



**Der Journalismus wird weiblich. Denn immer mehr Frauen strömen in den Beruf. In den **Top-Positionen** geben zwar noch immer Männer den Ton an, aber in den neuen Medien, wo mehrheitlich junge Leute arbeiten, deutet sich eine **Trendwende** an.**

von Tina Groll

# Die neue F-Klasse

**Z**ugegeben, ein wenig kokettiert sie schon mit ihrem Auftreten. Dann spielt Anne-Katrin Schulz mit ihren blonden Locken, legt den Kopf schräg, lächelt charmant und sagt wohlklingender Stimme: „Die einzige Frau in einer Wirtschaftsredaktion zu sein, hat manchmal auch Vorteile.“ Die 27-Jährige ist Volontärin beim Wirtschaftsmagazin *Cash*. In wenigen Monaten wird sie ihr Volontariat vorzeitig beenden, um Redakteurin zu werden. Nebenbei möchte sie promovieren. Anne-Katrin Schulz hat Ambitionen. Sie will weit kommen im Journalismus – mit Hartnäckigkeit und Fleiß, einer klaren Karrierestrategie, feministischem Bewusstsein und dem Auspielen geschlechtsspezifischer Vorteile. Damit ist die Nachwuchsjournalistin wohl eines jener viel zitierten Alphamädchen, die plötzlich überall zu sein scheinen. Vor allem im Journalismus.

**Männer an der Macht.** „Frauen! Sie sind jetzt überall, vor allem auf der Mattscheibe. Nur an der Spitze der Hackordnung, in den Büros der Chefredakteure, dominieren noch Herren“, sagt *taz*-Mitbegründer Tom Schimmeck. Der Mann hat Recht – denn die „neue F-Klasse“ hat die Medien längst erobert: Karrierefrauen im Journalismus heißen Anne Will, Maybrit Illner oder Sandra Maischberger. Sie spielen in der ersten Liga, sie haben beachtliche Karrieren gemacht, sie sind Vorbilder. Aber sie sitzen nicht an den Hebeln der Macht.

In Deutschland liegt der Frauenanteil im Journalismus bei 37 Prozent, in Österreich sogar bei 42 Prozent. Besonders unter Berufseinsteigern ist der Anteil hoch. „Erstmals mit dem Jahrgang 2006/07 lassen sich deutlich mehr Frauen journalistisch ausbilden“, sagt Michael Haller, Journalistikprofessor in Leipzig in einem Branchenmagazin. Die Berufsfeldstudien der vergangenen 30 Jahre verweisen auf einen Trend: Der Journalismus wird „feminisiert“ – aber sehr langsam. Einen zunehmenden Frauenanteil in der Aus-

bildung gibt es schon lange, unter den Volontären machen Frauen schon seit Jahren die Hälfte aus. Aber bereits nach fünf Jahren im Job sinkt ihr Anteil, und in die Führungspositionen schaffen es die Medienfrauen nur selten.

**Aufstieg verpasst.** „In der Altersgruppe ab 35 verschwinden die Frauen auf einmal“, sagt die Kommunikationswissenschaftlerin Maja Malik, die gemeinsam mit Siegfried Weischenberg und Armin Scholl an der jüngsten Journalistenstudie in Deutschland von 2006 gearbeitet hat. Auch die erste repräsentativ angelegte Studie kam 1994 zu dem Ergebnis, „dass die durchschnittliche Journalistin ihren Aufstieg aufgrund ihres Geschlechts verpasst hat“. Das Ergebnis des aktuellen österreichischen Journalistenreports liest sich ähnlich. Anlässlich der Ergebnispräsentation resümierte die Frauen- und Medienministerin Doris Bures: „Der durchschnittliche Journalist ist männlich.“

Was machen die Frauen anders – und womöglich falsch? Fakt ist: Männer und Frauen haben ein voneinander abweichendes Karriereverständnis. Während für Männer der Beruf einen normalen Teil ihrer Biografie darstellt, ist der Job für Frauen häufig noch immer etwas, das neben einer Familienzeit stattfindet. Das zeigen auch die Befragungen unter jungen Journalistinnen. Sie denken schon während ihrer Ausbildung eine doppelte Berufsbiografie mit. Denn der journalistische Beruf ist nur schwer mit Familie zu vereinbaren, trotz der Möglichkeit, freiberuflich zu arbeiten.

**Kinder: Fehlanzeige.** Das belegt die Untersuchung von Sabine Wirths. Sie fand 1994 heraus, dass es ein Mythos ist, als freiberufliche Journalistin Kinder und Karriere einfacher miteinander verbinden zu können. Und so ist das Gros der Journalisten kinderlos: Mehr

als 50 Prozent der Journalisten und fast 70 Prozent der Journalistinnen haben keine Kinder.

Jutta Bissinger, freie Journalistin aus Offenburg, hat nicht auf Kinder verzichtet – aber dafür viele Jahre auf die Ausübung ihres Berufs. Denn um die Betreuung ihrer Kinder zu gewährleisten, war sie auf geregelte, familienfreundliche Arbeitszeiten angewiesen. Die gab es dann in der Position einer Texterfasserin für die Lokalredaktion der *Badischen Zeitung*. „Als Alleinerziehende konnte ich

## „Erstmals mit dem Jahrgang 2006/2007 lassen sich deutlich mehr Frauen ausbilden als Männer.“

Michael Haller, Journalistik-Professor in Leipzig

mir die Selbstständigkeit schlicht nicht leisten“, erzählt sie. „Mir fiel auf, dass die Redakteurinnen allesamt keine Kinder hatten. Bei Arbeitszeiten bis 20 Uhr war für sie wohl klar, dass sie an Kinder gar nicht zu denken brauchten.“

**Erfüllung statt Karriere.** 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. Die Soziologin Elisabeth Beck-Gernsheim stellte einst die These vom „Anderthalb-Personen-Beruf“ auf – Karriere ist nur dann möglich, wenn man einen Partner im Hintergrund hat, der einem den Rücken freihält. Damit sind die Arbeitsstrukturen im Journalismus an der männlichen Normalbiografie ausgerichtet. Karriere wird an festen Kriterien wie Position, Einkommen und Macht gemessen. Maßstäbe, die Beck-Gernsheim als „typisch männlich“ bezeichnet. Frauen hingegen scheinen ihre Karriere viel häufiger an subjektiven Kriterien zu



Bild: NDR/Wolfgang Borts



Bild: WDR/Max Kohr

**Anne Will, Sandra Meisberger und Maybrit Illner:** *Karrierefrauen im Journalismus sitzen vor allem vor der Kamera – immer mehr trifft man auch in den Chefetagen.*



Bild: action press

messen: Selbstverwirklichung, Erfüllung und Verantwortung. Genau das verspricht der Beruf der Journalistin – kein Wunder also, dass so viele junge Frauen in diesen Beruf strömen.

**Privat-TV: Typisch Frau.** Junge Frauen sind oft extrem gut ausgebildet. Die meisten von ihnen haben ein Studium und ein Volontariat abgeschlossen. Die Journalistinnen sind formal höher gebildet als die Männer – aber hängen trotzdem häufiger in den unteren, schlechter bezahlten Positionen fest. Doch der journalistische Arbeitsmarkt ist für Frauen nicht nur vertikal, sondern auch horizontal segmentiert: Der Journalistinnenanteil ist bei den „prestigeärmeren“ Medien, bei Zeitschriften und beim privaten Rundfunk, höher als bei den Tageszeitungen und den Nachrichtenmagazinen. Die höchste Frauenquote verzeichnet das Fernsehen; bei Tageszeitungen liegen die Frauen mit je 34 Prozent in Österreich und in Deutschland dagegen unterhalb des Durchschnitts.

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk haben Frauenförderungs-

maßnahmen mittlerweile erreicht, dass der Frauenanteil in den Anstalten nahezu gleich ist. Allerdings muss man auch hier genauer hinsehen: Nicht alle Frauen arbeiten als Journalistinnen. Und in den Redaktionen sind sie häufiger in den unteren Positionen zu finden. Immer noch gilt: „Die Journalistinnen kommen eher bei ‚typisch weiblichen Medien‘ unter – beim Privatfernsehen und bei Zeitschriften“, meint die Kommunikationswissenschaftlerin Maja Malik. Aber eben nicht mehr nur. Journalistinnen arbeiten genauso in den Kernressorts, im Lokalen, in der Politik, in der Wirtschaft und auch im Sport. Umso erstaunlicher ist, dass diese hochqualifizierten Journalistinnen geringere Einkommen erzielen als ihre männlichen Kollegen. Durchschnittlich verdienen sie 700 Euro weniger.

**Blonde Mädchenfalle.** „Ich möchte richtiges Geld verdienen. Meine Arbeit ist genauso viel Wert wie die eines männlichen Kollegen“, sagt Nachwuchsjournalistin Anne-Katrin Schulz. Aber auch sie hat schon die Erfahrung gemacht, dass männliche Kollegen nicht offen über ihr Gehalt sprechen. Informiert hat sie sich dennoch.

Die Wirtschaftsjournalistin will gerüstet sein für Gehaltsverhandlungen. Allerdings, gibt die 27-Jäh-

rige zu, dass auch bei ihr die Mädchenfalle allzu oft zuschnappt. „Als junge Frau im Wirtschaftsjournalismus wird man ständig unterschätzt. Hinzukommt, dass ich klein und blond bin. Das kann Vorteile haben, aber es hat auch oft Nachteile“, erzählt sie. Noch viel zu oft helfen Männer einer jungen Kollegin lieber in den Mantel als in eine höhere Position.

**Interviews mit Charme.** Trotzdem nutzt Anne-Katrin Schulz ihre geschlechtsspezifischen Vorteile und entlockt mit ihrer charmannten Art den Interviewpartnern so manche Information spielend, die ihre männlichen Kollegen mit jahrelanger Kontaktpflege nicht bekommen. Die Soziologin Ulrike Weish hat dieses Phänomen als „Augenaufschlagjournalismus“ bezeichnet. Frauen haben in Sachen Soft Skills durch ihre geschlechtsspezifische Sozialisation oft einen Vorteil – wer diesen gepaart mit charmannten Auftreten nutzt, muss dennoch vorsichtig sein. Vor allem junge Journalistinnen, die diese Strategie erfolgreich nutzen, werden von Kollegen und Kolleginnen nur allzu oft mit dem Vorwurf konfrontiert, ihre Informationen und ihre Jobs sexuellen Dienstleistungen zu verdanken. Das ist eine schmerzvolle Erfahrung – und eine typische Strategie, um Arbeit und Erfolge von Frauen abzuwerten.

Wie sieht es im Redaktionsalltag überhaupt mit Diskriminierung aus? Viele Journalistinnen haben wohl entsprechende Erfahrungen gemacht, aber nicht alle sprechen offen darüber – oder

erkennen diese überhaupt als geschlechtsspezifische Benachteiligung. Die Kommunikationswissenschaftlerin Johanna Cüsters hat in ihrer Dissertation über die Berufssituation der Journalistinnen herausgefunden, dass viele Frauen ihr berufliches Nicht-Wei-

bleiben oft schönreden. Sie sagen, dass sie die unteren Positionen und die genuin journalistischen Tätigkeiten bevorzugten sowie keine Machtpositionen anstreben. Selbstverhinderung, womöglich gar Selbstbetrug und ein spezifisch weibliches Karrierever-

ständnis scheinen miteinander verwoben zu sein.

Im Job ist Durchsetzungsfähigkeit gefragt. Wer fleißig und zuverlässig arbeitet, ohne aufzu-

## „Als junge Frau im Wirtschaftsjournalismus wird man ständig unterschätzt.“

Anne-Katrin Schulz (27), Volontärin *Cash*

terkommen als persönliches Versagen ansehen. Auch Irene Neverla und Gerda Kanzleiter fanden bereits 1984 in ihrer repräsentativen Studie über Frauen im Journalismus heraus, dass verhinderte Karrierefrauen sich ihr Zurück-

mucken, muss sich nicht wundern, wenn die männlichen Kollegen vorbeiziehen – egal, ob fest angestellt in einer Redaktion oder als freie Journalistin. So berichtet Sibylle Schwertner, Eigentümerin eines fünfköpfigen Pressebüros

aus Frankenthal, dass es „ein sehr harter Kampf“ gewesen sei, sich durchzusetzen – nicht nur unter Kollegen, sondern auch gegenüber Gesprächs- und Geschäftspartnern.

„Mensch Mädell!“ „Man darf sich bloß nicht bange machen lassen!“ Diesen Rat gibt Jutta Becher jüngeren Journalistinnen mit auf den Weg. Sie hat lange Zeit als Hörfunkjournalistin gearbeitet und in ihrem Job auch Diskriminierung erfahren, von Männern und von Frauen. „Als immerhin schon in vielen Bereichen gestandene Frau von einem überheblichen Kollegen entnervt mit ‚Mensch Mädell‘ tituiert zu werden, das war schon ein Knaller“, erinnert sie sich. Mit jungen männlichen Kollegen sei anders umgegangen worden. Aber, schränkt sie ein, „in

den Redaktionen herrscht auch oft Zickenalarm. Meine Chefin im Hörfunk war eine, die sich immer lieber mit jungem männlichen Nachwuchs umgeben hat; in ihrer Redaktion wurden junge Männer eindeutig bevorzugt behandelt.“ Mit den Jahren habe sie gelernt, sich nicht mehr kleinmachen zu lassen. Heute arbeitet Jutta Becher an der Universität Heidelberg.

**Emotionen schaden?** Eine ähnliche Erfahrung hat Andrea Ege zu berichten. Sie ist seit 2001 freie Autorin, davor volontierte sie bei einer großen Tageszeitung in Franken. „Damals, noch als Praktikantin, begrüßte mich der Leiter der Lokalredaktion mit den Worten: ‚Meiner Meinung nach sind Frauen für den Journalismus ungeeignet, sie sind zu emotional.‘ Das macht mich bis heute fassungslos“, erinnert sich Ege.

„Ein rauer Ton ist in vielen Redaktionen leider immer noch an der Tagesordnung. Wer als junge Journalistin Karriere machen will, kommt vor dem Sprung nach oben wohl nicht an der Ochsentour vorbei“, glaubt Marlies Hesse, Geschäftsführerin des Journalistinnenbundes. In der Vereinigung sind rund 450 Frauen miteinander vernetzt und unterstützen sich. Netzwerke, gleichgeschlechtliche und gemischtgeschlechtliche, informelle und formale, erweisen sich als echte Karriereschmieden. Die Netzwerke im Journalismus werden immer enger. Den „Old Boys Networks“ stehen inzwischen verstärkt Frauennetzwerke und Mentorinnenmodelle gegenüber.

**Man(n) selektiert News.** Denn manche Frauen sind nach und nach auf Entscheidungspositionen gelangt. Es gibt 20 Prozent Frauen in den Führungspositionen; oft sind sie zwar „nur“ die Stellvertreterinnen eines männlichen Chefs. Trotzdem kommt es auf die Perspektive an: Die Chefetagen sind



Bild: Sven Jakobsen



Bild: Daniela Haug



Bild: Martina Seiche

faktisch keine reinen Männerdomänen mehr.

Und trotzdem ändert dieser erhöhte Frauenanteil an der Spitze wenig an der „männlich geprägten“ Nachrichtenselektion. In der Journalismusforschung wurde die Frage nach einem „weiblichen Journalismus“ immer wieder gestellt, aber nie eindeutig beantwortet. Denn so monokausal ist die Formel nicht, dass schon allein mehr Frauen im Journalis-

öffentlichen Kommunikation zu erhalten“, meint Kommunikationswissenschaftlerin Margreth Lünenborg. Frauen können somit leichter öffentliche Kommunikation spezifisch weiblich prägen.

Wie das geht, zeigt zum Beispiel die Wirtschaftswissenschaftlerin Bärbel Kerber mit dem Onlinemagazin Misstilly. Die Journalistin und Mutter von vier Kindern wollte ein Frauenmagazin herausgeben, das mehr zu bieten

hat als Schminke- und Diättipps. Das Medium Internet hat ihr die Möglichkeit gegeben – denn im Netz braucht man keine teure Redaktion, keine Anzeigenabteilung, keine Druckmaschinen und keinen Verlag, um Magazin-

Herausgeberin zu sein.

**Online-Chance.** Ein anderes Beispiel ist das Magazin Aviva-Berlin, ein Kulturmagazin für Frauen. Chefredakteurin Sharon Adler hat das Internetmagazin vor acht Jahren gegründet und beschäftigt heute zahlreiche Autorinnen.

Vielleicht sind diese Beispiele richtungweisend – vielleicht nur Nischenprodukte. Womöglich liegt die Zukunft des Journalismus auch in der Auffächerung in solche Nischenprodukte – immerhin gibt es immer mehr Fachpublikationen.

Nachwuchsjournalistin Anne-Katrin Schulz arbeitet schon heute bei einem Fachmagazin für Finanzberater. „Und unter unseren Lesern sind auch viele Frauen“, erzählt sie. Offenbar erobern die Alphas Mädchen nicht nur den Journalismus. ■

**Weiblich und trotzdem Journalist geworden?**

*Von Vorurteilen gegenüber Frauen im Journalismus lassen sich Anne-Katrin Schulz, Bärbel Kerber und Sharon Adler (v. l.) nicht beeindrucken.*

## „Frauen sind für den Journalismus ungeeignet, sie sind zu emotional.“

Redaktionsleiter einer fränkischen Zeitung

mus und mehr Frauen in den Entscheidungspositionen auch eine geschlechtergerechte Berichterstattung mit sich bringen. Das Beispiel von Anne Will zeigt: Eine Topjournalistin allein reicht nicht, um die Anzahl der weiblichen Gäste in der Polit-Talkshow zu erhöhen. Die von Männern dominierte, durch Medien vermittelte Öffentlichkeit bleibt eine männliche.

Die neuen Medien könnten hier eine Veränderung bewirken. Im Onlinejournalismus sind vor allem junge Journalisten tätig – und hier sind die Frauen besonders gut vertreten, auch in den Top-Positionen. Ein namhaftes Beispiel ist Mercedes Bunz, die als Chefredakteurin von Tagespiegel Online zeichnet.

„Die neuen Medien bieten darüber hinaus vor allem für Frauen die Möglichkeit, Teilhabe an der

Tina Groll ist Journalistin in Bremen. Im März erschien ihre Diplomarbeit „Beruf Journalistin“ als Sachbuch im VDM-Verlag