



Fakten zur Medienpräsenz von Kandidatinnen

Allgemein

Auch die Schweizer Medien bilden die gesellschaftliche Realität nicht einfach nur ab. Im Gegenteil: Sie geben den Männern einen «Männerbonus», die Frauen dagegen erhalten einen «Frauenmalus». Die Differenz zwischen dem Anteil der Kandidatinnen und ihren Nennungen in den Medien lag bei den letzten nationalen Wahlen zwischen 5 und 10 Prozent. Mit dem Resultat, dass Männer, die 65 Prozent der Kandidaten stellten, in 70–75 Prozent der Wahlberichterstattung vorkamen, während die Frauen, die über einen Kandidatinnenanteil von 35 Prozent verfügten, lediglich 25–30 Prozent der Berichterstattung ausmachten.

Würde dieses Bonus-Malus-System in umgekehrter Richtung wirken, erschiene die Präsenz von Frauen in der Politik mit 45 Prozent Frauen gegenüber 55 Prozent Männern schon viel selbstverständlicher – das nur als kleines Gedankenexperiment.

Ausserdem ist festzustellen, dass in der Wahlberichterstattung die quantitativen Verzerrungen zuungunsten der Kandidatinnen in den vergangenen acht Jahren nur ganz geringfügig abgenommen haben: Das Tempo des Fortschritts hat sich verlangsamt und zum Teil sind sogar Rückschritte zu verzeichnen.

Wie internationale Forschungen belegen, wird bei Kandidatinnen zudem häufiger das Äussere betont, werden berufliche und private Rolle vermischt und sie erscheinen seltener in handlungstragenden Rollen. Ausserdem werden Themen, die vielen Frauen wichtig sind, vernachlässigt. Die «Fremdheit» (Holtz-Bacha) von Frauen in der Politik wird dadurch zusätzlich untermauert. Auf der Seite der Medienschaffenden zeigt sich, dass Journalistinnen den Kandidatinnen nicht «automatisch» gerechter werden.

Printmedien

Die Analyse der Berichterstattung im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2003 von 15 Tages- und Sonntagszeitungen aus allen drei Landesteilen hat folgendes Bild ergeben: Gemessen am durchschnittlichen Kandidatinnenanteil von 35 Prozent waren die kandidierenden Frauen mit einer Präsenz von 25 Prozent der Nennungen in den Personenartikeln zu den Wahlen klar untervertreten. Dieses Ergebnis deckt sich mit der Untersuchung, die schon bei den Wahlen 1995 bei 5 Deutschschweizer Zeitungen durchgeführt wurde.

Elektronische Medien

Die Analyse des Informationsangebots von Schweizer TV- und Radio-Stationen im Vorfeld der Wahlen 2003 hat folgendes gezeigt: Die durchschnittlichen Redeanteile der Kandidatinnen lagen beim TV bei 29 Prozent, beim Radio bei 27 Prozent, womit sie auch in den elektronischen Medien klar untervertreten waren. Besonders schlecht vertreten waren die kandidierenden Frauen bei den privaten Sendern; hier sank ihr Anteil teilweise gar unter 20 Prozent.

Auf der Seite der Medienschaffenden zeigte sich, dass rund zwei Drittel der relevanten Wahl-sendungen von Männern bestritten wurden (was ihrem Anteil im Schweizer Journalismus entspricht); auch hier schnitten die privaten Anbieter wesentlich schlechter ab, Journalistinnen kamen zum Teil überhaupt nicht zu Wort. Positiv fielen Radio DRS 1 auf, wo in der Wahlberichterstattung fast Geschlechterparität erreicht wurde (Redeanteil der Journalistinnen: 47 Prozent) sowie die TV-Sender der Suisse romande, TSR1/TSR2; bei letzteren hatten die Journalistinnen gar einen Redeanteil von 70 Prozent.

Die Wahlen 2003 im Schweizer Fernsehen

TV: Redezeit der Kandidatinnen und Kandidaten nach Sender

TV-Sender	Kandidatinnen		Kandidaten	
	absolut	relativ	absolut	relativ
SF1	2:43:54	42.3%	3:43:49	57.7%
TeleZüri	0:14:22	20.9%	0:54:26	79.1%
Tele Top	0:07:11	17.5%	0:33:50	82.5%
<i>Kandidierende Deutschschweiz</i>		36%		64%
TSR1 / TSR2	3:15:03	32.2%	6:51:16	67.8%
<i>Kandidierende Suisse Romande</i>		33%		67%
TSI 1	1:31:27	26.8%	4:10:12	73.2%
TeleTicino	1:04:29	14.8%	6:12:12	85.2%
<i>Kandidierende Svizzera Italiana</i>		29%		71%
Redezeit Total	8:56:26	28.5%	22:25:45	71.5%
<i>Kandidierende CH</i>		35%		65%

fett: Sender mit angemessener oder guter Frauenpräsenz

kursiv zum Vergleich: Kandidierende nach Sprachregion

Quellen: Stalder 2004 (Integralversion), S. 21; Seitz 2004.

Die Wahlen 2003 im Schweizer Radio

Radio: Redezeit der Kandidatinnen und Kandidaten nach Sender

Radio-Sender	Kandidatinnen		Kandidaten	
	absolut	relativ	absolut	relativ
DRS1	2:36:01	28.6%	6:29:50	71.4%
Radio 24	0:01:44	23.6%	0:05:37	76.4%
<i>Kandidierende Deutschschweiz</i>		36%		64%
La Première	2:26:40	25.7%	7:05:02	74.3%
Radio Lac	0:40:22	26.3%	1:53:14	73.7%
<i>Kandidierende Suisse Romande</i>		33%		67%
Rete Uno	1:51:27	28.7%	4:36:52	71.3%
Radio Fiume Ticino	0:26:36	18.5%	1:57:11	81.5%
<i>Kandidierende Svizzera Italiana</i>		29%		71%
Redezeit Total	8:02:50	26.7%	22:07:46	73.3%
<i>Kandidierende CH</i>		35%		65%

fett: Sender mit angemessener oder guter Frauenpräsenz

kursiv zum Vergleich: Kandidierende nach Sprachregion

Quellen: Stalder 2004 (Integralversion), S. 56; Seitz 2004.

Die Wahlen 2003 in den Schweizer Printmedien

Zeitungen: Medienpräsenz von Kandidatinnen und Kandidaten nach Sprachregion

	Deutsche CH	Französische CH	Italienische CH	Gesamte CH
Medienpräsenz Kandidatinnen	26%	26%	11%	25%
Kandidierende Frauen	36%	33%	29%	35%
Differenz / Untervertretung	- 10%	- 7%	- 18%	- 10%
Medienpräsenz Kandidaten	74%	74%	89%	75%
Kandidierende Männer	64%	67%	71%	65%
Differenz / Übervertretung	+ 10%	+ 7%	+ 18%	+ 10%
Medienpräsenz total n	n=474=100%	n=336=100%	n=79=100%	n=889=100%

Quelle: Hardmeier/Klöti 2004 (Gesamtbericht), Tabelle A-4: Kandidierende nach Geschlecht und Sprachregion, S. 76

Literatur zum Thema

*** = verfügbar auf www.frauenkommission.ch, Rubrik Publikationen

Eidg. Kommission für Frauenfragen / SRG SSR idée suisse / BAKOM (Hg.): **Eidgenössische Wahlen 2003: Medien, Politik und Geschlecht**. Eine geschlechtsspezifische Analyse des Informationsangebots von Schweizer TV- und Radio-Stationen im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2003. Autorin: Sonja Stalder. Bern 2004. Integralfassung (97 S.) und Kurzfassung (30 S.) ***

Eidg. Kommission für Frauenfragen (Hg.): **Präsenz, Themen und Selbstdarstellungsstrategien in der Wahlkampfkommunikation**. Eine Inhaltsanalyse zu Doing Gender bei den eidgenössischen Wahlen 2003. Autorinnen: Sibylle Hardmeier und Anita Klöti. 2004. 108 S. ***

Sibylle Hardmeier und Anita Klöti: **Doing Gender in der Wahlkampfkommunikation?** Eine Analyse zur Herstellung und Darstellung von Geschlecht im Rahmen der Presseberichterstattung zu den eidgenössischen Wahlen 2003. In: Eidg. Kommission für Frauenfragen, Zeitschrift Frauenfragen Nr. 2.2004, S. 11–22. ***

Christina Holtz-Bacha: **Die Darstellung von Politikerinnen in den Medien**. In: Eidg. Kommission für Frauenfragen, Zeitschrift Frauenfragen 1.2003, S. 47–49.

Claudia Weilenmann: **Einleitung zum Schwerpunktthema: Doing Gender in der Wahlkampfkommunikation**. In: Eidg. Kommission für Frauenfragen, Zeitschrift Frauenfragen 2.2004, S.7-8.

Eidg. Kommission für Frauenfragen (Hg.): Merkblatt **Blickfeld Gender – 13 Empfehlungen für Medienschaffende zu den eidgenössischen Wahlen 2003**. ***

Werner Seitz: **Die Frauen bei den eidgenössischen Wahlen 2003: Stolpersteine auf dem Weg zur politischen Gleichstellung**. In: Eidg. Kommission für Frauenfragen, Zeitschrift Frauenfragen 1.2004, S. 51-56. ***

Journalistinnenbund: **Die Präsenz von Frauen in den Nachrichten**. Medienbeobachtungen 2005. Bonn 2006. Verfügbar auf: http://www.journalistinnen.de/verein/pdf/jb_gmmp_2005.pdf

Bern, im Januar 2007