



Eidgenössische Kommission für Frauenfragen
Commission fédérale pour les questions féminines
Commissione federale per le questioni femminili
Cummissiun federala per dumondas da las dunnas

Blickfeld Gender

13 Empfehlungen für Medienschaffende zu den eidgenössischen Wahlen 2003

Medienpräsenz ist für Politikerinnen und Politiker ein entscheidendes Erfolgskriterium. Nur wer in Zeitungen, Radio und Fernsehen präsent ist, wird von den Wahlberechtigten auch wahrgenommen. Bereits beim Aufbau von Kandidaturen werden in den Medien entscheidende Weichen für den Wahlerfolg gestellt. Journalistinnen und Journalisten wählen im Wahlkampf aus, über welche Themen und Personen sie berichten. Um eine gleichberechtigte Präsenz von Frauen und Männern zu erreichen, braucht es deshalb eine bewusste Planung. Das Engagement der Medien ist ein wichtiges Signal für die Parteien und die Öffentlichkeit.

Empfehlungen für die Wahlberichterstattung

- **1. Zielsetzung.** Die Medienverantwortlichen setzen sich zum Ziel, den Frauen im Wahlkampf einen gleichberechtigten Platz einzuräumen und ihnen in den Wahlbeiträgen so viel Raum und Zeit zur Verfügung zu stellen wie den Männern.
- **2. Konzept.** Die Redaktionen erstellen ein Konzept für die gesamte Wahlberichterstattung, das dem Postulat der Gleichstellung der Geschlechter Rechnung trägt.
- **3. Verbindlichkeit.** Die Medienverantwortlichen kommunizieren den Parteien und der Öffentlichkeit, dass sie bei allen wahlbezogenen Sendungen und Beiträgen auf die gleichberechtigte Teilnahme von Frauen und Männern achten.
- **4. Hintergrundinformation und Analyse.** Die Medien geben frühzeitig Hintergrundinformationen und liefern Analysen zur politischen Partizipation von Frauen und Männern. Aktuelle Ereignisse werden in diesen Kontext gestellt.
 - Noch bevor die Parteien ihre Kandidatinnen und Kandidaten bestimmen, zeigen die Medien die Untervertretung der Frauen in der Politik auf und analysieren die Unterschiede zwischen den Parteien und Regionen.
 - Sie informieren die Wählerinnen und Wähler, wie die Parteien Gleichstellungsfragen in der Partei und in der Gesellschaft angehen.
 - Sie analysieren die Wahlvorschläge der Parteien: Wie gross ist der Anteil der Kandidatinnen? Wie hat er sich im Vergleich zu früheren Wahlen entwickelt? Was zeigt der Vergleich mit anderen Parteien?
 - Sie vergleichen die Präsenz der Frauen auf den Wahllisten mit ihren effektiven Wahlchancen.
- **5. Kandidatinnen und Kandidaten.** Die Redaktionen sorgen dafür, dass Kandidatinnen und Kandidaten bei den Wahlbeiträgen paritätisch, mindestens aber entsprechend ihrem Anteil auf den Wahllisten vertreten sind.
- **6. Neu Kandidierende.** Die Medien stellen vermehrt auch neu kandidierende Frauen vor. Bislang konzentrierte sich die Berichterstattung auf wieder kandidierende Politikerinnen und Politiker, die mit ihrem «Bisherigen-Bonus» in der Regel einen höheren Bekanntheitsgrad und bessere Wahlchancen haben als neu Kandidierende. Dies benachteiligt Frauen, da sie unter den Bisherigen deutlich schwächer vertreten sind als auf den Wahllisten.
- **7. Themen.** Die Medienschaffenden befragen Frauen und Männer zu den gleichen politischen Sachgebieten.
- **8. Redezeiten.** Die elektronischen Medien sorgen dafür, dass die Redezeiten gleichmässig auf Frauen und Männer verteilt sind.
- **9. Evaluation.** Bei der Auswertung der Wahlberichterstattung wird auch die Medienpräsenz der Kandidatinnen und Kandidaten evaluiert.¹ Die Ergebnisse werden in den Redaktionen und Leitungsgremien besprochen. Aufgrund der Analyse wird die Berichterstattung über die Wahlen weiter optimiert.

Allgemeine Empfehlungen

- **10. Interne Gleichstellung.** Die Medienverantwortlichen sorgen dafür, dass die Förderung der Chancengleichheit der Geschlechter fester Bestandteil der Unternehmenspolitik und -kultur ist. Von zentraler Bedeutung ist, dass konkrete Massnahmen getroffen werden und ihre Wirkung regelmässig kontrolliert wird.
- **11. Weiterbildung.** Die Medienschaffenden befassen sich mit Gleichstellungsfragen und der Situation von Frauen und Männern in der Gesellschaft. In internen und externen Weiterbildungsangeboten werden Grundlagen vermittelt für eine Berichterstattung ohne Geschlechterstereotype und für die Verwendung einer geschlechtergerechten Sprache.
- **12. Expertinnen und Experten.** Die Medienschaffenden legen eine Liste mit Expertinnen und Experten zu den verschiedenen Sachthemen an. Wenn ein Thema aktuell wird, laden sie gleich viele Expertinnen wie Experten als Studiogäste ins Radio und Fernsehen ein. Für Beiträge und Interviews in den Printmedien, im Radio und Fernsehen befragen sie Frauen und Männer zu den gleichen Themen. Sie vermitteln damit dem Publikum, dass das Wissen und die Sichtweise beider Geschlechter für die Gesellschaft relevant sind.
- **13. Querschnittsthema Gleichstellung.** Die Medien berichten regelmässig über die Entwicklung der Gleichstellung in Politik und Gesellschaft. Sie machen zum Thema, wo und wie sich Frauen politisch engagieren.

¹ Vgl. Eidg. Kommission für Frauenfragen (Hrsg.); Bettina Nyffeler (Autorin): Eidgenössische Wahlen 1999: Medien, Politik und Geschlecht. Geschlechtsspezifische Analyse des Informationsangebots von schweizerischen Fernseh- und Radiostationen mit nationaler Ausstrahlung am Beispiel der Vorwahlsendungen zu den eidgenössischen Wahlen 1999. Bern, 2001. Integralfassung 92 S., Kurzfassung 26 S. Verfügbar auf: www.frauenkommission.ch/publikation_d.htm

Herausgegeben von der
Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen
Schwarztorstrasse 51
3003 Bern

Tel. 031 322 92 75 / Fax 031 322 92 81
ekf@ebg.admin.ch
www.frauenkommission.ch

Diese Empfehlungen für Medienschaffende erscheinen in deutscher, französischer und italienischer Sprache. Sie sind auch auf Internet verfügbar:
www.frauenkommission.ch (Rubrik Publikationen)

Bern, März 2003