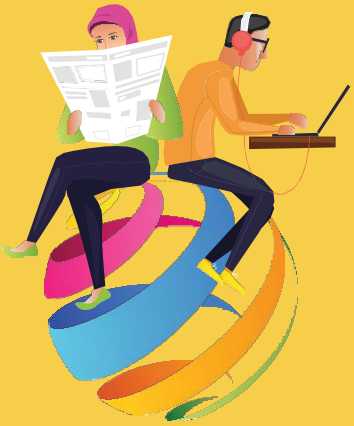
WHO MAKES THE NEWS?



GMMP

Global Media Monitoring Project

2020

Schweiz

Nationaler Bericht

GMMP

Global Media Monitoring Project

2020

creative commons

GMMP 2020 is licensed under creative commons using an Attribution-NonCommercial-NoDerivs.

GMMP 2020 is co-ordinated by the World Association for Christian Communication (WACC), an international NGO which promotes communication for social change,.

BY NC ND

Data for GMMP 2020 were collected through the collective voluntary effort of hundreds of organizations including gender and media activists, grassroots communication groups, university researchers, students, mediaprofessionals, journalists associations, alternative media networks and faith groups.

Noncommercial. You may not use this workfor commercial purposes.
No derivative Works. You may not alter,transform, or build upon this work.
For any use or distribution, you must make clear to others the license terms of this work.Your fair use and other rights are in no way affected by

WACC communication for all

CODE for AFRICA

EQUALITY.CH
Schweizerische Konferenz der Gleichstellungsbeauftragten SKG
Conférence suisse des délégué-e-s à l'égalité CSDE
Conferenza svizzera delle-i delegate-i alla parità CSP

the above

In Partnership with

UN WOMEN
United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women

UNESCO
United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

FREE PRESS UNLIMITED

PACMAS
Pacific Media Assistance Scheme

Australian Broadcasting Corporation

WAN IFRA

Anmerkungen

Der vorliegende Bericht ist ein Zusatzbericht der Schweizerischen Konferenz der Gleichstellungsbeauftragten (SKG) zum Global Media Monitoring Project 2020. Er ist eine Momentaufnahme der Schweizer Medienlandschaft aus der Geschlechterperspektive und muss auch im Zusammenhang mit den früheren und folgenden Berichten des GMMP gelesen werden.

Der Gesamtbericht des GMMP ist unter www.whomakesthenews.org zugänglich.

Inhaltsverzeichnis

VORWORT 6

GLOBALER KONTEXT 6
REGIONALER KONTEXT 6
NATIONALER KONTEXT 6
Gleichstellung der Geschlechter in den Schweizer Medien 6
Staatsrechtliche Verträge 7
Aktivitäten des privaten Sektors und von zivilgesellschaftlichen Akteur:innen 7
Datenlage 8

ZUSAMMENFASSUNG 9

EXPERTINNEN SIND DEUTLICH UNTERVERTRETEN 10
FAST 50% JOURNALISTINNEN IM RADIO UND TV 10
GENDER GAP BEI DER ROLLENVERTEILUNG 10
INTERNATIONALER UND DIACHRONER VERGLEICH 11
WEITERE RESULTATE IN KÜRZE 11

DER 29. SEPTEMBER 2020 IN DEN SCHWEIZER MEDIEN 12

METHODIK DES GLOBAL MEDIA MONITORING PROJEKT 12

STICHPROBE 12
STICHTAG UND DATENERHEBUNG 13
DATENANALYSE 13

THEMEN IN DEN NACHRICHTEN 14

COVID-19 14
VERTRETUNG VON FRAUEN 14
GLEICHSTELLUNG, FRAUEN UND STEREOTYPEN 15
Frauen berichten über Frauen 15
Frauen fordern Stereotype heraus 15

SUBJEKTE UND QUELLEN 16

MEDIENFORMATE 16
BERUFE 16
FUNKTIONEN 17
ALTER 17
FOTOS UND ZITATE 17
OPFER UND ÜBERLEBENDE 17

JOURNALIST:INNEN 18

MEDIENFORMATE 18
ROLLENVERTEILUNG 18
ALTER 18
BERICHTERSTATTUNG 19

ZUSAMMENFASSUNG 20

EMPFEHLUNGEN 20

FÜR DIE AUSBILDUNG UND SENSIBILISIERUNG VON JOURNALIST:INNEN, MEDIENSCHAFFENDE, REDAKTIONEN UND NACHRICHTENAGENTUREN 20
FÜR DIE AUSBILDUNG UND SENSIBILISIERUNG INTERESSIERTER KREISE: GLEICHSTELLUNGSBEAUFTRAGTE AUF BUNDES-, KANTONS- UND GEMEINDEEBENE, DACHVERBÄNDE VON JOURNALIST:INNEN UND MEDIENSCHAFFENDEN, GEWERKSCHAFTEN ETC. 21

ANHANG 22

CODIERVERFAHREN IN KÜRZE. 22
TABELLEN 22
Tabelle 1: Erhobene Daten, Journalist:innen 22
Anhang 2: Erhobene Daten, Subjekte/Quellen 22
Anhang 3: Häufigste Themen, mit und ohne Bezug zur COVID-19 Pandemie 23
Anhang 4: Themen, Häufigkeit und Frauenanteil, Subjekte/Quellen 23

Anhang 5: Themen mit einem Frauenanteil von über 50%, Subjekte/Quellen 25
Anhang 6: Funktionen nach Geschlecht, Subjekte/Quellen 25
Anhang 7: Geschlechterverteilung bei Personen, die fotografiert oder zitiert wurden, Subjekte/Quellen 26
Anhang 8: Häufigste Berichte von Reporter:innen nach Thema 26
Anhang 9: 10 häufigste Themen von Journalist:innen 27
ABBILDUNGEN 28
Anhang 10: Geschlechterverteilung pro Sprachregion, Subjekte/Quellen 28
Anhang 11: Geschlechterverteilung pro Medienform, Subjekte/Quellen 28
Anhang 12: Altersverteilung pro Geschlecht, Subjekte/Quellen 28
Anhang 13: Geschlechterverteilung pro Beruf, Subjekte/Quellen 29
Anhang 14: Geschlechterverteilung bei Personen, die als Opfer und/oder Überlebende beschrieben wurden, Subjekt/Quellen 30
Anhang 15: Geschlechterverteilung pro Titel, Subjekte/Quellen 31
Anhang 17: Vergleich Frauenanteil international und diachron, Journalist:innen und Subjekte/Quellen 32
Anhang 18: Geschlechterverteilung Rollen im TV und Radio, Journalist:innen 32
Anhang 19: Geschlechterverteilung Funktion «Expert:in» in Berichten mit und ohne Bezug zu COVID-19, Subjekte/Quellen 33

Vorwort

Globaler Kontext

Das Global Media Monitoring Project (GMMP) findet seit 1995 alle fünf Jahre statt, mit dem Ziel, in einer Momentaufnahme mehr über die Repräsentation von Gender in der globalen Berichterstattung zu erfahren und einen Beitrag zur Datenlage der Gleichstellung in den Medien zu leisten. Die Idee für ein globales Medienmonitoring entstand 1994 an der internationalen Konferenz «Women Empowering Communication» in Bangkok. Seither stützt sich das Projekt auf die Empfehlungen der «Platform for Action» der 4. «World Conference on Women» der UN-Women 1995 in Beijing[1], in denen Staaten angewiesen werden, ein ausgeglichenes und nicht stereotypes Bild von Frauen in den Medien zu fördern und insbesondere NGOs zum Medienmonitoring aufgefordert werden.
Das GMMP ist eine weltweite Zusammenarbeit von Gleichstellungsbeauftragten, NGOs, Medienhäusern und Forschenden, das bei der aktuellen 6. Ausgabe 2020 Untersuchungen in 116 Ländern umfasste. Das GMMP ist damit die grösste und längste internationale Längsschnittstudie zum Thema Geschlechtsrepräsentation in den Medien[2].

Regionaler Kontext

Das Jahr 2020 war aufgrund der COVID-19 Pandemie in vielerlei Hinsicht ein herausforderndes Jahr, auch in Europa. Es ist daher umso erfreulicher, dass dennoch 32 europäische Länder am GMMP teilgenommen haben, nur eines weniger als 2015. Dass trotz der schwierigen Umstände so viele Koordinator:innen und Codierer:innen teilgenommen haben, unterstreicht den Wert der Untersuchung. Nur 27% der Medienberichte auf europäischem Level hatte einen Bezug zur Pandemie, so dass die Resultate trotz diesem platzfüllenden Themenfokus einen wichtigen Vergleichswert zu vorherigen Untersuchungen liefern können.

Nationaler Kontext

Zum dritten Mal in Folge wurden auch ausgewählte Schweizer Medien (Zeitung, Fernsehen, News-Webseiten, Radio und Twitter) untersucht. Dieses Jahr waren zum ersten Mal auch Medien aus der Romanischen Schweiz im Mediensample.

Gleichstellung der Geschlechter in den Schweizer Medien

Die Gleichstellung der Geschlechter ist in der Schweiz in Art. 8 BV verankert und für das Erwerbsleben im Gleichstellungsgesetz umgesetzt. Der dort sichergestellte Diskriminierungsschutz aufgrund des Geschlechts gilt auch für Angestellte in Medienunternehmen wie Journalist:innen und schützt sie vor Diskriminierung bei der Anstellung/Kündigung, wie auch vor Sexueller Belästigung und Sexismus am Arbeitsplatz.
Die Inhalte von Medienprogrammen sind in der Schweiz allein durch das Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) geregelt. Art. 4 Abs. 1 schreibt vor, dass Programminhalte die Grundrechte und Menschenwürde achten müssen; die Regelung untersagt diskriminierende und Gewalt verherrlichende oder verharmlosende Inhalte[3]. Dies betrifft Radio- und Fernsehprogramme wie auch ihre digitale Verbreitung, aber keine Print- oder Online-Medieninhalte. Die Schweizer Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) ist zudem durch seine Konzession dazu verpflichtet, das Gleichstellungsgebot und das Diskriminierungsverbot in der Bundesverfassung zu beachten[4]. SRG hat dies in ihren publizistischen Leitlinien konkretisiert. Bei den Ombudsstellen und der Unabhängigen Beschwerdeinstanz UBI können

---

[1] Anon. n.d. “Beijing Declaration and Platform for Action, Beijing +5 Political Declaration and Outcome.” UN Women. Abrufbar unter: https://www.unwomen.org/digital-library/publications/2015/01/beijing-declaration
[2] https://whomakesthenews.org/the-gmmp/
[3] https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2007/150/de
[4] Die SRG hat dieses Jahr ihre journalistischen Leitlinien für Medienschaffende überarbeitet. SRGSSR: Publizistische Leitlinien. Einsehbar unter: https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/qualitaet/SRF-publizistische-Leitlinien.pdf, S. 77f.

Missachtungen von nationalem (RTVG) oder internationalem Recht geahndet werden[5]. Beschwerden über das RTVG hinaus können auch bei der Selbstregulierungsorganisation der Medienbranche, dem Presserat, eingereicht werden[6].
In der Westschweiz wird vom Verband der Gleichstellungsbüros seit 2010 alle 3-4 Jahre der «Prix Femmes & Médias» verliehen, der damit Journalistinnen ehrt, die sich in ihrem beruflichen Alltag aktiv für die Gleichstellung einsetzen[7].

Staatsrechtliche Verträge

Mit der Ratifizierung der UNO-Frauenrechtskonvention zur Beseitigung jeder Form der Diskriminierung der Frau (CEDAW) 1997 und der Istanbul-Konvention gegen Gewalt an Frauen und Häusliche Gewalt 2017 hat sich die Schweiz auf internationaler Ebene dazu verpflichtet, Massnahmen gegen diskriminierende und stereotype Bilder von Frauen und die Verharmlosung von Gewalt zu ergreifen[8]. Die Medien spielen dabei eine grosse Rolle. Die Schweiz hat in ihren letzten Staatenberichten, in denen sie auch zu ihrer Strategie zur Beseitigung von Stereotypen in den Medien antworten musste, auf die rechtlichen Beschränkungen zur Regulierung hingewiesen. Die Alternativ- bzw. Schattenberichte der zivilgesellschaftlichen Akteur:innen weisen aber auf mangelnde Sensibilisierung und Wissen auf Seiten der Medienschaffenden im Umgang mit Gewalt an Frauen, Häuslicher Gewalt und LGBTIQ-Personen und -Themen hin (Verharmlosung von Gewalt, Opferbeschuldigung, stereotypische Darstellungen)[9]. Sie fordern ein stärkeres Engagement bei der Sensibilisierung von Medienschaffenden, eine gezieltere Aus- und Weiterbildung in den Bereichen Gewalt und Diskriminierung, und eine bewusstere Wahrnehmung des Informationsauftrags im Sinne der Früherkennung und Hilfeleistung von Seiten der Journalist:innen, besonders bei Themen zu Gewalt[10].

Aktivitäten des privaten Sektors und von zivilgesellschaftlichen Akteur:innen

Im Rahmen der #MeToo-Bewegung, des Frauenstreiks 2019 und des Bekanntwerdens von Fällen Sexueller Belästigung in den Medienverlagen hat die Sensibilisierung für den Frauenanteil in den Redaktionen, die Redaktionskultur und Gleichstellung in der Berichterstattung zugenommen. Einige Verlage haben seither Initiativen lanciert, um eigene Daten zur Darstellung und Präsenz von Frauen in ihrer Berichterstattung zu erheben und den Frauenanteil in Redaktionen und der Geschäftsleitung zu erhöhen[11].
Darüber hinaus hat sich das Bewusstsein für die Stellung von Frauen in der Medienbranche verstärkt: Medienhäuser und andere Organisationen und Plattformen wie More Women More News, Medienfrauen, Alliance F, femdat.ch, FemWiss, SheKnows.ch haben es sich zum Ziel gesetzt, Journalistinnen zu vernetzen, ihre Anliegen stärker zu positionieren, aber auch Expertinnen sichtbarer zu machen. Das Schweizer Syndikat Medienschaffender und andere Interessensorganisationen bieten Leitfäden und Materialien zu gendergerechter und diskriminierungssensibler Berichterstattung an[12]. Journalistinnen bemühen sich seit Jahren um

---

[5] https://www.ubi.admin.ch/de/ubi-startseite
[6] https://presserat.ch
[7] https://egalite.ch/projets/prix-femmes-et-medias/
[8] https://www.ebg.admin.ch/ebg/de/home/themen/recht/internationales-recht/uno/cedaw.html; https://www.ebg.admin.ch/ebg/de/home/themen/recht/internationales-recht/europarat/Istanbul-Konvention.html
[9] Netzwerk Istanbul Konvention: Umsetzung der Istanbul-Konvention in der Schweiz: Alternativbericht der Zivilgesellschaft. https://istanbulkonvention.ch/assets/images/elements/Alternativbericht_Netzwerk_Istanbul_Konvention_Schweiz.pdf, S. 54; The Implementation of the Women's Rights Convention in Switzerland. CEDAW Shadow Report by the NGO-Coordination of post Beijing Switzerland (May 2021). https://www.postbeijing.ch/cms/upload/pdf/CEDAW_Schattenbericht_20210614_final.pdf , S. 13.
[10] Ebd.
[11] https://www.persoenlich.com/medien/wie-schweizer-medien-frauen-sichtbarer-machen-wollen, https://www.republik.ch/2019/06/14/was-wir-leider-schreiben-muessen
[12] http://www.ssm-site.ch/medien/dossiers/medien-und-geschlecht/,

eine bessere Stellung, mehr Repräsentation und Schutz vor Sexismus und Sexueller Belästigung in den Medienhäusern, allerdings mit nur wenig Erfolg[13]. Im Jahr 2016 war die Mehrheit der im Journalismus tätigen Personen noch immer männlich, mittleren Alters, gebildet und verdiente mehr als die durchschnittliche Kollegin[14].

Datenlage

Seit #MeToo hat sich die Datenlage zu Frauen in den Medien verbessert. Die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) stellte 2016 fest, dass die Stereotypen der journalistischen Ausrichtung noch immer zutreffen: Frauen sind stärker auf Gesellschaft, Kultur und Lifestyle spezialisiert, Männer stärker auf Politik, Wirtschaft und Sport[15]. Das Digital Democracy Lab konnte bei den Wahlen 2019 aufzeigen, dass Politikerinnen in den Medien untervertreten waren[16]. Das Recherche- und Bildungsinstitut DécadréE[17] hat in gezielten Einzelanalysen auch auf verschiedene sexistische Aspekte in der Berichterstattung hingewiesen[18]. Eine umfassende Studie hat das Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (fög) diesen Sommer publiziert und damit auch bisherige Befunde des GMMP bestätigt[19]. Frauen sind in der Berichterstattung besonders in den Bereichen Sport und Wirtschaft untervertreten und kommen wesentlich weniger als Expertinnen oder Sprecherinnen in den Berichten vor als männliche Subjekte. Zudem zeigt sich eine grosse Differenz in der Berichterstattung zwischen den einzelnen Medientiteln.

---

https://www.tgns.ch/de/medien/medienguide/, https://www.stopfemizid.ch/ressources-

[13] https://journalistinnen.ch, https://www.tagesanzeiger.ch/schweiz/mediatoo/pruede-bitch-wie-journalistinnen-sexuell-belaestigt-werden/story/25894570

[14] ZHAW: Zufriedene Journalisten trotz Medienkrise? (2016) https://www.zhaw.ch/de/medien/medienmitteilungen/detailansicht-medienmitteilung/event-news/zufriedene-schweizer-journalisten-trotz-medienkrise/

[15] Ebd.

[16] https://digdemlab.io/eye/2019/10/04/media.html

[17] https://decadree.com/media/femmes-et-medias/kit-et-recommandation/

[18] Weitere sind z.B.: https://faftplus.ch/donne-e-media/

[19] Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft: Jahrbuch Qualität der Medien. Studie 1/2021. Darstellung von Frauen in der Berichterstattung Schweizer Medien. Einsehbar unter: https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/qualitaet/SRF-publizistische-Leitlinien.pdf

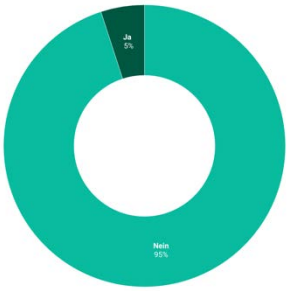
Zusammenfassung

Als Basis des vorliegenden Berichts wurden 669 Beiträge, Artikel und Tweets analysiert, die am 29. September 2020 von Schweizer Medien veröffentlicht wurden. Es wurden Webseiten von Medien, Printausgaben von Zeitungen, Radiosendungen, Fernsehsendungen und Twitter Feeds untersucht – zum ersten Mal aus allen vier Sprachregionen. Dabei handelte es sich um 167 Online-Artikel, 221 Zeitungsartikel, 57 Radiobeiträge, 61 Fernsehbeiträge und 163 Tweets[20].

Insgesamt haben am 29. September 2020 in den untersuchten Medien 628 Journalist:innen 669 Beiträge, Artikel und Tweets verfasst und darin 1823 Personen erwähnt.

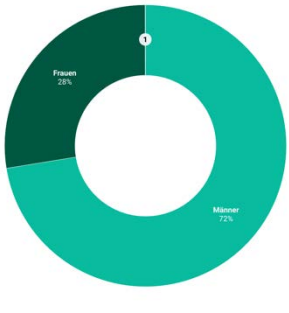
669 Beiträge

Davon 5%, die Stereotypen herausfordern



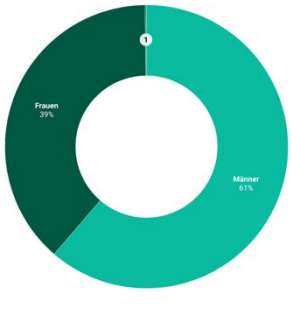
1823 erwähnte Personen

Davon 28% Frauen



628 Journalist:innen

Davon 39% Frauen



Die Untersuchung 2020 zeigt, dass die Medienbranche seit der letzten GMMP-Ausgabe im Jahr 2015 in Bezug auf die Gleichstellung stärkere Fortschritte gemacht hat als in den vorherigen Jahren. Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind aber vor allem in der Berichterstattung noch immer gross: Weniger als ein Drittel der erwähnten Personen sind Frauen und ausser einem Kind war keine Person nicht gender-konform.

Der Frauenanteil in der Berichterstattung unterscheidet sich zwischen den Sprachregionen. Die italienische Schweiz fällt im Vergleich zu den anderen Sprachregionen stark ab: Hier kommen nur 21.5% Frauen in der Berichterstattung vor. In der Deutsch- und Westschweiz wie auch in der Romanischen Schweiz ist der Frauenanteil 4-7 Prozentpunkte höher (Deutschschweiz: 29.1%, Französische Schweiz: 27.8%, Romanische Schweiz: 25.7).

Der grössere Unterschied zeigt sich allerdings zwischen den einzelnen Titeln. Die Titel mit dem höchsten Frauenanteil[21] sind Blick.ch (49%), 10vor10 (47%), 20 Minuten (45%) und RTS.ch (41%), sowohl Online-Medien, eine Printausgabe und ein TV-Programm. Die niedrigsten Werte wiesen Der Bund (3%), SRF Tagesschau Mittag (9%), @srfnews (10%) und LeTemps.ch (14%) auf[22]. Im Durchschnitt der Medienformate ist der Frauenanteil auf Twitter mit 22.5% am tiefsten, in den anderen Medienformaten bewegt sich der Anteil zwischen 26.6% (Radio) und 28.1% (Internet).

---

20 Es wurden nur selbst abgesetzte Tweets der betreffenden Medienkanäle untersucht und keine Retweets eingeschlossen.

21 Mind. n=10

22 Ebenso mind. n=10

Expertinnen sind deutlich untervertreten

Die Geschlechterverteilung der Funktionen, mit denen die Personen erwähnt wurden, zeigt einen Gender Gap bei professionellen Funktionen auf: Frauen haben zwar einen überdurchschnittlichen Anteil an den Funktionen der Augenzeug:innen, von Personen mit einer geläufigen Meinung oder Personen, die eine persönliche Erfahrung teilen, kommen aber vor allem als Expertin oder Kommentatorin mit 20% nur selten vor. In der Berichterstattung über COVID-19 zeigt sich dieser Trend noch stärker: Hier sind die Expert:innen nur zu 17% weiblich (Anhang 19).

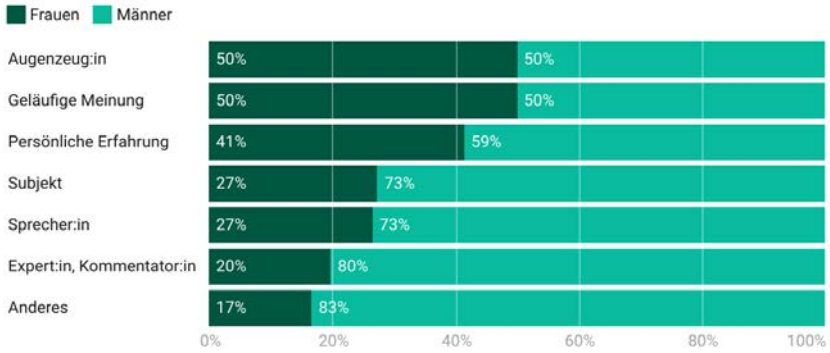


Abb. 1: Geschlechterverteilung bei Funktionen von Subjekten und Quellen in Berichten.

Fast 50% Journalistinnen im Radio und TV

Die Vertretung von Frauen im Journalismus ist über die Medienformate hinweg sehr unterschiedlich. Besonders auf den klassischen Kanälen sind mehr Artikel und Beiträge von Frauen zu finden. Besonders im Radio (47.8%) und TV (48.2%) ist der Anteil der Frauen höher als in anderen Medienformaten. Auf den digitalen Kanälen zeigt sich ebenfalls ein Gap: Frauen kommen häufiger in Berichten von Online-Medien vor (33.1%), als auf Twitter (22.1%). Im Vergleich dazu finden sich in den Printzeitungen (38.7%) etwas mehr Berichte von Frauen.

Gender Gap bei der Rollenverteilung

Der hohe Frauenanteil im Radio und TV relativiert sich aber mit der Rollenverteilung von Journalist:innen. Frauen agieren wesentlich häufiger als Moderatorinnen statt als Reporterinnen. Im Radio akzentuiert sich dieser Unterschied weniger stark als im Fernsehbeiträgen. Dort machen sie 58% der Moderator:innen aus, in Radiobeiträgen sind es 54%. Als Reporter:innen werden fast doppelt so häufig Männer eingesetzt, im Radio (63%) ebenso wie im TV (65%).

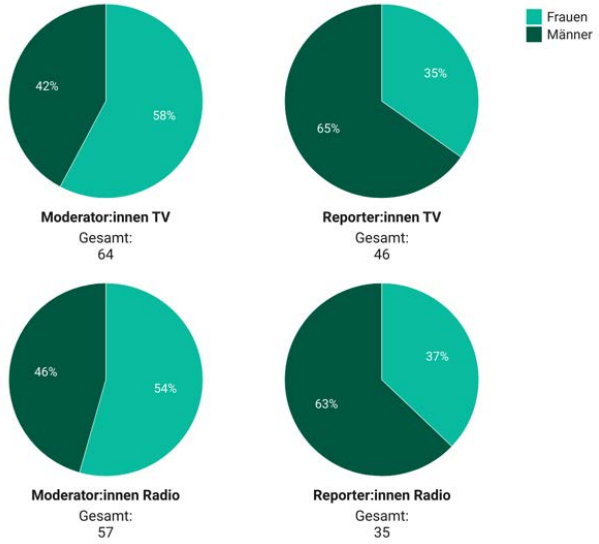


Abb. 2: Geschlechterverteilung bei Rollen im TV und Radio.

Internationaler und diachroner Vergleich

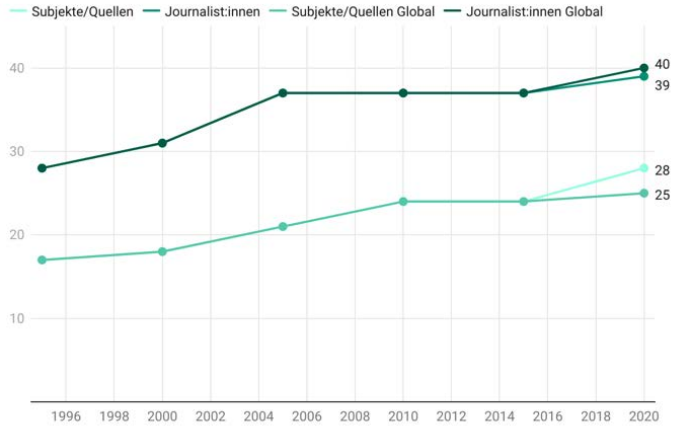


Abb. 3: Internationaler und diachroner Vergleich des Frauenanteils an Journalist:innen und Subjekten und Quellen.

Der Frauenanteil im Journalismus wie auch in der Berichterstattung ist seit der letzten Untersuchung 2015 weiter gestiegen. Nach einer Stagnation der Werte vor allem bei den Journalist:innen von 2005-2015 zeigt sich dieses Jahr wieder eine deutlichere Entwicklung. Zudem heben sich beide Werte das erste Mal von den globalen Werten ab: 28% der Subjekte und Quellen sind Frauen, im globalen Durchschnitt sind es nur 25%.

Weitere Resultate in Kürze

	Frauen sind in Medienberichten jünger als Männer: Frauen sind am häufigsten zwischen 35-49 Jahren, Männer meistens zwischen 50-64 Jahren alt. Der Anteil der 65-79-jährigen ist bei Männern dreimal so hoch wie bei Frauen.
	Bei Frauen wir knapp dreimal häufiger die Familienrolle erwähnt als bei Männern.
	Frauen werden häufiger als Opfer denn als Überlebende, Männer häufiger als Überlebende denn als Opfer dargestellt. Überlebende von COVID-19 waren am häufigsten männlich.
	Journalistinnen sind fast alle 35-49 Jahre alt, jüngere oder ältere gibt es kaum. Journalisten verteilen sich über eine grössere Altersspanne.
	Frauen sind in der Berichterstattung über Kunst und Unterhaltung deutlich übervertreten, gleichzeitig aber in den Themen Politik, Wirtschaft und Wissenschaft nur wenig vertreten.
	59% der Subjekte und Quellen in Berichten, in denen Stereotype herausgefordert wurden, sind Frauen.

Der 29. September 2020 in den Schweizer Medien

Der Stichtag der Untersuchung war trotz des Rückgangs der COVID-19 Zahlen im Sommer noch immer geprägt von der Berichterstattung über die Pandemie: Ein Viertel der Berichte hatte einen Bezug zur Pandemie und Themen im Bereich Wissenschaft und Gesundheit waren auch am Stichtag sehr präsent. Hinzu kamen die Ergebnisse der Abstimmungen vom 27. September, die in der Woche des Stichtags diskutiert wurden[23]. Dabei hat vor allem die Abstimmung zum Vaterschaftsurlaub viel Aufmerksamkeit auf sich gezogen.

Methodik des Global Media Monitoring Projekt

Stichprobe

Die Methodik wurde von der internationalen Projektleitung des GMMP vorgegeben, um die internationale Vergleichbarkeit zu sichern. Für jedes Land wurde ein Mediaband mit der Mindestanzahl der zu codierenden Medien erstellt.[24] Dieses Mediaband beschränkt sich auf die traditionellen Medien Zeitung, TV und Radio. Die Erfassung von Berichten auf Webseiten oder Twitter war fakultativ.

Aufgrund der starken überregionalen Differenzierung der schweizerischen Medienlandschaft hatte sich die SKG bei der letzten Durchführung 2015 bereits entschlossen, die Stichprobe zu erweitern, um eine grössere Repräsentativität zu erreichen. Die diesjährige Erhebung hat sich an diesem Vorgehen orientiert und die Stichprobe wieder deutlich ausgeweitet.

Die Auswahl der Medien wurde nach ihrer Verbreitung und/oder Auflagenstärke, der journalistischen Qualität, der sprachlichen Abdeckung und der politischen Ausrichtung festgelegt. Als Ergänzung zur Untersuchung von 2015 wurde dieses Jahr zusätzlich die Romanische Schweiz berücksichtigt.

Es wurden die folgenden Titel untersucht:

Medium	Deutschschweiz	Franz. Schweiz	Italienische Schweiz	Roman. Schweiz
Internet	20min.ch	Letemps.ch	Ilcorriere.ch	20min.ch/ro
	Blick.ch	Rts.ch	Rsi.ch	rtr.ch
	Nau.ch		Tio.ch	
	Srf.ch			
	Tagesanzeiger.ch			
	Watson.ch			
Zeitungen	20 Minuten (Ausgabe Zürich)	20 Minutes	Corriere del Ticino	La Quotidiana
	Basler Zeitung	24 heures (Ausgabe Lausanne)		
	Blick	La Liberté		
	Der Bund	La Région Nord Vaudois		
	Luzerner Zeitung	Le Nouvelliste		
	Neue Zürcher Zeitung	Le Temps		
	Nordwestschweiz (Aargauer Zeitung/Ausgabe Aargau)			
	Tages-Anzeiger			
Radio	SRF Regionaljournal Zürich Schaffhausen (12.30)	RSR - Le 12h30 (12.30)	RSI - Radiogiornale (8.00)	RTR - Actualitad (6.00)
	SRF Regionaljournal Zürich Schaffhausen (17.30)	RSR - Le Journal de 8h (La Matinale)	RSI - Radiogiornale (8.00)	
	SRF Regionaljournal Zürich Schaffhausen (7.30)			

[23] Volksinitiativen «Für eine massvolle Zuwanderung» (Zuwanderungsinitiative), Änderung des Jagdgesetzes, Änderung des Bundesgesetztes über die direkte Bundessteuer, Änderung des Erwerbsersatzgesetzes, Bundesbeschluss über die Beschaffung neuer Kampfflugzeuge. (https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/abstimmungen/20200927.html)

[24] https://whomakesthenews.org/monitoring-methodology-guides-and-coding-tools/

Fernsehen	SRF Tagesschau: Hauptausgabe - (19.30)	RSR - Le Journal 12h45 (12.45)	RSI - Telegiornale (12.30)	RTR - Telesguard (17.40)
	SRF Tagesschau: Mittagsausgabe (12.45)	RSR - Le Journal 19h30 (19.30)	RSI - Telegiornale (19.30)	
	SRF 10vor10 Tagesschau Nachtausgabe (21.50)			
Twitter	@20min	@24heuresch	@CdT_Online	@RTRSRG
	@Blickch	@letemps		
	@NZZ	@tdgch		
	@srfnews			
	@tagesanzeiger			

Tabelle 1: Mediensample.

Der Fokus des GMMP lag auf der tagesaktuellen Medienberichterstattung. So wurden nur tagesaktuelle Medienorgane berücksichtigt, keine Wochenzeitungen oder Magazine.

Stichtag und Datenerhebung

Der Stichtag wurde aufgrund der starken Präsenz von Themen rund um die COVID-19 Pandemie vom Frühling in den Herbst 2020 verlegt, damit die Untersuchung mit anderen Jahren vergleichbar sein würde. Der Tag war nur den teilnehmenden Ländergruppen bekannt. Pro Medienformat wurde eine festgelegte Anzahl Berichte manuell codiert und nach vier Themenbereichen untersucht. Dabei wurden ausschliesslich Nachrichtenberichte und keine Kommentare oder Analysen untersucht. Falls die Berichte Themen aus den Bereichen Wetter, Sport, Kultur, etc. betrafen, wurden sie nur codiert, sofern sie als solches zu den Nachrichten zu zählen waren (z.B. bei grossen Umweltereignissen).
Neben den Eckpunkten der Berichte (Umfang, Reichweite, thematische Ausrichtung), wurden der Bezug zu Themen der Gleichstellung, Ungleichheit zwischen den Geschlechtern, Frauen und Stereotypen untersucht und Angaben zu den Journalist:innen und erwähnten Personen erhoben.[25] Das Codierblatt stimmt zu einem Grossteil mit dem der letzten Erhebung von 2015 überein.

Datenanalyse

Die eingereichten Daten wurden von der Projektleitung ausgewertet und die Resultate den Ländergruppen zur Verfügung gestellt, um die individuellen Zusatzberichte zu erstellen.
Die schweizerische Datenerhebung wurde ARGUS DATA INSIGHTS Schweiz AG in Auftrag gegeben, welche die am Stichtag veröffentlichten Berichte nach dem Codierverfahren des GMMP erfassten. Da einzelne Werte nachträglich korrigiert werden mussten, gibt es minime Unterschiede zwischen den hier präsentierten Ergebnissen und jenen, die für die globale Aggregation an die Verantwortlichen des GMMP weitergegeben wurden.

[25] Weiteres zur Methodik, siehe Anhang.

Themen in den Nachrichten

COVID-19

Am Stichtag hatten rund ein Viertel der analysierten Nachrichten einen Bezug zur COVID-19 Pandemie. Dabei waren vor allem Berichte über Medizin, Gesundheit und Sicherheit zentral, aber auch Berichte über Sportveranstaltungen und Kunst. In den Berichten ohne Bezug zur Pandemie stand die Innenpolitik im Zentrum. Danach wurde am meisten über Aussenpolitik und Umweltthemen berichtet.

Der Frauenanteil in der Berichterstattung über die COVID-19 Pandemie liegt etwas tiefer als der Durchschnitt (25.6%). Im Vergleich der Medienformate zeigt sich zwar ein grosser Unterscheid, der aber aufgrund der teilweise kleinen Werte mit Vorsicht zu interpretieren ist: TV (31.25%, n=16), Twitter (30%, n=10), Online (28.2%, n=39), Zeitungen (24%, n=50), Radio (10%, n=10).

Vertretung von Frauen

In den 20 am meisten besprochenen Themen sind Frauen nur in vier Bereichen überdurchschnittlich stark vertreten: «Kunst», «Nationale Verteidigung, Militär und Sicherheit», «Landwirtschaft» und «gewalttätige Verbrechen, Mord und Entführung». In den fünf häufigsten Themen ist es nur ein Thema, nämlich «Kunst» (Tabelle 3). Da die Schweiz eine Verteidigungsministerin hat, ist es möglich, dass der Frauenanteil im Thema «Nationale Verteidigung» deswegen bereits über dem Durschnitt liegt. Mit weniger als 20% sind Frauen in Berichten über «Innenpolitik», «Wirtschaftskrise», über «Krieg, Bürgerkrieg und Terrorismus», über «Erwerbstätigkeit» und über «Digitale Medien und Medien» besonders untervertreten.

	Themen	n	% Frauen
1	Innenpolitik, Regierung, Wahlen, Abstimmungen (lokal, regional, national)	70	18
2	Aussenpolitik, Internationale Beziehungen, Abkommen, Verhandlungen, UN Friedensverhandlungen	57	23
3	Kunst, Unterhaltung, Freizeit, Kino, Theater, Bücher, Tanz	39	41
4	Medizin, Gesundheit, Hygiene, Sicherheit, Behinderung, Medizinische Forschung, Finanzierung	38	22
5	Umwelt, Verschmutzung, Tourismus	37	21

Tabelle 3: Themen mit den meisten Berichten und Frauenanteil.

Bei zehn Themen kommen Frauen mit einem Anteil von über 50% vor. Die meisten davon haben einen Bezug zu «Familie und Beziehungen», «Körper», «Mode», «Unterhaltung» oder es sind Berichte über Frauen. Die fünf Berichte, in denen nur Frauen vorkommen, fallen auf die Themen «Beteiligung von Frauen an der Wirtschaft», «Epidemien (ausser COVID-19)», «Schönheit» und «Mode».

In der Übersicht über die Themenbereiche (Tabelle 4) verstärkt sich das Bild, dass Frauen in

den Bereichen «Unterhaltung und Kunst» und «Geschlecht» stark überdurchschnittlich vertreten sind. Sie kommen auch häufiger vor, wenn es um «Soziales und Angelegenheiten der Justiz» geht, sind aber untervertreten in den klassisch männerdominierten Sparten der Politik, Wirtschaft und Wissenschaft.

Themenbereiche	% Frauen
Politik und Regierung	23
Wirtschaft	25
Wissenschaft und Gesundheit	24
Soziales und Justiz	33
Verbrechen und Gewalt	23
Geschlecht	64
Unterhaltung, Kunst, Medien, Sport	38
Anderes	100

Tabelle 4: Frauenanteil pro Themenbereich.

Gleichstellung, Frauen und Stereotypen

Frauen berichten über Frauen

Berichte, die sich einem der Themenbereiche «Gleichstellung», «Geschlechterungleichheit», «Frauen oder Frauengruppen» widmen oder Stereotypen infrage stellen, werden zu knapp 37% von Frauen geschrieben. Dieser Anteil ist nur wenig kleiner als der durchschnittliche Anteil von Journalistinnen (39%). In den Berichten über einzelne Frauen oder Frauengruppen ist der Anteil von Journalistinnen von diesen vier Bereichen mit 50% am höchsten, entsprechend auch der Anteil an weiblichen Subjekten und Quellen (66%).

Frauen fordern Stereotype heraus

Die Berichte, in denen Stereotype herausgefordert wurden, haben die zweithöchsten Werte: Sie wurden zu 44% von Frauen geschrieben und 59% der erwähnten Personen sind weiblich. Dass der Frauenanteil der Subjekte und Quellen hier mehr als doppelt so hoch ist wie der Durchschnitt, ist beachtlich.

Frauen berichten auch häufiger über Ungerechtigkeiten zwischen Männern und Frauen. In diesem Thema und in Beiträgen mit Bezug zu Gleichstellungsthemen haben über 20% der Berichte auch einen Bezug zur COVID-19 Pandemie und erwähnen mehr Frauen als durchschnittlich. Dies zeigt zumindest, dass in einem kleinen Teil (ca. 5%) der gesamten Berichte auch die Auswirkungen der Pandemie auf die Gleichstellung diskutiert wurden.

Dass dennoch nur knapp ein Drittel Frauen in Berichten über Gleichstellung und Ungerechtigkeiten vorkommen, kann in Zusammenhang mit dem Vaterschaftsurlaub stehen, der in den Medien als Gleichstellungsthema diskutiert wurde und mehr Männer ins Zentrum rückte.

n/%	Gleichstellung	Frauen oder Frauengruppen	Ungerechtigkeit zw. Frauen und Männern	Berichte, die Stereotype herausfordern
Berichte (n)	97	53	58	35
% Journalistinnen	36	50	49	44
% Weibl. Subjekte	31	66	39	59
% Covid-19 Berichte	23	15	22	6

Tabelle 5: Berichte über Gleichstellung, Frauen und Stereotype.

Subjekte und Quellen

Medienformate

In den Online-Medien (28.1%) kommen im Vergleich der Medienformate am meisten Frauen vor (Anhang 11), auf Twitter am wenigsten (22.5%). In den drei klassischen Formaten sind die Frauenanteile ähnlich: Zeitung (27.8%), TV (27.7%), Radio (26.6%).

Berufe

Frauen und Männer werden beide am häufigsten in politischen Exekutivämtern erwähnt (Tabelle 6). 38% der männlichen Subjekte und Quellen sind in einer solchen Position dargestellt. In anderen Positionen kommen Männer nur mit bis zu 8% vor. Bei den Frauen fällt die Verteilung auf die Berufe flacher aus: Sie werden zu 30% in politischen Exekutivpositionen und zu 18% als Berühmtheit oder Künstlerin erwähnt. In den anderen Berufen werden sie wesentlich seltener erwähnt. Männer werden hingegen nur zu 5% als Künstler oder TV/Radio-Persönlichkeit erwähnt. Es bestätigen sich hier die klassischen Stereotype: Nur 3% der Frauen sind Managerinnen oder Unternehmerinnen, bei Männern ist der Anteil der Personen in diesen Funktionen mehr als doppelt so hoch (8%).

In Vergleich der einzelnen Berufe zeigen sich weitere interessante Verteilungen (Abb. 4). Frauen sind überdurchschnittlich vertreten in der Gruppe «Kind/Jugendliche bis 18 Jahre», also als Mädchen und junge Frauen, «Studierende, Schüler:in», als «Betreuungsperson, Hausfrau/-mann, Elternteil», in sozialen und Pflegeberufen und in Berufen ohne Führungsposition oder Expert:innenstatus. Zudem machen sie 100% der erwähnten Sexworker:innen aus. Männer machen hingegen über 75% aller erwähnten Anwält:innen, Politiker:innen, Ärzt:innen, Manager:innen, Akademiker:innen oder Polizist:innen aus.

Abb 4: Geschlechterverteilung nach Berufen, Subjekte/Quellen.

	Häufigste Berufe Frauen	n = 492	% f.	% m.	n = 1296	Häufigste Berufe Männer
1	Politikerin, Parlamentarierin, Präsidentin, Ministerin, etc.	142	29	38	495	Politiker, Parlamentarier, Präsident, Minister, etc.
2	Künstlerin, Schauspielerin, Sängerin, Radio oder TV Persönlichkeit	78	16	8	104	Manager, Unternehmer, Finanzexperte, Ökonom
3	Bürgerin, Einwohnerin	43	9	7	91	Verwaltungsangestellte, Diplomat, Mediensprecher
4	Keine Angabe	29	6	5	68	Bürger, Einwohner
5	Verwaltungsangestellte, Diplomatin, Mediensprecherin	28	6	5	65	Aktivist, Angestellte von NGO, Gewerkschaft, Hilfsorganisation, etc.
6	Aktivistin, Angestellte von NGO, Gewerkschaft, Hilfsorganisation, etc.	23	5	5	64	Künstler, Schauspieler, Sänger, Radio oder TV Persönlichkeit
7	Medienschaffende, Videoproduzentin, Theater Regisseurin, Influencerin, etc.	23	5	5	63	Sportler, Athlet, Spieler, Trainer, etc.
8	Dozentin, Lehrerin, Akademikerin	16	3	4	57	Medienschaffender, Videoproduzent, Theater Regisseur, Influencer, etc.
9	Managerin, Unternehmerin, Finanzexpertin, Ökonomin	13	3	4	49	Dozent, Lehrer, Akademiker
10	Sportlerin, Athletin, Spielerin, Trainerin, etc.	13	3	3	35	Keine Angabe

Tabelle 6: 10 häufigste Berufe nach Geschlecht, Subjekte/Quellen.

Funktionen

Dies stimmt überein mit den Befunden zur Geschlechterverteilung nach Funktionen, die Frauen am häufigsten in den Berichten einnehmen (Anhang 6). Sie kommen zwar wie auch Männer am häufigsten als Subjekte (F: 60%, M: 61.5%) vor. Männer kommen aber im Vergleich zu Frauen ein wenig häufiger als Expert:innen vor (M: 17.8%, F: 11.6%). Und auch hier ist die Verteilung bei den Frauen flacher: die vier häufigsten Funktionen machen bei den Frauen 95.6% aus, bei den Männern sind es 98.4%. Da Frauen häufiger als Personen mit einer persönlichen Erfahrung (F: 11.8%, M: 6.3%), als Augenzeuginnen (F: 2%, M: 0.6%) und als Vertreterinnen einer geläufigen Meinung (F: 0.6%, M: 0.2%) vorkommen, ist die Verteilung ebenmässiger als bei den Männern.

In der Geschlechterverteilung auf Funktionen unabhängig der Häufigkeit (Abb. 4) zeigt sich das Phänomen der gläsernen Decke deutlicher: Frauen machen nur einen Fünftel der Expert:innen aus und 27% der Sprecher:innen, aber über 40% der Personen mit persönlicher Erfahrung, einer geläufigen Meinung und der Augenzeug:innen.

Bei Frauen wird zudem häufiger die Familienrolle erwähnt (12.7%) als bei Männern (4.8%).

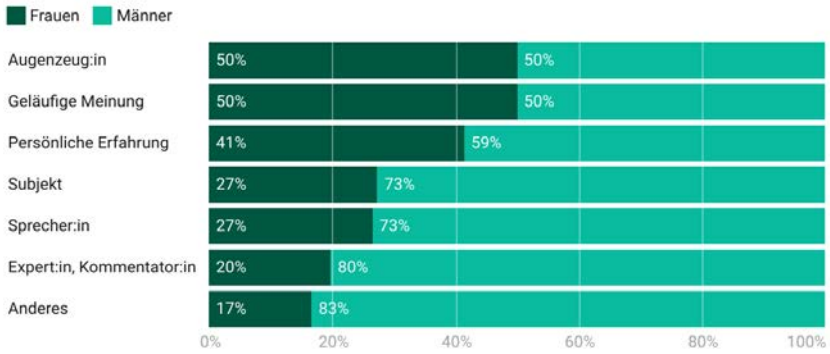


Abb. 5: Geschlechterverteilung nach Funktionen, Subjekte/Quellen.

Alter

Die erwähnten Frauen sind durchschnittlich jünger als die erwähnten Männer (Anhang 11). Die meisten erwähnten Frauen sind zwischen 35-49 Jahren alt, während die meisten erwähnten Männer zwischen 50-64 Jahren alt sind. Bei den Frauen wird das Alter häufiger explizit angegeben: 68% der weiblichen Subjekte und Quellen kommen mit Altersangaben vor, während es bei den männlichen Subjekten nur 60% sind. Der Männeranteil in der Altersklasse 65-79 ist einiges höher als bei Frauen (M: 11.4%, F: 4%). Die Repräsentation von älteren, aber auch sehr jungen Menschen ist überdurchschnittlich tief: Personen über 65 (F: 4.6%, M: 12.2%) und unter 19 Jahren (F: 2.8%, M: 0.8%) sind stark untervertreten, besonders prägnant ist es bei Menschen über 80 Jahren: Frauen (0.6%) und Männer (0.8%) über 80 Jahren werden sehr selten erwähnt. Bei Frauen beginnt diese Diskriminierung schon ab 65 Jahren (4%).

Fotos und Zitate

Durchschnittlich werden Frauen und Männer ähnlich oft zitiert (F: 49.1%, M: 51.6%; Anhang 7). In der Funktion als Experte (+6 Prozentpunkte) und Sprecher (+5.8 Prozentpunkte) geschieht dies bei den Männern etwas häufiger als bei Frauen. In anderen Funktionen werden Frauen und Männer beinahe gleich viel zitiert.

Bei den fotografierten Subjekten ist der Unterschied grösser: Frauen werden durchschnittlich häufiger mit Foto dargestellt als Männer (F: 41.9%, M: 36.4%). Es ist besonders auffällig, dass der Anteil von fotografierten Frauen ausser bei Subjekten in allen Funktionen 10% höher ist als der Anteil fotografierter Männer. In der Funktion des Augenzeugen wurden Männer sogar gar nicht fotografiert (F: 22.2%)

Über alle Funktionen hinweg erscheinen Bilder in der Berichterstattung über Frauen wichtiger als das bei Männern der Fall ist.

Opfer und Überlebende

12.9% der Personen in Zeitungen, TV, Radio oder Online wurden entweder als Opfer oder

Überlebende:r dargestellt. Davon waren 33.7% Frauen. Die meisten Personen waren nur Überlebende, entweder von «Unfall, Naturkatastrophe, Armut» oder in der Kategorie «Anderes». Da in den Bereich «Unfall, Naturkatastrophe, Armut» auch COVID-19 fällt, lässt sich die hohe Anzahl einfacher erklären. Auch bei der Kategorie «Anderes» hat es einen grossen Anteil an Personen, die im Zusammenhang mit COVID-19 stehen. In beiden Bereichen ist der Männeranteil (Unfall: 77%, Anderes: 83%) sehr hoch. In den anderen Bereichen sind nur wenige Personen als Opfer, Überlebende oder beides dargestellt worden. Der Frauenanteil ist vor allem bei Opfern von «Diskriminierung» und «Häuslicher Gewalt, Vergewaltigung» hoch und liegt bei 100%, wenn sie dabei zugleich Opfer und Überlebende sind. Auch wenn die Vergleichbarkeit aufgrund der wenigen Erwähnungen beschränkt ist, zeigt sich hier, dass Frauen mehr als Opfer, Männer mehr als Überlebende dargestellt werden (Anhang 11).

Journalist:innen

Medienformate

Der Frauenanteil unter den Journalist:innen ist das erste Mal seit 2005 wieder gestiegen. In den letzten drei Untersuchungen lag der Frauenanteil jeweils bei 37%. Dieses Jahr ist er auf 39% gestiegen (Anhang 16). In den klassischen Medien ist der Frauenanteil wesentlich höher als bei Online-Medien und auf Twitter. Im Fernsehen (48.2%) und Radio (47.8%) machen Journalistinnen fast die Hälfte aus, in Zeitungen 38.7%. Bei den Online-Medien sind es dagegen nur 33.1%, auf Twitter sogar nur 22.1%.

Rollenverteilung

Was den hohen Anteil im TV und Radio etwas relativiert, ist der grosse Unterschied bei der Rollenverteilung. Frauen nehmen wesentlich häufiger die Rolle der Moderatorin ein als die der Reporterin (Anhang 17). Im Fernsehen machen sie 58% der Moderator:innen aus, im Radio 54%. Bei den Reporter:innen liegt der Frauenanteil bei etwas mehr als einem Drittel: 35% im TV und 37% im Radio.

Es zeigt sich tatsächlich auch ein kleiner Unterschied in der Themenwahl oder -zuordnung bei den Reporterinnen und Reportern (Anhang 8). Zwar berichten grundsätzlich beide Geschlechter über Umwelt, Politik und Wissenschaft, doch gibt es einige stereotype Bereiche, in denen ein Geschlecht überrepräsentiert ist: Reporterinnen übernehmen fast ausnahmslos alle Berichterstattungen zu Erziehungsthemen, während sie kaum über Sport oder Wirtschaft berichten.

Alter[26]

Das Alter von Journalist:innen wurde in den Kategorien TV, Twitter und Online untersucht. Die meisten Journalistinnen sind zwischen 35-49 Jahren alt (n=48) und es gibt kaum jüngere (n=5) oder ältere (n=2). Die meisten Journalisten sind ebenfalls zwischen 35-49 Jahren alt (n=61), allerdings ist die Altersverteilung bei den Männern ebenmässiger: 16 Männer sind jünger, 26 sind älter.

[26] Das Alter wurde von den Codierer:innen anhand von Informationen über die Journalist:innen geschätzt. Die Resultate zum Alter der Journalist:innen sind also lediglich Richtwerte.

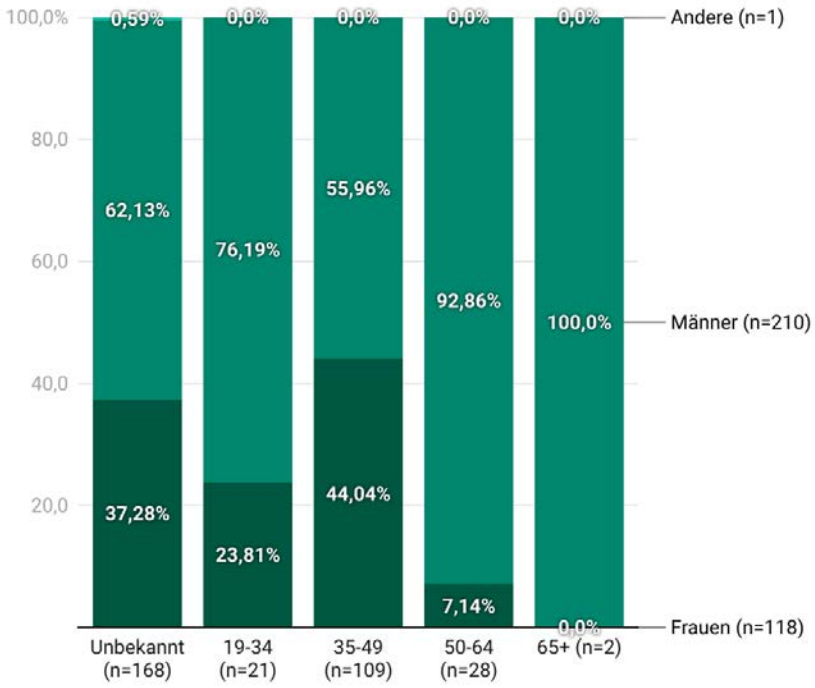


Abb 6: Geschlechterverteilung nach Alter, Subjekte/Quellen.

Berichterstattung

Journalistinnen und Journalisten berichten über unterschiedliche Themen (Anhang 9). Beide berichten zwar am häufigsten über Innenpolitik. Journalistinnen berichten aber nur sehr wenig über Sport und Wissenschaft, zwei der fünf häufigsten Themen von Journalisten. Umgekehrt berichten Journalisten kaum über Kunst und Unterhaltung, das dritthäufigste Thema von Journalistinnen. Aussenpolitik und Umwelt sind für beide Geschlechter wichtige Themen. Journalistinnen berichten zudem häufiger über soziale, sozialpolitische oder Sicherheitsthemen wie Migration, Rassismus, Bürgerkriege oder Terrorismus. Gesamthaft ist die Verteilung über die verschiedenen Themen hinweg bei den Journalistinnen flacher als bei den Journalisten: Frauen berichten also über mehr Themen als Männer, obwohl sie selbst in der Unterzahl sind.

Bei der Auswahl von Subjekten und Quellen zeigt sich ein leichter Unterschied zwischen Journalistinnen und Journalisten: In Berichten von Journalistinnen oder in Berichten, bei denen Journalistinnen mitgearbeitet haben, ist der Frauenanteil höher (32.2%) als in Berichten von Journalisten (24.8%).

Die eine Person, die nicht als genderkonform codiert wurde, hat einen Videobeitrag über ein Wissenschaftsthema mitproduziert, in dem eine Expertin vorkam, die einen astrophysischen Zusammenhang erklärte. Dieser Beitrag unterläuft Stereotypen in mehreren Aspekten: Eine nicht-binäre Journalist:in berichtet über ein männerdominiertes Thema und lässt eine Frau sprechen, die als Expertin und Wissenschaftlerin in einem männerdominierten Forschungsbereich tätig ist.

Zusammenfassung

Frauen sind in der Berichterstattung und in den Redaktionen noch immer untervertreten. In Artikeln, Berichten und Tweets machen sie noch nicht einmal einen Drittel der Subjekte und Quellen aus, auf Twitter sogar nur einen knappen Viertel. Die Unterschiede sind besonders gross zwischen den einzelnen Titeln: Gewisse Titel kommen an den Anteil der Frauen auf den Redaktionen heran, andere erwähnen kaum Frauen. Durchschnittlich nehmen Frauen auch in den Berichten von Journalistinnen nur wenig mehr Raum ein. Trans oder nicht-binäre Personen wurden in keinem Beitrag erwähnt.

Journalistinnen berichten zudem noch immer überdurchschnittlich über stereotype Themenbereiche wie Kunst, Unterhaltung und Genderthemen, Journalisten mehr über Sport und Wirtschaft. Besonders stechen der Sport und die Unterhaltung heraus – Die Berichterstattung ist hier sehr einseitig. Frauen berichten allerdings häufiger über Themen, die mit der Ungerechtigkeit zwischen Geschlechtern zusammenhängen oder fordern darin Stereotype heraus. Der Frauenanteil von Subjekten und Quellen ist in Berichten, die Stereotype herausfordern fast doppelt so hoch, Männer sind als Subjekte und Quellen in der Minderheit.

Die Darstellung von Frauen in der Berichterstattung ist auch geprägt von stereotypen Bildern: Frauen kommen wesentlich seltener als Expertinnen vor, in akademischen Berufen oder in einer Führungsposition. Sie werden zudem öfter als Opfer dargestellt, denn als Überlebende – bei Männern zeigt sich das umgekehrte Bild. Frauen werden auch öfter fotografiert und in professionellen Funktionen weniger zitiert. Darunter sticht lediglich hervor, dass sie auch in professionellen Funktionen häufiger fotografiert werden und so in diesen Funktionen auch sichtbarer sind.

Im Vergleich zur letzten Untersuchung 2015 hat sich der Frauenanteil in der Berichterstattung zwar erhöht, doch zeigt die diesjährige Untersuchung klar, dass sich stereotype Rollen- und Geschlechterbilder noch immer halten.

Empfehlungen

Für die Ausbildung und Sensibilisierung von Journalist:innen, Medienschaffende, Redaktionen und Nachrichtenagenturen

- Schulung von Medienschaffenden, Redaktionen und Nachrichtenagenturen zu Geschlechterstereotypen, Sexismus, geschlechtergerechter/-sensibler Sprache, inklusiver Kommunikation (in Wort und Bild) sowie geschlechtsspezifischer Gewalt; ebenso soll ein Schwerpunkt auf Mehrfachdiskriminierungen und Intersektionalität gelegt werden.
- Fördern eines ausgewogenen Geschlechterverhältnisses unter den Befragten und Variieren der Rollen und Funktionen, in denen bzw. für die sie befragt werden. (Beispiel: Frauen sollen nicht nur in der Rolle von Zeuginnen oder Opfern, Männern nicht nur in der Rolle von Experten befragt werden).
- Einbezug von Menschen als Expert:innen, Meinungsträger:innen etc. ausserhalb des gewohnten Kreises, um die öffentliche Debatte zu diversifizieren und eine Vielfalt von Personen und Meinungen zu fördern.
- Einführung einer gleichstellungsfördernden und familienfreundlichen Personalpolitik auf allen Hierarchieebenen, einschliesslich der Förderung von mehr Frauen in Führungspositionen.
- Einführung von Ethikcodizes und/oder Chartas, welche die Vielfalt der Geschlechter in den jeweiligen Medien fördern und in denen gegebenenfalls messbare Ziele vorgeschlagen werden.

- Monitoring der Geschlechtervertretung in Programmen, Abteilungen etc. und Umsetzung konkreter Massnahmen in Bereichen oder Themen, in denen das eine oder andere Geschlecht systematisch unterrepräsentiert ist.

Für die Ausbildung und Sensibilisierung interessierter Kreise: Gleichstellungsbeauftragte auf Bundes-, Kantons- und Gemeindeebene, Dachverbände von Journalist:innen und Medienschaffenden, Gewerkschaften etc.

- Förderung von Veranstaltungen, die sich mit der Darstellung von Stereotypen in den Medien befassen (z. B. Konferenzen oder Preise wie «DecadréE» oder «Premio Ermiza»), um die Öffentlichkeit und die Medienschaffenden für Fragen der Gleichstellung und Diversität zu sensibilisieren.
- Schaffung von Räumen für den Austausch bewährter Verfahren/best practices für Journalist:innen, Medienschaffende, Redaktionen und Nachrichtenagenturen.

Anhang

Codierverfahren in Kürze[27].

In den Tageszeitungen wurden jeweils die ersten 12-14 Nachrichtenberichte analysiert. Dazu gehörten auch betitelte Bilder, aber keine Kommentare oder Analysen.
Bei Radio- und TV-Sendungen wurden die gesamten Sendungen codiert. Nachrichten aus den Bereichen Sport und Wetter wurden nur codiert, wenn sie zu den allgemeinen Nachrichten gehörten, nicht aber, wenn sie sich in einer separaten Sektion befanden.
Zum zweiten Mal wurden auch Webseiten und Twitterkanäle untersucht. Auf den Webseiten wurden die ersten 12-14 Artikel codiert, die als allgemeine Nachrichtenberichte auf der Startseite angeteasert wurden. Artikel aus den Bereichen Sport, Gesundheit oder Kultur wurden auch hier nur berücksichtigt, wenn sie zu den allgemeinen Nachrichten gezählt werden konnten. Videos und Bilder wurden auch berücksichtigt.
Von den untersuchten Twitterkanälen wurden jeweils 15-20 Tweets codiert: In der Regel wurde jeder Tweet von 18.30 Uhr an rückwärts codiert. Es wurden ausschliesslich die bis zu 280 Zeichen langen Texte der Tweets codiert, nicht aber die Teaservorschau eines verlinkten Artikels. Verlinkte Artikel wurden nur für Informationen zu den Journalist:innen herbeigezogen. Es wurden keine Retweets oder Kommentare unterhalb der Tweets berücksichtigt.

Tabellen

Tabelle 1: Erhobene Daten, Journalist:innen

	Zeitung	Radio	Fernsehen	Website	Twitter
Rolle		x	x		
Geschlecht	x	x	x	x	x
Alter			x	x	x

Anhang 2: Erhobene Daten, Subjekte/Quellen

	Zeitung	Radio	Fernsehen	Website	Twitter
Geschlecht	x	x	x	x	x
Alter	x		x	x	x
Beruf	x	x	x	x	x
Funktion	x	x	x	x	x
Familienrolle erwähnt	x	x	x	x	
Person als Opfer oder Überlebende	x	x	x	x	
Person zitiert	x	x	x	x	
Foto von der Person	x	x	x	x	x

[27] Die Codierblätter und ausführliche Codieranweisungen sind alle online einsehbar: https://whomakesthenews.org/monitoring-methodology-guides-and-coding-tools/

Anhang 3: Häufigste Themen, mit und ohne Bezug zur COVID-19 Pandemie

	Thema ohne Covid-19 Bezug	Berichte (n)	Berichte (n)1	Thema mit Covid-19 Bezug
1	Innenpolitik	61	31	Medizin, Gesundheit, Hygiene, Sicherheit
2	Internationale & Aussenpolitik, UN, Friedenspolitik, etc.	51	16	Sport(-veranstaltungen), Spieler:innen, Infrastruktur, Sponsoring
3	Umwelt, Verschmutzung und Tourismus	33	10	Kunst, Unterhaltung, Freizeit, Kino, Bücher, Tanz.
4	Kunst, Unterhaltung, Freizeit, Kino, Bücher, Tanz	29	9	Wissenschaft, Technologie, Forschung
5	Krieg, Bürgerkrieg, Terrorismus und regierungsbezogenen Gewalt	23	9	Innenpolitik

Anhang 4: Themen, Häufigkeit und Frauenanteil, Subjekte/Quellen

Politik und Regierung	Berichte (n)	Erwähnte Frauen (n)	Erwähnte Männer (n)	Andere (n)	% Frauen
A - Anderes (Politik, Regierung)	7	1	5	0	16.6
A - Aussenpolitik, Internationale Beziehungen, Abkommen, Verhandlungen, UN Friedensverhandlungen	57	42	144	0	22.5
A - Frieden, Verhandlungen, Abkommen (lokal, regional, national)	5	7	23	0	23.3
A - Globale Zusammenarbeit (intern. Handel, z.B. WTO, IMF, Weltbank, Schulden)	2	2	3	0	40
A - Innenpolitik, Regierung, Wahlen, Abstimmungen (lokal, regional, national)	70	42	197	0	17.5
A - Nationale Verteidigung, Militär, Sicherheit	18	19	45	0	29.6
A - Weibliche Politikerinnen, Kandidatinnen für politische Ämter	5	13	12	0	52
Wirtschaft					
B - Andere Wirtschaftsthemen	11	4	14	0	22.2
B - Armut, Immobilienmarkt, Sozialhilfe	5	2	6	0	25
B - Beteiligung von Frauen in der Wirtschaft (Care Arbeit, Bezahlte Arbeit, Milizarbeit, Arbeitslosigkeit)	2	5	0	0	100
B - Erwerbstätigkeit	17	4	19	0	17.3
B - Informelle Arbeit, Strassenverkauf	2	1	5	0	16.6
B - Konsumentenschutz, Regulation, Preise, Konsumentenbetrug	20	6	16	0	27.2
B - Landwirtschaft, Anbauverfahren, Landwirtschaftsgesetze, Landrechte	15	11	19	0	36.6
B - Streik, Gewerkschaft, Verhandlungen	5	4	8	0	33.3
B - Transport, Verkehr, Strassen	23	9	36	0	20
B - Wirtschaftsabkommen, Strategien, Steuern, Aktienmarkt	30	21	65	0	24.4
B - Wirtschaftskrise, Rettungsaktion, Übernahmen, Zusammenschlüsse	17	0	16	0	0
Wissenschaft und Gesundheit					
C - Andere Berichte zu Wissenschaft und Gesundheit	1	6	5	0	54.5
C - Andere Epidemien, Visen, Ansteckung, Influenza, BSE, SARS, Nicht COVID-19	1	1	0	0	100
C - Klimawandel, Erderwärmung	6	5	14	0	26.3
C - Medizin, Gesundheit, Hygiene, Sicherheit, Behinderung, Medizinische Forschung, Finanzierung	38	35	127	0	21.6
C - Umwelt, Verschmutzung, Tourismus	37	11	41	0	21.1
C - Wissenschaft, Technologie, Forschung, Finanzierung, Entdeckungen, Entwicklungen	23	10	28	0	26.3
Soziales und Justiz					
D - Andere Entwicklungsthemen, Nachhaltigkeit	8	1	12	0	7.6
D - Andere soziale oder rechtliche Themen	4	1	3	0	25
D - Bildung, Erziehung, Wochenbett, Universität, Alphabetismus	10	7	12	0	36.8
D - Familienbeziehung, Intergenerationen Konflikt, Alleinerziehende	6	5	4	0	55.5
D - Familienrecht, Immobilienrecht, Erbrecht	4	7	4	0	63.6
D - Frauenbewegung, Feminismus, Events, Demonstrationen, Verfechtung von Gleichstellung	3	6	5	0	54.5
D - Katastrophe, Unfall, dürre, Flut, Flugzeugabsturz	8	3	9	0	25
D - Menschenrechte, Frauenrechte, Kinderrechte, Minderheiten, LGBTI Rechte	9	14	24	0	36.8
D - Migration, Flüchtende, Asylsuchende, Ethnischer Konflikt, Integration, Rassismus, Xenophobie	15	22	58	0	27.5
D - Rechtssystem, Justiz, Rechtsgebung	7	0	4	0	0
D - Religion, Kultur, Tradition, Lehren, Feste, Praktiken	9	4	11	0	26.6
D - Unruhen, Demonstrationen, Aufruhr	4	5	8	0	38.4
Verbrechen und Gewalt					
E - Andere Berichte zu Verbrechen und Gewalt	7	10	24	0	29.4
E - Gewalttätige Verbrechen, Mord, Entführung, Angriff	13	14	15	0	48.2
E - Keine gewalttätigen Verbrechen, Diebstahl, Drogenhandel	20	8	27	0	22.8
E - Korruption inkl. polit. Fehlverhalten	1	1	3	0	25
E - Krieg, Bürgerkrieg, Terrorismus, Nationale Gewalt	23	6	54	0	10
Geschlecht					
F - Sexuelle Belästigung, Vergewaltigung, Sexueller Übergriff, #MeToo, #TimesUp	2	9	3	0	75

F - Ungleichheit zwischen Frauen und Männer, z.B. Pay Gap	1	0	0	0	0
Unterhaltung, Kunst, Medien, Sport					
G - Kunst, Unterhaltung, Freizeit, Kino, Theater, Bücher, Tanz	39	47	69	0	40.5
G - Medien, Digitale Medien, Darstellung von Frauen/Männern	16	4	18	0	18.1
G - Schönheitswettbewerb, Model, Mode, Schönheitschirurgie	2	2	0	0	100
G - Sport, Veranstaltungen, Spieler, Infrastruktur	26	15	56	0	21.1
G – Unterhaltung News, Geburten, Hochzeiten, Tode, Berühmte Personen	12	38	25	1	59.3
Anderes					
H - Anderes	3	2	0	0	100

Anhang 5: Themen mit einem Frauenanteil von über 50%, Subjekte/Quellen

Themen	Berichte (n)	Frauen (n)	Männer (n)	% Frauen
B - Beteiligung von Frauen in der Wirtschaft (Care Arbeit, Bezahlte Arbeit, Milizarbeit, Arbeitslosigkeit)	2	5	0	100
C - Andere Epidemien, Visen, Ansteckung, Influenza, BSE, SARS, Nicht COVID-19	1	1	0	100
G - Schönheitswettbewerb, Model, Mode, Schönheitschirurgie	2	2	0	100
F - Sexuelle Belästigung, Vergewaltigung, Sexueller Übergriff, #MeToo, #TimesUp	2	9	3	75
D - Familienrecht, Immobilienrecht, Erbrecht	4	7	4	64
G – Unterhaltung News, Geburten, Hochzeiten, Tode, Berühmte Personen	12	38	25	60
D - Familienbeziehung, Intergenerationen Konflikt, Alleinerziehende	6	5	4	56
C - Andere Berichte zu Wissenschaft und Gesundheit	1	6	5	55
D - Frauenbewegung, Feminismus, Events, Demonstrationen, Verfechtung von Gleichstellung	3	6	5	55
A - Weibliche Politikerinnen, Kandidatinnen für politische Ämter	5	13	12	52

Anhang 6: Funktionen nach Geschlecht, Subjekte/Quellen

Funktion	Frauen n	Frauen %	Männer n	Männer %
Subjekt	300	60	797	62
Expert:in oder Kommentator:in	57	12	231	18
Sprecher:in	60	12	166	13
Persönliche Erfahrung	58	12	82	6
Augenzeug:in	10	2	10	1
Geläufige Meinung	3	1	3	0
Anderes	1	0	5	0
Unbekannt	3	1	2	0

Anhang 7: Geschlechterverteilung bei Personen, die fotografiert oder zitiert wurden, Subjekte/Quellen

Geschlecht	% Frauen	% Männer
Fotografiert total	42.3 (n=169)	36.6 (n=378)
als Expert:in	34.5	24.9
als Augenzeug:in	22.2	0
als Persönliche Erfahrung	34	22.9
als Sprecher:in	28.1	17.6
als Subjekt	47.8	46
als Person mit geläufiger Meinung	0	0
Direkt zitiert total	49.1 (n=198)	51.6 (n=402)
als Expert:in	81.8	87.8
als Augenzeug:in	89	90
als Persönliche Erfahrung	86	87.1
als Sprecher:in	87.5	93.3
als Subjekt	28.4	27.7
als Person mit geläufiger Meinung	66.7	50

Anhang 8: Häufigste Berichte von Reporter:innen nach Thema

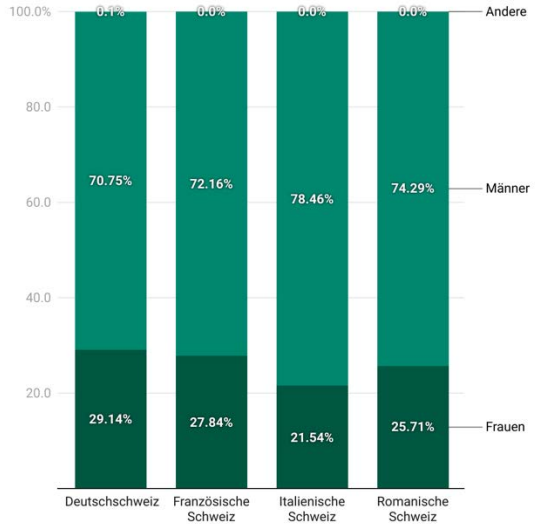
Themen Reporter	n (m)	n (f)	Themen Reporter:innen
C - Umwelt, Verschmutzung, Tourismus	6	8	A - Aussenpolitik, Internationale Beziehungen, Abkommen, Verhandlungen, UN Friedensverhandlungen
A - Aussenpolitik, Internationale Beziehungen, Abkommen, Verhandlungen, UN Friedensverhandlungen	6	3	A - Innenpolitik, Regierung, Wahlen, Abstimmungen (lokal, regional, national)
B - Andere Wirtschaftsthemen	4	3	D - Bildung, Erziehung, Wochenbett, Universität, Alphabetismus
A - Innenpolitik, Regierung, Wahlen, Abstimmungen (lokal, regional, national)	4	2	C - Wissenschaft, Technologie, Forschung, Finanzierung, Entdeckungen, Entwicklungen
G - Sport, Veranstaltungen, Spieler, Infrastruktur	4	2	C - Umwelt, Verschmutzung, Tourismus

Anhang 9: 10 häufigste Themen von Journalist:innen

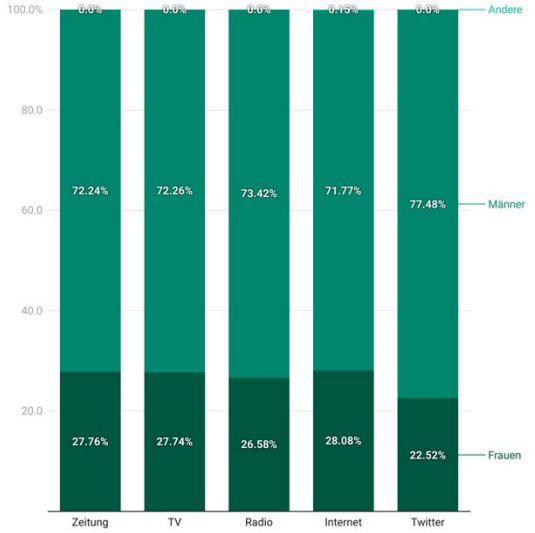
	Themen Journalisten	n (m)	n (f)	Themen Journalist:innen
1	A - Innenpolitik, Regierung, Wahlen, Abstimmungen (lokal, regional, national)	26	29	A - Innenpolitik, Regierung, Wahlen, Abstimmungen (lokal, regional, national)
2	G - Sport, Veranstaltungen, Spieler, Infrastruktur	22	21	A - Aussenpolitik, Internationale Beziehungen, Abkommen, Verhandlungen, UN Friedensverhandlungen
3	C - Umwelt, Verschmutzung, Tourismus	19	16	G - Kunst, Unterhaltung, Freizeit, Kino, Theater, Bücher, Tanz
4	A - Aussenpolitik, Internationale Beziehungen, Abkommen, Verhandlungen, UN Friedensverhandlungen	18	13	C - Umwelt, Verschmutzung, Tourismus
5	C - Wissenschaft, Technologie, Forschung, Finanzierung, Entdeckungen, Entwicklungen	14	9	E - Krieg, Bürgerkrieg, Terrorismus, Nationale Gewalt
6	B - Wirtschaftsabkommen, Strategien, Steuern, Aktienmarkt	14	7	B - Landwirtschaft, Anbauverfahren, Landwirtschaftsgesetze, Landrechte
7	A - Nationale Verteidigung, Militär, Sicherheit	13	7	C - Medizin, Gesundheit, Hygiene, Sicherheit, Behinderung, Medizinische Forschung, Finanzierung
8	B - Konsumentenschutz, Regulation, Preise, Konsumentenbetrug	12	7	D - Migration, Flüchtende, Asylsuchende, Ethnischer Konflikt, Integration, Rassismus, Xenophobie
9	B - Transport, Verkehr, Strassen	12	6	B - Wirtschaftsabkommen, Strategien, Steuern, Aktienmarkt
10	G - Kunst, Unterhaltung, Freizeit, Kino, Theater, Bücher, Tanz	12	5	B - Andere Wirtschaftsthemen

Abbildungen

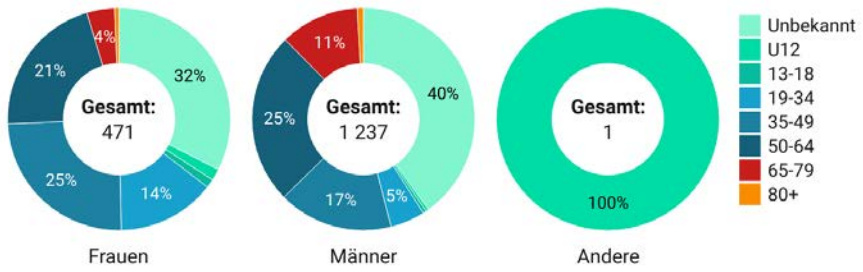
Anhang 10: Geschlechterverteilung pro Sprachregion, Subjekte/Quellen



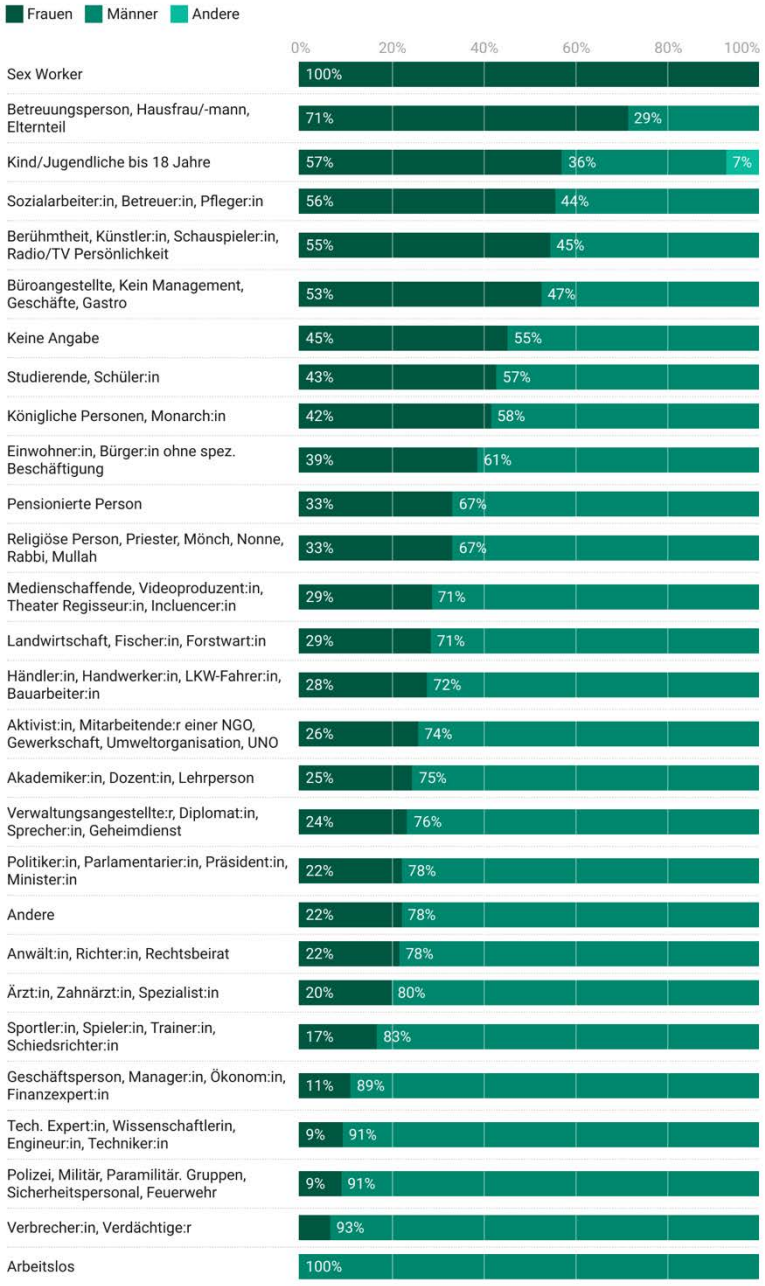
Anhang 11: Geschlechterverteilung pro Medienform, Subjekte/Quellen



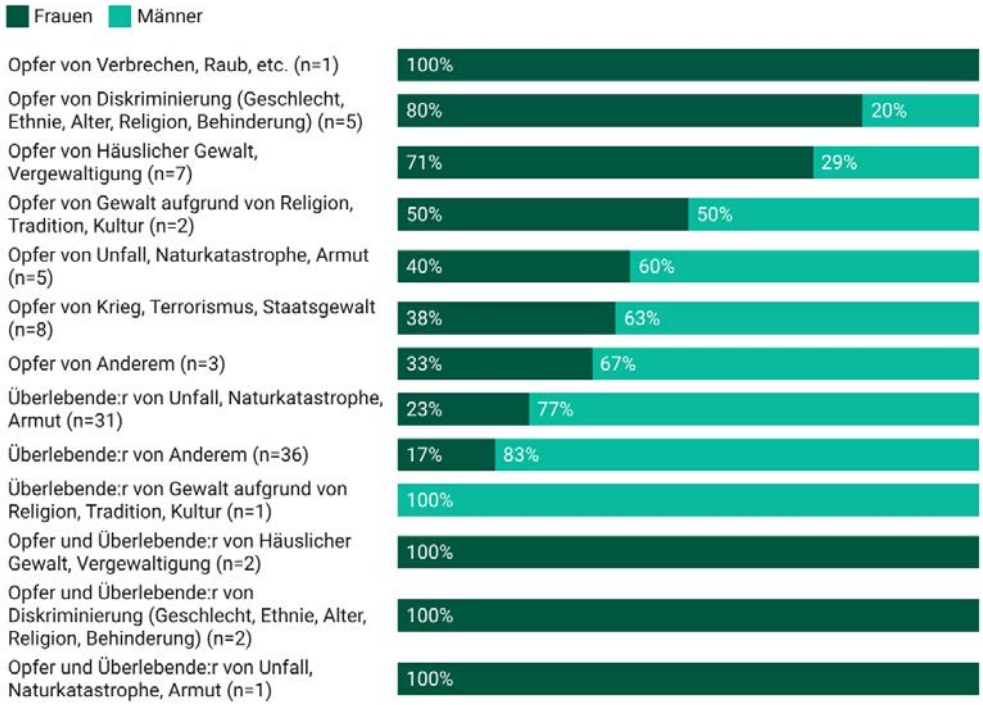
Anhang 12: Altersverteilung pro Geschlecht, Subjekte/Quellen



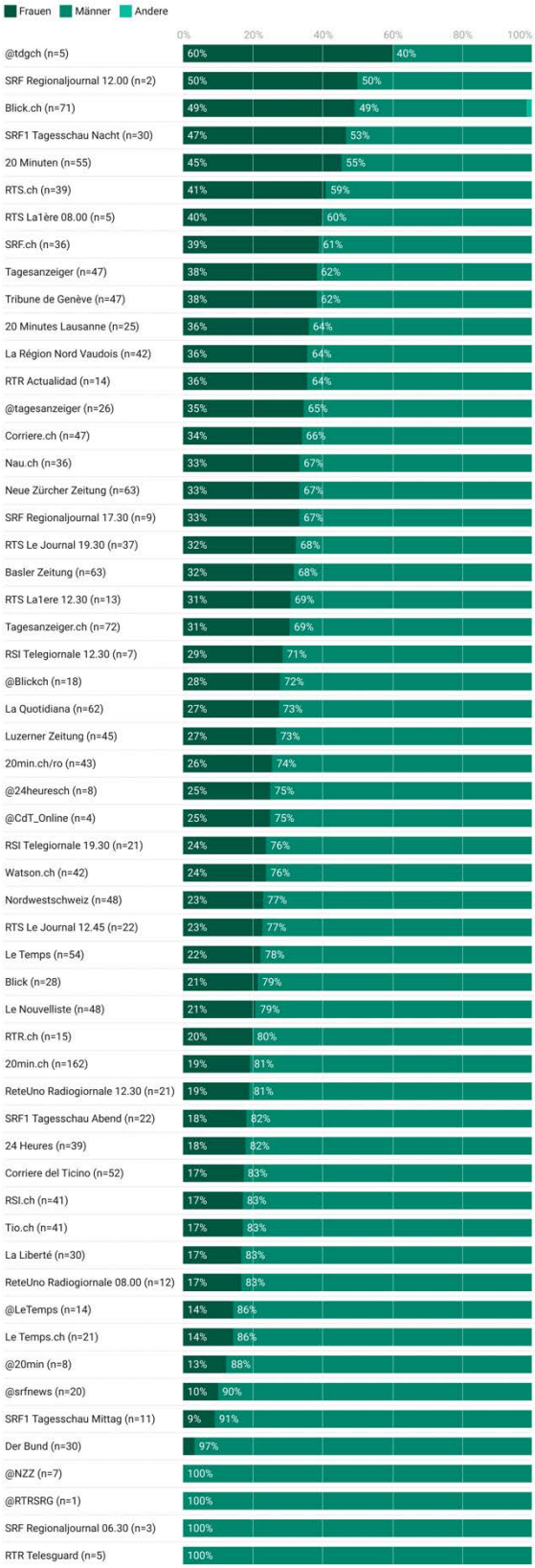
Anhang 13: Geschlechterverteilung pro Beruf, Subjekte/Quellen



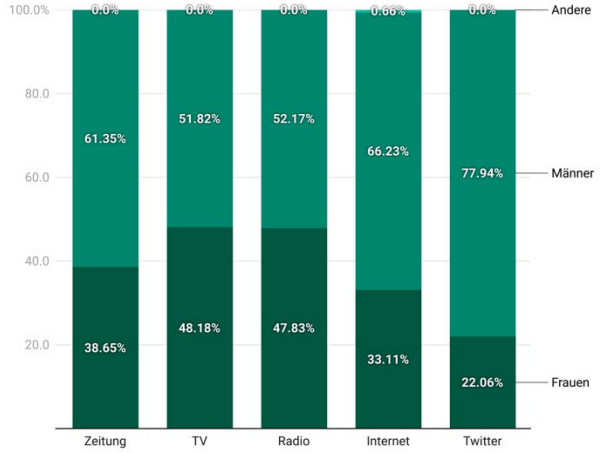
Anhang 14: Geschlechterverteilung bei Personen, die als Opfer und/oder Überlebende beschrieben wurden, Subjekt/Quellen



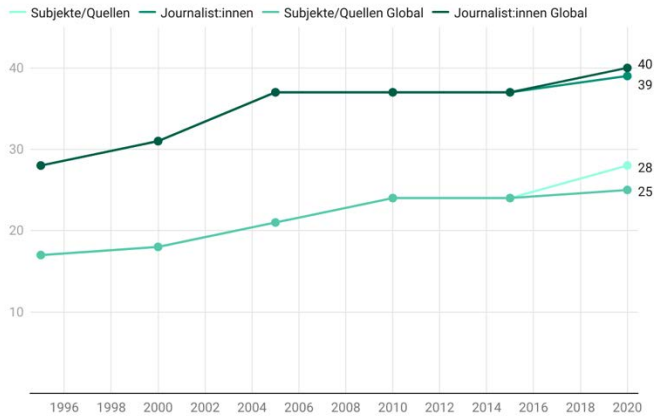
Anhang 15: Geschlechterverteilung pro Titel, Subjekte/Quellen



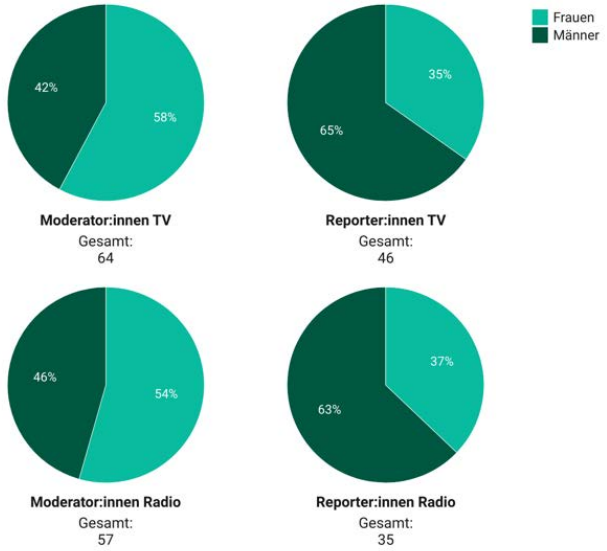
Anhang 16: Geschlechterverteilung pro Medienformat, Journalist:innen



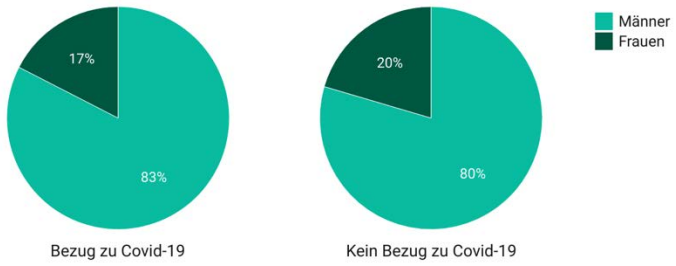
Anhang 17: Vergleich Frauenanteil international und diachron, Journalist:innen und Subjekte/Quellen



Anhang 18: Geschlechterverteilung Rollen im TV und Radio, Journalist:innen



Anhang 19: Geschlechterverteilung Funktion «Expert:in» in Berichten mit und ohne Bezug zu COVID-19, Subjekte/Quellen



WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
www.whomakesthenews.org
@whomakesthenews

Schweizerische Konferenz der
Gleichstellungsbeauftragten (SKG)
Hotelgasse 1
Postfach
3001 Bern

Tel: +41 31 328 40 46
info@equality.ch
www.equality.ch
@SKG_CSDE_CSP