

Können, Köpfchen oder Körper?

Zu den Karrierechancen von Journalistinnen

Von Tina Groll

Die „neue F-Klasse“ (Thea Dorn) hat die Medien längst erobert: Die Karrierefrauen im Journalismus heißen Anne Will, Maybrit Illner oder Sandra Maischberger. Sie sind schön, sie haben Charisma, sie spielen in der ersten Liga – sie sind Vorbilder. Klare Sache: Die Karriere und die Zukunft sind weiblich.

Reihenweise scharrt eine junge, willige Generation von Alpha-Mädchen mit den Hufen, die in Pumps und Stiefeletten stecken. Die Haare haben sie zum Pferdeschwanz zusammengebunden, aber die Stutenbissigkeit noch nicht ganz abgelegt – los geht das Karriereschmieden. Die „Männerdämmerung“, von der Frank Schirrmacher vor einiger Zeit sprach, hat ja längst begonnen. In Deutschland macht der Frauenanteil im Journalismus 37 Prozent aus, in Österreich liegt er bei 42 Prozent. Doch bislang sind nur wenige Frauen in den Führungspositionen der Medien. In Deutschland und Österreich werden nur rund zwanzig Prozent der Top-Jobs im Journalismus von Frauen besetzt – oft sind sie „nur“ die Stellvertreterinnen eines männlichen Chefs.

Was machen die Frauen anders – und womöglich falsch? Fakt ist: Männer und Frauen haben ein voneinander abweichendes Karriereverständnis. Während für Männer die Erwerbsarbeit einen normalen Teil ihrer Biografie darstellt, ist Berufstätigkeit für Frauen häufig noch immer etwas, das neben einer Familienzeit stattfindet. Betreuungseinrichtungen für Kinder unter drei Jahren sind noch nicht flächendeckend ausgebaut, noch immer wird eher den Müttern die Kinderbetreuung zugeschrieben – und natürlich wollen die meisten Frauen sich die Zeit mit ihren Kindern nicht nehmen lassen. Darum stellt sich für Frauen

die Frage der Vereinbarkeit von Familie und Beruf besonders dringlich.

Gerade im Journalismus sind die Anforderungen hoch: Überstunden, Wochenendarbeit, Informantepflege beanspruchen die zeitlichen, physischen und psychischen Kräfte enorm. Wer Kinder zu versorgen hat, gerät auf der Karriereleiter schnell ins Hintertreffen. Denn Karriere wird an festen Kriterien wie Position, Einkommen und Macht gemessen. Kriterien, die von der Soziologin Elisabeth Beck-Gernsheim als „typisch männlich“ bezeichnet werden. Frauen hingegen scheinen ihre Karriere viel häufiger an subjektiven Kriterien zu messen: Selbstverwirklichung, Erfüllung und Verantwortung.

Die neuen Berufsfeldstudien aus Deutschland und Österreich belegen: Journalistinnen kommen vor und auf der Karriereleiter weit(er) – aber nur wenige durchstoßen die „gläserne Decke“. Und diese wenigen haben häufig sehr klare Karrierestrategien. Sie benutzen Köpfchen, Können und hinter vorgehaltener Hand auch Körpereinsatz.

Köpfchen und Können bringen die meisten Journalistinnen mit – das geht aus aktuellen wissenschaftlichen Studien hervor: Die neuste „Journalismus in Deutschland“-Studie (JouriD) wurde 2006 von den Kommunikationsforschern Siegfried Weischenberg, Maja Malik und Armin Scholl veröffentlicht, der Journalisten-Report aus Österreich 2007 von Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin, Daniela Kraus und Astrid Zimmermann. Die deutschen Journalismusforscher stellen für die Bundesrepublik einen Frauenanteil im Journalismus von 37 Prozent fest, die österreichischen für den Alpenstaat einen von 42 Prozent. Das ist zwar noch keine Mehrheit,

aber trotzdem eine erstaunliche Zahl – schließlich zeigt ein Blick in die USA, dass der Frauenanteil im Journalismus dort seit Jahrzehnten bei einem Drittel stagniert. Wählt man in den für Deutschland vorhandenen Berufsfeldstudien, so zeigt sich, dass der Journalistinnenanteil hier kontinuierlich gestiegen ist.

Betrieben Heinrich Freise und Jochen Draht in ihrer Doppeldissertation über die Berufssituation der Rundfunkjournalistinnen in den 1970er Jahren noch Grundlagenforschung, um überhaupt einmal festzustellen, dass Frauen in dieser Sparte unterrepräsentiert sind, gingen Irene Neverla und Gerda Kanzleiter 1978 in ihrer geschlechtsspezifischen Studie etwas weiter. Sie wiesen einen Journalistinnenanteil von 17 Prozent für alle Mediengattungen nach und zeigten, dass der journalistische Arbeitsmarkt vertikal und horizontal segmentiert ist – und zwar auf zwei Ebenen: Der Frauenanteil bei den tagesaktuellen Medien lag deutlich unter dem bei Zeitschriften. Die Journalistinnen arbeiteten mehrheitlich in „typisch weiblichen“ Ressorts wie Familie, Soziales und Unterhaltung. Außerdem konnten die beiden Wissenschaftlerinnen belegen, dass Frauen in Führungspositionen und damit auch in den gehobenen Einkommensgruppen kaum vertreten waren. Damit war die Diskriminierung von Journalistinnen erstmals wissenschaftlich belegt.

Diese Ergebnisse wurden 1994 von der ersten JouriD-Studie bestätigt. Der Kommunikationsforscher Siegfried Weischenberg errechnet damals einen Frauenanteil von 31 Prozent unter den Journalisten. Aber: In der Altersgruppe ab 30 Jahren sinkt der Anteil auf einmal – das war damals so, das ist heute so. Die Frauen

verschwinden. Weischenberg kam zu dem Ergebnis, „dass die durchschnittliche Journalistin ihren Aufstieg aufgrund ihres Geschlechts verpasst hat“. Das Ergebnis des aktuellen österreichischen Journalisten-Reports liest sich ähnlich. Anlässlich der Buchpräsentation resümierte die Frauen- und Medienministerin Doris Bures: „Der durchschnittliche Journalist ist männlich.“

Journalistinnen in Deutschland und Österreich haben nicht die gleichen Karrierechancen wie ihre männlichen Kollegen. Je jünger, desto mehr Frauen, und je älter, desto häufiger findet man Männer im Beruf des Journalisten – auch das ist in beiden Ländern gleich. Auch die Verteilung der Frauen auf die verschiedenen Mediensparten ist in beiden Ländern ähnlich: Die höchste Frauenquote verzeichnet das Fernsehen, bei Tageszeitungen liegen die Frauen mit je 34 Prozent sowohl in Österreich als auch Deutschland dagegen unterhalb des Durchschnitts. Traditionell arbeiten Frauen eher bei Zeitschriften und Magazinen als bei Tageszeitungen. „Überspitzt formuliert: Journalistinnen kommen am leichtesten bei Frauenmagazinen unter.“

An den Startbedingungen kann das nicht liegen. Seit Mitte der 1980er Jahre liegt der Frauenanteil in Deutschland unter den Volontären und Journalistikstudenten bei 50 Prozent, auch die Berufseinsteiger sind zur Hälfte weiblich. „Aber in der Altersgruppe ab 30 Jahren sinkt der Anteil auf einmal“, sagt die Kommunikationswissenschaftlerin Maja Malik. Der Berufsaufstieg fällt mit dem Zeitpunkt der Familiengründungsphase zusammen. Während die Frauen aus dem Beruf aussteigen oder auf den hinteren Positionen zurück-

bleiben, erklimmen die Männer die Karriereleiter. Und somit ist nicht verwunderlich, dass die Journalistinnen ein geringeres Einkommen haben als ihre männlichen Kollegen – im Mittel verdienen sie zwischen 2000 und 3000 Euro brutto. Grund: Sie arbeiten häufiger bei den prestigearmeren Medien, in den unteren Positionen und in Teilzeit. Die Frauen kommen also qua Geschlecht nicht in die Führungspositionen. Was machen sie falsch?

Die Antwort ist komplex. Zum einen definieren Journalistinnen Karriere anders. Viele halten das Aufstreben in eine hierarchische Position für nicht erstrebenswert – oder sie „entschuldigen“ ihr Nicht-Aufsteigen damit. Zum anderen sind Kinder oft genug eine Karrierebremse. Für das Gros der Frauen gilt das Gesetz der Unvereinbarkeit des journalistischen Berufes mit der Mutterschaft. In Deutschland sind Teilzeitstellen noch immer rar, Quoten gibt es (fast) nur beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Betriebskindergärten sind eine Ausnahmeerscheinung. Aber die Studien zeigen auch, dass die Mehrheit der Journalistinnen gar keine Mütter sind. Und diese Kinderlosen machen eben auch keine Karriere. „Weil sie Karriere nach einem weiblichen Verständnis definieren“, meint die Kommunikationswissenschaftlerin Johanna Schwenk. Für Frauen wird Karriere eher da möglich, wo es „weibliche Spielwiesen“ gibt, wie Malik es umschreibt. Beispielhaft dafür sind Frauenzeitschriften oder der private Rundfunk, wo der Frauenanteil seit jeher höher ist als bei den politischen Magazinen. Wo dagegen männliche Arbeits- und Umgangsformen herrschen – Ellenbogenmentalität, offener Konkurrenzkampf und Kumpanei –, bleiben die Frauen fern. Und das trifft nicht nur auf die Redaktionen, sondern auch auf die Netzwerke und Seilschaften, die Berufsverbände und Journalistenvereinigungen zu.

Die Konferenz als Bühne für den Hahnenkampf: Viele Frauen wollen sich das nicht antun – und deuten Karriere dann für sich um. Die stereotyp männlichen Verhaltensweisen sind ihnen aufgrund ihrer geschlechtsspezifischen Sozialisation fremd. Und eine Frau, die sich nicht konform mit ihrer vorgesehenen weiblichen Geschlechterrolle verhält, befürchtet Re-

pressalien. Und eine, die sich konform mit ihrer Geschlechterrolle verhält, tappt nur allzu leicht in die Mädchenfalle. Eine Journalistin, die hart nachfragt, gilt als „eiskalt“, ein Journalist hingegen als „harter Hund“ oder gar „eloquent“. Und eine junge, attraktive Journalistin, die charmant nachfragt und schwierigen Interviewpartnern heiße Informationen entlockt, muss sich dem Vorwurf aussetzen, „unlautere Methoden“ eingesetzt zu haben.



Auf der Karriereleiter ganz oben: Sandra Maischberger hat es geschafft! Viele ihrer Berufskolleginnen erreichen allerdings keine Führungspositionen. Foto: WDR / Voker Roloff

Und eine junge, attraktive Journalistin, die leicht an die ersten Jobs kommt, muss erst recht damit rechnen, in einen sexualisierten Kontext gerückt zu werden. Schnell heißt es: „Die hat sich hochgeschlafen!“ – nicht zuletzt von den Kolleginnen. Mangelnde Frauensolidarität erschwert das Aufsteigen in die Top-Jobs – und nicht wenige der Frauen, die es geschafft haben, verweigern sich dem Protegieren des Nachwuchses. Sie finden es unlauter und meinen oft: „Ich hatte es auch schwer, warum soll die es leichter haben?“ Andere wiederum hadern mit ihrer nicht-gemachten Karriere. Frei nach dem Motto: „Wenn ich es nicht schaffe, soll eine andere es auch nicht schaffen.“ Und jene, die auf die Förderung der männlichen Kollegen und Vorgesetzten setzen, haben es dann sehr schwer – neben harter Arbeit und noch härterer Konkurrenz tanzen sie einen Drahtseiltanz zwischen Flirt und Mädchenfalle, Sexualisierung und Stutenbissigkeit.

Dabei ist diese Form der Karriereplanung gar nicht so unlauter. Die Soziologin Ulrike Weish spricht hier von der Konkurrenzstrategie des „Augenaufschlagjournalismus“ – und damit sind keine sexuellen Dienstleistungen gemeint, sondern ein Ausnutzen der geschlechtsspezifischen Vorteile.

„Die Frauen müssen wahrnehmen, dass es geschlechtsspezifische Benachteiligung überhaupt gibt“, schildert Schwenk eine Erkenntnis

ihrer Doktorarbeit. Viele befürchten Diffamierung, wenn sie ihre Rechte einfordern. Anderen wiederum fällt die Benachteiligung gar nicht erst auf. So berichtet Marlies Hesse, Trägerin des Bundesverdienstkreuzes für ihren Einsatz zur Gleichstellung der Frauen in Deutschland, dass es ihr gar nicht auffiel, benachteiligt gewesen zu sein. Und das Gros der Journalistinnen heute vertraut ganz pragmatisch auf die Gleichberechtigung. Das kann gefährlich werden. Denn viele dieser Journalistinnen halten ihr Zurückbleiben auf den unteren Positionen oft für persönliches Scheitern, so Hesse. Andere betonen, dass ein Zurückbleiben für sie eine bewusste Entscheidung sei. Die Fernsehjournalistin Wibke Bruns hat es für sich so erklärt: „Ich habe Freunde, ich habe Familie, ich koche gern – alles Dinge, für die du nie Zeit hast, wenn du in einer Führungsposition bist.“ Es handelt sich also um zwei Modelle einer weiblichen Karriere. Viele Journalistinnen haben

durchaus ein Karrierebewusstsein und Ambitionen. Aber sie stoßen an die „gläserne Decke“. Die anderen betrachten den Karriereverzicht als kluge Entscheidung, weil sie mehr Zeit für ihr Privatleben haben.

Aber was ist mit denen, die nicht aufgeben wollen – und mit denen, die sich als Alpha-Mädchen jetzt in den Beruf aufmachen? „Die müssen netzwerken!“, fordert Marlies Hesse. Der deutsche Journalistinnenbund tut dies seit seiner Gründung vor zwanzig Jahren – auch international. So lag bei der Jahrestagung des Verbands zum runden Geburtstag im Oktober 2007 ein Fokus auf dem Aufbau der internationalen Beziehungen zu Journalistinnenverbänden im europäischen Ausland. Schon seit vielen Jahren kooperiert der Verband stark mit dem der Journalistinnen in Österreich. Die Netzwerke im Journalismus werden immer enger. Auch in den Ländern des Nordens haben Frauen journalistische Vereinigungen mit dem Ziel gegenseitiger Unterstützung gebildet. Auf eine über sechzigjährige Tradition können etwa die „Women Journalists in Finland“ zurückblicken. Denn Netzwerke – gleichgeschlechtliche und gemischtgeschlechtliche – erweisen sich als Karriereschmieden.

Und die Frauen holen hier auf. Den „Old Boys' Networks“ stehen Frauennetzwerke und Mentorinnenmodelle gegenüber. Außerdem haben Frauen meist einen Vorteil in Sachen Soft Skills. Durch ihre geschlechtsspezifische Sozialisation ist ihnen Empathie und Charme sozusagen mit in die Wiege gelegt. Derzeit wächst eine neue Generation von Frauen heran, die in dem Bewusstsein groß werden, dass die Hälfte der gesellschaftlichen Teilhabe ihnen gehört. Sie machen sich auf den Weg, diese zu erobern – nicht nur in den Medien. Diese jungen Frauen gehen Wege, die längst keine unwegsamen mehr sind. Sie gehen sie in Stöckelschuhen, Flip-Flops oder Stiefeln – und mit der Gewissheit, dass ihre Zukunft weiblich ist. Denn das ist grammatikalisch verbürgt. Immerhin sind sie die neue F-Klasse. ☞

Weiterführende Literatur:

Tina Groll: *Beruf Journalistin: Von kalkulierten Karrieren und behinderten Berufsverläufen. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2008.*