

## **Standortbestimmung am 9. Österreichischen Journalistinnenkongress**

Mit Rekordbeteiligung tagte am 12. Oktober im Haus der Industrie Österreichs Medienfrauenszene. Bestens besucht waren die fünf parallelen Workshops, in dem es gleich im ersten eine Überraschung gab: Das seit Jahren höchst aktive Frauennetzwerk im oberösterreichischen Presseclub, vertreten durch Heidi Vitéz von der OÖ Rundschau, belegte in einer quantitativen Studie, dass sich konsequentes Zusammenschließen und die Sensibilisierung für Frauenanliegen auszahlt: Sie hatten in der Berichterstattung von 14 oberösterreichisch dominierten Medien an zwei Stichtagen eine Frauenquote von 33% in Text und 35% in Bild vorzuweisen. – Zahlen, von denen in überregionalen Medien bzw. in anderen Bundesländern im Printbereich nur geträumt werden kann, denn hier liegen die Quoten immer noch um mehr als 10% deutlich darunter.

Dass es auch ganz „frauenfrei“ geht, belegte Initiatorin Maria Rauch-Kallat bei ihrem Einführungsvortrag anhand eines Artikels, in dem zu einem so alltäglichen Thema wie „Zeitunglesen und Blattkritik“ tatsächlich ausschließlich 7 männliche Zeitungsleser befragt wurden. Die immer noch durch Frauen spärlich besetzten Top-Positionen, das Halten der „gläsernen Decke“ und die geringe Frauenquote in der Berichterstattung sind, ohne „kleinkariert“ zu sein, ausschlaggebende Gründe, weiter zu zählen, zu hinterfragen, Frauen zu fördern und beispielsweise Veranstaltungen wie den Journalistinnenkongress weiter durchzuführen.

### **Kongressumfrage mit MobiTED**

Mit dem Votingtool der „Millionenshow“ wurde unter den Kongressteilnehmerinnen eine Befragung durchgeführt. – Die schlechten Nachrichten: Die Medienfrauen orten noch zu 65% Nachholbedarf, sie fühlen sich zu 74% unterbezahlt und ebenfalls 74% stört die einseitige, männerdominierte Berichterstattung.

Das lässt hoffen: 66% streben eine höherwertige Position an, 80% investieren in sich selbst und bilden sich weiter, 78% bewerben sich aktiv. Für eine Frauenquote als Diskussionsgrundlage für mediale Berichterstattung haben sich 64% ausgesprochen.

### **Podiumsdiskussion „Wert und Quote“**

Unterschiedliche Meinungen eröffnete die spannende Podiumsdiskussion, die das Erreichen (müssen?) von Quoten und deren Werbewert bzw. Wert für Medienschaffende zum zentralen Thema hatte.

Die Technik der Quotenmessung wurde für alle Medien beleuchtet: Martina Salomon (Die Presse) berichtete über hausinterne Erkenntnisse der neuen Printquote mittels „ReaderScan“, Hedwig Zehntner von der ORF Markt- und Medienforschung über die erprobte und äußerst exakte Methode der Testhaushalte, die sekundengenau jedes Abwandern in andere Kanäle registriert und Susanne Obermayer, Leiterin Krone Multimedia über Messmethoden des Internetportals. Einigkeit bestand in der Erkenntnisvielfalt und Notwendigkeit dieser Maßnahmen. Einzig Anneliese Rohrer appellierte an die „Rückkehr des journalistischen Instinkts“, der dem guten Journalisten geläufig sein müsste und viele (teure) Messmethoden im Vorfeld ersparen könnte.

Macht sich das Erreichen von Quoten für JournalistInnen bezahlt? Nicht immer, Astrid Zimmermann vom Medienhaus Wien zitierte aus ihren aktuellen Erwerbsstudien und konnte Beweis führen, dass oft die reichweitenstärksten Medien nur mittelmäßig bezahlen.

**Alle Infos unter [www.medienfrauen.net](http://www.medienfrauen.net)**