

Umfrage zum Österreichischen Journalistinnen Kongress 2001

Die Zukunft der Medien aus der Sicht der Medienfrauen

(Erhebungszeitraum = Oktober/November 2001)

Wie jedes Jahr haben wir im Vorfeld des Österreichischen Journalistinnenkongresses eine kurze Umfrage unter Medienfrauen zu Themen gemacht, die auch im Kongress behandelt werden. Erfreulich ist wie immer der Rücklauf: Wir haben an 1.570 Medienfrauen Fragebögen verschickt und davon 124 zurückbekommen: das sind immerhin beinahe 8 %.

Wir hatten drei Themenbereiche, beginnen wir mit der Zukunft. Was erwarten Medienfrauen für sich selbst, welche Veränderungen erwarten Sie für ihre Branche.

Stichwort Medienzukunft 2010

Wir haben bewusst einen knappen Zeitraum, also die Entwicklung innerhalb der nächsten 10 Jahre abgefragt. Die Erfahrung sagt, dass man in knappen Intervallen kritischer und realistischer denkt. – Je weiter etwas entfernt ist, umso großzügiger und visionärer wird man.

Das wichtigste zuerst, die viel hinterfragten und viel kritisierten Spitzenpositionen.

Bis 2010 prognostizieren unsere Expertinnen den Frauen-Anteil in Führungsetagen wie folgt:

24 % tippen auf zumindest 10 %,

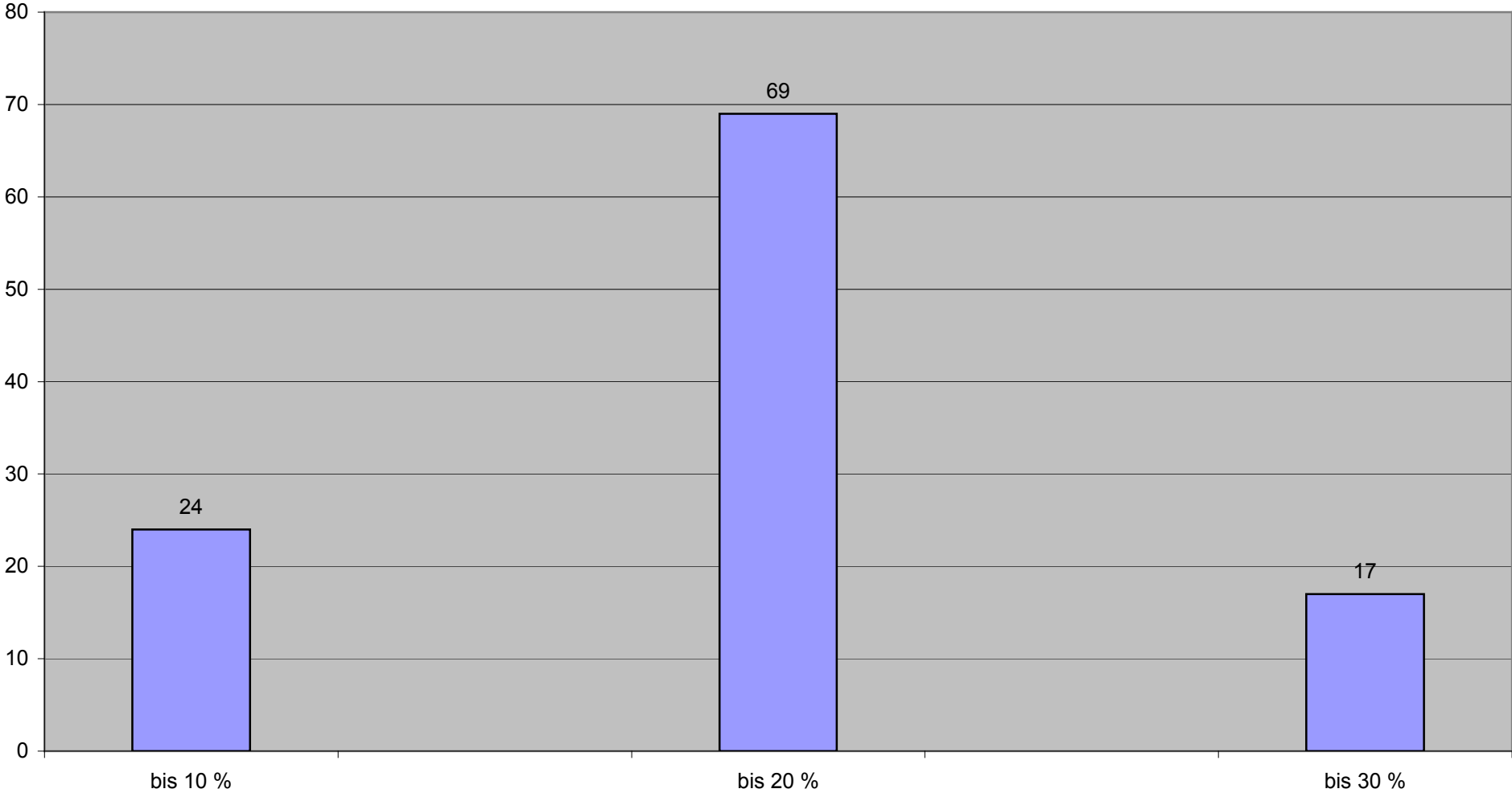
59 % schätzen, dass Frauen 20 % aller Führungspositionen innehaben werden und

17 % sogar auf 30 % und darüber.

Dazu ein Zitat aus dem Rubina Möhring Interview in "Die Österreichische Journalistin" 11/2001: Beim "Euromedia-Kongress des IPI (Internationales Presse Institut) werden drei Frauen eingeladen, weil es nicht mehr in führenden Positionen gibt. Wo sind die Herausgeberinnen, die Chefredakteurinnen?" (Zitat Ende.)

Wenn wir uns also die aktuelle Situation in den Medien vergegenwärtigen, wäre das schon ein entscheidender Schritt.

**Prognose für den Frauenanteil in den Führungsetagen
in den nächsten 10 Jahren**



Wie sieht es mit der Erwartungshaltung zur Verhinderungsgrund, der **Vereinbarkeit von Familie und Beruf** aus, sind hier die großen Veränderungen in Sicht?

- 44 % tippen hier darauf, dass der Zeitraum der nächsten 10 Jahre vielleicht noch zu kurz für entscheidende Veränderungen ist.
- 38 % räumen demzufolge den Single-Frauen die größten Karriere-Chancen ein.
- 10 % sind eisern: Wer zur Karriere bereit ist, der schafft es auch, Familienpflichten fallen für Sie unter Ausrede.
- 5 % sind überzeugt: Familie und Karriere ist kein Thema mehr.

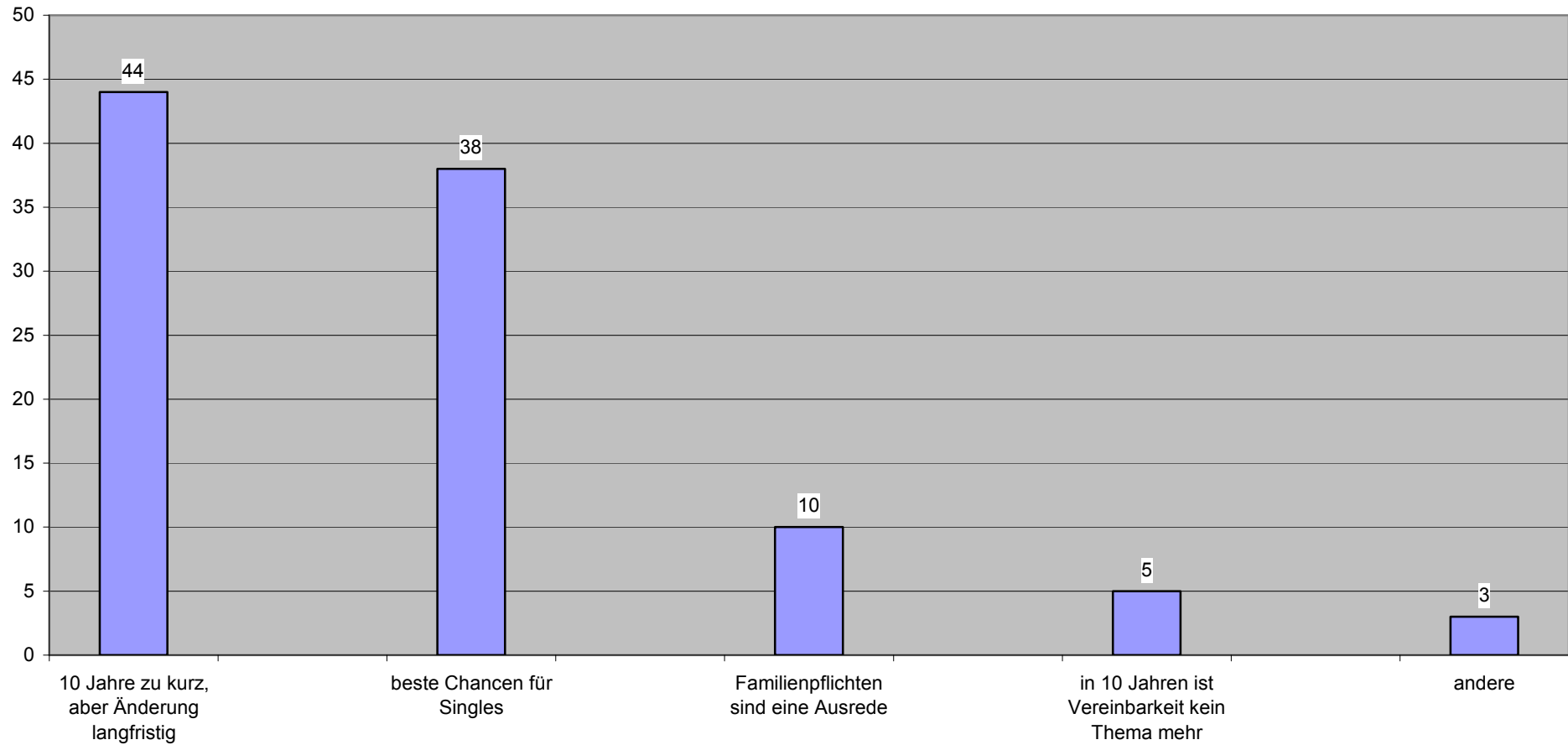
Zu beachten:

Zu diesem Punkt sind die meisten Zusatzbemerkungen eingetroffen, offensichtlich bewegt uns dieses Thema am stärksten. Vollinhaltlich zustimmen kann ich einer Aussage

*"Die Vereinbarkeit von Familie und Job wird immer ein Thema sein.
Ich hoffe, bald auch für Männer".*

Darin liegt im Grunde die Wahrheit. Denn: Natürlich sind Kinder AUCH eine Behinderung des Aktionsradius, natürlich erfordern sie unsere volle Aufmerksamkeit. Und ohne einem Partner, der bereit ist, neben wohlwollendem Verständnis auch zeitliche und persönliche Verantwortung zu übernehmen, geht es nun einmal viel schwerer.

Prognose für die familiäre Situation der Top-Medienfrauen in der Zukunft



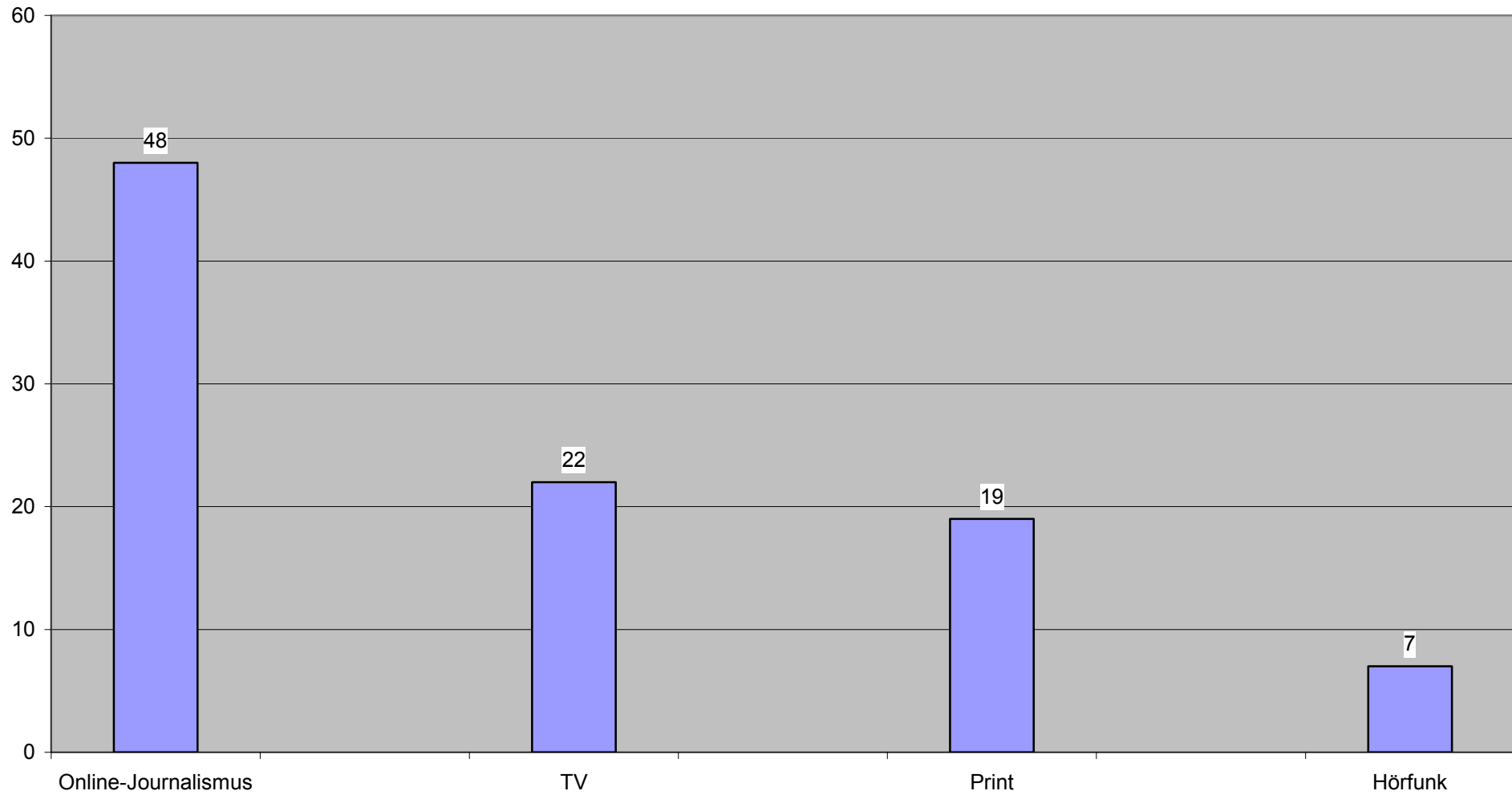
Weiters hat uns natürlich interessiert, **in welchen Medienbereichen Frauen bevorzugt in höheren Positionen eingesetzt werden, wo die größten Chancen geortet werden.**

- 48 % setzen auf den Online-Journalismus
- 22 % auf TV
- 19 % auf Print
- 7 % auf Hörfunk.

Die zweitgrößte Gruppe nach Online-Journalismus, nämlich 42 % finden zumindest zwei Medienbereiche als interessant bzw. sind der Meinung, dass die Chancen in allen Medien gleich verteilt wären.

Unter "Sonstiges" wurde am häufigsten der PR-Bereich genannt, wo heute bereits, wie wir aus aktuellen Veröffentlichungen des PRVA, also des österreichischen PR-Verbandes, wissen, mehr Frauen als Männer tätig sind.

In welchen Medienbereichen orten Frauen die besten Zukunftschancen



Geld ist unser Thema.

Daher **"Wie wird die nahe Zukunft finanziell aussehen?"**

Und das natürlich im Hinblick auf die Chancengleichheit, die wir auch immer finanziell verstehen.

Und da sind wir gleich bei der guten Nachricht des Tages:

53 % sind der Meinung, dass bis 2010 die finanzielle Chancengleichheit erreicht sein wird.

15 % sind der Meinung, dort sind wir bereits jetzt.
Frauen hätten in Medienberufen bereits heute vergleichbare Chancen.
Es liegt an den Frauen selbst.

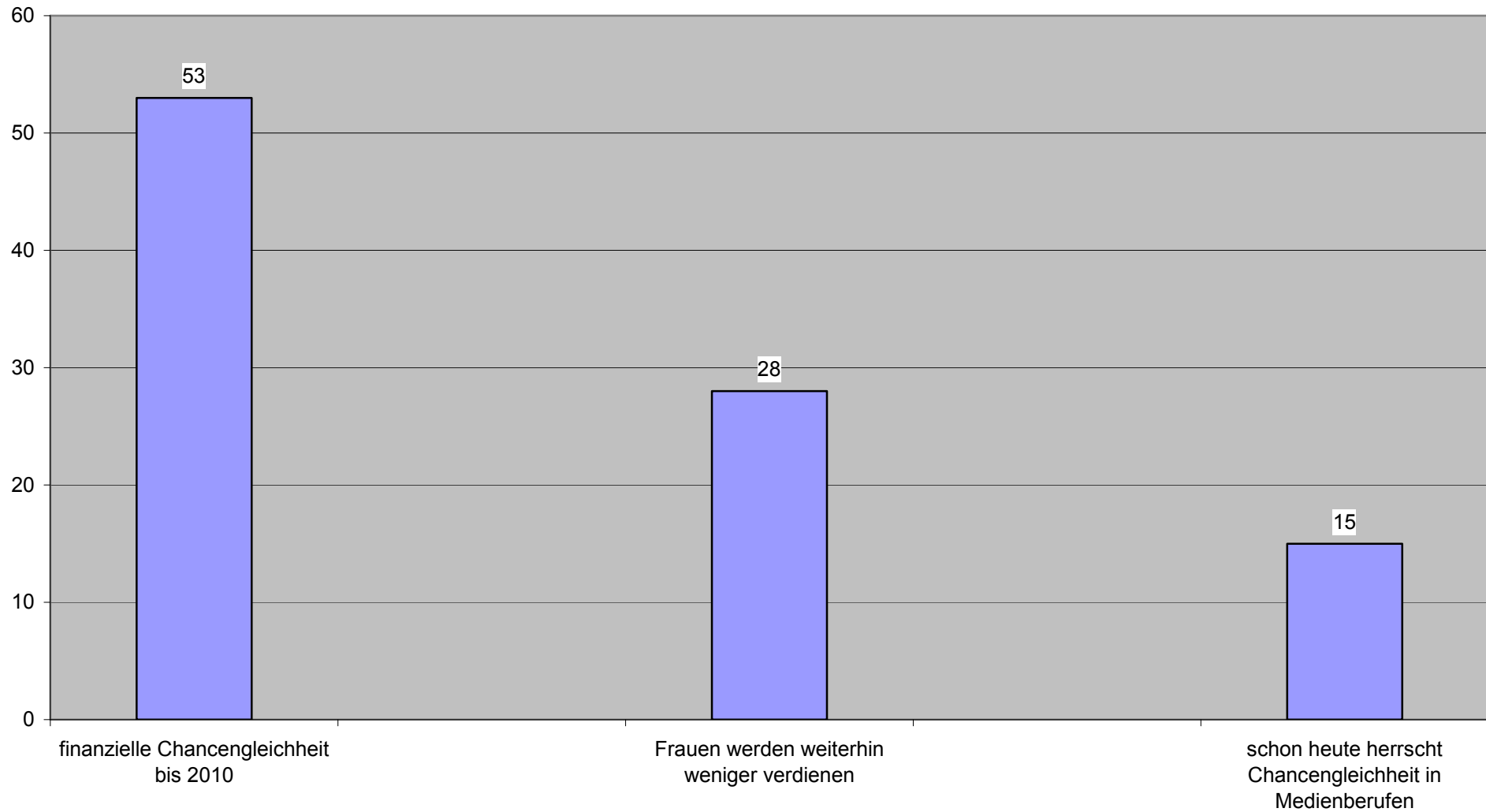
28 % sind der Meinung, Frauen werden nach wie vor weniger verdienen.

Auch aus den Kommentaren habe ich mir einen herausgesucht, der uns der Sache vielleicht am nächsten bringt:

"Frauen werden lernen müssen, ihren Marktwert aktiv mitzugestalten – und einander dabei zu unterstützen";

eine Anregung, die man wo immer möglich, wirklich aufgreifen sollte.

Die finanzielle Zukunft für Frauen in Medienberufen



Natürlich hat uns auch interessiert – es gibt ein großes Angebot neuer Medien – ob hier ein **Verdrängungswettbewerb innerhalb der Medienlandschaft** stattfinden wird und wie dieser prognostiziert wird.

Zu den Verlierern werden hier nach Meinung unserer Medienfrauen zu 50 % die Firmenzeitungen und –zeitschriften zählen.

Einbußen im Bereich der 20 % werden bei Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Hörfunk gesehen. Zu 15 % auch bei Special Interest Medien im Print-Bereich.

Starke Steigerungen werden vorausgesagt zu über 85 % den Online-Medien, knapp gefolgt von Newsflashes im Bereich E-Mail und SMS.

Dass das alles doch vielleicht nicht so sein muss, zeigen auch unsere Kommentare. Hier gehen die Meinungen oft stark auseinander. Ich zitiere etwa

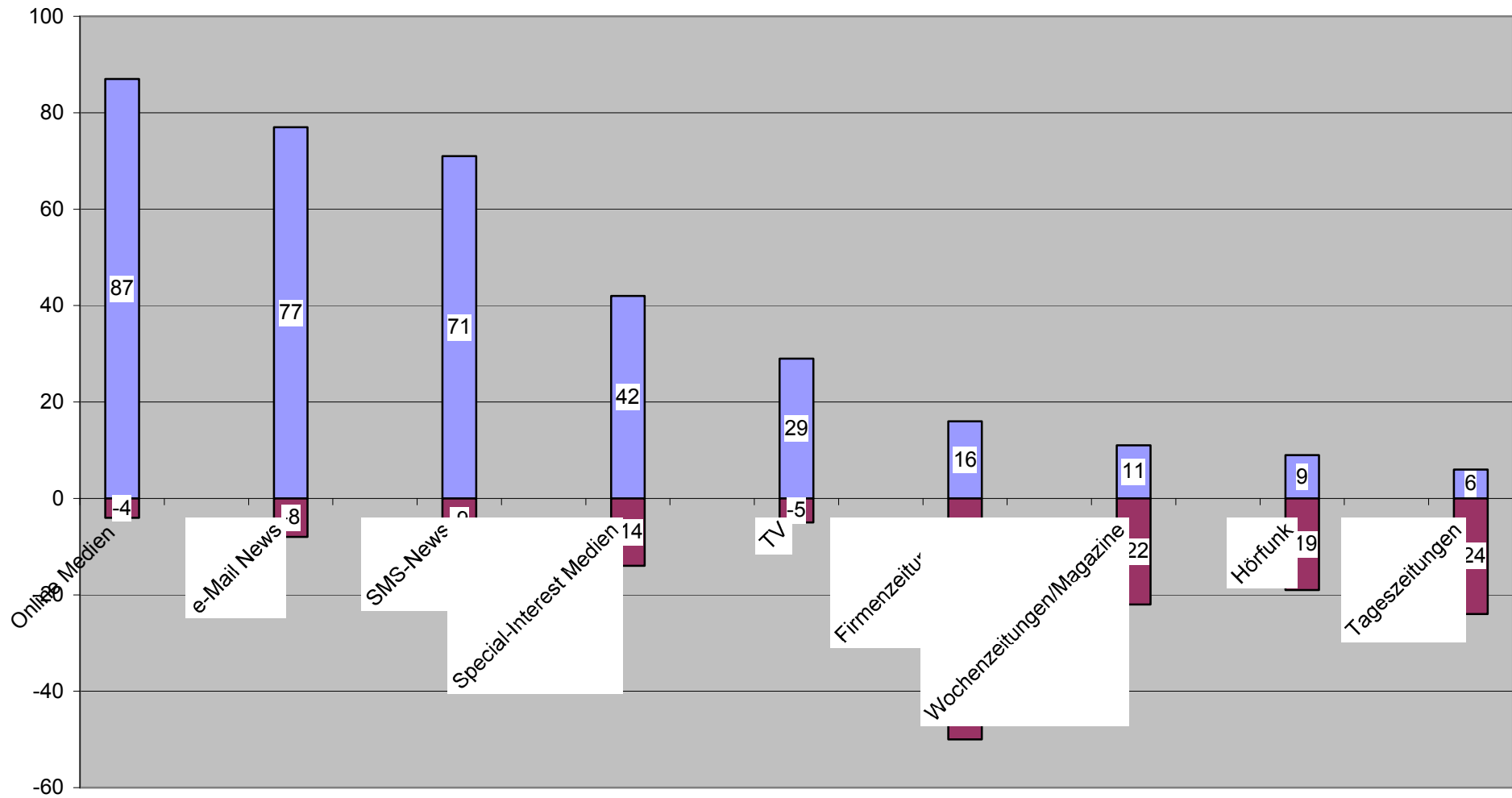
"SMS News sind ein Witz" oder

*"Die Qualität des jeweiligen Formats wird eine zunehmende Rolle spielen;
die Konkurrenz erbarmungslos sein" oder*

"E-Medien werden boomen, nicht aber wirklich verdrängen".

Alles spannende Einstiege, zu denen wir heute noch sehr viel mehr hören werden. Sicherlich das wichtigste für jede/n: Gut vorbereitet sein auf Entwicklungen, damit man vorausschauend reagieren kann. Mit unserer Podiumsdiskussion zur Medienzukunft unter dem Titel "**Schneller, besser, billiger?**" wollen wir einen Beitrag dazu leisten.

Verdrängung durch Neue Medien? Informationsverhalten in den nächsten 10 Jahren



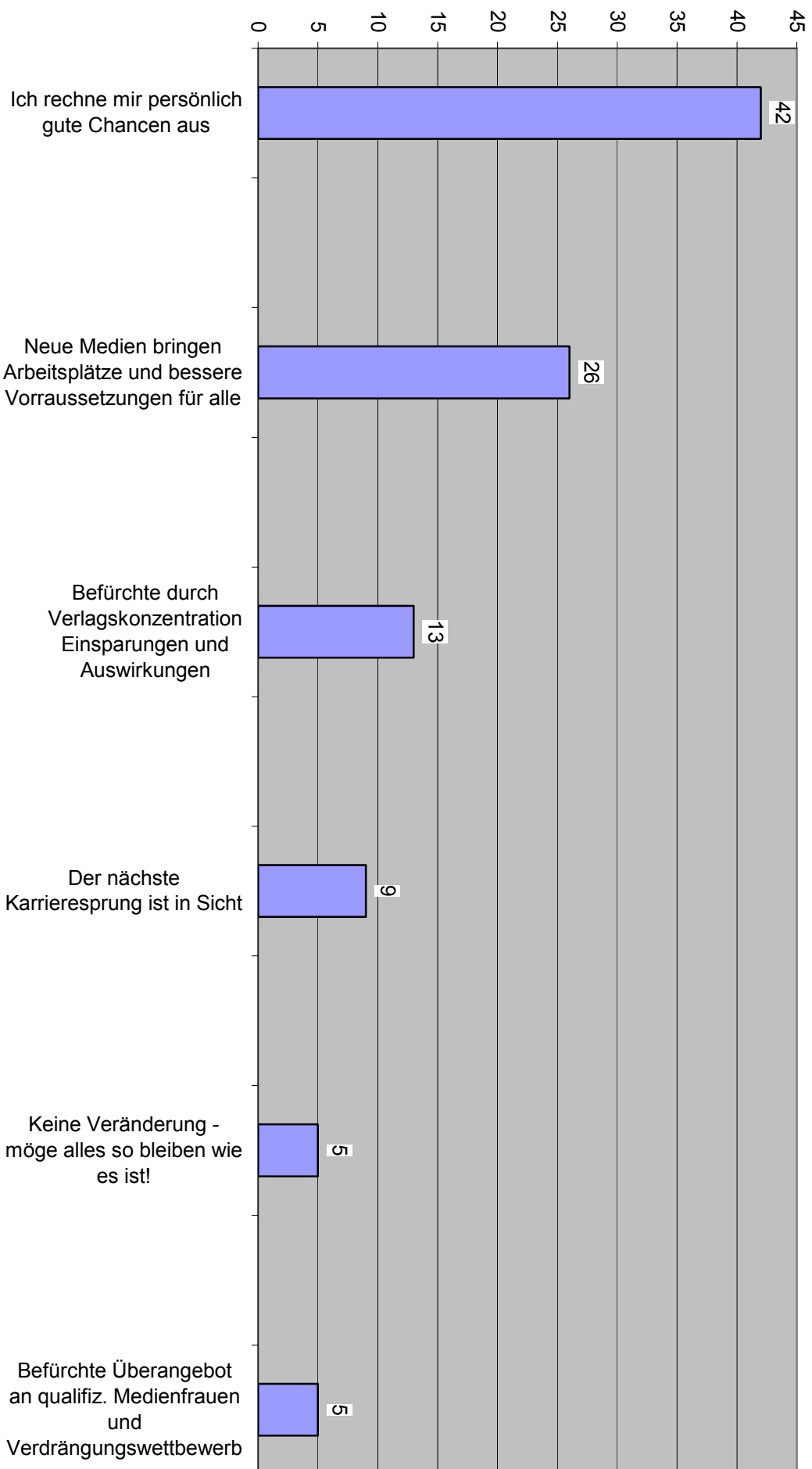
Die zweite gute Nachricht bringt das Ergebnis unserer Frage nach der persönlichen beruflichen Lebensplanung: **"Was erwarten Sie sich von den nächsten 10 Jahren?"**

- 42 % rechnen sich persönlich gute Chancen aus.
- 9 % meinen sogar, der nächste Karrieresprung wäre bereits in Sicht
- 26 % orten, dass das Potential der Branche noch lange nicht erschöpft wäre und neue Medien neue Chancen bedeuten.
- 13 % haben persönliche Befürchtungen, dass durch äußere Einflüsse und Einsparungen Auswirkungen zu erwarten wären.
- 5 % sind immerhin der Meinung, dass es bereits ein Überangebot qualifizierter Medienfrauen vorhanden ist und ein Verdrängungswettbewerb stattfinden könnte.
- 5 % dürften zu den Arrivierten oder zu jenen zählen, die sich mit ihrer Situation abgefunden haben:
Sie wünschen sich, dass alles so bleiben möge, wie es ist.

Von den vielen Anregungen wieder eine als Beispiel:

"Ständige Lernbereitschaft ist notwendig. Fortbildung für Frauen sollte mehr gefördert werden"

Persönliche Erwartungen für die nächsten 10 Jahre



Jetzt darf und muss uns noch interessieren, wer hinter diesen Fragebögen steckt.

Zum **Alter** der Befragten trafen wir auf eine erstaunlich ausgewogene Verteilung:

- 24 % sind zwischen 20 und 30 Jahren
- 41 % 31 bis 40 Jahre
- 24 % 41 bis 50 Jahre
- 11 % sind älter als 50 Jahre

Zum **Berufsalter**:

- 21 % sind Einsteigerinnen, bis zu 3 Jahren im Beruf
- 27 % bis zu 9 Jahre
- 23 % bis 15 Jahre und
- 29 % über 15 Jahre

Zur **Art des Medienberufes**:

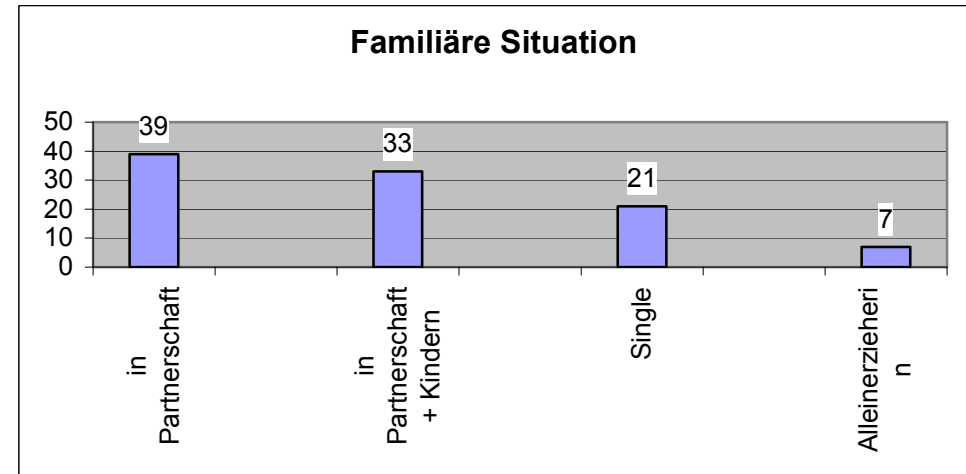
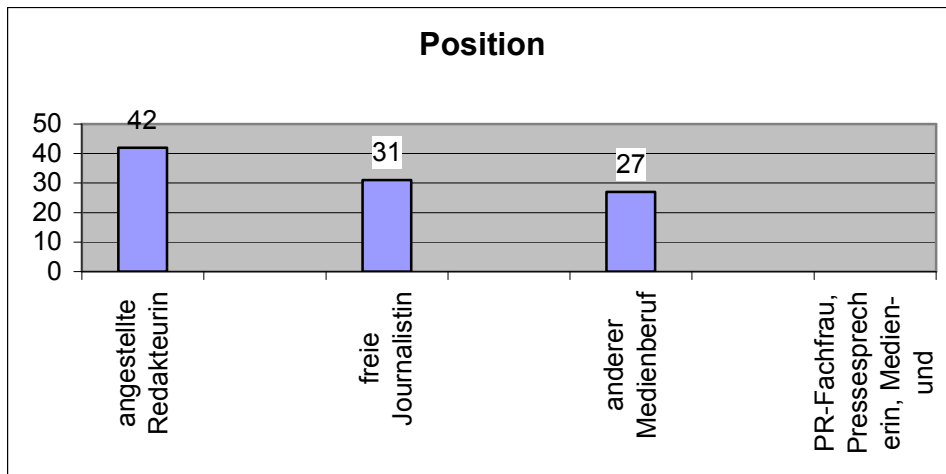
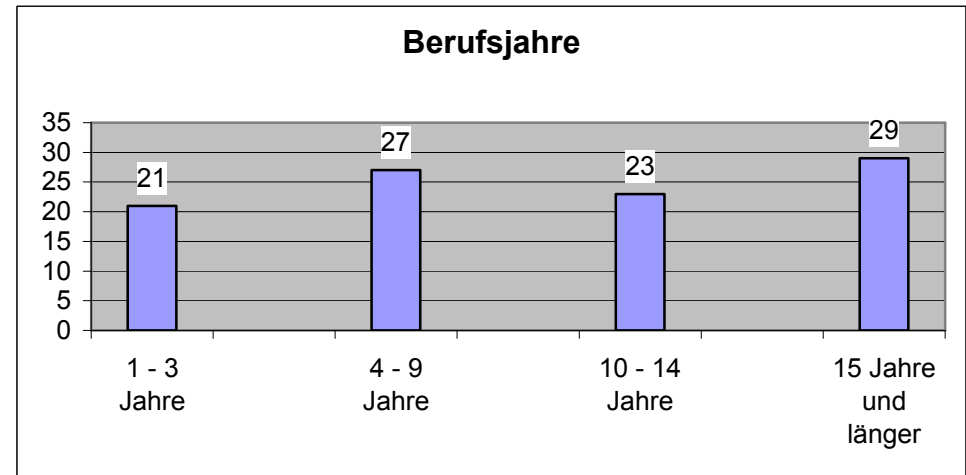
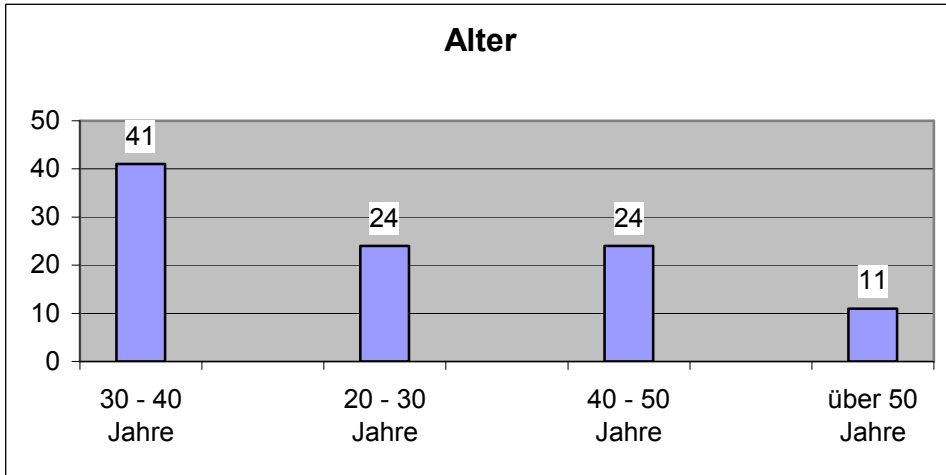
- 42 % arbeiten als angestellte Redakteurin
- 31 % als freie Journalistin
- 27 % in anderen Berufen wie PR-Fachfrau, Pressesprecherin, etc.

Zur **familiären Situation**:

- 21 % Single
- 7 % Alleinerzieherin
- 39 % leben in Partnerschaft
- 33 % in Partnerschaft mit Kind/ern

Oder, wenn man Kinder als Einflussfaktor auf die Berufstätigkeit herausrechnet:

40 % unserer Befragten haben Kinder, 60 % haben keine.



Stichwort KOMMUNIKATION

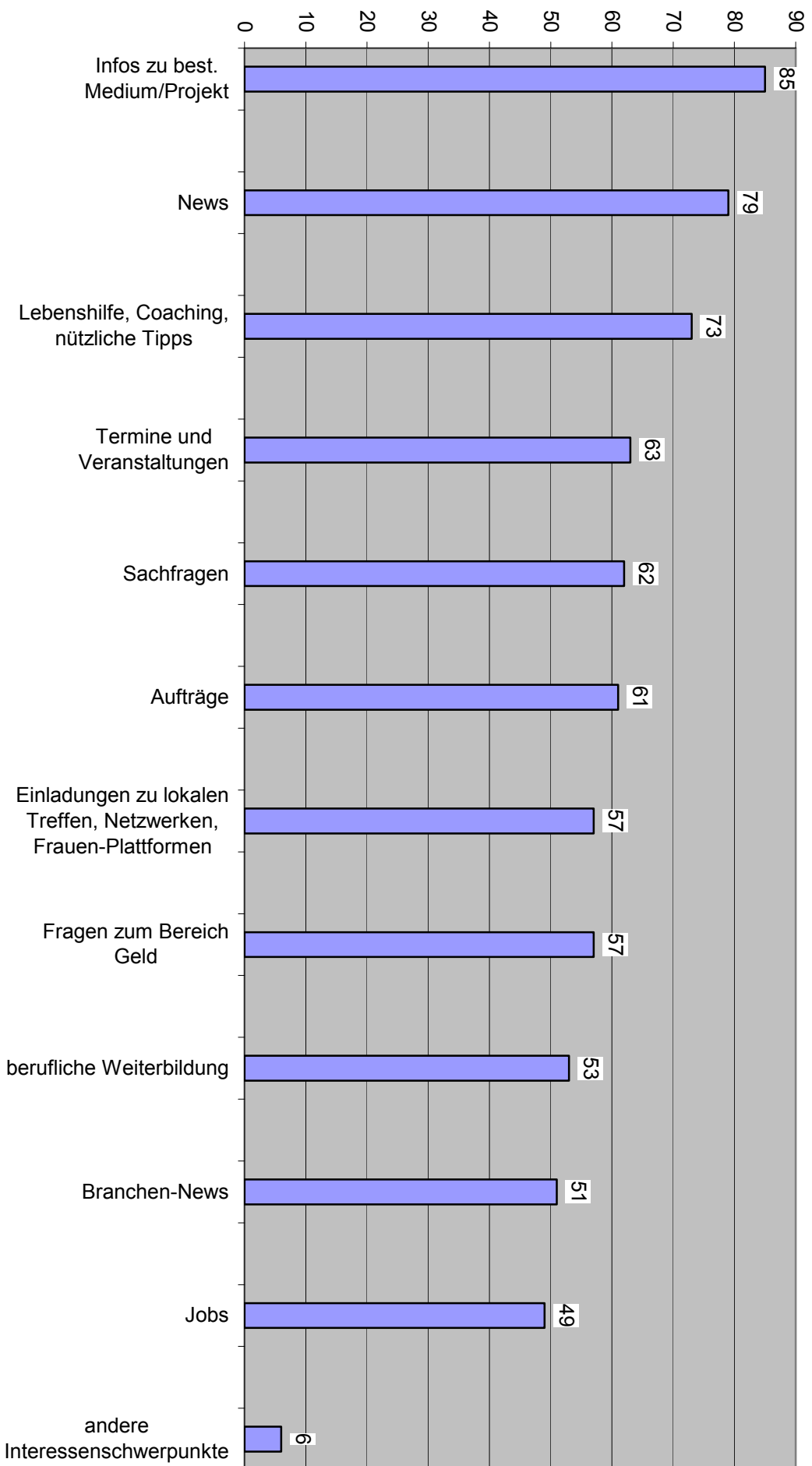
Unsere Frage war: Viele nützliche Informationen bleiben manchmal auf der Strecke. Zu welchen Themen hätten Sie gerne regelmäßig mehr Information, bzw. zu welchen Themen würden Sie gerne mit anderen Medienfrauen in Kontakt treten?

- 85 % hätten gerne Informationen zu bestimmten Medien, zu bestimmten Projekten
- 79 % wären an Branchen-News interessiert
- 73 % würden nach Lebenshilfe / Coaching und Tipps suchen
- 63 % haben Interesse an Terminen und Veranstaltungen
- 62 % sind an Sachfragen interessiert
- 61 % würden hier nach Aufträgen suchen –

gefolgt von Einladungen zu lokalen Treffen und Netzwerken, weiters Fragen zum Bereich Geld, gefolgt vom Thema Weiterbildung - und schließlich, immer noch 49 %, würden gerne hier nach Jobs suchen.

Angeregt wurden auch die Themen *"gegenseitige Unterstützung im Bereich von Männer-Domänen wie Innen- und Außenpolitik"* sowie die Bereiche Medienrecht, Ausbildung allgemein, aber auch Bildungsreisen und spezielle Frauenthemen.

KOMMUNIKATION - INFORMATION



Sie erinnern sich an unseren letzten Kongress: Die wirklich nicht überragenden 16,67 % Frauenpräsenz in Print-Medien gilt es zu steigern. Ich wiederhole es noch einmal, für alle, die sich noch nicht genug darüber geärgert haben:

Wir haben letztes Jahr eine Studie gemacht. Der Frau-Mann-Vergleich in 10 Österreichischen Tageszeitungen, an 3 verschiedenen Wochentagen, von der Außenpolitik bis zum Sport. Inklusive aller Schönheitsköniginnen und Unfallopfer, inklusive der bewussten Seite 7 der Kronenzeitung, (allerdings ohne Ergebnislisten aus dem Sport, die das Ergebnis noch einmal verschlechtert hätten): über 16,67 % "Frauen – namentlich zitiert in Wort und/oder Bild – sind wir nicht hinausgekommen!

Das haben wir noch einmal hinterfragt.

"Ist 16,67 % ein Prozentsatz, der Ihrer Meinung nach mit der Realität übereinstimmt?"

17 % sagten JA. – Mehr kompetente Frauen gibt es nicht.

87 % sagten NEIN. – Aber Expertinnen sind schwer zu finden.

Auch hier hoffen wir, in Verbindung mit der Online-Plattform zu einer Verbesserung beitragen zu können.

Wir haben gefragt, wie groß die Bereitschaft wäre, **nach Expertinnen auch im Netz zu recherchieren.**

89 % hätten die Absicht dazu.

11 % würden es nicht nutzen.

Die Daten und Informationen müssen aber irgendwo her kommen. Daher unsere Frage: **Würden Sie Ihre Kontakte/Expertinnen/Interviewpartnerinnen in so einer Plattform promoten?**

87 % würden das tun

13 % verweigern, vielleicht weil sie ihre Top-Kontakte für sich behalten wollen.

