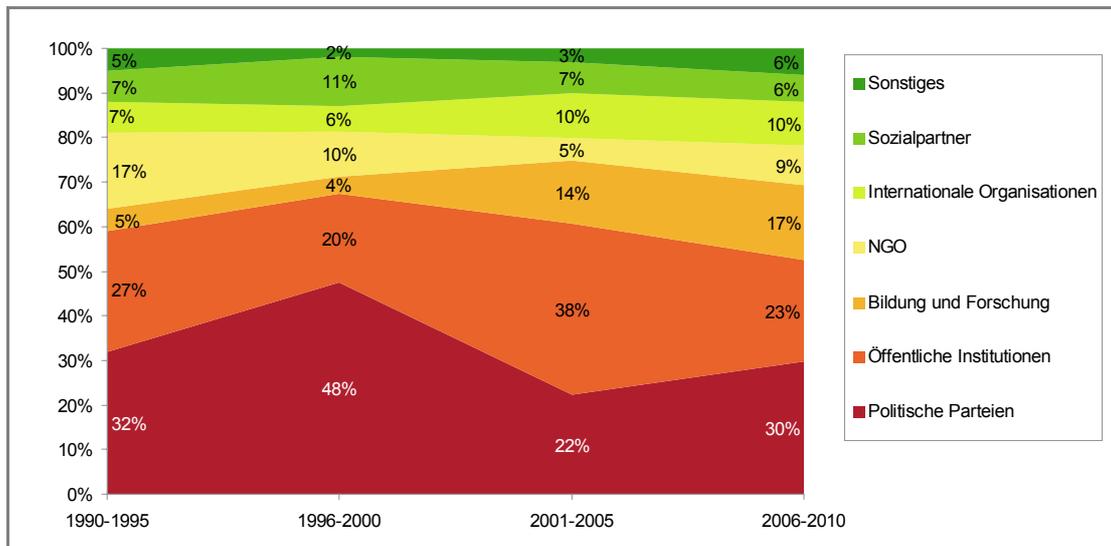


Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n = 377 (Nennungen von Institutionen in allen Beiträgen)

Abbildung 26 verdeutlicht, dass den genannten Institutionen im Zeitverlauf doch eine sehr unterschiedliche Bedeutung zugemessen wird: Interessanterweise erfuhren die politischen Parteien in den letzten zehn Jahren einen großen relativen Bedeutungsverlust im Rahmen der Berichterstattung zum Frauentag, während die öffentlichen Institutionen, aber auch Bildung und Forschung sowie NGOs eine relative Aufwertung erfuhren.

So wurde beispielsweise ab dem Jahr 2000 – der Ablöse der großen Koalition durch eine ÖVP-FPÖ(/BZÖ)-Koalition – zum Frauentag sehr stark die Abschaffung des Frauenministeriums diskutiert bzw. generell die Zuständigkeiten unterschiedlicher AkteurInnen für frauenpolitische Themen angesprochen. Politische Parteien sind daher in der Berichterstattung gegenüber den Institutionen stärker in den Hintergrund gerückt.

**Abbildung 26: Institutionen, Vorkommen in allen Beiträgen, relative Anteile im jeweiligen Zeitraum (5-jährlich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=377 (Nennungen von Institutionen in allen Beiträgen)

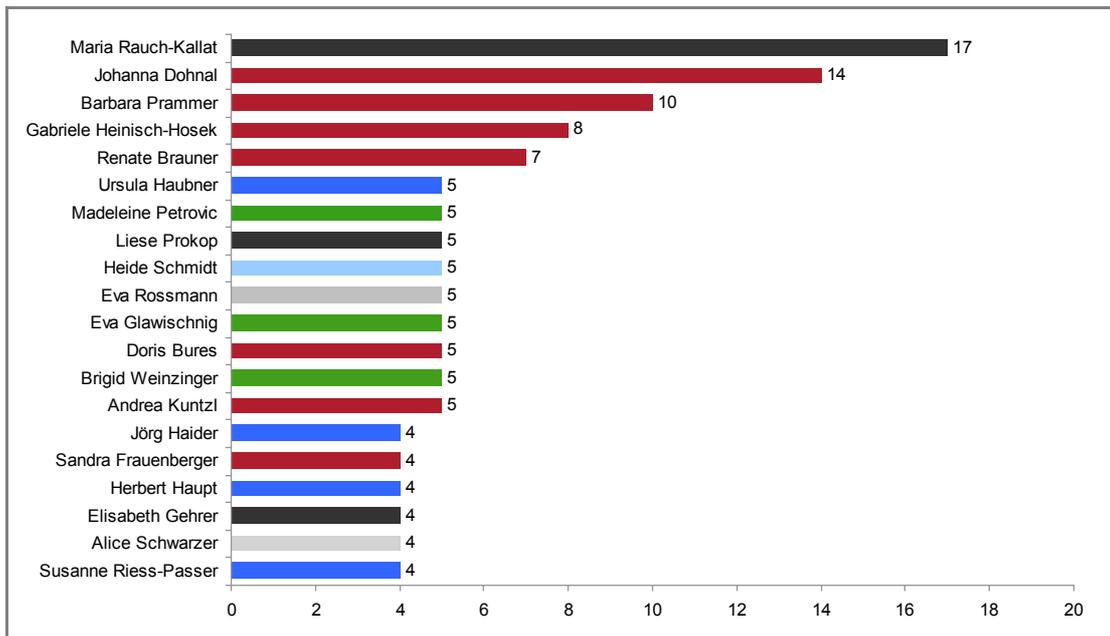
### 3.5 Mit welchen Personen wird der Frauentag verbunden?

Werden nicht Institutionen sondern Personen betrachtet, die in der frauentagsbezogenen Berichterstattung namentlich genannt und somit mit den Frauentag in Verbindung gebracht werden, dominieren eindeutig Politikerinnen und in weitaus geringerem Ausmaß Politiker. Diese werden – je nach Funktion und Position – sowohl mit ihren Parteien als auch ihren jeweiligen Funktionen – allen voran die der (ehemaligen) Frauenministerin bzw. -staatssekretärin in Verbindung gebracht.

Abbildung 27 listet alle jene Personen auf, die im Laufe des zwanzigjährigen Analysezeitraums in der Berichterstattung der beiden Tageszeitungen zumindest vier Mal explizit genannt wurden. Während insgesamt zwar die Frauenministerinnen oder -sprecherinnen seitens der SPÖ überwiegen – allen voran Johanna Dohnal – entfallen die häufigsten Nennungen als Einzelperson auf Maria Rauch-Kallat von der ÖVP. Sie tritt als Ministerin, vor allem Frauenministerin, ebenso in Erscheinung wie als Leiterin der ÖVP-Frauen. In den Beiträgen ist sie häufig in der Rolle der Verteidigerin bestimmter Maßnahmen seitens der Regierung, der sie jeweils angehörte, aber sie wird auch mit eigenen frauenpolitischen Forderungen zitiert.

Johanna Dohnal wird ebenso häufig in ihrer jeweiligen regierungsspezifischen Rolle (Frauenstaatssekretärin, Frauenministerin) zitiert, aber auch sehr häufig als Kritikerin jener Regierungen, der sie nicht angehörte (ÖVP-FPÖ seit 2000). Vor allem im Standard hat Johanna Dohnal eine wichtige frauenpolitische Funktion als Expertin für Frauenfragen inne.

**Abbildung 27: Personen, Anzahl des Vorkommens in allen Beiträgen (Absolutzahlen)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n = 429 (Nennungen von Personen in allen Beiträgen); Farbschema entspricht den politischen Parteien, grau=parteilos.

Die meisten anderen genannten Personen, treten vor allem im Rahmen ihrer jeweiligen politischen Tätigkeit in Erscheinung: in erster Linie als (Frauen-)MinisterIn (Barbara Prammer, Gabriele Heinisch-Hosek, Ursula Haubner, Doris Bures, Herbert Haupt) oder als Frauenstadträtin (Renate Brauner und Sandra Frauenberger). Madeleine Petrovic, Eva Glawischnig, Birgid Weinzinger, Andrea Kuntzl und Heide Schmidt treten als Frauensprecherin und/oder Parteivorsitzende in Erscheinung.

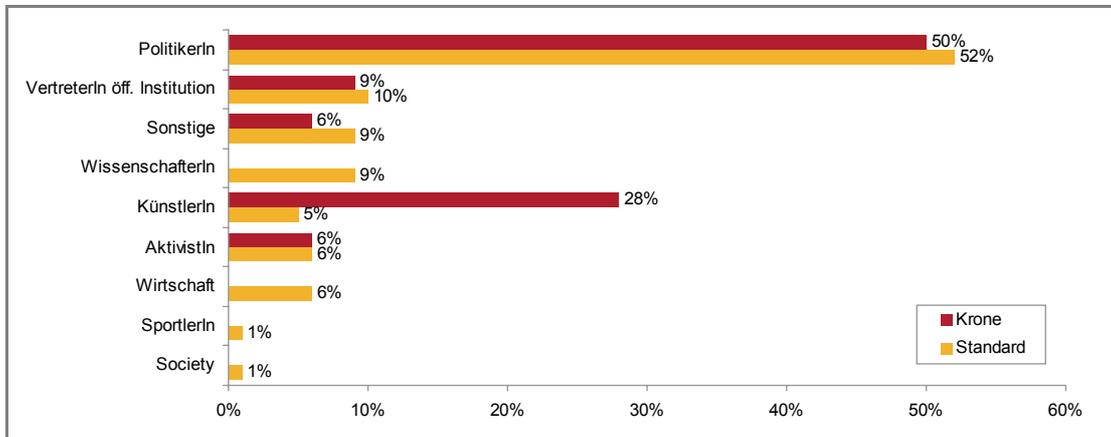
Eva Rossmann und Alice Schwarzer sind die einzigen feministischen Aktivistinnen, die zumindest einige Male in den letzten 21 Jahren namentlich rund um den Frauentag genannt wurden. Entgegen der anderen genannten Personen sind sie die einzigen, die nicht mit einer politischen Partei und bestimmten öffentlichen Funktion in Verbindung stehen, sondern als Kritikerinnen des bestehenden Systems auftreten bzw. im Rahmen konkreter Initiativen (Eva Rossmann als Mitinitiatorin des Frauenvolksbegehrens) Gehör finden.

Quer über alle genannten Personen (nicht nur jene, die häufiger genannt wurden), zeigt sich, dass den PolitikerInnen im Rahmen der Berichterstattung eine zentrale Rolle zukommt: rund die Hälfte aller genannten Personen sind PolitikerInnen (siehe Abbildung 28). Berücksichtigt man nur jene Beiträge, die bereits in der Schlagzeile den „(internationalen) Frauentag“ explizit benennen, so sind 80% der in diesen Beiträgen genannten Personen PolitikerInnen. Es kann also eine relativ starke Verbindung des Frauentags mit politischen AkteurInnen in den Tageszeitungen festgestellt werden.

Dass etwa die Hälfte der angesprochenen Personen dem politischen Feld zuzurechnen sind, gilt sowohl für die Krone wie für den Standard. Deutliche Unterschiede zwischen den beiden Tageszeitungen zeigen sich aber in der Auswahl der anderen Hälfte der ProponentInnen. Während in der Krone v.a. KünstlerInnen eine wichtige Rolle

zukommt<sup>9</sup>, zeigt sich im Standard eine größere Bandbreite – es werden Personen v.a. auch aus den Bereichen Wissenschaft und Wirtschaft in der frauentagsbezogenen Berichterstattung genannt.

**Abbildung 28: Tätigkeitsbereich der genannten Personen, nach Zeitung**

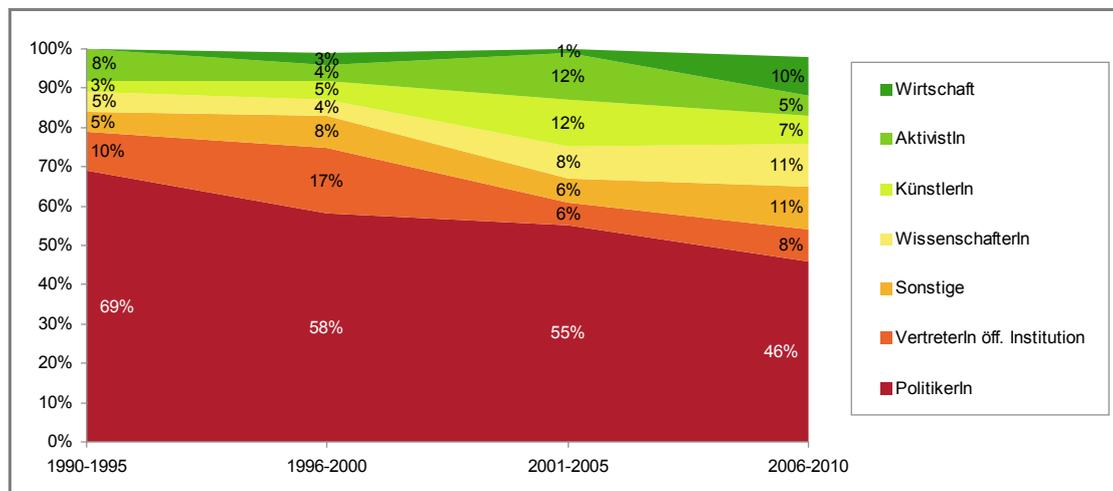


Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n = 429 (Nennungen von Personen in allen Beiträgen)

Im Zeitverlauf zeigt sich, dass die relative Bedeutung der PolitikerInnen abnimmt und andere Personengruppen an Raum gewinnen (vgl. Abbildung 29). Entfielen zu Beginn des Beobachtungszeitraums noch rund 70% der Nennungen auf PolitikerInnen, sind dies am Ende weniger als die Hälfte der Nennungen. Demgegenüber spielen vor allem Personen aus der Wirtschaft und WissenschaftlerInnen eine immer größere Rolle in der Berichterstattung zum Frauentag (wenn auch vorwiegend im Standard). AktivistInnen und KünstlerInnen hatten hingegen in der Berichterstattung 2001-2005 die relativ höchste Bedeutung (auch im Zuge von Aktivitäten gegen unterschiedliche Maßnahmen der ÖVP-FPÖ/(BZÖ)-Koalition), die in den letzten Jahren allerdings wieder rückgängig war.

<sup>9</sup> Der hohe Anteil an Künstlerinnen im Rahmen der Berichterstattung der Krone rührt daher, dass über einige Veranstaltungen berichtet wurde, wo Kabarettistinnen, Musikerinnen, Sängerinnen, Schauspielerinnen etc. auftraten, die auch namentlich genannt wurden.

**Abbildung 29: Tätigkeitsbereich der genannten Personen, Vorkommen in allen Beiträgen, relative Anteile im jeweiligen Zeitraum (5-jährlich)**



Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Basis: Tageszeitungen Krone und Standard, n=429 (Nennungen von Personen in allen Beiträgen)

Über drei Viertel der im Kontext des Frauentags genannten Personen sind Frauen (78%, in der Krone sogar zu 94%), die zumeist im nationalen Kontext auftreten (zu 85% insgesamt, in der Krone etwas geringer mit 75%).

#### **4 Welche Bilder von Frauenpolitik, „Frauenpolitik-Macherinnen“ und „Alltagsfrauen“ werden generiert?**

Zentrale Fragen der qualitativen Analyse waren: Welche Bilder von Frauen und von Frauenpolitik werden in den untersuchten Tageszeitungen und dem Frauenmagazin gezeichnet? Im Folgenden wird eine Beschreibung der Charakteristika versucht, die der frauentagsbezogenen Berichterstattung in den untersuchten Medien eigen sind: Bilder von Frauenpolitik und den Macherinnen dieser Frauenpolitik, aber auch von jenen Frauen („Alltagsfrauen“), für die Frauenpolitik letztlich im Auge hat.<sup>10</sup>

Relativierend ist hier einleitend festzuhalten, dass die Analyse dieser medialen Bilder im Rahmen der vorliegenden Untersuchung aufgrund deren fokussierter Konzeption ohne größere Kontexte vorgenommen werden muss. So ist Frauenpolitik bzw. die Berichterstattung darüber nur eine „Disziplin“ im Kanon des allgemeinen politischen bzw. medialen Geschehens. Aus diesem Grund ist es nicht einfach, beobachtete Entwicklungen und Veränderungen als spezifisch für die Frauenpolitik-Berichterstattung zu identifizieren, da es sich möglicherweise um generelle Entwicklungen in der politischen sowie medialen Kultur handelt. Eine umfassende Bewertung medial vermittelter Bilder im Kontext des Frauentags bzw. ihrer Veränderungen in

<sup>10</sup> Eine Quantifizierung, also ein Messen der Häufigkeit dieser Typen bzw. das Feststellen zu- oder abnehmender Häufigkeiten ist nicht das Ziel einer qualitativen Analyse. Es sollen vielmehr die im Material vorfindbaren Charakteristika zu typischen Bildern verdichtet werden, um so die soziale Realität in einer komprimierten Form greifbar machen.

einem Zeitraum von 20 Jahren, müsste auf einer Relation zu verschiedenen Vergleichspunkten beruhen: etwa zu jenen Bildern, die abseits des Frauentags in den Medien zu finden sind, oder auch zu jenen Bildern, die von anderen Politikfeldern als der Frauenpolitik generiert wurden und werden.

Inwieweit die dargestellten Befunde also Spezifika der „Berichterstattung über Frauenpolitik“ und das in Zusammenhang mit dem Frauentag sind, oder ob es sich um einen breiten Trend der politischen Berichterstattung handelt, kann nicht näher bestimmt werden, ebenso wenig wie einbezogen werden kann, ob es sich um Änderungen primär in der medialen Darstellung oder um Änderungen der politischen Kultur handelt.

#### **4.1 Bilder von Frauenpolitik und Frauenpolitik-Macherinnen**

In diesem Abschnitt werden die von den Medien vermittelten Bilder – die expliziten, vor allem aber die impliziten – zu Frauenpolitik sowie den „Macherinnen“ von Frauenpolitik zu zentralen Beobachtungstrends zusammengefasst.

##### **Frauenpolitik wird stark mit institutionalisierter Politik verbunden**

Frauenpolitik wird in der Berichterstattung stark mit institutionalisierter Politik verbunden. Wie Kapitel 3.4 anhand der quantitativen Auszählungen zeigt, wird der Frauentag sehr stark mit politischen Parteien sowie öffentlichen Institutionen auf Bundes- und Landesebene verknüpft. Der Fokus ist dabei oft auf konkrete frauenpolitische Einrichtungen gelegt: Frauenministerin/-staatssekretärin, Frauensprecherin, Frauenbeauftragte, Frauenbüros. Die auch realpolitische Zuweisung von Zuständigkeiten für frauenpolitische Fragen wird in der Berichterstattung stark aufgegriffen und Frauenpolitik auf einer politisch-institutionellen Ebene verortet gezeigt.

Zivilgesellschaftlichen Organisationen kommt hingegen eine untergeordnete Rolle zu, vor allem jenen, die sich für spezifische Frauengruppen einsetzen, wie beispielsweise Migrantinnenorganisationen oder Initiativen für bisexuelle/lesbische/queere Frauen. Frauenpolitik findet in einem gewissen institutionalisierten „Mainstream“ statt.

Eine Ausnahme bildete die Zeit um das Jahr 2000 – im Zuge des Frauenvolksbegehrens sowie der Proteste gegen die Abschaffung des Frauenministeriums unter der damals neuen ÖVP-/FPÖ-Regierung bzw. deren Frauenpolitik im generellen erhielten auch stärker frauenpolitische und engagierte Vereine Platz in der Berichterstattung, wodurch Frauenpolitik in dieser Protestzeit auch ein vielfältigeres Gesicht gegeben wurde.

##### **Frauenpolitik ist (bzw. war) Kritik – in den letzten 10 Jahren vor allem der Opposition**

Die Frage der Rolle oder Funktion von Frauenpolitik ist in den Medien sehr stark mit Kritik am Bestehenden verbunden. Egal ob zu beobachtende Benachteiligungen in der Berichterstattung explizit gemacht werden oder als allgemein bekannt vorausgesetzt werden, sie bilden immer die Basis dafür, dass Änderungen und eine Verbesserung der Situation gefordert werden. Dabei ist das Gegenüber der Kritik nur zu Beginn der Berichterstattung „das Patriarchat“ oder „die Männer“, im Laufe der Zeit bezieht sich die Kritik am Bestehenden auf strukturelle, nicht näher spezifizierte Bedingungen – beispielsweise „nicht förderliche Rahmenbedingungen“ – bzw. immer häufiger auf das politische Gegenüber.

Hier kann ein Bruch ab dem Jahr 2000 festgestellt werden: seit dieser Zeit bezieht sich ein Großteil der transportierten Kritik auf die jeweils Regierenden. Wurde beispielsweise zuvor unter der Frauenministerin bzw. Frauenstaatssekretärin Johanna Dohnal Kritik an den herrschenden Zuständen seitens einer an der Regierung beteiligten Frau geäußert, kommt diese Rolle nun vor allem der jeweiligen Opposition zu.

Die Rolle der Frauenpolitik ist zwar noch immer sehr klar mit Kritik verbunden, allerdings mit der Tendenz, dass sie vor allem bei der Opposition verortet wird, die klare GegnerInnen, VerursacherInnen oder VerhinderInnen sieht, während die an der „Macht“ Beteiligten einerseits hervorheben, was bereits Positives erreicht werden konnte bzw. sich stärker auf ein recht unkonkretes, strukturelles Gegenüber beziehen, wo Verbesserungsbedarf gesehen wird (beispielsweise „Rahmenbedingungen“). Eine gewisse Ausnahme stellt hier in den letzten Jahren der Themenbereich Einkommensunterschiede dar, bei dem gerade auch „regierenden“ Frauenpolitikerinnen konkreteres Kritikpotential zugesprochen wird und hier das Gegenüber „die Wirtschaft“ ist.

### **Frauenpolitik wird in den letzten Jahren stärker als „Verbesserin“, aber auch als Dienstleistungspolitik positioniert**

Hand in Hand mit der oben beschriebenen Entwicklung einer Übertragung der Rolle der kritischen Frauenpolitik von der institutionalisierten zur oppositionellen Frauenpolitik wird in den letzten 10 Jahren eine weitere Rolle der Frauenpolitik stark in den Medien transportiert: jene der Verbesserin und der Dienstleisterin.

Dies zeigt sich sowohl darin, dass Forderungen in der Berichtserstattung zur Frauenpolitik einen Bedeutungsverlust erleiden (siehe Kapitel 3.2.3), als auch an einer zu beobachtenden Wandlung von veröffentlichten Statements: hier wird vermehrt von bereits Erreichtem gesprochen – bspw. geschaffene Kinderbetreuungsplätze – oder konkreten Angeboten – bspw. Weiterbildungen für Frauen oder spezielle Förderprogramme. So wird verstärkt vermittelt, dass Frauenpolitik konkrete Veränderungen bewirkt und konkrete Dienstleistungen zur Verfügung stellt.

Die Vielzahl vorgestellter Programme, Veranstaltungen, Maßnahmen, aber auch Awards und spezifische Events zum Frauentag spiegeln wider, dass etwas für „die Frauen“ getan wird und das wird auch immer besser in Szene gesetzt bzw. von den Medien aufgenommen.

### **Frauenpolitik betrifft die Mittelschicht**

Wie bereits im ersten Punkt dieses Abschnitts kurz ausgeführt, ist Frauenpolitik stark mit der institutionalisierten Frauenpolitik verbunden. Die transportierten Themen und Aktionen gehen dabei zumeist auf eine Frau mit einer „Normalbiographie“ ein. Zuge-spitzt umfasst diese Normalbiographie: in Beschäftigung stehend, Kind(er) und damit Vereinbarkeitsprobleme habend, prinzipiell abgesichert (das heißt nicht in der Existenz bedroht), außer dem „Frausein“ keinen weiteren Diskriminierungen unterworfen (nicht zu jung, nicht zu alt, kein Migrationshintergrund, keine Behinderung, heterosexuell), leistungsbereit, aber manchmal daran gehindert, gut ausgebildet, politisch interessiert und froh über frauenpolitische Vertretung.

Die medial transportierte Frauenpolitik bezieht sich stark auf diese idealtypische Frau: zitierte Statistiken betreffen ihre Situation, konzipierte Maßnahmen eine Verbesserung von Rahmenbedingungen für ihr Leben, Aktionen und Veranstaltungen ihre Mitsprache.

## **Die Themen und die Breite der Frauenpolitik unterliegen Veränderungen – Schwerpunkt bleibt aber immer Erwerbstätigkeit**

Die Themenbereiche, die mit Frauenpolitik am Frauentag verbunden werden bzw. vor allem deren Breite unterliegt größeren Schwankungen: Zu Beginn war das Spektrum, für welches Frauenpolitik einsteht, noch sehr breit: neben den Kernthemen „Arbeitsmarkt und Beruf“ (siehe 3.2.1) wurden beispielsweise auch Frieden und Umwelt als für die Frauenpolitik relevante Themen wahrgenommen. Relativ bald verengte sich die frauenpolitische Zuständigkeit auf arbeitsmarkt- und vereinbarkeitspezifische Schwerpunkte. Jetzt hat sich das Themenspektrum wieder ausgeweitet – einerseits erfuhren die Themen Wissenschaft und Forschung (vor allem im Standard) eine massive Ausweitung, andererseits kamen unter dem Genderschwerpunkt neue Themenbereiche dazu, beispielsweise die Wirtschaft, das Budget etc. Ob diese Verbreitung nachhaltig ist, wird sich erst zeigen. Die starke Zuordnung zum Themenbereich Erwerbstätigkeit und Vereinbarkeit kann jedenfalls als die große Konstante in der Berichterstattung bezeichnet werden.

## **Frauenpolitik ist eher „links“ verortet**

Da sich alle analysierten Zeitungen als „parteionabhängig“ verstehen, kommen zum Frauentag PolitikerInnen aller Parteien und Institutionen zu Wort. Trotz dieser scheinbaren Ausgewogenheit wird dennoch klar, dass – vor allem wenn es um berufstätige Frauen geht – insbesondere arbeitnehmerInnen-orientierte Institutionen (beispielsweise Arbeiterkammer oder Gewerkschaftsbund) oder VertreterInnen des Mitte bis links zuzuordnenden politischen Spektrums „ernster“ genommen werden. Ein gewisser amüsiertes Unterton verdeutlicht, dass konservativen oder rechten Parteien nicht unbedingt umfassende frauenpolitische Kompetenz zugestanden wird. Eine Ausnahme bildet der Themenkreis der Unternehmerinnen. Insgesamt wirkt Frauenpolitik selten über Partei- und Institutionengrenzen hinweg einend – tagespolitische Zwickigkeiten finden auch hier ihren Niederschlag.

## **Bilder der Politikerinnen**

Neben den Bildern von Frauenpolitik werden auch von deren Macherinnen, den Frauenpolitikerinnen bestimmte Bilder gezeichnet. In welcher Rolle werden diese Frauen gezeigt, als welche Frauentypen werden sie in Szene gesetzt? Entlang der Artikel können im Wesentlichen vier Typen identifiziert werden, als welche Frauenpolitikerinnen gezeichnet werden:

- **Die Engagierte.** Vor allem zu Beginn der Berichterstattung wurde sehr stark auf das Engagement, die Ernsthaftigkeit, den Einsatz der Politikerinnen eingegangen. Auch das Bildmaterial zeigt beispielsweise ernsthaft diskutierende Frauen in konzentrierten Haltungen, etc..
- **Die Kritikerin.** Zwischen Engagement und Kritik ist der Übergang zwar fließend, aber die Kritikerin zeichnet sich stärker durch den kritischen Fokus aus, ohne dass ihr in gleichem Ausmaß konstruktive Vorschläge zugeschrieben werden. Kritikerinnen finden sich quer über den ganzen Beobachtungszeitraum als wichtige Konstante der Berichterstattung zum Frauentag, vorwiegend aus den Reihen der Opposition.
- **Die Schlagworte-Platzierende.** Unter anderem dadurch, dass Frauenpolitikerinnen bzw. den frauenpolitischen Themen insgesamt oft nur relativ wenig Platz gegeben wird, verkommen Statements häufig zu inhaltsleeren Worthülsen. Dieser –

in der beobachteten Medienlandschaft immer häufiger vorkommende – Typus ist durch den Bezug auf allgemeine Rahmenbedingungen und einen geringen Grad an Konkretisierung des Gesagten gekennzeichnet.

- **Die Ratgebende/Vernünftige.** Eher neueren Datums ist die Rolle einer vernünftigen und ratgebenden Politikerin. Sie klärt in einfachen Worten verschiedene Zusammenhänge, bietet Rat und Tat und setzt auf konkrete Aktionen an Stelle von vielschichtiger Kritik

## 4.2 Bilder von „Frauen, die ich sein könnte...“

In diesem Abschnitt suchen wir abschließend auch die medial vermittelten Bilder von „den Frauen“, von den „Alltagsfrauen“ in Zusammenhang mit dem Frauentag, Frauen abseits der Vertreterinnen politischer Institutionen – wer sind diese Menschen, deren wegen der 8.3. als Frauentag begangen wird – „die Frauen“? Welche Frauen sind in den analysierten Beiträgen – explizit und implizit – zu sehen, was erfährt die Leserschaft über Frauen? Die Suche nach diesen Frauenbildern zielt letztlich auch auf die Frage ab, ob bzw. in welchem Ausmaß den Leserinnen Identifikationsmöglichkeiten gegeben werden – also was kann der Frauentag (und das was am Frauentag in Sachen Frauenpolitik passiert) eigentlich mit mir konkret zu tun haben?

Zu einem guten Teil bleibt die Suche nach dieser „Alltagsfrau“ in den Beiträgen ohne Erfolg, und es ist schwer, die konkrete Frau überhaupt zu entdecken, um die es letztlich geht. Steht die strukturelle Ebene im Vordergrund, verschwindet die Alltagsfrau gewissermaßen in oder hinter Zahlen. Der in Kapitel 3.2.4 als Beispiel aufbereitete Artikel bspw. berichtet ausschließlich aus der Perspektive der Wirtschaft und der Forschung über Frauenanteile im Personal („Österreich mit 9% Frauen [...]“), es geht um (nicht) vorhandene bzw. (nicht) ausgeschöpften Ressourcen aus einem ökonomischen Blickwinkel der Konkurrenzfähigkeit. Die daraus folgenden oder dahinter stehenden faktischen beruflichen Umstände für Frauen in Wirtschaft und Forschung können als LeserIn nicht konkretisiert werden.

In vielen anderen Beiträgen sind Frauen jedoch wohl sichtbar, und finden sich dabei im Wesentlichen in vier Rollen:

- **Die „arme“ Frau anderswo.** In einer überschaubaren Anzahl von Beiträgen werden „Alltagsfrauen“ in anderen Ländern dargestellt. Deren Lebenssituation, die Konfrontation mit Diskriminierung, Unterdrückung und Gewalt wird in weiten Teilen sehr unmittelbar und in konkret vorstellbaren Situationen beschrieben (bspw. Frauen in Afghanistan (1998): „Frauen dürfen nur in männlicher Begleitung aus dem Haus“, etc.). Sie dienen in dieser Rolle mitunter als „Beweis“, dass das Thema der Gleichberechtigung der Geschlechter keineswegs als erledigt anzusehen ist.
- **Die berufstätige Frau.** In der Berichterstattung zum Frauentag geht es am häufigsten um den Themenbereich Arbeit und Job. In diesem Zusammenhang treten berufstätige Frauen hervor, die in unterschiedlichen Berufsbereichen (von der Gastronomie bis zum Bundesheer, vgl. Bildbeispiele in Kapitel 3.3.2) tätig sind. Nicht-berufstätige Frauen wie Pensionistinnen, Jugendliche, Studentinnen, Hausfrauen sind hingegen kaum präsent. Auch die Rolle der Mutter nimmt hier keine vorrangige Rolle ein – die Vereinbarkeitsthematik wird eher aus der Perspektive der berufstätigen Frau, die eben auch Betreuungspflichten hat, problematisiert.

- **Die Aktivistinnen.** V.a. in Zusammenhang mit Demonstrationen und Protesten treten auch zivilgesellschaftlich aktive Frauen (in der Mehrzahl) auf. Sie sind auf den Bildern zu sehen und es werden ihre Aktivitäten (bspw. der Trommelwirbel der Demonstrantinnen stört eine Pressekonferenz, vgl. Beispiel in Kapitel 3.2.2) dargestellt. Auf sie wird als eine Gruppe referiert, im Einzelnen bleiben sie anonym. Charakteristisch ist dabei, dass sie gemeinsam eine Meinung vertreten, sich dafür stark machen und damit „in die Öffentlichkeit“ gehen.
- **Die Expertin.** Diese Rolle ist eigentlich nicht die einer „Alltagsfrau“, da sie namentlich benannt wird. Frauen in der Expertinnenrolle finden aufgrund ihres fachlichen Wissens und Könnens Eingang in die Berichterstattung. Es sind Expertinnen aus unterschiedlichen fachlichen Bereichen (v.a. Wissenschaft und hier bes. technische Bereiche, aber bspw. auch Künstlerinnen).

Eine sehr eigene spezifische Frauenrolle wird im Frauenmagazin Woman gezeichnet: **Die Wünschenden** des Magazins Woman. Diese Rolle erhalten dabei sowohl „Alltagsfrauen“ als auch die Expertinnen im Rahmen der Berichterstattung von Woman. Bei der „Wünsch dir was“-Aktion werden Frauen/Leserinnen dargestellt, wie sie ihre persönlichen Wünsche deponieren. Die Wünsche, die in den Beiträgen aufgegriffen werden, definieren diese dadurch zu einem gewissen Grad als üblich und zeigen somit vor, welche Lebensbereiche „Alltagsfrauen“ beschäftigen (sollen): Styling, Urlaub, Wohnung, Typberatung, Coaching, etc. Sie beziehen sich fast ausschließlich auf individuelles Privatleben und Wohlbefinden, und determinieren damit eine häusliche und gänzlich private Rolle der Frauen. Auch die „Expertinnen für Frauenanliegen“ „träumen“ – jede für sich – von ihren jeweiligen frauenpolitischen Forderungen (vgl. Kapitel 3.2.8).

Ein weiteres, wesentliches Merkmal bei sämtlichen Frauenrollen (außer der „armen Frau anderswo“) ist, dass sie überwiegend **stark und selbstsicher** ausgestaltet wird – die vermittelten Bilder zeigen Frauen, die im Leben stehen und die ihr Leben (und häufig auch das ihrer Familie) managen. Sie vereinbaren als Berufstätige ihre Arbeit mit anderen Anforderungen ihres Lebens und setzen sich auch unter Männern durch, sie sind als Expertinnen gut ausgebildet und ihr fachliches Wissen wird gut zur Geltung gebracht, sie machen sich als Aktivistinnen stark für ihre Anliegen und gehen in die Öffentlichkeit, sie sind sogar in der Rolle der Wünschenden selbstbewusste Siegerinnen. Es ist die Rolle der **Siegerin**, das positive Vorbild, die Powerfrau, ein Rolemodel.

So erhält man insgesamt nicht den Eindruck, dass es bei den „Alltagsfrauen“ um eine arme / benachteiligte Gruppe, für die man/frau sich einsetzen muss. Viele der gezeigten Frauen „haben es geschafft“ und werden dafür honoriert – bspw. sich in der Wissenschaft, in einem Männerjob, etc. durchzusetzen. Vielleicht sind einige Hürden zu überwinden, aber letztlich zeigen sie, dass man es auch als Frau es zu etwas bringen kann. In der Berichterstattung zum Frauentag **werden keine Verliererinnen gezeigt**, zumindest nicht in Österreich/Europa (wie bspw. eine gestresste statt einer strahlenden Kellnerin, vgl. Kapitel 3.2.2). Systemische Verliererinnen werden primär im Ausland verortet, da werden Frauenrollen als Opfer patriarchaler Gesellschaften, leidend unter Arbeitsbedingungen, betroffen von physischer wie struktureller Gewalt, etc. entworfen. In der nahen Umgebung jedoch wird der Frauentag von Siegerinnentypen bestimmt.

Es fällt in der resümierenden Betrachtung der analysierten Beiträge insgesamt auf, dass sich die **Informationen über Strukturen der Frauenbenachteiligung nur selten mit einem Bild von Lebenswelt verbinden (lassen)**. Nun ist es nicht die Auf-

gabe dieser punktuellen Medienanalyse, die Ansprüche und Zielsetzungen von Tageszeitungen und Frauenmagazinen zu analysieren und zu vergleichen. Insofern soll hier nicht unterstellt werden, dass dies die Aufgabe der Berichterstattung sein sollte. Als Forscherinnen hatten wir aber die Möglichkeit und Aufgabe, in die Rolle der unvoreingenommen und v.a. vorab uninformatierten Leserin der Berichte anlässlich des Frauentags zu schlüpfen, und diese tendenzielle Polarität im Zugang zur Berichterstattung fällt auf.

So dreht sich die Berichterstattung generell um Benachteiligungen, um die politischen Positionen dazu und um Vorschläge oder Kritik von Seiten verschiedener Politikerinnen. Was die allgemeine Benachteiligung aber auf individueller Ebene heißt, das wird wenig greifbar gemacht. In Kapitel 2.4 haben wir anhand der quantitativen Auszählungen zum Textstil zwar gezeigt, dass das Persönliche und Unmittelbare in den Texten auf Kosten des Politisch-Gesellschaftlichen beständig zunimmt. Diese persönliche Ebene betrifft jedoch nicht unbedingt persönliche Dimensionen der Benachteiligung, sondern vielmehr persönliche Erfolgsgeschichten von Frauen; Der Frauentag und die Frauenpolitik steht nahe an der „Mittelschicht-Frau“, die nicht in der Existenz bedroht ist, die „irgendwie ohnehin über die Runden kommt“ (vgl. Kap. 0). Die Geschichten der Siegerinnen veranschaulichen kaum, warum Frauenleben – auch heute und auch in Österreich – sehr schwer sein kann.

Ein Ansatz, der in Richtung einer Darstellung problematischer, persönlicher Situationen von „systemischen Verliererinnen“ geht, kann in der Berichterstattung über spezifische Frauengruppen gesehen werden. Dieses Themenfeld ist im Beobachtungszeitraum (noch) relativ klein, aber der exemplarisch aufbereitete Beitrag aus *Woman* thematisiert bspw. genau benachteiligte Frauengruppen (wenngleich die Inszenierung gleichzeitig die NGO-Chefinnen – erfolgreiche Powerfrauen – ins Zentrum stellt und damit den Blick wieder auf die Siegerinnen lenkt).

Die Notwendigkeit des Frauentags im Sinne einer Mahnung, die Thematik der Geschlechtergerechtigkeit (wieder) genauer in den Blick zu nehmen vorausgesetzt, und ebenfalls vorausgesetzt, es wäre ein Ziel der medialen Berichterstattung, dem Frauentag und frauenpolitischen Forderungen Gewicht zu geben, so mangelt es aus unserer Sicht ein Stück weit an Übersetzungsleistungen. Es ist zu vermuten, dass es genau das beschriebene Element der unmittelbaren Erfahrbarkeit von Benachteiligung ist, das eine LeserInnenschaft emotionalisieren und aufrütteln, das ein fassbares Bewusstsein über Ungleichheit schaffen und eine Identifikation mit dem Frauentag und Frauenanliegen schaffen könnte. Die schlechteren gesellschaftlichen Chancen von Frauen, die großteils auf einer strukturellen, impliziten und wenig sichtbaren Ebene fußen, sind an sich schwer greifbar zu machen. Die analysierten Medien schaffen jedoch kaum Übersetzungen an dieser Stelle – Übersetzungen struktureller Ungleichheitsbedingungen in konkrete Lebenswelten einerseits, aber auch Übersetzungen von erlebter Ungleichheit auf eine strukturelle Ebene, also die Identifikation der Ursachen faktischer und von verschiedenen Gruppen von Frauen deutlich erfahrener Diskriminierung. Am ehesten gelingt dieser Transfer in den analysierten Kommentaren (v.a. Marga Swoboda in der *Krone*), in den Textkategorien der Meldung und Reportage geschieht dies jedoch kaum.

## 5 Zusammenfassung

Im Jahr 2011 jährt sich der Frauentag zum 100. Mal. Dieses Ereignis ist Anlass zu einer Auseinandersetzung mit den diesbezüglich medial transportierten Bildern der letzten 20 Jahre: welches Bild wird in den Medien zu diesem frauenpolitisch bedeutsamen Tag gezeichnet? Welche Themen werden transportiert? Welche Personen und Institutionen werden mit diesem Tag verknüpft? Welche Bilder von Frauen und Frauenpolitik werden entworfen? Und inwiefern haben sich die Antworten auf diese Fragen in den letzten 20 Jahren verändert?

Das Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, durch eine Analyse der Berichterstattung in ausgewählten Medien rund um den internationalen Frauentag die medial vermittelte Meinung rund um frauenpolitische Anliegen sichtbar zu machen und mögliche Änderungen im Zeitverlauf (1990 bis 2010) aufzeigen.

Dabei wurde ein Boulevardmedium – die „Kronenzeitung“ – und ein Qualitätsmedium – der „Standard“ – aus dem Sektor der Tageszeitungen sowie das Frauenmagazin „Woman“ für die Analyse ausgewählt. Während die frauentagsrelevanten Artikel beider Tageszeitungen für den gesamten Zeitverlauf 1990 bis 2010 rund um den Frauentag analysiert wurden, konnte „Woman“ erst seit ihrem Erscheinungsjahr 2002 einbezogen werden.

Auf Basis der quantitativen Analyse ist der zentrale Befund dieser punktuellen Medienanalyse, dass **die Berichterstattung zum Frauentag sowohl in der Kronenzeitung als auch im Standard über die Jahre hinweg an Bedeutung gewonnen hat**. Von den insgesamt 227 erfassten und quantitativ analysierten Tageszeitungsbeiträgen, die im Zeitraum 1990 bis 2010 erschienen sind (36 der Krone und 191 des Standard) und einen Bezug zum Frauentag haben, stammt über die Hälfte aus den letzten fünf Jahren. Dabei wächst nicht nur die Anzahl, sondern auch ihr Umfang.

Gemessen an den Personen und Institutionen, die Erwähnung finden zeigt sich, dass die **Medienberichterstattung zum Frauentag sehr stark mit politischen Parteien sowie öffentlichen Institutionen** auf Bundes- und Landesebene verknüpft wird. Der Fokus liegt dabei oft auf konkreten frauenpolitischen Einrichtungen: Frauenministerin/-staatssekretärin, Frauensprecherin, Frauenbeauftragte, Frauenbüros. Die auch realpolitische Zuweisung von Zuständigkeiten für frauenpolitische Fragen wird in der Berichterstattung stark aufgegriffen und Frauenpolitik auf einer politisch-institutionellen Ebene verortet gezeigt.

Zivilgesellschaftlichen Organisationen kommt hingegen eine untergeordnete Rolle zu, vor allem jenen, die sich für spezifische Frauengruppen einsetzen, wie beispielweise Migrantinnenorganisationen oder Initiativen für bisexuelle/lesbische/queere Frauen. Frauenpolitik findet in einem gewissen institutionalisierten „Mainstream“ statt.

Eine Ausnahme bildet die Zeit um das Jahr 2000 – im Zuge des Frauenvolksbegehrens sowie der Proteste gegen die Abschaffung des Frauenministeriums unter der damals neuen ÖVP-/FPÖ-Regierung bzw. deren Frauenpolitik im Generellen erhielten frauenpolitisch engagierte Vereine stärker Platz in der Berichterstattung, wodurch Frauenpolitik in dieser Protestzeit auch ein vielfältigeres Gesicht gegeben wurde.

Eine Personen- bzw. Institutionengruppe, die in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat, sind WissenschaftlerInnen bzw. Bildungs- und Forschungseinrichtun-

gen. Diese hatten zu Beginn der 1990er-Jahre eine geringe Rolle gespielt, haben nun aber einen festen Platz inne.

Die Bilder, die **von Frauenpolitikerinnen gezeichnet werden** – d.h. die Images, die mittels der Texte sowie auch des Fotomaterials transportiert werden – konnten im Rahmen der qualitativen Analyse zu vier Typen verdichtet werden:

- **Die Engagierte**, welche vor allem zu Beginn der analysierten Berichterstattung sehr häufig auftrat. Bei diesem Frauenpolitikerinnen-Typus wurde sehr stark auf das Engagement, die Ernsthaftigkeit und den Einsatz der Politikerinnen eingegangen. Auch das Bildmaterial zeigt beispielsweise ernsthaft diskutierende Frauen in konzentrierten Haltungen.
- **Die Kritikerin**, welche sich quer über den ganzen Beobachtungszeitraum als wichtige Konstante der Berichterstattung zum Frauentag findet, vorwiegend aus den Reihen der Opposition. Die Kritikerin zeichnet sich durch einen kritischen Fokus aus, ohne dass ihr in gleichem Ausmaß konstruktive Vorschläge zugeschrieben werden.
- **Die Schlagworte-Platzierende**, die in der beobachteten Medienlandschaft immer häufiger vorkommt. Frauenpolitikerinnen bzw. den frauenpolitischen Themen insgesamt wird oft nur relativ wenig Platz gegeben; Statements verkommen häufig zu inhaltsleeren Worthülsen. Dieser Typus ist durch den Bezug auf allgemeine Rahmenbedingungen und einen geringen Grad an Konkretisierung des Gesagten gekennzeichnet.
- **Die Ratgebende/Vernünftige**, ist ebenfalls eher neueren Datums. Sie klärt in einfachen Worten verschiedene Zusammenhänge, bietet Rat und Tat und setzt auf konkrete Aktionen an Stelle von vielschichtiger Kritik. Dieser Typ Frauenpolitikerin setzt eher auf Expertise, auf Vernunft und Rat und weniger auf politischen Kampf (dies trifft oft auch auf die „Schlagwort-Platzierende“ zu).

Hinsichtlich der mit dem Frauentag **verbundenen Themen dominiert der Bereich „Arbeit und Job“**. Andere **wesentliche Themenbereiche sind „Frauenrechte und -interessen“, „Frauenpolitik“ sowie „Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit“**. Die Themenbereiche, die mit dem Frauentag verbunden werden, unterliegen dabei gewissen Schwankungen: Vor 20 Jahren war das Spektrum an Themen, für welches Frauenpolitik einsteht, sehr breit: neben den Kernthemen „Arbeitsmarkt und Job“ wurden beispielsweise auch Frieden und Umwelt als für die Frauenpolitik relevante Themen wahrgenommen. Relativ bald verengte sich die frauenpolitische Zuständigkeit auf arbeitsmarkt- und vereinbarkeitsspezifische Schwerpunkte. Zuletzt hat sich das Themenspektrum wieder ausgeweitet – einerseits erfuhren die Themen Wissenschaft und Forschung (vor allem im Standard) eine massive Ausweitung, andererseits kamen unter dem Genderschwerpunkt neue Themenbereiche dazu, beispielsweise die Wirtschaft, das Budget etc. Ob diese Verbreitung nachhaltig ist, wird sich erst zeigen. Die starke Zuordnung zum Themenbereich Erwerbstätigkeit und Vereinbarkeit kann jedenfalls als die große Konstante in der Berichterstattung bezeichnet werden. Andere frauenspezifische Themenfelder wie der Reproduktionsbereich, Gewalt, Gesundheit oder spezifische Frauengruppen nehmen eine deutlich geringere quantitative Rolle in der Berichterstattung ein.

Zusammenfassend kann – in Schlagworten – **folgendes Bild zur Frauenpolitik in der analysierten Berichterstattung gezeichnet werden:**

- Frauenpolitik ist eher „links“ verortet
- Frauenpolitik wird stark mit institutionalisierter Politik verbunden
- Frauenpolitik ist (bzw. war) Kritik – in den letzten 10 Jahren vor allem der Opposition
- Frauenpolitik wird in den letzten Jahren stärker als „Verbesserin“, aber auch als Dienstleistungspolitik positioniert
- Die Themen und die Breite der Frauenpolitik unterliegen Veränderungen – Schwerpunkt bleibt aber immer Erwerbstätigkeit
- Frauenpolitik betrifft die Mittelschicht

Während Frauenpolitik vor allem zu Beginn des Beobachtungszeitraums sehr stark mit Kritik am Bestehenden verbunden war – wobei sich die Kritik nur zu Beginn der Berichterstattung gegen „das Patriarchat“ oder „die Männer“ richtet, im Laufe der Zeit bezieht sie sich mehr und mehr auf strukturelle, nicht näher spezifizierte Bedingungen bzw. immer häufiger auf das politische Gegenüber – änderte sich dies seit dem Jahr 2000. Seit dieser Zeit bezieht sich ein Großteil der medial berichteten Kritik auf die jeweils Regierenden. Wurde beispielsweise zuvor unter der Frauenministerin bzw. Frauenstaatssekretärin Johanna Dohnal Kritik an den herrschenden Zuständen seitens einer an der Regierung beteiligten Frau geäußert, kommt diese Rolle nun vor allem der jeweiligen Opposition zu. Die Rolle der Frauenpolitik ist also noch immer sehr klar mit Kritik verbunden, allerdings mit der Tendenz, dass sie vor allem bei der Opposition verortet wird, die klare GegnerInnen, VerursacherInnen oder VerhinderInnen sieht, während die an der „Macht“ Beteiligten hervorheben, was bereits Positives erreicht werden konnte.

Hand in Hand mit dieser Entwicklung einer Übertragung der Rolle der kritischen Frauenpolitik von der institutionalisierten zur oppositionellen Frauenpolitik wird in den letzten 10 Jahren eine weitere Rolle der Frauenpolitik stark in den Medien transportiert: jene der Verbesserin und der Dienstleisterin. Es wird vermehrt von bereits Erreichtem gesprochen – bspw. geschaffene Kinderbetreuungsplätze – oder konkreten Angeboten – bspw. Weiterbildungen für Frauen oder spezielle Förderprogramme. So wird verstärkt vermittelt, dass Frauenpolitik konkrete Veränderungen bewirkt und konkrete Dienstleistungen zur Verfügung stellt.

Der Befund, dass sich Frauenpolitik sehr stark auf die Mittelschicht bezieht, ist ein Faktum, welches auf den ganzen Beobachtungszeitraum zutrifft. Die transportierten Themen und Aktionen gehen dabei zumeist auf eine Frau mit einer „Normalbiographie“ ein. Zugespitzt umfasst diese Normalbiographie: in Beschäftigung stehend, Kind(er) und damit Vereinbarkeitsprobleme habend, prinzipiell abgesichert (das heißt nicht in der Existenz bedroht), außer dem „Frausein“ keinen weiteren Diskriminierungen unterworfen (nicht zu jung, nicht zu alt, kein Migrationshintergrund, keine Behinderung, heterosexuell), leistungsbereit, aber manchmal daran gehindert, gut ausgebildet, politisch interessiert und froh über frauenpolitische Vertretung.

So kann insgesamt das **in den Medien vermittelte Frauenbild (der „Alltagsfrauen“)** als **überwiegend stark und selbstsicher** bezeichnet werden. Im Mittelpunkt stehen **berufstätige Frauen**, die im Leben stehen und die ihr Leben (und häufig auch das ihrer Familie) managen. Sie vereinbaren als Berufstätige ihre Arbeit mit anderen Anforderungen ihres Lebens und setzen sich auch unter Männern durch, sie

sind als Expertinnen gut ausgebildet und ihr fachliches Wissen wird gut zur Geltung gebracht, sie machen sich als Aktivistinnen stark für ihre Anliegen und gehen in die Öffentlichkeit, sie sind sogar in der Rolle der Wünschenden selbstbewusste Siegerinnen. Es ist die Rolle der Siegerin, das positive Vorbild, die Powerfrau, ein Rolemodel in einem Mittelschicht-Kontext.

So erhält man insgesamt nicht den Eindruck, dass es sich bei den „Alltagsfrauen“ um eine arme / benachteiligte Gruppe handelt, für die man/frau sich einsetzen muss. Viele der gezeigten Frauen „haben es geschafft“ und werden dafür honoriert – bspw. sich in der Wissenschaft, in einem Männerjob, etc. durchzusetzen. Vielleicht sind einige Hürden zu überwinden, aber letztlich zeigen sie, dass man es „auch als Frau es zu etwas bringen kann“. In der Berichterstattung zum Frauentag werden keine Verliererinnen gezeigt, zumindest nicht in Österreich/Europa. Systemische Verliererinnen werden primär im Ausland verortet, da werden Frauenrollen als Opfer patriarchaler Gesellschaften, leidend unter Arbeitsbedingungen, betroffen von physischer wie struktureller Gewalt, etc. entworfen. In der nahen Umgebung jedoch wird der Frauentag von Siegerinnentypen bestimmt.

Die Lebensrealitäten von Frauen, die hierzulande Opfer struktureller Diskriminierung, sind, finden in den Meldungen kaum Eingang, weshalb frauenpolitische Forderungen in einem österreichischen oder auch europäischen Kontext relativ wenig Anschluss an konkrete Betroffenheiten finden. Der als „legitim“ klassifizierte Kampf um Frauenrechte anlässlich des internationalen Frauentags wird vorwiegend in der Rolle der „armen Frauen anderswo“ verortet.

## 6 Anhang

### 6.1 Abbildungsverzeichnis

|               |   |    |
|---------------|---|----|
| Abbildung 1:  | Anzahl der Beiträge nach Jahren und Zeitung (Absolutzahlen)   | 5  |
| Abbildung 2:  | Mittlere Länge der Beiträge (in Zeilen), nach Zeitung und Zeitraum (5-jährlich)   | 6  |
| Abbildung 3:  | Art des Textes, nach Zeitung  | 7  |
| Abbildung 4:  | Logos für die Berichterstattung zum Frauentag in der Tageszeitung Standard  | 7  |
| Abbildung 5:  | Explizite Benennung (internationaler) Frauentag*, nach Zeitung  | 8  |
| Abbildung 6:  | TextautorIn, nach Zeitung   | 9  |
| Abbildung 7:  | Textstil, nach Zeitung  | 10 |
| Abbildung 8:  | Textstil, nach Zeitraum (5-jährlich)  | 10 |
| Abbildung 9:  | Abstraktionsebene, nach Zeitung   | 11 |
| Abbildung 10: | Abstraktionsebene, nach Zeitraum (5-jährlich)   | 11 |
| Abbildung 11: | Vorkommen diverser Themenbereiche in allen Beiträgen, Mehrfachzählungen in einem Beitrag möglich  | 17 |
| Abbildung 12: | Vorkommen diverser Themenbereiche in allen Beiträgen nach Jahren, Mehrfachzählungen in einem Beitrag möglich, relative Häufigkeit im jeweiligen Zeitraum (5-jährlich) | 18 |
| Abbildung 13: | Anzahl unterschiedlicher Einzelthemen im jeweiligen Zeitraum (5-jährlich), nach Zeitung   | 18 |
| Abbildung 14: | Mittlere Anzahl von Einzelthemen in einem Beitrag, nach Zeitung und Zeitraum (5-jährlich)   | 19 |
| Abbildung 15: | Einzelthemen im Themenbereich Arbeit und Job, (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)   | 20 |
| Abbildung 16: | Einzelthemen im Themenbereich Frauenrechte und -interessen (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)  | 23 |
| Abbildung 17: | Einzelthemen im Themenbereich Frauenpolitik (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)   | 26 |
| Abbildung 18: | Einzelthemen im Themenbereich Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)   | 28 |
| Abbildung 19: | Einzelthemen im Themenbereich Reproduktionsarbeit (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)   | 30 |
| Abbildung 20: | Einzelthemen im Themenbereich Gewalt (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)  | 32 |
| Abbildung 21: | Einzelthemen im Themenbereich Sonstige Lebensbereiche (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)   | 34 |
| Abbildung 22: | Einzelthemen im Themenbereich Spezifische Frauengruppen (Mehrfachzählungen pro Beitrag möglich)   | 36 |
| Abbildung 23: | Anteil der Beiträge mit visuellen Gestaltungselementen (Bild, Grafik), nach Zeitung und Zeitraum (5-jährlich)   | 38 |
| Abbildung 24: | Bildart, nach Zeitraum (5-jährlich)   | 41 |
| Abbildung 25: | Institutionen, Anzahl des Vorkommens in allen Beiträgen, nach Zeitung, nach Zeitung   | 50 |
| Abbildung 26: | Institutionen, Vorkommen in allen Beiträgen, relative Anteile im jeweiligen Zeitraum (5-jährlich)   | 51 |
| Abbildung 27: | Personen, Anzahl des Vorkommens in allen Beiträgen (Absolutzahlen)  | 52 |

|  |    |
|--|----|
| Abbildung 28: Tätigkeitsbereich der genannten Personen, nach Zeitung   | 53 |
| Abbildung 29: Tätigkeitsbereich der genannten Personen, Vorkommen in allen Beiträgen, relative Anteile im jeweiligen Zeitraum (5-jährlich) | 54 |

## 6.2 Tabellenverzeichnis

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| Tabelle 1:  | Überblick: Frauentagsbezogene Beiträge in Woman   | 13 |
| Tabelle 2:  | Cartoons zum Thema Frauentag / allgemeine frauenpolitische Forderungen in den erhobenen Medien                          | 40 |
| Tabelle 3:  | Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Arbeit und Beruf" – Headline, nach Zeitung und Jahr                      | 4  |
| Tabelle 4:  | Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Frauenrechte und -interessen" – Headline, nach Zeitung und Jahr          | 5  |
| Tabelle 5:  | Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Frauenpolitik" – Headline, nach Zeitung und Jahr                         | 5  |
| Tabelle 6:  | Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit" – Headline, nach Zeitung und Jahr | 6  |
| Tabelle 7:  | Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Reproduktionsarbeit" – Headline, nach Zeitung und Jahr                   | 6  |
| Tabelle 8:  | Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Gewalt" – Headline, nach Zeitung und Jahr                                | 6  |
| Tabelle 9:  | Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Andere Lebensbereiche" – Headline, nach Zeitung und Jahr                 | 7  |
| Tabelle 10: | Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "spezifische Frauengruppen" – Headline, nach Zeitung und Jahr             | 7  |

### 6.3 Analyseraster der quantitativen Auswertung der Beiträge in den Tageszeitungen

#### Formale Charakteristik des Beitrags

| Erscheinungsdatum      |   |
|------------------------|---|
| Laufende Nr            |   |
| Jahr                   |   |
| Zeitung                | <input type="checkbox"/> Krone <input type="checkbox"/> Standard <input type="checkbox"/> Woman |
| Erscheinungstag        | <input type="checkbox"/> 7.März   |
|                        | <input type="checkbox"/> 8.März   |
|                        | <input type="checkbox"/> 9.März   |
| Überschrift / Headline |   |

| Art des Texts            |                    |
|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | Artikel, Reportage |
| <input type="checkbox"/> | Kurzmeldung        |
| <input type="checkbox"/> | Kolumne, Meinung   |

| Umfang & Kontext                              |   |
|---|---|
| Länge in Zeilen                               |   |
| Bild  | <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein |
| Grafik  | <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein |
| Andere frauenbezogene Beiträge auf der Seite? | <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein |

| AutorIn             |   |                          |
|---------------------|---|--------------------------|
| Namentlich genannt? | <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein |                          |
| WENN JA:            | Anzahl Frau(en)   |                          |
|                     | Anzahl Männer   |                          |
|                     | Geschlecht nicht kenntlich                                | <input type="checkbox"/> |
| WENN NEIN:          | APA   | <input type="checkbox"/> |
|                     | Keine Angabe  | <input type="checkbox"/> |

**Inhalt des Beitrags**

| Journalistische Stilmittel, Textstil |   |  |
|--------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/>             | Meldung – Berichterstattung über ein Ereignis (punktuelle Anlass, Beitrag gibt wieder, was dort passierte / gesagt wurde / diskutiert wurde, ...)   |  |
| <input type="checkbox"/>             | Reportage über ein Thema / Fragestellung (stärker interpretierend, ev. verschiedene Infoquellen, verschiedene Aspekte eines Themas werden angesprochen, Einordnungen / Relationen vorgenommen...) |  |
| <input type="checkbox"/>             | Kommentar, allgemeine Reflexion, „Sinnieren“  |  |
| <input type="checkbox"/>             | Falldarstellung / individuelle Betroffenheiten  |  |
| <input type="checkbox"/>             | Personenportrait  | → bei „Personen“ Informationen über die portraitierte / interviewte Person eingeben! |
| <input type="checkbox"/>             | Interview   |  |

| Gesamtkontext des Beitrags |  |               |
|----------------------------|--|---------------|
| <input type="checkbox"/>   | Wien   |               |
| <input type="checkbox"/>   | Anderes Bundesland                             |               |
| <input type="checkbox"/>   | Österreich                                     |               |
| <input type="checkbox"/>   | Ausland  | Welches Land? |
| <input type="checkbox"/>   | Kein regionaler / örtlicher Kontext erkennlich |               |

| Namentlich genannte Institutionen (Name kommt im Beitrag vor) |  |
|---|--|
| Institutionen   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |

## WENN INTERVIEW / PERSONENPORTRAIT

| InterviewpartnerIn, portraitierte Person |      |   |         |                              |         |  |
|--|------|---|---------|------------------------------|---------|--|
|  | Name | Geschl.   | Bereich | Funktion, Sparte, Disziplin* | Kontext |  |
| IP                                       |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |  |

## ALLE

| Im Beitrag namentlich genannte Personen (Name kommt im Beitrag vor, in dieser Reihenfolge) |      |   |         |                              |         |         |
|--|------|---|---------|------------------------------|---------|---------|
|  | Name | Geschl.   | Bereich | Funktion, Sparte, Disziplin* | Kontext | Aktiv?* |
| Person1  |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person2  |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person3  |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person4  |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person5  |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person6  |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person7  |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person8  |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person9  |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person10   |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person11   |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |
| Person12   |      | <input type="checkbox"/> m <input type="checkbox"/> w |         |                              |         |         |

\* zb bei PolitikerIn, AktivistIn: Funktionsbezeichnung; bei KünstlerIn: Kunstsparte; bei WissenschaftlerIn: Disziplin, ....

\*\* aktiv: Person tritt aktiv in Erscheinung, wird wörtlich oder indirekt zitiert; passiv: es wird über die Person berichtet

### Themen des Beitrags, manifeste Inhalte - worum geht's?

| Arbeit & Job             |   |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Berufswahl  |
| <input type="checkbox"/> | Frauenerwerbstätigkeit, Arbeitslosigkeit            |
| <input type="checkbox"/> | Karriere  |
| <input type="checkbox"/> | Vereinbarkeit                                       |
| <input type="checkbox"/> | Arbeitszeit   |
| <input type="checkbox"/> | Einkommen(sschere)                                  |
| <input type="checkbox"/> | Pension   |
| <input type="checkbox"/> | Betriebliche Frauenförderung                        |
| <input type="checkbox"/> | Frauen in Entscheidungs-/Führungspositionen, Quoten |
| <input type="checkbox"/> |   |

| Reproduktionsbereich     |                                    |
|--------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Kinderbetreuung                    |
| <input type="checkbox"/> | Unbezahlte Hausarbeit              |
| <input type="checkbox"/> | Verteilung von Arbeit, halbe/halbe |
| <input type="checkbox"/> | Männerkarenz, Väterbeteiligung     |
| <input type="checkbox"/> |                                    |

| Gewalt gegen Frauen      |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | (Sexuelle) Selbstbestimmung, Zwangsehe |
| <input type="checkbox"/> | Gewalt                                 |
| <input type="checkbox"/> |  |

| Sonstige Lebensbereiche  |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Gesundheit                  |
| <input type="checkbox"/> | Schönheit, Beauty, Wellness |
| <input type="checkbox"/> | Freizeit, Veranstaltungen   |
| <input type="checkbox"/> |                             |

| Frauen, Öffentlichkeit und Politik – Sichtbarkeit |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/>                          | Frauen in Männerjobs   |
| <input type="checkbox"/>                          | Weibliche Rolemodels, Vorbilder                              |
| <input type="checkbox"/>                          | Verteilung von Ressourcen und Macht (z.B. Frauenquoten, ...) |

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Frauen in der Wissenschaft                  |
| <input type="checkbox"/> | Frauen in der Technik                       |
| <input type="checkbox"/> | Frauen in der Kunst                         |
| <input type="checkbox"/> | Frauen in der Wirtschaft                    |
| <input type="checkbox"/> | Frauen in der Politik                       |
| <input type="checkbox"/> | Frauen in Sicherheit/Polizei/Heer           |
| <input type="checkbox"/> | Frauen im Journalismus und Medienwirtschaft |
| <input type="checkbox"/> |   |

#### **Spezifische (marginalisierte) Frauengruppen**

|                          |                        |
|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Migrantinnen           |
| <input type="checkbox"/> | Opfer von Gewalt       |
| <input type="checkbox"/> | Frauen mit Behinderung |
| <input type="checkbox"/> |                        |

#### **Frauenrechte & Fraueninteressen**

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Historisches zu Frauenrechten  |
| <input type="checkbox"/> | Vertretung von Frauenrechten und Fraueninteressen (Gleichbehandlungsanwaltschaft, Frauenministerium, AK, MA57,...) |
| <input type="checkbox"/> | Internationaler Frauentag - Hintergründe, Historisches   |
| <input type="checkbox"/> | Internationaler Frauentag in anderen Ländern   |
| <input type="checkbox"/> | Frauenhäuser   |
| <input type="checkbox"/> | Frauenspezifische Einrichtung, Beratung, Angebote, Freiraum  |
| <input type="checkbox"/> |  |

#### **Frauenpolitik in Österreich, frauenpolitische Forderungen**

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Statistiken - Österreich im europäischen / globalen Vergleich   |
| <input type="checkbox"/> | Feminismus (kommt als Thema vor)  |
| <input type="checkbox"/> | Beurteilung politischer Maßnahmen für Frauen  |
| <input type="checkbox"/> | Gender Mainstreaming (kommt als Thema vor) – Bereich (zb. Gender Medicine, Geschlechtergerechte Pädagogik, ...) |
| <input type="checkbox"/> | Frauenvolksbegehren   |
| <input type="checkbox"/> | Konkrete Forderungen – Bereich (zb. Arbeitsmarkt, ...)  |
|                          |   |

#### **Auf welcher Ebene wird das Thema behandelt?**

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Persönlich, Alltag, Fallgeschichte, Ereignis, unmittelbar |
| <input type="checkbox"/> | Gesellschaftlich - politisch                              |

|                          |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Abstrakt - wissenschaftlich |
|--------------------------|-----------------------------|

| Kommt der Begriff „(internationaler) Frauentag“ vor? |                |
|--|----------------|
| <input type="checkbox"/>                             | Nein           |
| <input type="checkbox"/>                             | Ja - wo?       |
| <input type="checkbox"/>                             | In Schlagzeile |
| <input type="checkbox"/>                             | In Untertitel  |
| <input type="checkbox"/>                             | In Teaser      |
| <input type="checkbox"/>                             | In Bericht     |

### Angeschlossenes Bild / Foto

| Wer / was ist zu sehen? |   |
|-------------------------|---|
| Menschen?               | <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein |
| WENN NEIN:              | Was ist zu sehen?   |

WENN JA:

| Wie viele?               |                                    |
|--------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Anzahl Frau(en)                    |
| <input type="checkbox"/> | Anzahl Männ(er)                    |
| <input type="checkbox"/> | Geschlecht nicht kenntlich; Anzahl |

| „Welche?“                |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Namentlich genannte Person(en), bekannt, in Funktion; Anzahl |
| <input type="checkbox"/> | „Alltagsmenschen“; Anzahl                                    |

| Bildart                  |                      |                          |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Posing für Foto      |                          |
| <input type="checkbox"/> | Portrait, Pressefoto |                          |
| <input type="checkbox"/> | Bei Tätigkeit        | Was tut/n die Person/en? |

## 6.4 Titellisten

**Tabelle 3: Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Arbeit und Beruf" –  
Headline, nach Zeitung und Jahr**

| Arbeit und Beruf  |  |   |
|---|--|---|
| Krone   | 1998                                       | Frauen glücklicher als einst ihre Mütter                        |
|   | 2000                                       | Zurück an den Herd  |
|   | 2007                                       | Eine kleine Geschichte zum Frauentag                            |
| Mehr Wissen lässt Chancen der Frauen auf Arbeitsmarkt steigen |  |   |
| Standard  | 1994                                       | "Der Hammer ist ärger, als wir alle denken"                     |
|   | 1995                                       | Management im Minutentakt                                       |
|   |  | Zu wenige Kindergärten: "Pferdefuß" für Frauen                  |
|   | 1996                                       | Ein Sonderzug zum Frauentag                                     |
|   | 1997                                       | Volksbegehren: Männer für Frauen                                |
|   |  | "Nicht gläserne Decke - ein Kristallblock"                      |
|   | 2003                                       | Frauen in Teilzeitjobs zwischen Sachzwängen und Wunsch          |
|   |  | Steiniger Weg zum persönlichen Erfolg                           |
|   | 2005                                       | Ein geschlechter(un)gerechtes Budget                            |
|   |  | Immer weniger Mütter zurück am Arbeitsmarkt                     |
|   | 2006                                       | Masterplan zum Wiedereinstieg                                   |
|   |  | Österreich ist deutlich unter EU-Niveau                         |
|   | 2007                                       | Wenn Perspektiven fehlen  |
|   |  | Edith Goldeband   |
|   |  | Edith Tutsch-Bauer  |
|   |  | Einkommensschere: "Österreich tut wenig"                        |
|   |  | EU-Studie: Österreich bei Frauenlöhnen abgeschlagen             |
|   |  | Ganz oben ist es sehr männlich                                  |
|   |  | Gleiches wollen, Gleiches tun                                   |
|   |  | Iris Ortner   |
|   |  | Katrin Hager und Stephanie Schill                               |
|   |  | Leitl will "Nichtausstiegsprogramm" statt Prölls "Müttergehalt" |
|   |  | Müttertag lässt grüßen  |
|   |  | Nationaler Aktionsplan gefordert                                |
|   | viel Ehr', wenig Lohn                      |   |
|   | Weltweit mehr Frauen arbeitslos als Männer |   |
|   | 2008                                       | "Keine Quotenfrauen"  |
|   |  | Quoten, Suffragetten, Papakinder                                |
|   |  | Wertschätzung statt Kinderkrippen                               |
|   |  | Wozu ein Frauentag? - pro und kontra                            |
|   | 2009                                       | "Nur mit Kooperation geht es nicht"                             |
|   |  | "Vielfalt kann nur nutzbringend sein"                           |
|   |  | And I am a material Girl  |
|   |  | Frauentag I: Quote mit Strafoption für Firmen                   |
|   | 2010                                       | Frauentag II: Quote zur Gleichstellung an den Unis              |
|   |  | "Bügelt jemand von Ihnen?"                                      |
| "Es geht zögerlich in Richtung Gleichstellung"                |  |   |
| Heer nicht attraktiv für Frauen                               |  |   |
| Österreich auf dem drittletzten Platz                         |  |   |

Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Beschränkung auf Beiträge mit max. 2 berührten Themenbereichen

**Tabelle 4: Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Frauenrechte und -interessen" – Headline, nach Zeitung und Jahr**

| Frauenrechte und -interessen |                          |   |
|------------------------------|--------------------------|---|
| Krone                        | 1990                     | Frauen sind immer noch diskriminiert                          |
|                              | 2006                     | Mädchenbräute in Indien                                       |
|                              | 2007                     | Mehr Wissen lässt Chancen der Frauen auf Arbeitsmarkt steigen |
|                              | 2009                     | Frauen ins Wiener Rathaus                                     |
| Standard                     | 1992                     | Frauen-Messe  |
|                              | 1995                     | Amnesty beginnt Kampagne für Frauenrechte                     |
|                              | 1998                     | Fünf Jahre "Ega": Wiener Frauenzentrum feiert                 |
|                              | 2000                     | "Frauenoffensive" protestiert gegen die Regierung             |
|                              | 2002                     | Mütter Courage  |
|                              |                          | Frauenverträglichkeitsprüfung                                 |
|                              | 2006                     | Lücken im Unterhaltsrecht schließen                           |
|                              |                          | Masterplan zum Wiedereinstieg                                 |
|                              | 2007                     | Nationaler Aktionsplan gefordert                              |
|                              |                          | Wissen - Neue Aufgaben  |
|                              | 2008                     | Quoten, Suffragetten, Papakinder                              |
|                              |                          | Wozu ein Frauentag? - pro und kontra                          |
| 2009                         | Die Zukunft ist weiblich |   |

Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Beschränkung auf Beiträge mit max. 2 berührten Themenbereichen

**Tabelle 5: Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Frauenpolitik" – Headline, nach Zeitung und Jahr**

| Frauenpolitik |                                       |   |
|---------------|---------------------------------------|---|
| Krone         | 1992                                  | Türschlösser mit Kleber verpickt                                  |
| Standard      | 1995                                  | Amnesty beginnt Kampagne für Frauenrechte                         |
|               | 1997                                  | Volksbegehren: Männer für Frauen                                  |
|               | 1998                                  | Preis für Salzburger Historikerin                                 |
|               | 2000                                  | "Frauenoffensive" protestiert gegen die Regierung                 |
|               | 2003                                  | Frauen in Teilzeitjobs zwischen Sachzwängen und Wunsch            |
|               | 2004                                  | Frauenverträglichkeitsprüfung                                     |
|               | 2005                                  | Ein geschlechter(un)gerechtes Budget                              |
|               |                                       | Immer weniger Mütter zurück am Arbeitsmarkt<br>Superfrauenpolitik |
|               | 2006                                  | Männlich besetzte Forschungsspitze                                |
|               |                                       | Österreich ist deutlich unter EU-Niveau                           |
|               | 2007                                  | Einkommensschere: "Österreich tut wenig"                          |
|               |                                       | EU-Studie: Österreich bei Frauenlöhnen abgeschlagen               |
|               |                                       | Ganz oben ist es sehr männlich                                    |
|               |                                       | Weltweit mehr Frauen arbeitslos als Männer                        |
|               | 2008                                  | Wissen - Neue Aufgaben  |
|               |                                       | SP-Frauen für Reform des Unterhaltsrechts                         |
|               | 2009                                  | And I am a material Girl  |
|               |                                       | Frauentag I: Quote mit Strafoption für Firmen                     |
| 2010          | Die vielen Arten, lesbisch zu sein    |   |
|               | Österreich auf dem drittletzten Platz |   |

Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Beschränkung auf Beiträge mit max. 2 berührten Themenbereichen

**Tabelle 6: Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit" – Headline, nach Zeitung und Jahr**

| Öffentlichkeit, Politik, Sichtbarkeit              |                                 |  |
|--|---------------------------------|--|
| Krone  | 2007                            | Wenn Damen die Quetschn hart anfassen      |
|  | 1992                            | Frauen-Messe                               |
| Standard   | 1998                            | Preis für Salzburger Historikerin          |
|  | 2003                            | "Nicht gläserne Decke - ein Kristallblock" |
|  |                                 | Steiniger Weg zum persönlichen Erfolg      |
|  | 2006                            | Männlich besetzte Forschungsspitze         |
|  |                                 | Wenn Perspektiven fehlen                   |
|  | 2007                            | Amélie Mauresmo                            |
|  |                                 | Edith Goldeband                            |
|  |                                 | Edith Tutsch-Bauer                         |
|  |                                 | Gleiches wollen, Gleiches tun              |
|  |                                 | Iris Ortner                                |
|  |                                 | Katrin Hager und Stephanie Schill          |
|  | 2009                            | "Nur mit Kooperation geht es nicht"        |
|  |                                 | "Vielfalt kann nur nutzbringend sein"      |
|  |                                 | Die Zukunft ist weiblich                   |
|  |                                 | Frauenerfolge nach doppeltem Handicap      |
| Frauentag II: Quote zur Gleichstellung an den Unis |                                 |  |
| 2010   | Heer nicht attraktiv für Frauen |  |

Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Beschränkung auf Beiträge mit max. 2 berührten Themenbereichen

**Tabelle 7: Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Reproduktionsarbeit" – Headline, nach Zeitung und Jahr**

| Reproduktionsarbeit |      |   |
|---------------------|------|---|
| Krone               | 1990 | Frauen sind immer noch diskriminiert                            |
|                     | 2000 | Zurück an den Herd  |
| Standard            | 1994 | "Der Hammer ist ärger, als wir alle denken"                     |
|                     | 1995 | Management im Minutentakt                                       |
|                     |      | Zu wenige Kindergärten: "Pferdefuß" für Frauen                  |
|                     | 1996 | Ein Sonderzug zum Frauentag                                     |
|                     | 2005 | Superfrauenpolitik  |
|                     | 2006 | Lücken im Unterhaltsrecht schließen                             |
|                     |      | Frauentag in Bildern  |
|                     | 2007 | Leitl will "Nichtausstiegsprogramm" statt Prölls "Müttergehalt" |
|                     |      | Müttertag lässt grüßen  |
|                     |      | viel Ehr', wenig Lohn   |
|                     | 2008 | "Keine Quotenfrauen"  |
|                     |      | SP-Frauen für Reform des Unterhaltsrechts                       |
|                     |      | Wertschätzung statt Kinderkrippen                               |
|                     | 2010 | "Bügelt jemand von Ihnen?"                                      |
|                     |      | "Es geht zögerlich in Richtung Gleichstellung"                  |

Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Beschränkung auf Beiträge mit max. 2 berührten Themenbereichen

**Tabelle 8: Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Gewalt" – Headline, nach Zeitung und Jahr**

| Gewalt   |      |                                      |
|----------|------|--------------------------------------|
| Krone    | 1992 | Türschlösser mit Kleber verpickt     |
|          | 2006 | Mädchenbräute in Indien              |
|          | 2007 | Eine kleine Geschichte zum Frauentag |
| Standard | 1993 | "Stoppt den Krieg gegen die Frauen!" |
|          | 2007 | Amélie Mauresmo                      |
|          | 2010 | Die vielen Arten, lesbisch zu sein   |

Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Beschränkung auf Beiträge mit max. 2 berührten Themenbereichen

**Tabelle 9: Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "Andere Lebensbereiche" – Headline, nach Zeitung und Jahr**

| Andere Lebensbereiche |      |   |
|-----------------------|------|---|
| Krone                 | 1998 | Frauen glücklicher als einst ihre Mütter      |
|                       | 2007 | Wenn Damen die Quetschn hart anfassen         |
|                       | 2009 | Frauen ins Wiener Rathaus                     |
| Standard              | 1993 | "Stoppt den Krieg gegen die Frauen!"          |
|                       | 1998 | Fünf Jahre "Ega": Wiener Frauenzentrum feiert |
|                       | 2007 | Frauentag in Bildern                          |

Quelle: L&R Datafile 'Medienanalyse Frauentag', 2010; Beschränkung auf Beiträge mit max. 2 berührten Themenbereichen

**Tabelle 10: Titelliste für Beiträge mit dem Themenbereich "spezifische Frauengruppen" – Headline, nach Zeitung und Jahr**

| Spezifische Frauengruppen |      |                                       |
|---------------------------|------|---------------------------------------|
| Standard                  | 2002 | Mütter Courage                        |
|                           | 2009 | Frauenerfolge nach doppeltem Handicap |

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006