

## Kurzfassung

# Gender und Medien im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2015

Stephanie Fiechtner (MA)  
Prof. Dr. Philomen Schönhagen  
Prof. Dr. Manuel Puppis

unter Mitarbeit der Codierer\_innen Clarisse Aeschlimann, Lilian Blatter, Judith Eichenberger, Mirjam Gerber, Michelle Möri, Tobias Rohrbach, Sarah Schupp, Seline Zehnder

Das Wichtigste in Kürze .....	2
1. Einleitung.....	3
2. Medien, Geschlecht und Politikberichterstattung .....	3
3. Vorgehen, Konzeption und Methode.....	5
4. Zusammenfassung der Ergebnisse .....	7
4.1 Gender in Textbeiträgen .....	7
4.2 Gender in Audio- und Videobeiträgen im SRG-Onlineangebot .....	10
4.3 Gender auf Bildebene .....	11
5. Konklusion.....	13
Zitierte Literatur .....	14

*Das Projekt « Gender und Medien im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2015» wurde durch die Eidgenössische Kommission für Frauenfragen (EKF), das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) sowie die SRG SSR finanziert. Der vollständige Projektbericht kann unter [www.ekf.admin.ch](http://www.ekf.admin.ch) heruntergeladen werden.*

Freiburg/Fribourg, 11.07.2016

## Das Wichtigste in Kürze

Im Auftrag der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen EKF, des Bundesamts für Kommunikation BAKOM und der SRG SSR untersuchte die vorliegende Studie die Darstellung von Kandidatinnen und Kandidaten in der Medienberichterstattung in den vier Wochen vor den eidgenössischen Wahlen 2015. Im Fokus der Studie stand die gendergerechte Darstellung der Kandidierenden, nicht die Wahlberichterstattung an sich.

Analysiert wurden Print- und Onlinemedien aus allen drei Sprachregionen. Dabei wurden die Tageszeitungen NZZ, Tages-Anzeiger, Le Temps, 24 heures und Corriere del Ticino genauso berücksichtigt wie die von jungen Bürgerinnen und Bürgern überdurchschnittlich genutzten Pendlerzeitungen und Onlinemedien 20 Minuten, Blick am Abend, 20 minutes, 20 minuti, 20min.ch, blickamabend.ch, 20min.ch/ro, tio.ch und watson.ch. Zudem wurden im Onlineangebot der SRG SSR (srf.ch, rts.ch, rsi.ch) Textbeiträge und die darin verlinkten Audio- und Videobeiträge einbezogen. Mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse wurden insgesamt 905 Textbeiträge, die darin enthaltenen 351 Bilder mit Kandidierenden sowie 146 Audio- und Videobeiträge untersucht. Für die Deutschschweizer Medien wurden ergänzend 250 Bilder mittels einer qualitativen Bildanalyse vertieft analysiert.

**Der Hauptbefund der Analyse lautet: Kandidatinnen in allen Sprachregionen sind in Textbeiträgen (Print und Online), Audio- und Videobeiträgen sowie auf Bildern im Vergleich zu den Wahllisten unterrepräsentiert. Bei den Kandidierenden, die in den Medien vorkommen, finden sich jedoch fast keine geschlechtsspezifischen Darstellungsmuster.**

Die **Analyse der Textbeiträge** (Print und Online) zeigt:

- Eine Thematisierung und Bewertung von Äusserlichkeiten spielt mit 1 % bis 3 % der Darstellungen weder bei Kandidatinnen noch bei Kandidaten eine grosse Rolle.
- Es gibt kein Thema, das überwiegend Kandidatinnen oder Kandidaten zugeschrieben wird. Die thematische Zuordnung sogenannter ‚harter‘ und ‚weicher‘ Themen zu den Geschlechtern scheint in der Vorwahlberichterstattung aufgebrochen worden zu sein.
- Eine Thematisierung privater Lebensumstände findet so gut wie nicht statt. Wenn doch, dann prozentual etwas häufiger bei Kandidatinnen.
- Sowohl Kandidatinnen als auch Kandidaten werden am häufigsten mit den Attributen stark, rational, aktiv, erfolgreich und authentisch in Zusammenhang gebracht.

Die **Analyse der Audio- und Videobeiträge** im SRG-Onlineangebot zeigt:

- Eine Thematisierung von Äusserlichkeiten fand nur auf srf.ch statt und auch hier in nur vier von 135 Fällen, wobei drei von vier Fällen Kandidaten betreffen.
- Bei der Zuschreibung von Themenschwerpunkten finden sich sprachregionale Unterschiede: Nur auf srf.ch fand sich eine häufigere Zuordnung sogenannter ‚harter‘ Themen zu Kandidaten; die Themenzuschreibung auf rts.ch fand ohne erkennbare Geschlechterunterschiede statt.
- Am häufigsten wurden Kandidierenden die Attribute stark, rational und authentisch zugeschrieben. Kandidaten wurden mit diesen Attribuierungen jeweils etwas häufiger in Zusammenhang gebracht als Kandidatinnen.

Die **Analyse der Bilder** von Kandidierenden zeigt:

- Abbildungen aus dem privaten Kontext Kandidierender werden selten veröffentlicht.
- Durch den Bildausschnitt werden Kandidaten körperbetonter dargestellt als Kandidatinnen.
- Bei der Wahl der Bildperspektive überwiegt die Präsentation auf Augenhöhe (Normalsicht).
- Es können keine signifikanten geschlechtsspezifischen Darstellungsmuster festgestellt werden.

Von der Unterrepräsentation abgesehen, werden Kandidatinnen und Kandidaten in der Vorwahlberichterstattung also überwiegend gleich behandelt. Die Vorwahlberichterstattung unterscheidet sich damit positiv von der generellen Darstellung von Frauen und Männern in Medien.

## 1. Einleitung

Medien können die Vorstellung der Nutzerinnen und Nutzer über jene Gesellschaftsbereiche und Themen prägen, mit denen diese im Alltag wenige Erfahrungen machen. Dies trifft auch auf die Politikberichterstattung zu. Die meisten politischen Ereignisse werden nur medienvermittelt erlebt. Politikberichterstattung hat gerade während Wahl- und Abstimmungskämpfen besondere Relevanz. Um Wahlscheidungen zu treffen und sich ein Bild über die Kandidatinnen und Kandidaten zu machen, bedienen sich Wählerinnen und Wähler (neben anderen Informationsmitteln) der medialen Berichterstattung. Entsprechend wichtig ist eine angemessene Darstellung von Frauen und Männern („gengerechte mediale Repräsentation“) in der Vorwahlberichterstattung.

Zur Medienberichterstattung in der Schweiz meinte der UNO-Ausschuss zur Beseitigung der Diskriminierung der Frau (CEDAW) 2009, „dass Geschlechterstereotype, namentlich in den Medien, weit verbreitet sind. Dies trägt dazu bei, die gesellschaftliche Rolle der Frauen zu verkennen und ihnen den Zugang zu leitenden Stellungen und namentlich zur Politik zu erschweren“. Vor diesem Hintergrund gilt es, spezifisch die für Kandidierende entscheidende Vorwahlberichterstattung genauer zu analysieren.

Die vorliegende Studie untersucht deshalb, wie es in den letzten vier Wochen vor den eidgenössischen National- und Ständeratswahlen 2015 um eine gengerechte mediale Repräsentation stand. Dabei wurde medienübergreifend vorgegangen. Einerseits wurde eine quantitative Inhaltsanalyse ausgewählter Medien in der Deutschschweiz, der Suisse romande und der Svizzera italiana durchgeführt. Berücksichtigt wurden klassische Printzeitungen, Onlinemedien, aber auch Video- und Audiobeiträge im Onlinangebot der SRG SSR. Im Zentrum stand folgende Frage:

*Welche Kandidatinnen und Kandidaten welcher Parteien kommen in den letzten vier Wochen des Wahlkampfes in den untersuchten Medien in welchem Umfang und zu welchen Themen zu Wort oder sind Gegenstand der Berichterstattung?*

Andererseits wurden eine quantitative und eine qualitative Bildanalyse durchgeführt, um die bildliche Repräsentation von Kandidierenden für den National- und Ständerat zu untersuchen. Folgende Fragen waren dabei von Interesse:

*Wie werden Frauen und Männer im Allgemeinen bzw. Kandidatinnen und Kandidaten in der Wahlberichterstattung bildlich dargestellt? Wie häufig, in welchem Verhältnis und in welchen Kontexten werden Kandidatinnen und Kandidaten abgebildet? Werden dabei geschlechtsspezifische Darstellungsarten bzw. Geschlechterstereotypen verwendet?*

## 2. Medien, Geschlecht und Politikberichterstattung

Zwei Aspekte sind zentral, wenn man die Darstellung von Kandidatinnen und Kandidaten in der Schweizer Vorwahlberichterstattung untersucht. Zum einen interessiert, inwiefern die Darstellung der Medien mit den Verhältnissen auf den Wahllisten übereinstimmt (sogenannter Gleichheitsansatz). Zum anderen weiss man heute, dass Medien durch ihre Bilder und Geschichten daran mitwirken, was unter typisch männlich oder typisch weiblich verstanden wird (sogenannter De/Konstruktivismus).

Politikerinnen und Politiker sind auf eine gewisse Medienpräsenz angewiesen, denn Wählerinnen und Wähler erleben Politik vor allem über Medien. Wie Politikerinnen und Politiker im Zusammenhang mit ihrem Geschlecht in den Medien dargestellt werden, ist deshalb von entscheidender Bedeutung. Für die Schweiz wurde sowohl in der tagesaktuellen, allgemeinen Berichterstattung<sup>1</sup> als auch in der politischen

---

<sup>1</sup> zuletzt GMMP 2015

Vorwahlberichterstattung wiederholt eine mediale Unterrepräsentation von Frauen bzw. Kandidatinnen festgestellt.<sup>2</sup> Die letzte Untersuchung zur Vorwahlberichterstattung in der Schweiz wurde zu den eidgenössischen Wahlen 2003 durchgeführt und liegt damit bereits über zehn Jahre zurück. Eine erneute Untersuchung erscheint unter Berücksichtigung aktueller internationaler Studien zur gendergerechten Berichterstattung über Politikerinnen und Politiker notwendig.

Die internationale Forschung zeigt dabei zwei zentrale Ergebnisse auf: Zum einen werden Politikerinnen erfreulicherweise immer häufiger gleich behandelt wie ihre männlichen Kollegen. Zum anderen gibt es noch immer verschiedene Aspekte, bei denen Frauen in den Medien anders dargestellt und behandelt werden als Männer. Diese beiden Ergebnisse werden in so gut wie allen aktuellen Studien genannt.

Zunächst zu den positiven Ergebnissen: Für deutsche Onlinemedien wurden 2014 weniger stereotypisierende Darstellungen gefunden als in früheren Studien zu klassischen Printmedien. Die Autorinnen führten dies unter anderem darauf zurück, dass in Onlinemedien mehr Platz zur Verfügung steht und dadurch verkürzende und ggf. stärker stereotypisierende Tendenzen aufgefangen werden könnten. Die deutschsprachige Forschung stellt eine Versachlichung in dem Sinne fest, dass Medien Politikerinnen seltener traditionell weibliche Rollen zuschreiben als früher und stärker auf politische Sachthemen eingehen. Auch die Vielfalt der Themen, mit denen Politikerinnen in Zusammenhang gebracht werden, ist grösser als früher. Politikerinnen werden nicht mehr in erster Linie sozialpolitische Themen wie Familie oder Gesundheit zugeschrieben. Weiter hat sich auch verändert, wie oft über Politikerinnen berichtet wird. Studien zeigten, dass über Angela Merkel und Hillary Clinton vor den jeweiligen Wahlen ebenso häufig berichtet wurde wie über ihre männlichen Herausforderer. Eine aktuelle Studie zur spanischen Presse stellte fest, dass Ministerinnen erstmals häufiger zitiert wurden als Minister.

Für Politikerinnen und Kandidatinnen zeigten sich aber andererseits auch folgende Ergebnisse: Die spanischen Ministerinnen werden zwar häufiger zitiert als ihre männlichen Kollegen, gleichzeitig aber auch häufiger im Zusammenhang mit ihrem Privatleben thematisiert, und ihr Geschlecht wird häufiger erwähnt als bei Männern. Im Fall der französischen Präsidentschaftskandidatin Ségolène Royal wurde weniger häufig und gleichzeitig negativer in den Medien berichtet als über Nicolas Sarkozy. Auch die Berichterstattung über die chilenische Präsidentschaftskandidatin Michelle Bachelet betonte als typisch weiblich geltende Eigenschaften wie Mitgefühl und Fürsorge.<sup>3</sup> In Bezug auf die genannten Aspekte war die Berichterstattung über Politikerinnen und Kandidatinnen folglich noch geschlechtsspezifisch.

Auf der einen Seite können somit Veränderungen bei der Darstellung von Politikerinnen und Politikern festgestellt werden, auf der anderen Seite finden sich noch immer als ‚typisch weiblich‘ zu bezeichnende Zuschreibungen. „In ihrer politischen Karriere müssen sich Frauen nicht nur in der Konkurrenz mit Männern durchsetzen, sondern sie kämpfen auch mit gesellschaftlichen Stereotypen.“<sup>4</sup>

Vor dem Hintergrund realer politischer Veränderungen (tatsächlicher Anteil Kandidatinnen auf den Wahllisten) und den Ergebnissen der letzten Studien wird deshalb untersucht, ob die Unterrepräsentation von Kandidatinnen in der Vorwahlberichterstattung zu den eidgenössischen Wahlen 2015 weiter Bestand hat oder ob sich die Medienwirklichkeit an gesellschaftliche Realitäten angeglichen hat.

Nachfolgend werden Vorgehen und Konzeption der Studie erläutert. Die untersuchten Medien werden aufgezeigt und kurz sowohl die quantitative Inhaltsanalyse als auch auf die qualitative Bildanalyse vorgestellt.

---

<sup>2</sup> vgl. Hardmeier/Klöti 2004; Stalder 2004; Nyffeler 2001

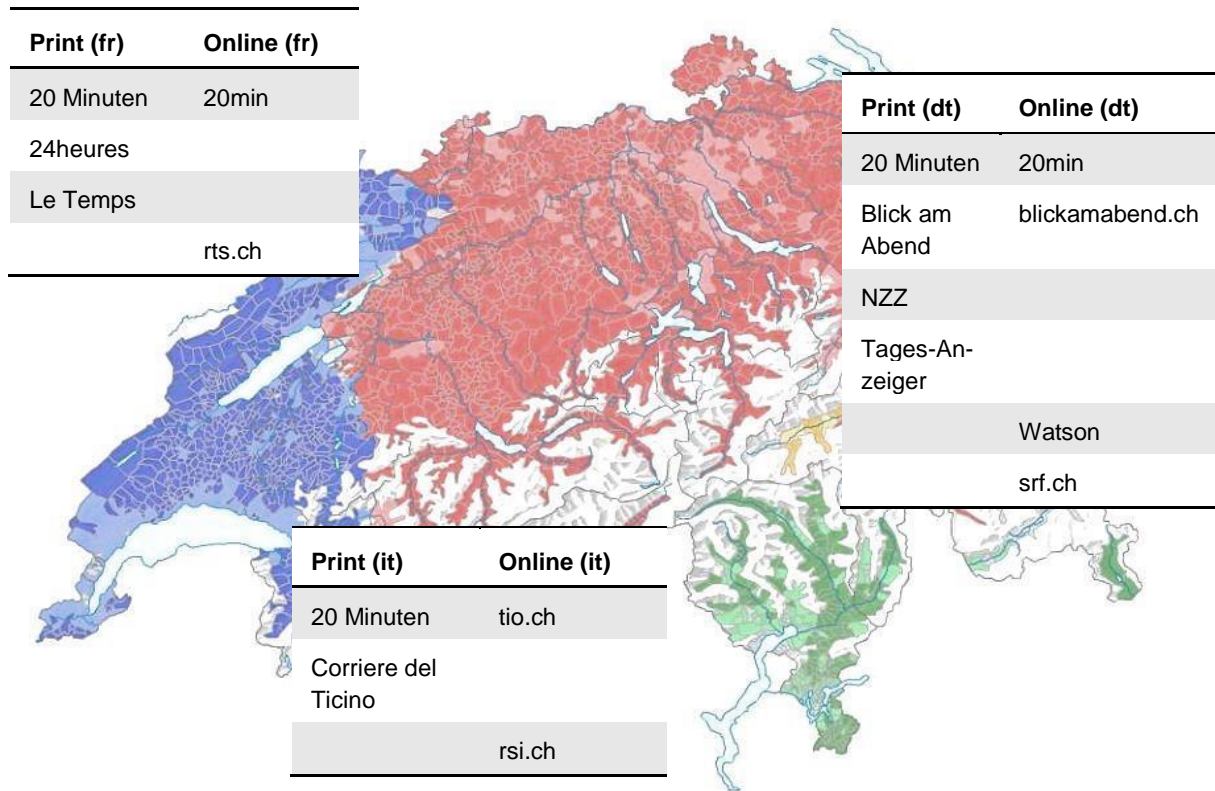
<sup>3</sup> vgl. Fernandez-Garcia 2016; Engelmann/Etzrodt 2014; Coulomb-Gully 2009; Lawrence/Rose 2009; Meyer 2009; Valenzuela/Correa 2009; Leidenberger/Koch 2008; Rodriguez 2008

<sup>4</sup> Holtz-Bacha 2009: 1

### 3. Vorgehen, Konzeption und Methode

Für die **quantitative Inhaltsanalyse** der Wahlkampfberichterstattung wurden neben klassischen Printmedien erstmals auch Onlinemedien berücksichtigt. Dabei wurden einerseits Medien ausgewählt, die insbesondere von jungen Bürgerinnen und Bürgern stark genutzt werden (20 Minuten online und offline in allen Sprachregionen, Watson, Blick am Abend online und offline). Andererseits wurde auch das Onlineangebot der SRG SSR in die Analyse miteinbezogen.

**Abbildung 1:** Untersuchte Medien nach Sprachregion und Zugangsebene



Im Zeitraum vom 21.09.2015 um 00:00 Uhr bis 17.10.2015 um 24:00 Uhr wurden in den untersuchten 17 Medien täglich Textbeiträge mithilfe der Schlagworte kand\*, cand\*, wahl\* sowie federa\* archiviert und analysiert.<sup>5</sup> Abbildung 1 zeigt die untersuchten Medien. Erhoben wurden insgesamt 905 Textbeiträge (siehe

<sup>5</sup> Vor Beginn der Studie wurden verschiedene Schlagworte getestet. In den französisch- und italienischsprachigen Medien wurden mit dem Schlagwort federa\* deutlich mehr die Wahlen betreffende Artikel gefunden als mit dem Schlagwort ele\* (elections/elezioni).

Tabelle 1). Auf die Ziehung einer Stichprobe wurde verzichtet und eine Vollerhebung aller Textbeiträge durchgeführt. Im Onlineangebot der SRG SSR wurden zudem die in den Textbeiträgen verlinkten Audio- und Videobeiträge untersucht (146 Audio- und Videobeiträge).<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Um Nutzungsmustern junger Bürgerinnen und Bürger gerecht zu werden, wurden nicht Radio- und Fernsehsendungen selbst untersucht, sondern die in der Onlinewahlberichterstattung der SRG SSR verlinkten Audio- und Videobeiträge.

**Tabelle 1:** Anzahl Beiträge nach Sprachregion und Zugangsebene

Zugang / Sprachraum	deutschsprachige Medien	französischsprachige Medien	italienischsprachige Medien
Print	370	146	58
Online	210	92	29
Audio- und Video	100	36	10

Mithilfe eines ausführlichen Codebuchs wurden die Textbeiträge sowie die Audio- und Videobeiträge der verschiedenen Medien codiert und analysiert. Neben technischen Daten (Erscheinungstag, Medium, Platzierung) wurden sowohl auf der sogenannten Beitragsebene als auch auf der Ebene der Kandidierenden Informationen erfasst. Auf Beitragsebene wurde beispielsweise festgehalten welche Parteien genannt werden, unabhängig davon, ob auch Kandidierende in Erscheinung treten. Für jeden Textbeitrag bzw. jeden Audio- und Videobeitrag wurden bis zu vier Kandidatinnen und Kandidaten im Detail erhoben (Ebene der Kandidierenden). Für jede Kandidatin und jeden Kandidaten wurden unter anderem die Parteizugehörigkeit (falls genannt), das Geschlecht, die Zuschreibung spezifischer Themenfelder, die Thematisierung von Lebensumständen sowie Attribuierungen erfasst und analysiert.

Darüber hinaus wurde eine **quantitative und qualitative Bildanalyse** durchgeführt, um die visuelle Darstellung von Kandidatinnen und Kandidaten zu untersuchen. Für die quantitative Analyse wurden 707 Bilder untersucht, die mit den Textbeiträgen publiziert wurden. Dadurch konnte festgehalten werden, in wie vielen Bildern überhaupt Kandidierende gezeigt werden und ob es beim Darstellungshintergrund (privat vs. öffentlich) Unterschiede zwischen Kandidatinnen und Kandidaten gibt. Für die qualitative Analyse wurden dann sämtliche 250 Hauptbilder<sup>7</sup> aus Deutschschweizer Medien berücksichtigt. Dabei wurde von den Codiererinnen und Codierern zunächst ihr Ersteindruck des Bildes und der abgebildeten Kandidierenden festgehalten. Dieses Vorgehen ermöglicht eine Erfassung des natürlichen Rezeptionsverhaltens. Daran anschliessend erfolgte eine systematische Analyse der Bilder (beispielsweise Hinweise auf typische Politikerbilder, Platzierung und Kontext der Kandidierenden, Kameraperspektive, Bildausschnitt, Interaktionen zwischen Personen, etc.).

## 4. Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Anzahl der Artikel innerhalb der verschiedenen Medien reicht von 11 Artikeln bei 20 minutes und 20 minuti bis zu 129 Artikeln in der NZZ. Die meisten Artikel veröffentlichte in jeder Sprachregion eine Qualitätszeitung. Für die Deutschschweiz war dies die NZZ mit 129 Artikeln, für die Romandie Le Temps mit 73 Artikeln und für die italienischsprachige Schweiz der Corriere del Ticino mit 47 Artikeln.

### 4.1 Gender in Textbeiträgen

**Medienpräsenz:** Nur ein kleiner Teil der auf den Wahllisten aufgeführten 3'788 Kandidierenden findet überhaupt in den Medien Erwähnung. In der Deutschschweiz waren es etwas über 9 %, in der Suisse romande über 4 % und in der Svizzera italiana über 2 % der Kandidierenden, die in den Medien zu Wort kamen oder Gegenstand der Berichterstattung waren. Nur wenige Kandidierende finden damit Eingang in die Medien.

---

<sup>7</sup> Als Hauptbild wird dasjenige Bild definiert, das im Verhältnis zum Text den meisten Platz einnimmt. Gibt es mehrere gleich grosse Bilder, wird dasjenige Bild als Hauptbild definiert, welches sich oben links im Artikel befindet

**Repräsentation:** Die Analyse der Textbeiträge zeigt, dass im Vergleich zu den offiziellen Wahllisten des Bundesamts für Statistik in allen drei Sprachregionen Kandidatinnen unter- und Kandidaten überrepräsentiert werden (siehe Tabelle 2). Mit Blick auf die Gesamtschweizer Mediendaten waren knapp 24 % aller Kandidierenden Frauen, auf den Wahllisten fanden sich knapp 35 % Kandidatinnen. Vergleicht man die Medienpräsenz von Kandidatinnen in den einzelnen Sprachregionen mit den Wahllisten, so sind die grössten Differenzen mit 12 Prozentpunkten für die Deutschschweiz festzustellen. Bei der Repräsentation von Kandidatinnen beträgt der Unterschied zwischen den einzelnen Medien bis zu 25 Prozentpunkte. Mit knapp 35 bzw. 36 % wurden innerhalb der Pendlerzeitungen Blick am Abend und 20 minuti prozentual am häufigsten Kandidatinnen erwähnt und mit 11 % bei 20min.ch/ro am seltensten.

**Tabelle 2:** Vergleich Kandidierende Wahllisten / alle Medien gesamt (in %)<sup>8</sup>

	Kandidatinnen		Kandidaten	
	Medien	Wahllisten*	Medien	Wahllisten*
Deutschschweiz	23.6	35.6	75.5	64.4
Suisse romande	25.1	32.2	74.1	67.8
Svizzera italiana	19.8	27.9	80.2	72.1
Gesamtschweiz	23.5	34.5	75.7	65.5

Prozentuierungsbasis Anzahl Darstellungen der Kandidierenden n=1'536 (Deutschschweiz 979; Suisse romande 375; Svizzera italiana 182)

\* Quelle: BFS; Daten ohne Kantone mit Majorzwahlsystem für den Nationalrat; siehe auch Seitz (2016)

**Parteiunterschiede:** Kandidierende der SVP wurden in der Medienberichterstattung am häufigsten genannt (siehe Tabelle 3). Interessant für die vorliegende Untersuchung sind vor allem Parteiunterschiede bei der Repräsentation von Kandidatinnen und Kandidaten in den Medien.

**Tabelle 3:** Parteizugehörigkeit der Kandidierenden; alle Medien (n=1'524, in %)

	SVP	SP	CVP	FDP	GPS	BDP	Lega	GLP	parteilos	andere	k.A.
Textbeiträge	26.9	18.9	10.8	16.0	8.4	3.7	1.0	4.6	2.1	4.5	3.1

Anteil Sitze nach Parteien in %\*

Wahlen 2015	32.5	21.5	13.5	16.5	5.5	3.5	1.0	3.5			
Wahlen 2011	27.0	23.0	14.0	15.0	7.5	4.5	1.0	6.0			

Prozentuierungsbasis Anzahl Darstellungen der Kandidierenden

\* Quelle: BFS

Tabelle 4 verdeutlicht, dass Kandidaten weitaus häufiger in den Medien vorkommen als Kandidatinnen. Die Anteile der Kandidatinnen sind je nach Partei sehr unterschiedlich und liegen zwischen 15 % (SVP) und 54 % (GPS). Eine Ausnahme ist die Grüne Partei der Schweiz, welche auch als einzige Partei mit knapp 51 % mehr Frauen als Männer auf den Wahllisten hatte. Die Kandidierenden der Grünen Partei wurden entsprechend dem Geschlechterverhältnis auf den Wahllisten bzw. sogar etwas häufiger in der

<sup>8</sup> Unter einem Prozent der Kandidierenden wurde kein Geschlecht zugeschrieben, weshalb die Summe eine Differenz zu 100 % aufweist. Für die Medienanalyse galten beispielsweise die Nennung von «Herr», «Frau», «Mutter», «Vater», «Kandidatin», «Kandidat», «er» oder «sie» als eindeutige sprachliche Geschlechterzuordnungen.



Berichterstattung berücksichtigt.<sup>9</sup> Zu den anderen Parteien wurden jeweils prozentual weniger Kandidatinnen in den Medien erwähnt als auf den Wahllisten.

**Tabelle 4:** Parteizugehörigkeit Kandidierende / Gender; alle Medien (n=1'476\*, in %)

	SVP	SP	CVP	FDP	GPS	BDP	Lega	GLP	parteilos	andere
<i>n</i>	410	288	164	244	128	56	16	70	32	68
Kandidatinnen	14.9	31.9	26.8	15.6	53.9	23.2	50.0	18.6	21.9	14.7
Kandidaten	85.1	68.1	73.2	84.4	46.1	76.8	50.0	81.4	78.1	85.3
<i>In den Nationalrat gewählte Frauen nach Parteien (in %)**</i>										
Gewählte 2015	16.9	58.1	33.3	21.2	45.5	14.3	50.0	42.9		
Gewählte 2011	11.1	45.7	32.1	23.3	40.0	22.2	50.0	33.3		

\* Die 48 Nennungen von Kandidierenden ohne Parteihinweise sind in der Tabelle nicht dargestellt.

\*\* Quelle: Seitz (2012; 2016)

**Amtsinhaber\_innen-Bonus:** Häufig wird davon ausgegangen, dass bisherige Amtsinhaberinnen und Amtsinhaber, die wiederum kandidieren, bessere Chancen haben in die Medienberichterstattung zu kommen als Neukandidatinnen und Neukandidaten. Die Ergebnisse zur Prüfung des Amtsinhaber\_innen-Bonus sind nicht eindeutig: Einerseits werden bestehende Ämter oder Neukandidaturen bei der Darstellung von Kandidierenden nur selten thematisiert (in mehr als 60 % der Darstellungen findet keine Erwähnung statt). Andererseits finden sich unter den jeweils am häufigsten genannten Kandidierenden in allen Sprachregionen mehrheitlich Amtsinhaber\_innen.

**Äusserlichkeiten:** In den Textbeiträgen spielte eine Thematisierung und Bewertung von Äusserlichkeiten (z. B. Frisur, Kleidung) mit 1 % bis 3 % der Darstellungen erfreulicherweise weder bei Kandidatinnen noch bei Kandidaten eine grosse Rolle.

**Themenzuschreibung:** Auch bezüglich der Zuordnung bestimmter politischer Themen zu Frauen respektive Männern stimmen die Resultate der Studie zuversichtlich: Es gibt schweizweit gesehen kein Thema, das überwiegend Kandidatinnen oder überwiegend Kandidaten zugeschrieben wird. Die thematische Zuordnung nach klassischen „harten“ (z. B. Wirtschaftspolitik) und „weichen“ Themen (z. B. Sozialpolitik) zu den Geschlechtern, wie sie in früheren Studien beobachtet wurde, scheint in der Vorwahlberichterstattung aufgebrochen worden zu sein.

**Private Lebensumstände:** Ebenso findet eine Thematisierung und Wertung privater Lebensumstände (Partnerschaft, Zivilstand, Kinder, sexuelle Orientierung) so gut wie überhaupt nicht statt. Die seltenen Fälle betreffen etwas häufiger Frauen, wobei die Bewertung der Lebensumstände, falls vorhanden, in der Regel positiv ausfällt. Dass im Zusammenhang mit der Darstellung von Kandidatinnen häufiger die private Lebenswelt thematisiert wird, wurde auch für die allgemeine Medienberichterstattung über Frauen festgestellt.<sup>10</sup>

**Attribute:**<sup>11</sup> Mit der vorliegenden Studie wurden auch erstmalig in der Schweiz für jede Darstellung einer Kandidatin oder eines Kandidaten verschiedene Attribute erfasst. Sowohl Kandidatinnen als auch

<sup>9</sup> Die Lega dei Ticinesi hatte einen Frauenanteil von 25 % auf den Wahllisten. Der hohe Anteil von 50 % Frauen in der Berichterstattung kommt durch die niedrigen Fallzahlen zustande. Mit knapp 19 % Kandidatinnen auf den Wahllisten stellte die SVP am wenigsten Frauen auf, die überhaupt in den Medien hätten thematisiert werden können.

<sup>10</sup> vgl. GMMP 2015: 22

<sup>11</sup> Aufbauend auf Magin/Stark (2010) wurden Wortfelder zu den Attributen erstellt. Codiert wurde durch manifeste Zuschreibung von Adjektiven, Adverbien, Substantiven aber auch durch Kontext bspw. das Verhalten der Kandidierenden.

Kandidaten werden am häufigsten mit den Attributen *stark*, *rational*, *aktiv*, *erfolgreich* und *authentisch* in Zusammenhang gebracht. Die Berichterstattung über Kandidierende kann folglich als mehrheitlich positiv bezeichnet werden. Mit Blick auf diese fünf Attribute kann für die Deutschschweiz eine gendergerechte Vorwahlberichterstattung festgehalten werden. In den Westschweizer Textbeiträgen wurden, abgesehen vom Attribut *erfolgreich* (14 % bei Kandidatinnen gegenüber 20 % bei Kandidaten), diese Attribute häufiger bei Kandidatinnen als bei Kandidaten gefunden. In den italienischsprachigen Medien hingegen wurde jedes dieser fünf Attribute prozentual häufiger bei der Darstellung von Kandidaten erfasst (bspw. *stark* 14 % bei Kandidatinnen, 23 % bei Kandidaten; *aktiv* 17 % gegenüber 28 %). Für die Deutschschweiz fiel zusätzlich auf, dass für Kandidatinnen zwei weitere Attribute im zweistelligen Prozentbereich zu finden waren: *emotional* (knapp 17 % gegenüber 8 % bei Kandidaten) und *moralisch gut* (10 % gegenüber 5 % bei Kandidaten). Die Unterschiede sind statistisch aber nicht signifikant.

Zu den Ergebnissen der quantitativen Inhaltsanalyse von Textbeiträgen ist zusammenfassend festzustellen, dass Kandidatinnen im Verhältnis zu ihrer Präsenz auf den Wahllisten unterrepräsentiert sind. Sobald Kandidatinnen und Kandidaten in die Vorwahlberichterstattung Eingang finden, werden sie mehrheitlich gender-neutral dargestellt. Es finden sich kaum Unterschiede in der Präsentation der Kandidatinnen und Kandidaten und diese sind in den seltensten Fällen statistisch signifikant (könnten also auch zufällig zustande kommen).

#### 4.2 Gender in Audio- und Videobeiträgen im SRG-Onlineangebot

Neben den Textbeiträgen von Printmedien und Onlineportalen wurden in der quantitativen Inhaltsanalyse auch Audio- und Videobeiträge ausgewertet, die in den untersuchten Textbeiträgen auf den SRG-SSR-Plattformen srf.ch, rts.ch sowie rsi.ch verlinkt wurden.<sup>12</sup>

**Repräsentation:** Wie bei den Textbeiträgen, zeigt sich in den Audio- und Videobeiträgen eine Unterrepräsentation der Kandidatinnen und eine Überrepräsentation der Kandidaten im Vergleich zu den Wahllisten des Bundesamts für Statistik (siehe Tabelle 5).

**Tabelle 5:** Vergleich Kandidierende Wahllisten / A/V-Beiträge auf srf.ch, rts.ch, rsi.ch (in %) <sup>13</sup>

	Kandidatinnen		Kandidaten	
	A/V-Beiträge	Wahllisten*	A/V-Beiträge	Wahllisten*
srf.ch	24.4	35.6	74.8	64.4
rts.ch	29.5	32.2	70.5	67.8
rsi.ch	5.9	27.9	94.1	72.1
A/V-Beiträge SRG gesamt	24.0	34.5	75.5	65.5

Prozentuierungsbasis Anzahl Darstellungen der Kandidierenden n=196 (srf.ch 135; rts.ch 44; rsi.ch 17)

\* Quelle: BFS; Daten ohne Kantone mit Majorzwahlsystem für den Nationalrat; siehe auch Seitz (2016)

Wie für die Analyse der Textbeiträge in allen Medien bereits festgestellt, wurden auch in Audio- und Videobeiträgen Kandidierende der SVP am häufigsten thematisiert (siehe Tabelle 6).<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Die Beiträge stammen aus verschiedenen Sendungen wie beispielsweise dem Echo der Zeit, diversen Regionaljournalen, Rendez-vous, Infrarouge Telegiornale oder Il Quotidiano.

<sup>13</sup> Auf srf.ch wurde unter einem Prozent der Kandidierenden kein Geschlecht zugeschrieben, weshalb die Summe eine Differenz zu 100 % aufweist.

<sup>14</sup> Es wird an dieser Stelle darauf verzichtet eine Gegenüberstellung der Parteien nach Geschlecht wie in Tabelle 4 wiederzugeben. Die kleinen Fallzahlen zu den einzelnen Parteien nach Gender und Sprachregion verzerren

**Tabelle 6:** Parteizugehörigkeit der Kandidierenden in den A/V-Beiträge SRG (n=196, in %)

	SVP	SP	CVP	FDP	GPS	BDP	Lega	GLP	parteilos	andere	k.A.
A/V-Beiträge	23.6	16.4	8.7	13.8	6.2	5.6	-	6.7	1.5	4.2	13.3
<i>Anteil Sitze nach Parteien in %*</i>											
Wahlen 2015	32.5	21.5	13.5	16.5	5.5	3.5	1.0	3.5			
Wahlen 2011	27.0	23.0	14.0	15.0	7.5	4.5	1.0	6.0			

Prozentuierungsbasis Anzahl Darstellungen der Kandidierenden

\* Quelle: BFS

**Äusserlichkeiten:** Eine Thematisierung von Äusserlichkeiten fand nur in Audio- und Videobeiträgen von SRF statt (nicht aber von RTS und RSI) und auch hier in nur vier von 135 Fällen, wobei drei von vier Fällen Kandidaten betreffen. Äusserlichkeiten spielen in der Vorwahlberichterstattung der SRG SSR folglich keine Rolle.

**Themenzuschreibung:** Auch für die Audio- und Videobeiträge wurde erfasst, zu welchen Themen die Kandidierenden zu Wort kamen und welche Themen ihnen durch den journalistischen Beitrag als Schwerpunktthemen zugeschrieben wurden. Hierbei unterscheiden sich die sprachregionalen Audio- und Videobeiträge: Auf srf.ch fand sich eine häufigere Thematisierung sogenannter ‚harter‘ Themen bei Kandidaten als bei Kandidatinnen. Die Unterschiede hinsichtlich der Zuschreibung von Wirtschaftspolitik sind signifikant (Kandidatinnen 4 Fälle bzw. 12 %, Kandidaten 32 Fälle bzw. 32 %). Die Themenzuschreibung auf rts.ch fand ohne erkennbare Unterschiede bezüglich der Geschlechter statt.

Eine Thematisierung privater Lebensumstände ist sehr selten in den Audio- und Videobeiträgen der SRG SSR zu finden, wobei keine Unterschiede bei der Thematisierung zwischen Kandidatinnen und Kandidaten festgestellt werden konnten (jeweils maximal 5 bzw. 6 % der Darstellungen).

**Attribute:** Am häufigsten wurden den Kandidierenden die Attribute *stark*, *rational* und *authentisch* zugewiesen. Kandidaten wurden mit diesen Attribuierungen häufiger in Zusammenhang gebracht als Kandidatinnen.

Auch die Analyse der Audio- und Videobeiträge zeigt, dass Kandidatinnen im Verhältnis zu ihrer Präsenz auf den Wahllisten unterrepräsentiert sind. Die Darstellung von Kandidatinnen und Kandidaten ist aber wie bei den Textbeiträgen gender-neutral und es finden sich kaum Unterschiede in der Präsentation. Diese sind in den seltensten Fällen statistisch signifikant.

### 4.3 Gender auf Bildebene

Anschliessend an die Analyse der Textbeiträge wurden auch die darin enthaltenen Bilder von Kandidierenden für den National- und Ständerat sowohl quantitativ (alle drei Sprachregionen) als auch qualitativ (Deutschschweiz) untersucht. Dabei war von Interesse, wie Kandidatinnen und Kandidaten bildlich dargestellt, wie häufig und in welchen Kontexten sie abgebildet und inwiefern geschlechterstereotype Darstellungen anzutreffen sind.

In allen Sprachregionen war die Mehrheit der Artikel zur Vorwahlberichterstattung bebildert; Bilder spielten in der Vorwahlberichterstattung damit eine zentrale Rolle.

---

die prozentualen Angaben für die Audio- und Videobeiträge in der Gesamtdarstellung und können im Schlussbericht zu den einzelnen Sprachregionen eingesehen werden.

**Repräsentation:** Die quantitative Bildanalyse zeigt, dass in der Hälfte der 707 verwendeten Hauptbilder<sup>15</sup> Kandidierende abgebildet wurden. Insgesamt wurden 506 Kandidierende in den Bildern dargestellt. Kandidatinnen wurden dabei im Verhältnis zu den Wahllisten unterrepräsentiert, Kandidaten dagegen überrepräsentiert (siehe Tabelle 7).

**Tabelle 7:** Verhältnis Kandidatinnen und Kandidaten in der Bildberichterstattung (in %)<sup>16</sup>

	Kandidatinnen		Kandidaten	
	Bilder	Wahllisten*	Bilder	Wahllisten*
Deutschschweiz	28.2	35.6	66.0	64.4
Suisse romande	22.3	32.2	75.5	67.8
Svizzera italiana	14.1	27.9	83.1	72.1
Gesamtschweiz	25.1	34.5	70.2	65.5

Prozentuierungsbasis Anzahl Darstellungen der Kandidierenden n=506 (Deutschschweiz 341; Suisse romande 94; Svizzera italiana 71)

\* Quelle: BFS; Daten ohne Kantone mit Majorwahlssystem für den Nationalrat; siehe auch Seitz (2016)

**Art der Bilder:** Fotografien aus einem privaten Kontext fanden äusserst selten Verwendung. Interessanterweise werden – anders als vom Forschungsstand her zu erwarten – Kandidaten durch den gewählten Bildausschnitt merklich körperbetonter dargestellt als Kandidatinnen. Bei der Wahl der Bildperspektive überwiegt bei Männern wie Frauen eine Präsentation auf Augenhöhe (Normalsicht). Insgesamt konnten keine signifikanten geschlechtsspezifischen Darstellungsmuster festgestellt werden.

Mit der qualitativen Bildanalyse konnten diese Erkenntnisse im Rahmen von detaillierteren Bildbetrachtungen vertieft werden. Es wurde eine Vollerhebung der 250 Hauptbilder aus den untersuchten Deutschschweizer Medien durchgeführt.

**Medienunterschiede:** Die mit Abstand grösste Anzahl dieser Bilder entstammte der Printausgabe der Pendlerzeitung Blick am Abend (95 Bilder, 38 %). In dieser Zeitung wurden vermehrt grössere, meist farbige Schnappschüsse sowie Bildmontagen verwendet, während die Qualitätszeitungen wie NZZ oder Tages-Anzeiger mehrheitlich neutrale Porträtfotos verwendeten. Bezüglich des Einsatzes dieser vorwiegend zu beobachtenden Bildtypen sind jedoch keine geschlechtsspezifischen Unterschiede auszumachen. Dies gilt auch für die untersuchten Onlinemedien. Auch finden sich in allen Medientypen sowohl unvorteilhafte als auch positive Darstellungen von Kandidatinnen und Kandidaten, ohne dass dies bezüglich genderspezifische Muster erkennbar wären. Die vertiefende, qualitative Bildanalyse unterstreicht somit die bereits in der quantitativen Bildanalyse gewonnenen Erkenntnisse: Es zeigen sich zwar medienspezifische Unterschiede bei der Darstellung von Kandidierenden, jedoch keine systematischen Unterschiede mit Blick auf das Geschlecht derselben.

Wie in den Textbeiträgen und in den Audio- und Videobeiträgen, sind Kandidatinnen auch auf Bildern im Verhältnis zu ihrer Vertretung auf den Wahllisten unterrepräsentiert. Systematisch unterschiedliche Darstellungen finden sich zwischen den verschiedenen Medien, nicht jedoch zwischen Kandidatinnen und Kandidaten innerhalb eines Mediums. So werden Kandidierende in Qualitätszeitungen häufig in klassischen Porträtaufnahmen gezeigt, wohingegen im Blick am Abend sowohl bei Kandidatinnen als auch bei Kandidaten mit Bildmontagen gearbeitet wird.

<sup>15</sup> Zur Definition von Hauptbild siehe Kapitel 3.

<sup>16</sup> Die fehlenden Angaben auf 100 % beziehen sich auf Darstellungen von Kandidierenden ohne Geschlechtsschreibungen (Deutschschweiz 5.8 %, Suisse romande 2.2 %, Svizzera italiana 2.8 %, Gesamtschweiz 4.7 %)

## 5. Konklusion

In Übereinstimmung mit bisherigen Studien zur Vorwahlberichterstattung in der Schweiz zeigt sich für den untersuchten Zeitraum eine Unterrepräsentation der Kandidatinnen und eine Überrepräsentation der Kandidaten in den Medien. Als Vergleichsmassstab wurden die vom Bundesamt für Statistik zur Verfügung gestellten Daten der Wahllisten herangezogen. Veränderungen zeigten sich nur in italienischsprachigen Medien. 2003 wurde ein Anteil von 11 % Kandidatinnen in der italienischsprachigen Vorwahlberichterstattung festgestellt, wobei damals 35 % Kandidatinnen auf den Wahllisten vertreten waren. Im Vergleich mit diesen Werten erhöhte sich der Anteil der Kandidatinnen in der italienischsprachigen Berichterstattung um 9 Prozentpunkte auf knapp 20 %.<sup>17</sup> Die Werte zur Deutschschweiz und Romandie blieben hingegen konstant.

Die politische Vorwahlberichterstattung ist im Vergleich zur allgemeinen Berichterstattung über Frauen<sup>18</sup> als gendergerechter einzuschätzen. Denn sowohl hinsichtlich thematischer Zuschreibungen als auch der Thematisierung und Bewertung von Äusserlichkeiten konnten in der vorliegenden Studie kaum Unterschiede festgestellt werden. Die Thematisierung privater Lebensumstände findet auf sehr niedrigem Niveau etwas häufiger bei Kandidatinnen als bei Kandidaten statt. Hinsichtlich der erstmals erhobenen Attribuierung zu Kandidierenden finden sich je nach Sprachregion für einzelne Attribute Unterschiede. Eine systematisch unterschiedliche Attribuierung von Kandidatinnen und Kandidaten ist nicht festzustellen.

Was Kathleen Dolan<sup>19</sup> zur amerikanischen Vorwahlberichterstattung geschrieben hat, kann auch für die Schweiz gelten: Die Integration von Frauen in der Politik kann dann als erfolgreich gelten, wenn Kandidatinnen wie ihre männlichen Kollegen als Individuen wahrgenommen werden und nicht als (negative oder positive) Beispiele einer Frau. Im Gegensatz zu ihrer quantitativen Unterrepräsentation zeigt die Art der Darstellung von Kandidatinnen in die positive Richtung einer gendergerechten Berichterstattung.

---

<sup>17</sup> vgl. Hardmeier/Klöti 2004: Tabelle A-4 S.83

<sup>18</sup> vgl. GMMP 2015

<sup>19</sup> Dolan 2015: 196.

## Zitierte Literatur

- Bundesamt für Statistik (BFS) (2016): Mandatsverteilung nach Parteien. Nationalratswahlen 1971-2015. [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/17/02/blank/key/national\\_rat/mandatsverteilung.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/17/02/blank/key/national_rat/mandatsverteilung.html) (11.07.2016).
- Coulomb-Gully, Marlène (2009): Beauty and the Beast: Bodies Politic and Political Representation in the 2007 French Presidential Election Campaign. In: European Journal of Communication, Jg. 24, Nr. 2, S.203-218.
- Dolan, Kathleen (2014): When does Gender matter? Women Candidates & Gender Stereotypes in American Elections. Oxford/New York: Oxford University Press.
- Engelmann, Ines/Etzrodt, Katrin (2014): Mediale Geschlechterkonstruktion online und mögliche Ursachen. Eine Inhaltsanalyse der journalistischen Online-Berichterstattung über Politikerinnen und Politiker. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jg. 62, Nr. 1, S. 64-82.
- Fernandez-Garcia, Núria (2016): Framing gender and women politicians representation: print media coverage of spanish women ministries. In: Cerqueira, Carla/Cabecinhas, Rosa/Magalhães, Sara I. (Hrsg.): Gender in focus: (New) trends in media. Braga: CECS, S. 141-160.
- Global Media Monitoring Project (GMMP) (2015): Who Makes the News? Global Media Monitoring Project. National Report Switzerland. [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2015/national/Switzerland.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Switzerland.pdf) (11.07.2016).
- Hardmeier, Sybille/Klöti, Anita (2004): Präsenz, Themen, und Selbstdarstellungsstrategien in der Wahlkampfkommunikation: Eine Inhaltsanalyse zu Doing Gender bei den eidgenössischen Wahlen 2003. [https://www.ekf.admin.ch/dam/ekf/de/dokumente/studie/doing\\_gender\\_in\\_derwahlkampfkommunikation.pdf.download.pdf/doing\\_gender\\_in\\_derwahlkampfkommunikation.pdf](https://www.ekf.admin.ch/dam/ekf/de/dokumente/studie/doing_gender_in_derwahlkampfkommunikation.pdf.download.pdf/doing_gender_in_derwahlkampfkommunikation.pdf) (05.10.2016).
- Holtz-Bacha, Christina (2009): Politikerinnen-Bilder im internationalen Vergleich. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Jg. 59, Nr. 50, S. 3-8.
- Lawrence, Regina G./Rose, Melody (2009): Hillary Clinton's race for the White House. Gender politics and the media on the campaign trail. Boulder: Lynne Rienner.
- Leidenberger, Jakob/Koch, Thomas (2008): Bambi und der böse Wolf. Ségolène Royal und der französische Präsidentschaftswahlkampf in der deutschen und französischen Presse. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): Frauen, Politik und Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 122-150.
- Magin, Melanie/Stark, Birgit (2010): Mediale Geschlechterstereotype. Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen. In: Publizistik, Jg. 55, Nr. 4, S. 383-404.
- Meyer, Birgit (2009): "Nachts, wenn der Generalsekretär weint" – Politikerinnen in der Presse. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Jg. 59, Nr. 50, S. 9-15.
- Nyffeler, Bettina (2001): Eidgenössische Wahlen 1999: Medien, Politik und Geschlecht. Geschlechtsspezifische Analyse des Informationsangebotes von Schweizer Fernseh- und Radiostationen mit nationaler Ausstrahlung am Beispiel der Vorwahlsendungen zu den eidgenössischen Wahlen 1999. Im Auftrag der SRG SSR idée suisse und der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen. [https://www.ekf.admin.ch/dam/ekf/de/dokumente/studie/eidgenoessische\\_wahlen1999medienpolitikundgeschlechtintegralfass.pdf.download.pdf/eidgenoessische\\_wahlen1999medienpolitikundgeschlechtintegralfass.pdf](https://www.ekf.admin.ch/dam/ekf/de/dokumente/studie/eidgenoessische_wahlen1999medienpolitikundgeschlechtintegralfass.pdf.download.pdf/eidgenoessische_wahlen1999medienpolitikundgeschlechtintegralfass.pdf) (05.10.2016).
- Rodriguez, Malvina (2008): Lieber Hillary als Evita? Christina Kirchner und der argentinische Präsidentschaftswahlkampf in der argentinischen und deutschen Presse. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): Frauen, Politik und Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 180-207.
- Seitz, Werner (2012): Die Frauen bei den eidgenössischen Wahlen 2011. Der langjährige Vormarsch der Frauen gerät ins Stocken. Mit einem Exkurs zu den Frauen bei den Wahlen in die kantonalen Parlamente und Regierungen 2008/2011. In: Frauenfragen, Jg. 35, S. 8-18.
- Seitz, Werner (2016): Die Frauen bei den eidgenössischen Wahlen 2015: Der Schwung ist weg. Mit einem Exkurs zu den Frauen bei den Wahlen in die kantonalen Parlamente und Regierungen 2012/2015. Bern: EKF.
- Stalder, Sonja (2004): Eidgenössische Wahlen 2003: Medien, Politik und Geschlecht. Eine geschlechtsspezifische Analyse des Informationsangebots von Schweizer TV- und Radio-Stationen im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2003. Im Auftrag der SRG SSR idée suisse, der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen und des Bundesamts für Kommunikation. [https://www.ekf.admin.ch/dam/ekf/de/dokumente/studie/eidgenoessische\\_wahlen2003medienpolitikundgeschlechtintegralfass.pdf.download.pdf/eidgenoessische\\_wahlen2003medienpolitikundgeschlechtintegralfass.pdf](https://www.ekf.admin.ch/dam/ekf/de/dokumente/studie/eidgenoessische_wahlen2003medienpolitikundgeschlechtintegralfass.pdf.download.pdf/eidgenoessische_wahlen2003medienpolitikundgeschlechtintegralfass.pdf) (05.10.2016).
- Valenzuela, Sebastian/Correa, Teresa (2009): Press Coverage and Public Opinion on Women Candidates. The Case of Chile's Michelle Bachelet. In: International Communication Gazette, Jg. 71, Heft 3, S. 203-223.